



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Impacto de la inversión pública en las empresas de turismo de la Provincia de Tungurahua”

AUTORA: Andrea Alexandra Jurado Sánchez

TUTOR: Ing. Edwin César Santamaría Díaz

AMBATO – ECUADOR

Enero 2019



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Edwin César Santamaría Díaz

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Impacto de la inversión pública en las empresas de turismo de la Provincia de Tungurahua**”, presentado por la Srta. **Andrea Alexandra Jurado Sánchez**, para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinados que se designe.

Ambato, 14 de enero del 2019



Ing. Edwin César Santamaría Díaz

CI. 1801609445

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Andrea Alexandra Jurado Sánchez** declaro que el contenido y el resultado obtenido en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, es absolutamente original, auténtico y personal a excepción de las citas bibliográficas.



Andrea Alexandra Jurado Sánchez

CI. 1803820263

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por parte de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Geovanny Fabricio Ríos Lara

CI. 1803081296



Ing. Iván Fernando Silva Ordóñez

CI. 1802490548

Ambato, 14 de enero del 2019

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Andrea Alexandra Jurado Sánchez

CI. 1803820263

AGRADECIMIENTO

El objeto de la educación es formar seres aptos para gobernarse a sí mismos y no para ser gobernados por los demás.- Herbert Spencer

A la Universidad Técnica de Ambato; la misma que al abrirme las puertas para estudiar me ha permitido convertirme en una profesional.

A los Ing. Edwin Santamaría Freire y Edwin Santamaría Díaz; quienes a través de sus conocimientos y paciencia me motivaron a concluir con éxito el presente proyecto.

Andrea Alexandra Jurado Sánchez

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar a este momento importante en mi vida, por los logros y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mi hija, que siempre ha estado compartiendo momentos significativos conmigo escuchándome y brindándome su amor incondicional.

A mi familia, por ser las personas que me han apoyado totalmente durante este trayecto hasta convertirme en una profesional.

Andrea Alexandra Jurado Sánchez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	III
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	X
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XI
RESUMEN EJECUTIVO.....	XII
ABSTRACT.....	XIV
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Tema de Investigación.....	1
1.2. Definición del problema de investigación.....	1
1.3. Árbol del problema.....	3
1.4. Delimitación.....	7
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.1. GENERAL.....	8
2.2. ESPECÍFICOS.....	8
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE).....	9
3.1. Antecedentes Investigativos.....	9
3.2. Fundamentación teórica de las variables.....	10
3.2.1. Inversión Pública.....	10
3.2.2. Turismo.....	30
4. METODOLOGÍA.....	34

4.1.	Fundamentación epistemológica	34
4.1.1.	Positivismo	34
4.2.	Enfoque de la investigación	34
4.2.1.	Cuantitativo	34
4.3.	Tipo de investigación	35
4.4.	Modalidad de la investigación	35
4.4.1.	Bibliográfica – Documental	35
4.4.2.	Transversal	36
4.5.	Población y muestra	36
4.5.1.	Población (turismo de Tungurahua).....	36
4.5.2.	Muestra.....	38
4.6.	Recolección de información	40
4.7.	Confiabilidad del instrumento	41
5.	RESULTADOS	42
5.1.	Información sociodemográfica.....	42
5.1.1.	Inversión pública	44
5.1.2.	Tipo de Inversión	45
5.1.3.	Infraestructura	49
5.1.4.	Competitividad-diferenciación.....	51
5.1.5.	Productividad	54
5.3.	Aplicación del Modelo Econométrico.....	62
5.3.1.	Desarrollo del modelo propuesto	63
	CONCLUSIONES.....	73
	RECOMENDACIONES.....	75
	BIBLIOGRAFÍA.....	75
	ANEXOS	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: países con mayores espacios declarados como patrimonio mundial.	23
Tabla 2: Número de establecimientos por tipo de actividad turística en la provincia de Tungurahua.....	37
Tabla 3: Número de establecimientos a encuestar por tipo de actividad turística en la provincia de Tungurahua.....	39
Tabla 4: Case Processing Summary.....	41
Tabla 5: Reliability Statistics	41
Tabla 6: Afluencia turística por mes	64
Tabla 7: Promedio de ingresos mensuales	64
Tabla 8: Estacionalidad e ingresos	65
Tabla 9: Curva de Lorenz.....	66
Tabla 10. Promedio de Rentabilidad.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol del problema	3
Figura 2: Eficiencia a nivel regional	11
Figura 3: Reducción del Índice de pobreza.....	12
Figura 4: Nivel de desigualdad	13
Figura 5: Inversión sanitaria.....	15
Figura 6: Inversión en seguridad.....	17
Figura 7: Medio de transporte y propósito de visita	18
Figura 8: Arribos cronológicos del turismo internacional	19
Figura 9: Número de turistas internacionales e Ingresos mundiales recibidos	20
Figura 10: Número de salidas internacionales de Ecuador	22
Figura 11: Número de salidas internacionales de Ecuador	22
Figura 12: Visitas a Áreas naturales protegidas en Ecuador.....	23
Figura 13: Número de establecimientos dedicados a actividades turísticas	24
Figura 14: Curva de Lorenz -mínima concentración	28
Figura 15: Curva de Lorenz -máxima concentración.....	28
Figura 16: Diferencia entre visitante y turista.....	31
Figura 17: Sexo	42
Figura 18: Edad	43
Figura 19: Actividad económica	43
Figura 20: Impacto de baja Inversión pública.....	44
Figura 21: Frecuencia de proyectos de Inversión turística.....	45
Figura 22: Tipo de Inversión en el sector turístico	46
Figura 23: Inversión cantonal en publicidad.....	47
Figura 24: Inversión en capacitación	48
Figura 25: Inversión en mejoramiento físico	49
Figura 26: Inversión en mejoras físicas	50
Figura 27: Acciones de diferenciación.....	51
Figura 28: Inversión personal en publicidad.....	52
Figura 29: Medios publicitarios utilizados.....	53
Figura 30: La inversión pública en el incremento de la productividad.....	54
Figura 31: Promedio de turistas que se receptan.....	55

Figura 32: Afluencia turística por mes.....	56
Figura 33: Personas que laboran en el negocio.....	57
Figura 34: Actividades para el desarrollo eficiente.....	58
Figura 35: Evaluación del talento humano	59
Figura 36: Costos mensuales.....	60
Figura 37: Ingresos mensuales	61
Figura 38: Fases de un modelo econométrico.....	62
Figura 39. Curva de Lorenz	69

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo del presente trabajo investigativo se realiza con el propósito de determinar el impacto económico de la Inversión Pública en las empresas de Turismo de la Provincia de Tungurahua a través de un estudio empírico.

El enfoque investigativo es cuantitativo, empleando la investigación descriptiva, pues se recopiló información tanto de fuentes primarias como secundarias, por una parte por medio de la modalidad bibliográfica se fundamentó de forma teórica el impacto de la inversión pública en el sector turístico. Mientras que mediante la modalidad transversal se analizó información buscando determinar los efectos que ha generado el tema en contexto en los habitantes de la Provincia.

Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos misma que consta en primera instancia sobre datos generales del encuestado y posteriormente sobre aspectos de inversión pública en el sector turístico de la provincia de Tungurahua. De esta forma, se llegó a determinar que la inversión que realiza el gobierno central si favorece el desarrollo económico al ser la base material para la producción interna tanto de bienes como de servicios.

Con el propósito de medir el beneficio económico en el Sector Turístico de la Provincia de Tungurahua, se desarrolló un modelo econométrico en base a la Curva de Lorenz y el Coeficiente de Gini, ya que con la aplicación de los mismos se determinó que la distribución de los ingresos del sector Turístico de la provincia es más igualitaria, por ende, el impacto económico es positivo.

PALABRAS CLAVES: TURISMO, INVESTIGACIÓN, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, INVERSIÓN.

ABSTRACT

The development of the present investigative work is carried out with the purpose of determining the economic impact of Public Investment in the tourism companies of the Province of Tungurahua through an empirical study.

The investigative approach is quantitative; using descriptive research, since information was collected from both primary and secondary sources, on the one hand, through the bibliographic modality, the impact of public investment in the tourism sector was theoretically based. While through the cross-sectional modality, information was analyzed in order to determine the effects that the theme has generated in context among the inhabitants of the Province.

The survey was used as a data collection technique that consists in the first instance of general data of the respondent and later on aspects of public investment in the tourism sector of the province of Tungurahua. In this way, it was determined that the investment made by the central government if it favors economic development to be the material basis for the internal production of both goods and services.

With the purpose of measuring the economic benefit in the Tourism Sector of the Province of Tungurahua, an econometric model was developed based on the Lorenz Curve and the Gini Coefficient, since with the application of the same it was determined that the distribution of the income of the tourist sector of the province is more equal, therefore, the economic impact is positive.

KEYWORDS: TOURISM, INVESTIGATION, PUBLIC ADMINISTRATION, INVESTMENT.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Tema de Investigación

Impacto de la Inversión Pública en la Economía de las Empresas del Sector Turístico de la Provincia de Tungurahua.

1.2. Definición del problema de investigación

El turismo se ha caracterizado por ser una de las actividades multisectoriales lo que indica que están sumergidas varias áreas productivas tanto del sector público y privado, con el afán de proporcionar a los turistas de diversos bienes y servicios que compensen sus expectativas, favoreciendo al sistema económico ya que a través del turismo se fomenta el crecimiento económico acelerado y sostenible mediante el impulso de las actividades económicas más importantes del país. (Morillo C. y., 2014). Los gobiernos y los organismos internacionales han incrementado su interés en el turismo a partir de mediados del siglo XX por el gran impacto que este ha tenido en la economía de los países (Schenkel, 2017).

En Ecuador se ha hecho una gran inversión en este sector para promover más destinos que contribuyan al progreso socioeconómico. El turismo ha tenido una continua expansión y diversificación transformándose en uno de los sectores económicos de mayor amplitud y crecimiento del mundo (Mintur, 2014).

El turismo se ha convertido en el eje de desarrollo que permita dinamizar la economía del Ecuador por esta razón el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, establece que el turismo es uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera, siempre y cuando no desplace las iniciativas locales y en concordancia con la Constitución de la República (Mintur, 2014).

“La SENPLADES tiene una meta para el 2017 que se encuentre en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013- 2017 el cual es aumentar al 64% los ingresos por turismo sobre

las exportaciones de servicios totales, es decir que todas las acciones que el país realice a través del MINTUR deberán estar encaminadas a lograr esta meta, tomando en cuenta que para ello se requiere de un turismo de mayor gasto y menor impacto” (Mintur, 2014).

En los últimos años ha existido inversión pública en el sector turístico que ha generado que se incrementen los turistas extranjeros y el aumento de los ingresos económicos, pero aun así nuestro país aún no logra ser líder de la industria turística ni en la región sudamericana ni tampoco en el mundo. En el año 2014 se implementó un proyecto turístico nacional que alcanzó la cifra en facturación de 51.437 millones de dólares de inversión pública, esta inversión se convirtió en 1.482 millones de dólares de ingresos para el país. Pero si se analiza el número de visitantes y el capital generado por la industria turística en Perú el mismo año fue más alto que el ecuatoriano con una inversión pública significativamente menor 12.305 millones de dólares, al analizar estas cifra se puede concluir que el sector turístico en nuestro país le falta mucho para llegar al potencial de los países que encabezan el ranking turístico, entre ellos: Francia, Estados Unidos, España, China, Italia (Jaque, 2016).

Fomentar el turismo en Tungurahua es vital para el desarrollo económico de la provincia y los cantones mediante la implementación de estrategias que beneficien tanto al sector público y privado, aprovechando los recursos y atractivos culturales y naturales que tiene la provincia, además se debe mejorar los servicios como son la alimentación, estadía, transporte, recreación entre otros con la finalidad que el turista se sienta motivado y complacido, basarnos en los principios de sostenibilidad y responsabilidad social nos permitirá crear una amplia gama de productos turísticos de diversas variedades (comunitarios, eco turísticos, aventura, termo-salud, de congresos y eventos, religiosos, históricos, gastronómicos artesanales, culturas vivas, entre otros).

“Gobierno Provincial de Tungurahua dentro de La Agenda de Desarrollo Provincial ha implementado la estrategia de turismo comprende las siguientes líneas de acción y programas como son:

1. Fortalecimiento de la calidad de los productos, servicios y entorno físico de la oferta Turística actual.
2. Gestión de la información turística clave
3. Manejo adecuado de los recursos naturales y culturales
4. Fortalecimiento de la gobernanza y las instituciones relacionadas con el turismo
5. Capacitación y formación de habilidades
6. Fomento de inversiones y promoción del emprendimiento turístico
7. Desarrollo de políticas de seguridad y gestión de riesgos” (Calderon, 2014)

Según la OMT el turismo es un factor clave para para el desarrollo y bienestar, en la actualidad existe un incremento en el número de destinos para el turismo y la inversión en este sector, convirtiéndolo positivamente en progreso socioeconómico a través de los ingresos por exportaciones y la generación de empleo, creación de nuevas empresas y la ejecución de infraestructuras.

Los últimos 20 años el turismo se ha ido expandiendo y diversificando, transformándose en uno de los sectores económicos de gran crecimiento a nivel mundial. También han surgido nuevos destinos que no contemplan Europa y Norteamérica. A demás la llegada de turistas internacionales a mostrado un gran crecimiento continuo según las previsiones a largo plazo de la OMT, registradas en el Tour Towards 2030 que afirman que el ingreso de turistas crecerá en un 3,3% anualmente entre el 2010 y 2030 para alcanzar 1.800 millones de turistas en el 2030.

Entre el 2010 y2030 se espera la llegada en destinos emergentes se incrementes al doble en economías avanzadas con 4,4 % anual, alcanzando una cuota de mercado del 57% para el 2030 lo que representa millones de turistas internacionales (Turismo.gob.ec, 2015).

1.3.Árbol del problema

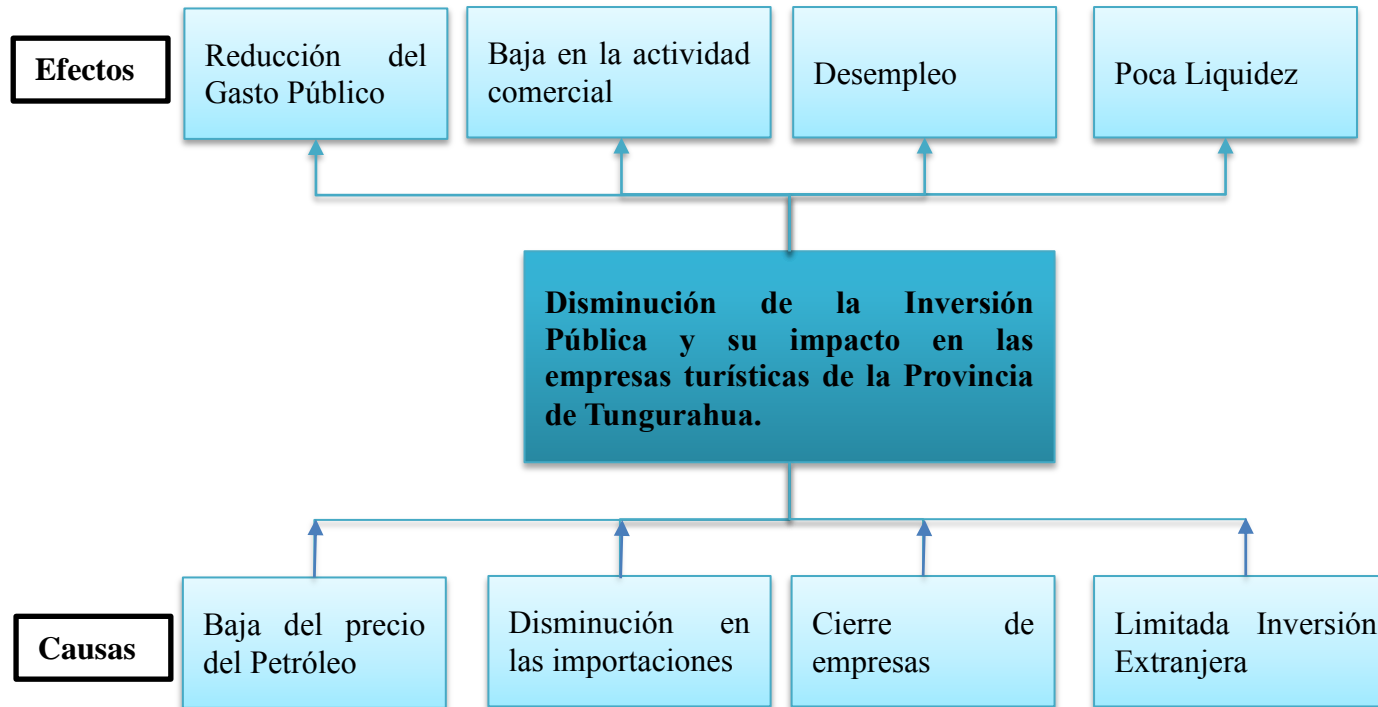


Figura 1: Árbol del problema
Fuente: **Elaborado por Jurado Andrea. (2017).**

Análisis del árbol del problema

Luego de un análisis se puede determinar que la disminución de la inversión pública se debe a diversas causas las mismas que provocan efectos como lo podemos observar en el árbol de problemas.

Analizar la primera causa que es la baja del precio del petróleo cuyo efecto es la disminución del gasto público es decir “cada dólar de desvalorización en el precio del crudo tiene un impacto de \$80 millones de dólares, es decir, por cada dólar que baja el precio del petróleo, el Gobierno deja de recibir \$80 millones de dólares, afectando de sobremanera a la economía” (Velasco, 2016) de nuestro país viéndose afectado todos los sectores económicos uno de ellos el turístico ya que si la economía ha bajado las personas no tendrán el suficiente dinero para poder salir de vacaciones a otros lugares disminuyendo la afluencia turística en el país viéndose afectada drásticamente en su economía.

La sobreoferta y la caída del precio del petróleo ha representado para nuestro país una gran reducción de los ingresos respecto a este rubro, con esta disminución los problemas en la Balanza de Pagos son más visibles puesto que la Balanza Comercial fue más deficitaria, ya que los ingresos petroleros disminuyeron (Universo, 2015), afectando considerablemente a los sectores productivos del país y uno de ellos es el turístico ya que la economía del país afectado los ingresos de los ecuatorianos.

La segunda causa que analizaremos es la disminución de las importaciones y como estos inciden en la baja de la actividad comercial ya que “las empresas que tienen que importar su materia prima se han visto afectadas por las salvaguardias que trajeron consigo una disminución en la actividad económica, menos empleo y eso representa menos demanda para los productos del país” (Enríquez, 2016), viéndose afectadas las empresas turísticas por la poca afluencia de turistas.

El déficit en la balanza comercial ha hecho que las autoridades del Gobierno busquen alternativas que ayuden a revertir esta situación, una de las alternativas que han encontrado las autoridades ha sido la aplicación de una política que es la sustitución de las importaciones. La meta del Gobierno es reducir USD 800 millones de

importaciones en el 2014 y cerca de USD 6 000 millones hasta el 2017 (Comercio, Sustitucion de Importaciones, 2014), esta medida afecta a los ingresos de la población porque varios productos han aumentado su valor haciendo que los ingresos no alcance lo suficiente por tal razón las personas no pueden gastar en paseos afectando así al sector turístico.

La tercera causa es cierre de empresas lo cual ha generado que suba el índice de desempleo debido a que la situación de la economía de país es compleja, han bajado las ventas, ha reducido la producción, también las exportaciones e importaciones. El Comité Empresarial Ecuatoriano (CEE) en su último informe correspondiente al primer semestre de 2016 realizo un sondeo donde dio como resultado que un 85% de las empresas encuestadas percibieron una reducción de las ventas desde enero al cierre de junio. Asimismo, un 81% de las empresas dijeron haber reducido su producción y 65% hablaron de recortes de personal. (Politico, 2016).

La disminución del empleo en el último año se debe a tres factores: falta de liquidez de la economía, contracción de los negocios, nerviosismo y especulación de ciertos sectores. Esto a su vez provocó que las empresas prefieran precautelar sus intereses antes que arriesgarse a invertir o abrir nuevos negocios (Comercio, 2016), la situación económica actual ha generado que se cierren empresas y con ello aumente el índice de desempleo afectando al desarrollo económico de diferentes sectores como el turístico ya que si una familia se ve afectada por el desempleo no disponen del recurso económico necesario para salir a otros lugares y el turismo local se ve afectado.

La cuarta causa es la carencia de inversión extranjera que provoca que no tenga liquidez el estado para invertir según datos de la CEPAL la Inversión Extranjera Directa (IED) en América Latina alcanzó su nivel más bajo en cinco años, totalizando 179.100 millones de dólares en 2015, con una caída de 9,1% por menores inversiones en minería e hidrocarburos y la crisis de Brasil, para 2016, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) proyecta que la IED se mantendrá en niveles inferiores a los alcanzados en los últimos años, en línea con las perspectivas económicas", y se espera que disminuyan otro 8%. (Telegrafo, 2017)

Al haber disminución de la inversión pública debido a la crisis económica el sector turístico se verá afectado debido a que ya no existirá el recurso económico suficiente que permita promocionar adecuadamente los atractivos turísticos de nuestro país y provincia provocando que se disminuya el turismo local y los ingresos de las empresas del sector turístico.

Según menciona la OMT, el turismo se ha convertido en una ficha clave para el desarrollo, la prosperidad y bienestar. Actualmente, existe un número creciente de destinos que se han abierto al turismo y que han invertido en este sector, haciendo de éste un factor clave del progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de empleo y de empresas y la ejecución de infraestructuras.

Durante los últimos 20 años, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. Además de aquellos destinos tradicionales han surgido nuevos destinos fuera de Norteamérica y Europa.

A pesar de ocasionales conmociones originadas por eventos económicos excepcionales, las llegadas de turistas internacionales han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido – desde los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 528 millones en 1995 y los 1.035 millones en 2012 según las previsiones a largo plazo de la OMT, incluidas en Tourism Towards 2030 (Turismo hacia 2030), las llegadas de turistas internacionales crecerán un 3,3% anualmente entre 2010 y 2030 hasta alcanzar los 1.800 millones en 2030. Entre 2010 y 2030, se prevé que las llegadas en destinos emergentes (+4,4% al año) crezcan el doble que las de las economías avanzadas (+2,2% al año). La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 47% en 2012 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivale a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales (turismo.gob.ec, 2015).

1.4.Delimitación

Campo: Marketing

Área: Inversión pública

Temporal: Investigación ejecutada entre enero-julio 2018

Espacial: Provincia de Tungurahua

Unidad de Observación: Sector turístico

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. GENERAL

Determinar el Impacto Económico de la Inversión Pública en las Empresas de Turismo de la Provincia de Tungurahua para medir su rentabilidad.

2.2. ESPECÍFICOS

- Fundamentar teóricamente el impacto de la inversión pública en el turismo para brindar un sustento teórico-científico.
- Caracterizar la inversión pública realizada dentro del turismo para conocer sus variables.
- Identificar el impacto en la economía de los actores del sector turístico para conocer su nivel de ingresos.
- Establecer los elementos significativos de la inversión pública en el turismo que permita conocer su efecto.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)

3.1. Antecedentes Investigativos

Tras la revisión de la evidencia bibliográfica relacionada con el presente tema de investigación se reportan las siguientes:

En el artículo científico de Morillo, Rosales & Cadena (2014) sobre “Inversión turística: Una contribución educativa para la inversión en turismo” se expresa que las inversiones en el sector turístico son amplias y variadas, producto de lo extenso de la composición del sistema turístico que implica una gama de sectores productivos y de servicios complementarios, las cuales intentan generar y ampliar no sólo la capacidad del turismo receptivo del destino donde se ubican las inversiones sino la calidad del servicio. De este modo las inversiones deben estar presentes en el desarrollo, mantenimiento y renovación de los accesos a los atractivos turísticos y la planta (equipamiento, instalaciones e infraestructura) para generar empleo, divisas y crecimiento económico.

En la publicación “La Inversión pública en el desarrollo turístico rural de la provincia de Santa Elena” desarrollada por Palacios, Caamaño, Domo & Castro en 2017 se menciona que el turismo es una de las actividades que han experimentado un continuo crecimiento hasta transformarse en uno de los sectores que crece con mayor rapidez convirtiéndose en un motor clave del progreso socioeconómico y generador de ingresos por lo que se requiere de atención prioritaria (inversión) para su desarrollo. Además, se hace notar que la inversión pública impulsa de manera positiva el crecimiento económico de forma inclusiva con cambios de estructura a largo plazo, siendo de gran importancia llevar una evaluación constante del monto de inversión con el objetivo de obtener mayor impacto socioeconómico.

En el informe investigativo de Sisalema & Martínez en 2017 sobre “Los efectos de la Inversión pública en el turismo de Tungurahua “concluye que la inversión del gobierno ecuatoriano respecto a turismo ha favorecido a todo el país y especialmente a la provincia de Tungurahua, misma que se beneficia con la acogida de nuevos turistas tanto nacionales como extranjeros con un impacto de 110.000 millones de personas y más aún con el aporte a la construcción de obras viales de primer orden. Así, el 37% de propietarios de establecimientos turísticos asume que es una de las mejores inversiones en el sector.

3.2. Fundamentación teórica de las variables

3.2.1. Inversión Pública

La inversión pública es un elemento clave para el crecimiento y desarrollo de una región, este factor tiene un impacto relativo en los aspectos: económico, político, tecnológico y social (Ricardo, 2015), sin embargo esta riqueza debe ser distribuida estratégicamente, ya que la finalidad es reducir la desigualdad entre los habitantes de un país (Turnovsky, 2015). Es decir, si la inversión pública es excesiva en comparación a los ingresos públicos, el índice de endeudamiento de un país incrementará; y de la misma forma la desigualdad entre sus habitantes.

Así también lo considera Presbitero (2016), al indicar que el incremento en la riqueza del estado, eleva la productividad del capital público, lo que significa, que el gasto público productivo puede también incrementar el capital privado, y con esto la tasa de retorno al estado; lo que se traduce en mayores ingresos públicos (Melina, Yang, & Zanna, 2016).

Por ejemplo, la inversión en infraestructura- ya sea por mejora continua o reconstrucción después de un desastre natural- genera oportunidades de inversión rentables para el sector privado, como es la construcción de empresas, que mientras más provisiones tengan como: electricidad o transporte, mayor será la productividad,

como lo menciona (Hernández, 2012), con esta teoría se cuestiona la hipótesis de que el ahorro es un requisito para el incremento de riqueza pública.

Cuando la inversión pública está restringida, y dicha necesidad no se puede suplir con extensiones de impuesto o reducción de gastos, se recurre al endeudamiento externo; siempre proyectado en función de ingresos, especialmente de ingresos obtenidos del uso de recursos naturales (Melina et al., 2016).

En Ecuador se ha mejorado el nivel de eficiencia, esto ha sido posible mediante la inversión pública estratégica en sectores productivos del país, de tal manera que hasta el 2016 se ubicaba en el sexto lugar a nivel regional, como se observa en la figura 2.



Figura 2: Eficiencia a nivel regional

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo (como cito Senplades, 2016) *9CR Vive la patria*, p. 16-17, Ecuador Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

Un ejemplo, de cómo la inversión pública contribuye al desarrollo económico y a la reducción de la pobreza, es Ecuador en los últimos años, como se observa en la figura 3 , la pobreza ha reducido notablemente.

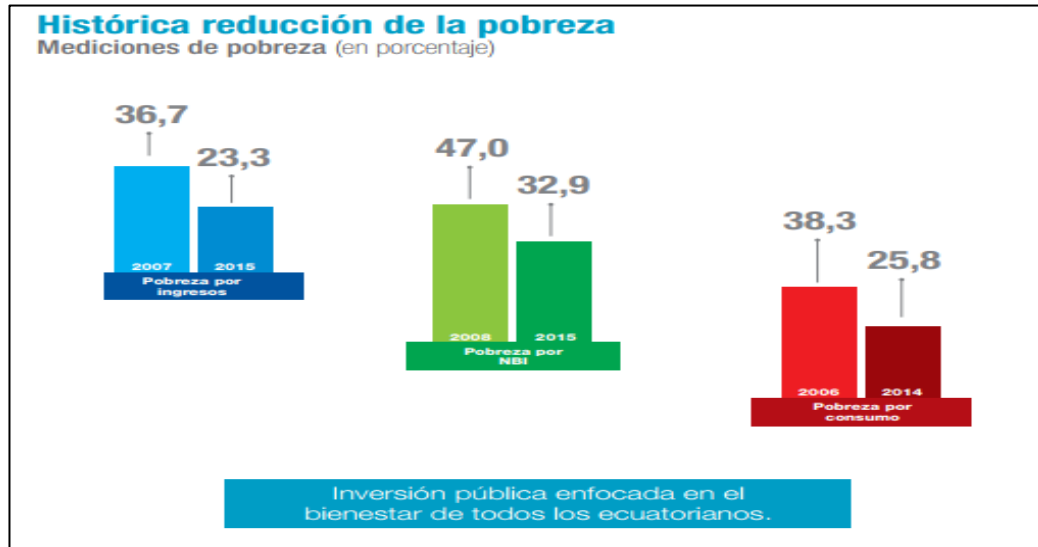


Figura 3: Reducción del Índice de pobreza

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo, por Senplades, 2016, *9CR Vive la patria*, p. 25, Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

Así mismo, a inversión pública ha logrado reducir el nivel de desigualdad entre los ecuatorianos, como se observa en la figura 4:

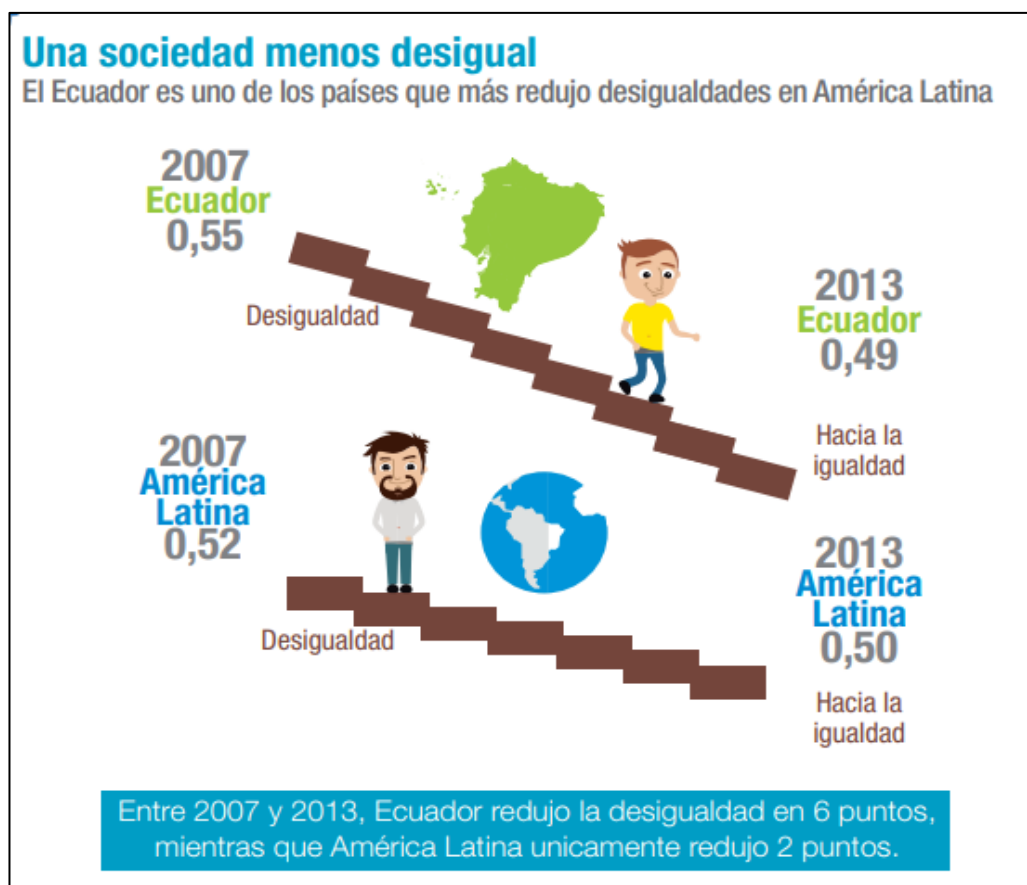


Figura 4: Nivel de desigualdad
Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo (como cito Senplades, 2016)

Tipos de inversión

Infraestructura

Se entiende por infraestructura, aquellos sectores básicos que mejoran el capital físico y territorial de un país, dicho de otra forma, incluye lo referente a: transporte, vivienda, comunicación y energía; también se considera dentro de esta denominación lo concerniente a salud y educación (Amann, Baer, Trebat, & Thomas, 2016).

La inversión en la infraestructura es un factor clave que determina la competitividad nacional (Palei, 2015), puesto que los elementos que lo conforma son: la calidad de vial (carreteras), la construcción ferroviaria, transporte aéreo y suministro eléctrico. Los mismos que según (Zhang, 2013) elevan los niveles de ingreso, y generan una herramienta clave para la reforma o formulación de nuevas políticas económicas y de crecimiento. Además, hay que considerar que la calidad, es un requisito

indispensable para que la inversión en infraestructura genere oportunidad de inversión (Melo, Graham, & Brage-Ardao, 2013).

Según el Reporte Global de Competitividad 2015 al 2016, elaborado por el Foro Económico mundial, dentro del ranking de los países de América Latina con mejor calidad en vías, Ecuador ocupa el primer lugar (World Economic Forum, 2016).

Salud

La Asociación Estadounidense de Salud Pública (APHA) y la Asociación Canadiense de Salud Pública (CPHA), consideran que la inversión en salud es un retorno de la inversión a largo plazo (ROI); debido a que los programas de salud enfocados en la primera infancia de la sociedad, ahorran en un futuro los gastos públicos de salud (Brousselle, Benmarhnia, & Benhadj, 2016).

El ROI (Return On Investment), es un indicador que mide el beneficio de los programas de salud pública, ante los costos que generan los mismos, por ejemplo en Inglaterra por cada dólar invertido en programas que concientizan el uso de cigarrillo, genera un ahorro de 2.82 después de nueve años (Pokhrel, 2015), es importante entender que la inversión en salud pública reduce significativamente perfiles epidemiológicos que pueden abordar a la sociedad (Masters, Anwar, Collins, Cookson, & Capewell, 2017).

Además, una población saludable influye en el crecimiento económico de un país, ya que diversos factores económicos pueden mejorar su producción (MDPharmacology, Likhar, & Alok, 2016; Mukherji & Swaminathan, 2013), por otro lado la inversión en salud pública debe ser inversamente proporcional al gasto (Diem, Zimmerman, & Fielding, 2017); lo que significa que los medicamentos y dispositivos de salud que adquiere el gobierno, deben ser adquiridos al menor precio que oferten los proveedores –sin dejar de lado la calidad- como lo indica la ley de contratación pública.

Sin duda alguna, Ecuador ha incrementado el porcentaje de inversión en salud pública, lo que ha permitido que los establecimientos de salud pública mejoren: (a) la

infraestructura y (b) calidad médica de los establecimientos, y al mismo tiempo se cumple con el derecho de Salud para todos, así se muestra en la figura 5.

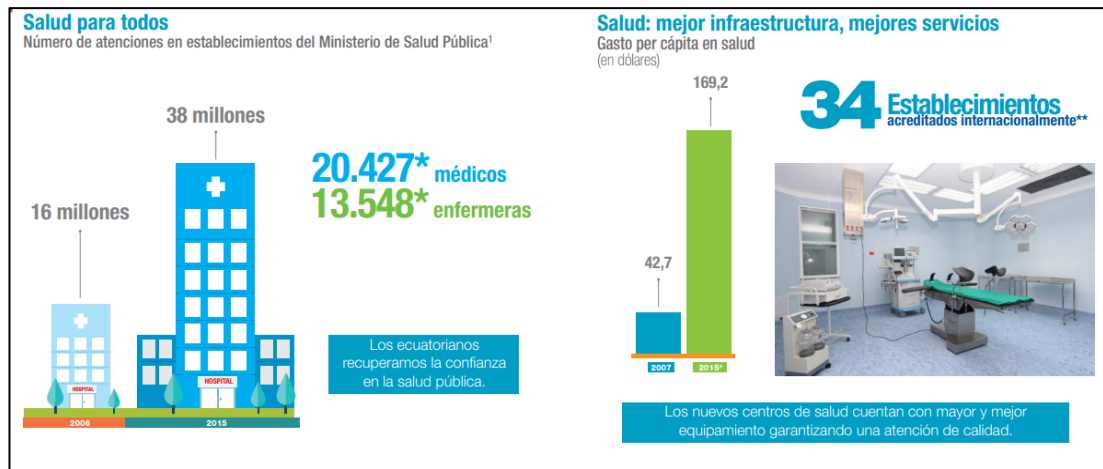


Figura 5: Inversión sanitaria

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo (como cito Senplades, 2016)

Promoción turística

El turismo es un factor crucial para el crecimiento económico en todo el mundo, por tanto, debe ser respaldado económicamente por el estado (Nicolae & Sabina, 2013), se entiende que el crecimiento del sector turístico contribuye en los siguientes puntos: (a) reducir el nivel de desempleo, (b) incrementar el consumo nacional (turismo local) de nativos y extranjeros, y (c) mejorar la calidad de vida de la sociedad (Gugushvili, Salukvadze, & Salukvadze, 2017). A nivel mundial la industria turística ha incrementado el PIB, incluso más que la industria automovilística, por tal motivo es importante que la inversión y políticas públicas en turismo sean atractivas para posibles inversionistas (Salman, 2016). Fomentar la explotación turística, especialmente en pequeñas comunidades, se convierte en un atractivo turístico de conocidos y extraños; lo que implica mayor retribución económica y desarrollo para la comunidad.

Con la misma ideología Martínez, Ochoa, & Gil (2014), menciona que las políticas públicas en el ámbito del turismo, impulsan el incremento del ingreso nacional, ingreso de divisas y canalización del flujo de turistas para áreas estratégica, lo cual impulsa a mejorar la calidad de bienes y servicios ofertados al turista (Pyke, Hartwell, Blake, & Hemingway, 2016), la finalidad es que la percepción del turista sea satisfactoria, sin embargo, también hay que considerar que estas mismas políticas

públicas deben: (a) estimular la promoción, (b) planificación (c) cuidado y (d) desarrollo continuo de zonas turísticas (Van & Shimizu, 2017). En consecuencia, el turismo es una industria seductora para mejorar la competitividad y economía de un país.

Seguridad

La seguridad es un factor predominante en la inversión pública, debido a que el gobierno debe garantizar el resguardo y la tranquilidad de todo un país (Siska & Takara, 2015), la seguridad también incluye que un sector debe estar preparado económicamente y estructuralmente planificado para enfrentar desastres naturales inevitables (Pulwarty & Sivakumar, 2014).

Por ejemplo, se debe invertir en la construcción de infraestructuras antisísmicas, ya que si sucede este desastre las construcciones no colapsaran, y el costo de reconstrucción será reducido, de la misma manera se debe educar a la sociedad para saber cómo actuar ante un desastre, la finalidad es evitar pérdidas humanas.

En Ecuador, las cifras que se muestran a continuación, en la figura 6 se evidencian la adecuada inversión en seguridad.

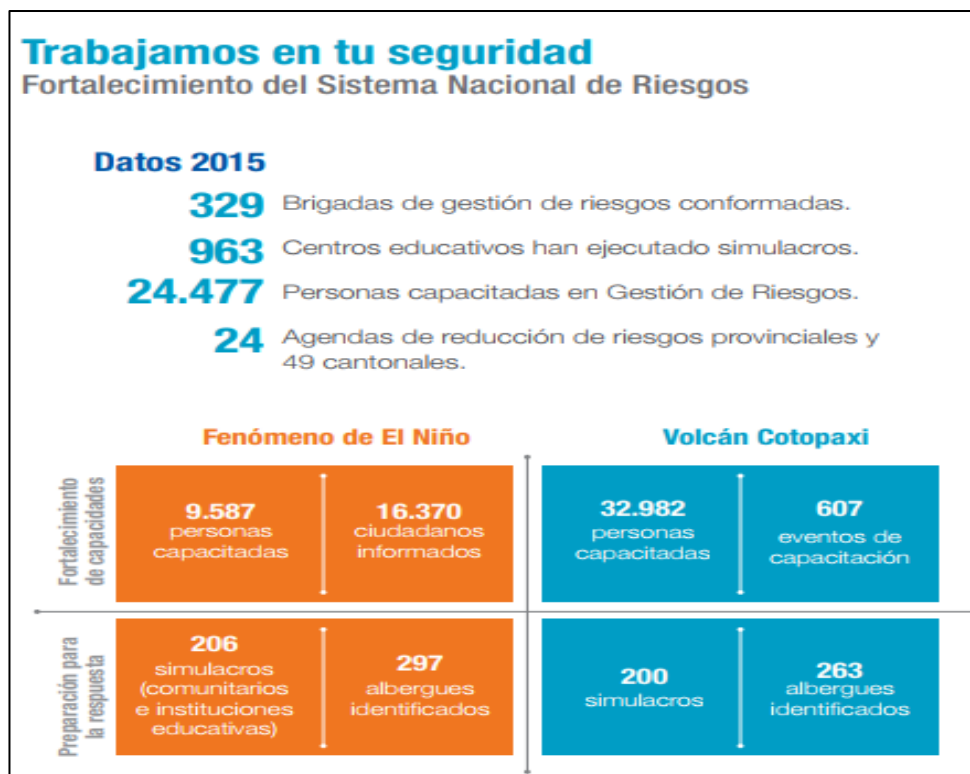


Figura 6: Inversión en seguridad
Fuente. Banco Central del Ecuador

Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento son los medios mediante los cuales el gobierno consigue recursos monetarios para asistir las necesidades de un país (Ojha & Pandey, 2017), el financiamiento es una expresión de crecimiento económico, se entiende que el financiamiento del gobierno es crucial para la inversión pública, sin embargo estos dos factores también son conmovidos por las políticas de gobierno.

Si bien es cierto los espacios comunes de la tierra son de libre acceso; sin embargo (Shoup, 2017) cuestiona que sea lo óptimo; bajo su criterio menciona que el cobro razonable por el uso de espacios físicos (por ejemplo parqueaderos), permiten conservar en buen estado los mismos, entonces se entiende que por el uso de espacios públicos también se puede generar ingresos para el estado (Castro & Ramírez, 2014).

(Aslanli, 2015), menciona que las fuentes de financiamiento pueden ser: (a) la venta o uso de recursos naturales –turismo-, (b) el financiamiento externo –endeudamiento- es una fuente muy usada especialmente en países en vías de desarrollo, (c) exportaciones, (d) impuestos y, (d) donaciones.

Impacto del turismo

Nivel mundial

El turismo se ha convertido en el sector económico de mayor crecimiento en los últimos años, se considera que el turismo moderno se enfoca en una planificación y promoción adecuada del sector turísticos de un país, pues actualmente el ingreso del sector turístico sigue incrementado, convirtiéndose en eje clave del desarrollo económico mundial (World Tourism Organization UNWTO, 2017). Como muestra el Grafico N° 5, the World Tourism Organization UNWTO afirma que el 53% de los viajantes tiene como propósito de visita el ocio, diversión o recreación cuando llegan a un destino, el restante se divide en viajes de negocio o visitas familiares, por tanto, el índice de viajantes son turistas que están interesados en conocer y vivir

experiencias de calidad. Así mismo el medio aéreo es el transporte más empleado en el turismo.

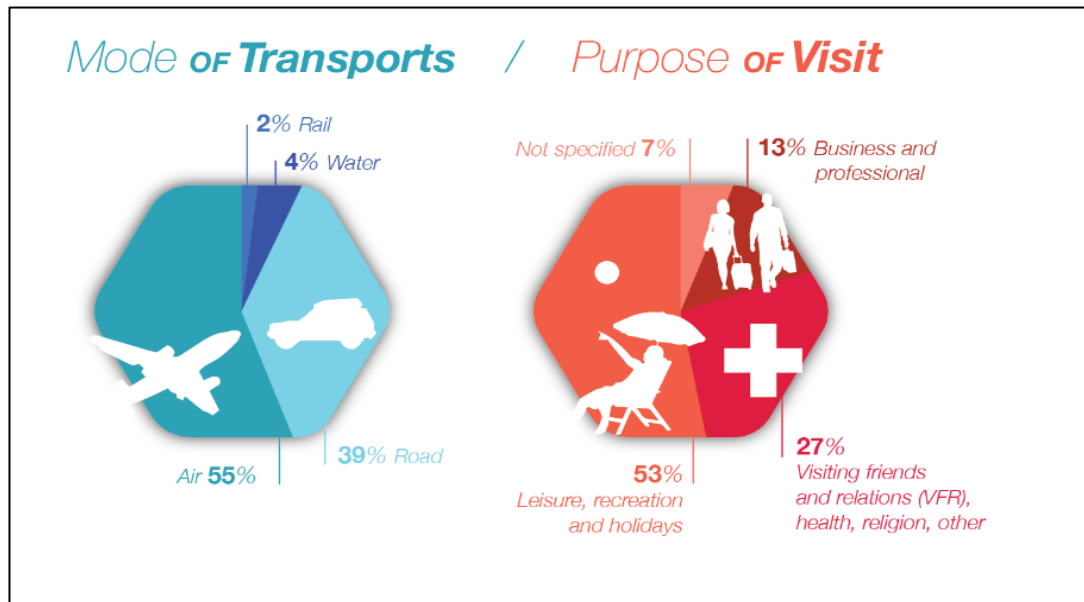


Figura 7: Medio de transporte y propósito de visita

Fuente: World Tourism Organization UNWTO, 2017, *Tourism – an economic and social phenomenon*, p. 1, Agencia Especializada Naciones Unidas.

En la figura 8 se puede observar el incremento cronológico del turismo nacional hasta la fecha, que aproximadamente es de 1.235 billones de turistas en comparación al año 2000 que registro 277 millones, y se espera hasta el 2030 alcanzar 1.8 billones de turistas internacionales. Esto muestra que el sector turístico seguirá su curso a nivel nacional, siendo una oportunidad de negocios para los gobiernos a nivel de país.

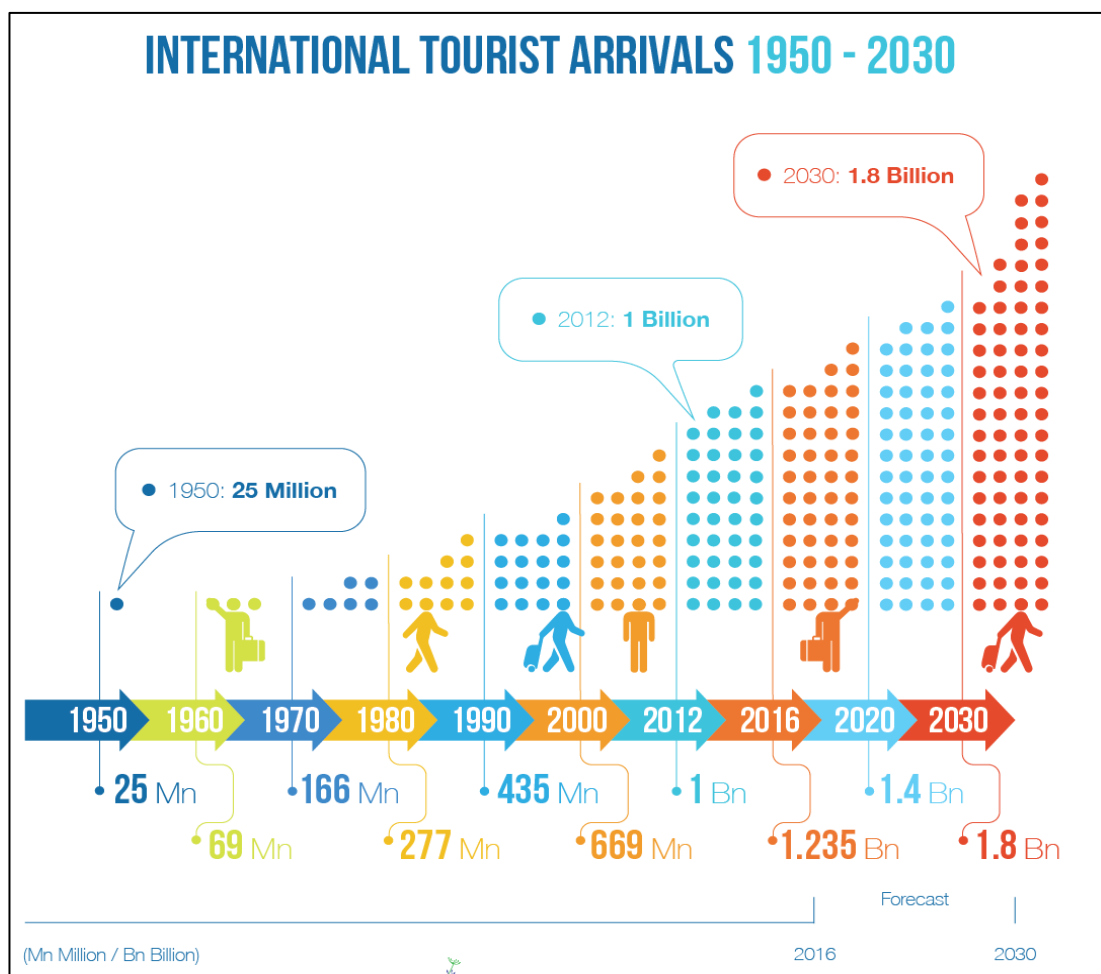


Figura 8: Arribos cronológicos del turismo internacional
 Fuente: World Tourism Organization UNWTO, 2017, *Tourism – an economic and social phenomenon*, p. 1, Agencia Especializada Naciones Unidas.

En la figura 9 se muestra que el ingreso de turistas internacionales en el 2016 fue de 1.322 millones, lo que represento USD 1.220 billones, de los cuales América Latina representa 207 millones de turistas (número), y USD 313 Billones (ingresos).



Figura 9: Número de turistas internacionales e Ingresos mundiales recibidos

Fuente: World Tourism Organization UNWTO, 2017, *Tourism – an economic and social phenomenon*, p. 3, Agencia Especializada Naciones Unidas.

Bajo esta misma ideología (Chou 2013) afirma que la industria turística incrementa: ingresos, empleos y exportaciones de un país, además el turismo es una industria no perjudicial para el medio ambiente, en comparación con el sector manufacturero, por lo cual en el futuro el crecimiento puede ser sostenible, y no generar incidencias negativas para el ambiente o la humanidad.

En la actualidad la industria del turismo aporta el 9% al PIB mundial, esa industria de gran auge, incentiva a distintos destinos a planificar todos los procesos inherentes a la gestión turística (Hsieh & Kung, 2013). En este mismo sentido Zurub, Ionescu, & Constantin, 2015 afirman, que el turista es un factor clave para enfrentar la recesión económica en los últimos años.

Nivel Nacional

Ecuador es un país rico en biodiversidad y recursos naturales, pero el desarrollo económico del mismo se basaba en sector primario, sin embargo para modificar esta tendencia la presidencia planteó el cambio en la matriz productiva del país

(Montesdeoca, Herrera, & Zambrano, 2016), la finalidad era evolucionar la estructura económica del país mediante la diversificación del conocimiento y los servicios.

Es decir, Ecuador se caracterizaba por ser un país de grandes exportaciones de materia prima, e importaciones de productos elaborados -con materia prima ecuatoriana-, bajo esta perspectiva la finalidad de la matriz productiva es la producción nacional, esto incluye que durante todo el proceso de transformación todos los insumos involucrados en su totalidad deben ser ecuatorianos, de esta manera se fomenta el desarrollo de la economía ecuatoriana en base a los recursos propios (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012).

El turismo, es un factor clave en el cambio de la matriz productiva, puesto que genera diferentes fuentes de ingreso y riqueza para el país, por tanto aporta al crecimiento económico basado en la teoría incluyente de diversos sectores o subsectores que se acciona con la promoción del sector turístico –agricultura, transporte, economía, etc.- (Senplades, 2017).

Ecuador emprendió la campaña “All you needs is Ecuador”, con el propósito de posesionar a Ecuador en la mente del consumidor (turistas) nacional y extranjero como destinado turístico, ya que a su amplia gama de variedad turística puede satisfacer las necesidades y deseos del turista (Ministerio de Turismo, 2014).

La promoción turística de los espacios ecuatorianos, crea en el visitante el deseo de conocer nuevos lugares, probar una gastronomía exótica, o simplemente se crea el interés de vivir una experiencia única e inolvidable (Ministerio de Turismo, 2014), pero hay que tener presente que la promoción turística además de la publicidad de destinos, incluye otros factores, como calidad de servicio, venta personal, gastronomía y transporte, lo cual debe estar integrado hacia un solo fin para cumplir los resultados esperados (Ministerio del Turismo, 2015). Como resultados de la campaña promocional, el turismo Ecuatoriano se ha convertido en un referencia del mundial crecimiento económico, y ha logrado potenciar la ventajas comparativas de país, lo que ha permitido que Ecuador se haga acreedor a 171 galardones relacionados con el turismo (Delgado, 2017).

En la figura 10, se muestra el número de ecuatorianos que salen del País, existe un máximo incremento en el 2014, pero a partir de este año empieza a decrecer este valor.

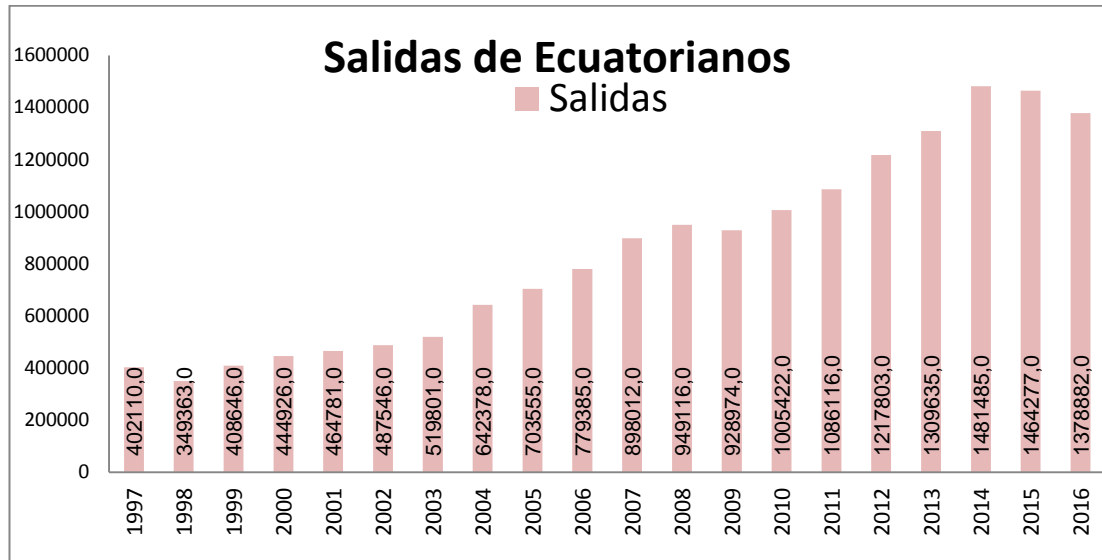


Figura 10: Número de salidas internacionales de Ecuador

Fuente: INEC, 2017, Entradas y Salidas Internacionales 2015, p. 3, Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

En la figura N° 11, se muestra el número de ecuatorianos que ingresar al País, existe un máximo incremento en el 2014.



Figura 11: Número de salidas internacionales de Ecuador

Fuente: INEC, 2017, Entradas y Salidas Internacionales 2015, p. 3, Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

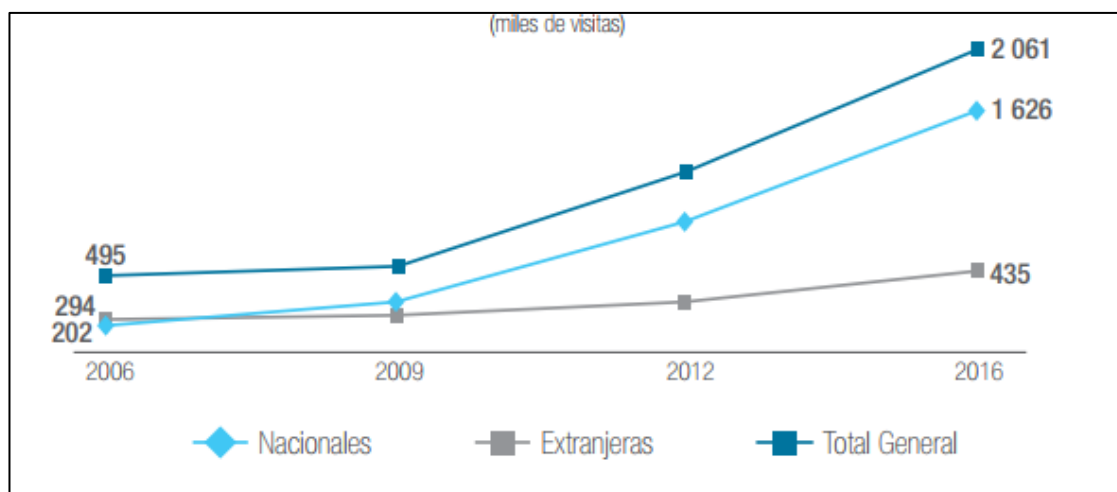


Figura 12: Visitas a Áreas naturales protegidas en Ecuador
Fuente: (Delgado, 2017)

Los países con mayor patrimonio cultural, ostentan una ventaja competitiva ante el resto del mundo, ya que pueden utilizar sus recursos disponibles para mejorar evidentemente la oferta turística (Farid, 2015), es decir al poseer mayor diversidad turista, se puede generar expectativas en el turista, lo que generara deseo de visitar un determinado lugar, para esto es necesario promocionar los lugares turísticos (Dudensing, Hughes, & Shields, 2011).

En la tabla N° 1, se muestra el Rankin de los 10 países con la extensiones más grandes de reservas naturales, entre los cuales Ecuador se encuentra en quinto lugar y posee el 73% de las áreas declaradas patrimonio a nivel mundial.

Tabla 1: países con mayores espacios declarados como patrimonio mundial.

Country	Total area of Natural WHS	The natural WHS areas as % of national protected areas
1. United States of America	46,341,817	19
2. Australia	44,135,913	27
3. Kiribati	40,825,000	91
4. Russian Federation	22,436,659	9
5. Ecuador	14,338,439	73
6. Canada	10,608,213	12
7. Niger	7,956,000	96
8. Algeria	7,361,315	52
9. Tanzania	7,200,000	26
10. Congo, The Democratic Republic	6,670,671	30

Fuente: Farid, 2015, Tourism Management in World Heritage Sites and its Impact on Economic Development in Mali and Ethiopia, p 596, Procedia - Social and Behavioral Sciences.

Nota: WHS =world heritage center UNESCO / Centro de patrimonio mundial de la unesco

Nivel provincial

Tungurahua es una provincia con nombre quichua que en su traducción significa “Garganta en llamas”, consta con de 504.583 habitantes y 9 cantones, según el último censo del Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC, 2010).

Del total de 61.546 establecimientos enfocados en actividades turísticas en el país, Tungurahua alberga el 5%, valor que le ubica en quinto lugar del total de provincias, como se observa en la figura 13:

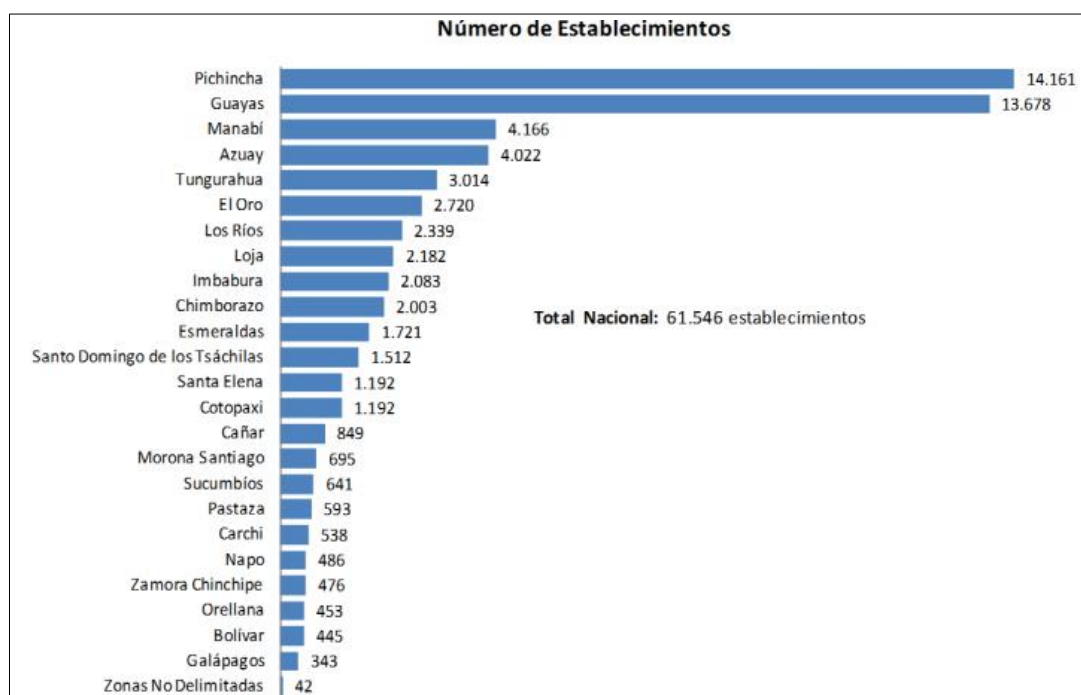


Figura 13: Número de establecimientos dedicados a actividades turísticas
Fuente: INEC citado por (Peña & Pinta, 2012), Infoeconomía

En la provincia de Tungurahua se ha incrementado el número de turistas propios y extraños, al igual que el número de establecimiento y servicios del sector turístico, esto se ha logrado a través de la ejecución de proyectos integrales entre sector público y privado, que promocionan una imagen turista de las nueve provincias (Departamento de Turismo del Consejo Provincial de Tungurahua, 2017),

En la provincia se han identificado 280 puntos estratégicos, denominados atractivos turísticos, la finalidad busca que todos los cantones sean receptores de turistas, y no

solo el catón de Baños, como se registraba anteriormente, además el Departamento de Turismo del Consejo Provincial de Tungurahua fomenta el turismo comercial y de entretenimiento y ocio, y hasta marzo del 2017 Tungurahua recibió 125 000 turistas, los cuales ocuparon 6.470 alojamientos (Departamento de Turismo del Consejo Provincial de Tungurahua, 2017).

Medición económica de la inversión pública

Modelo econométrico

Un modelo econométrico es un modelo estadístico que se utiliza para pronosticar los niveles de ciertas variables, conocidas como variables endógenas. Para efectuar estos pronósticos, el modelo se basa en suposiciones referentes a los niveles de algunas otras variables proporcionadas por el usuario del modelo. (Alexander, Sharpe, & Bailey, 2003)

Por su parte Hernández (2008), indica que un modelo econométrico es una simplificación de la realidad que trata de captar los aspectos más relevantes de una relación o fenómeno económico en términos globales. Los parámetros de este son desconocidos, por ende, no se realizan mediciones precisas ni se atiende a individualidades.

De esta manera, un modelo econométrico es una herramienta de análisis que ayuda en la toma de decisiones tanto a nivel macro como en el ámbito de la dirección micro, referente a aspectos relevantes de una relación o fenómeno económico.

Utilidad de los modelos econométricos

De acuerdo a Medina (2015), los modelos econométricos tienen tres utilidades básicas:

Análisis estructural: Cuantificar las relaciones que existe entre el periodo analizado y las variables implicadas, por medio del conocimiento del signo y valor de los valores estimados. (Medina, 2015)

Predicción: En base a unos valores dados a futuro para las variables explicativas y conociendo la expresión matemática que relacionas estas con la variable endógena, se puede predecir los valores que tomará en un futura la variable en estudio. (Medina, 2015)

Simulación o evaluación de políticas: Permite evaluar a través de simulación los efectos que tienen estos sobre la endógena diferentes estrategias que se planteen de las variables explicativas. (Medina, 2015)

Clasificación de los modelos econométricos

Según el criterio de Hernández (2008), los modelos econométricos se clasifican en:

1. Según el tipo de datos de las variables utilizadas en el modelo
 - a) Series temporales
 - b) Series de Corte transversal

2. Según el momento del tiempo al que hacen referencia
 - a) Modelos estáticos
 - b) Modelos dinámicos

3. Según el número de variables endógenas que se desea explicar
 - a) Modelos inecuaciones
 - b) Modelos multiecuaciones

4. Según la transformación de los datos que se realice
 - a) Modelos en niveles
 - b) Modelos en tasas de variación
 - c) Modelos en logaritmos

Curva de Lorenz

Es una representación gráfica de la desigualdad en el reparto de la renta existente en un determinado territorio. En esta se sitúa en el eje de las X los acumulados de la población (P) expresados en tanto por ciento y en el eje Y los acumulados de renta (Q) expresados en tanto por ciento. De tal manera, la curva de Lorenz relaciona el porcentaje acumulado de la población, con el porcentaje acumulado del ingreso que posee la misma. Se representa gráficamente la concentración del ingreso de una región en un periodo determinado, es decir mide la distribución de los ingresos.

Mediante la Curva de Lorenz se relaciona el porcentaje acumulado de frecuencia (hogares, individuos, trabajadores, industrias, etc., que se representa en el eje de las abscisas, con el porcentaje acumulado del volumen total de la variable ingreso, ventas, renta, producto interior bruto, etc., que le corresponde que se representa en el eje de ordenadas. (García, y otros, 2005)

Por su parte, Buccioni (2012) expresa que la curva de Lorenz o también denominada curva de concentración es una gráfica que se deduce a partir de la información para el cálculo del índice de Gini y que, por lo tanto, refleja la mayor o menor concentración respecto a la distribución de una magnitud. Existe una relación directa entre el índice de Gini y la forma de la curva de Lorenz. Para la representación gráfica se emplea un sistema de ejes coordenados ubicados en el eje de las abscisas, la proporción acumulada de sujetos, mientras que en el eje de las ordenadas está la proporción acumulada del recurso, de este modo, un punto (p; q) representa la proporción acumulada de sujetos (p), los cuales reciben un porcentaje (q) del recurso.

En el caso de la mínima concentración, la gráfica de la curva de Lorenz concuerda con la diagonal, como se muestra en la siguiente figura:

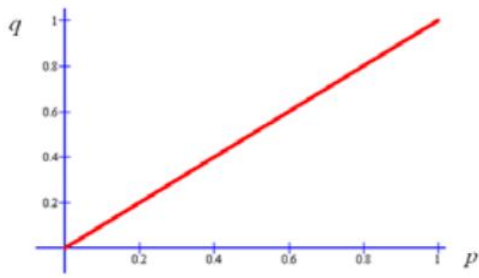


Figura 14: Curva de Lorenz -mínima concentración
Fuente: (Buccioni, 2012)

En caso de máxima concentración, la gráfica está compuesta por una línea que concuerda con el eje horizontal y en $p=1$ nace una perpendicular, como se observa en la siguiente figura:

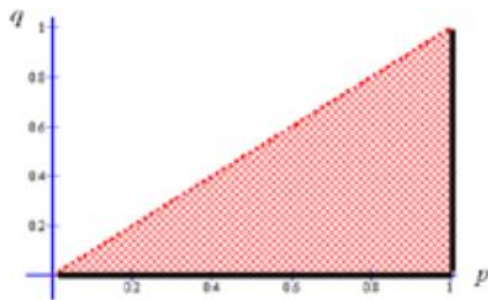


Figura 15: Curva de Lorenz -máxima concentración
Fuente: (Buccioni, 2012)

Para calcular la Curva de Lorenz se debe seguir los siguientes pasos:

1. Ordenar de forma ascendente la información de los individuos en cuanto a ingresos.
2. Establecer el porcentaje del ingreso que corresponde al eje de X con ingreso más bajo de la población.
3. Graficar en el eje horizontal el porcentaje acumulado de la población y el porcentaje de ingresos acumulados se grafica en el eje vertical.

Es importante señalar que, en base a esta curva, es posible calcular el coeficiente Gine para medir la concentración del ingreso.

Coefficiente de Gine

“Medida del grado de desigualdad en la distribución del ingreso en una sociedad, refleja la disparidad o desigualdad en la distribución del ingreso entre la población” (Estévez & Pérez, 2007, p. 147)

Este coeficiente se calcula a partir de la Curva de Lorenz, que constituye una forma gráfica de mostrar la distribución del ingreso de una población, en esta gráfica se relacionan los porcentajes acumulados de la misma, con los porcentajes acumulados de la renta que recibe esta población. El coeficiente se obtiene dividiendo el área comprendida entre el ente de equidad perfecta y la curva de Lorenz, entre la renta bajo la recta mencionada. (Estévez & Pérez, 2007)

Este procedimiento equivale a aplicar el siguiente algoritmo:

$$CG = \frac{A}{A + B}$$

CG: Coeficiente de Gini

A: Área entre la curva de Lorenz y la recta de equidad perfecta

B: Área bajo la curva de Lorenz

Estas medidas de concentración tratan de poner de relieve el menor o mayor grado de igualdad en el reparto del total de valores que tome la variable en análisis, en tal sentido la curva de Lorenz y el Índice de Gini son dos conceptos de gran importancia, como se mencionó en los párrafos anteriores. (Sarabia & Pascual, 2012)

El coeficiente de Gini sirve para medir la desigualdad de ingresos de una sociedad, esta medida varía entre los valores de 0 y 1; donde el valor cero corresponde a equidad absoluta y el valor de uno por el contrario representa el límite externo de la inequidad absoluta (Falconí, 2012).

El indicador más utilizado y aceptado para la cuantificación de los niveles de desigualdad de ingresos es el coeficiente de concentración de Gini, donde se toman

valores de 0 a al existir igualdad y 1 en desigualdad, así geoméricamente esta medida está relacionada con la curva de Lorenz. La curva de Lorenz recoge la relación entre las proporciones acumuladas de población (%P_i) y de ingreso (% Y_i). De este modo, si a cada proporción de la población le corresponde la misma proporción de ingresos (P_i=Y_i para todo i), se forma una línea de 45 grados que representa la línea de equidad perfecta y refleja la ausencia de desigualdad (Lizárraga, 2013).

El cálculo del índice de Gini se lleva a cabo de diversas formas, pero la más utilizada es la siguiente:

$$I.Gini = \left| 1 - \sum_{i=1}^n (P_i + P_{i-1})(Y_i - Y_{i-1}) \right|$$

En dicha expresión, P_i es la proporción acumulada de la población del percentil i e Y_i es la proporción acumulada de ingreso para el mismo percentil. Se concede igual peso a las distancias en todos los percentiles, por lo que el índice de Gini permite conocer las brechas entre las proporciones acumuladas de población e ingreso (Lizárraga, 2013).

3.2.2. Turismo

Según la organización Mundial del Turismo, se lo define como las actividades que comprenden el movimiento de un lugar a otro –diferente al entorno habitual-, ya sea en territorio nacional o internacional, por un periodo no mayor a un año con fines de ocio, descanso, negocios, entre otros (UNWOTO, 2017), al ser una fuente de ingresos y de apoyo al cambio a la matriz productiva de un país, se considera a esta industria cómo factor decisivo del crecimiento económico (Romero & Molina, 2013).

El turismo, debe enfocarse en una promoción turística de forma sostenible y responsable con la naturaleza, y con la propia vida humana, es decir el turismo orientado a la conciencia social y ambiental (Mihalic, 2016), bajo esta visión considera que la industria turística debe impartir principios ecoturísticos, dicho de

otra manera se debe crear procesos para la planificación y preservación de recursos naturales (Cobbinah, 2015).

La promoción del turismo, se centra en construir la marca ciudad de un determinado lugar, y como toda marca debe ser susceptible de la percepción del turista, de este modo con el fin de satisfacer y superar las expectativas del cliente, la calidad en el servicio de turismo debe estar enfocado en tres etapas: antes, durante y después de la venta, es importante conocer la opinión del turista después de la visita, debido a que un turista satisfecho contribuye al crecimiento de la demanda turística (Manhas, 2016).

Por otro lado, para comprender mejor la terminología en la industria del turismo, hay que diferenciar dos constructos, que la mayoría de veces se usan como sinónimo, pero en realidad son terminologías diferentes, como se explica en la figura 16.



Figura 16: Diferencia entre visitante y turista

Fuente: Adaptado de Srihadi, (2016). *Segmentation of the tourism market for Jakarta: Classification of foreign visitors' lifestyle typologies*, p. 2, Tourism Management Perspectives

Agentes del turismo

Cada uno de los agentes que forman parte de la estructura productiva del turismo tiene un protagonismo complementario e integral, que llevados bajo normas de calidad y sostenibilidad, permiten hablar de productividad turística, de esta manera la

planificación en el turismo, permite estratégicamente fructificar la ubicación competitiva de los lugares turístico (Ohlan, 2017).

Transporte

La disposición del turista ante la decisión de elegir un determinado tipo de transporte se basa en: el motivo del viaje, la edad, el nivel económico, y la ubicación geográfica del destino (Le-Klähn, 2014). En este mismo sentido, se considera que la movilidad disponible que hace accesible un destino turístico, influye en la cantidad de demandantes que arriben al lugar, por tanto también influye en el indicador económico de crecimiento del sector turístico (Pronello & Camusso, 2017) .

Alojamientos

Se entiende por alojamiento turístico, al servicio que brindan determinadas empresas, el servicio consiste en brindar de manera profesional y normalizada el alojamiento no permanente de un visitante, acorde a la ley de funcionamiento (Gunasekaran & Anandkumar, 2012). La hospitalidad debe presentar características de confortabilidad para lograr la satisfacción del turista, mientras más personalizado sea el servicio, mayor será la categoría del alojamiento (Neil, 2017).

Gastronomía

El arte culinario permite deleitar el paladar del turista, es necesario mencionar que el visitante en sus actividades turísticas también considera experimentar nuevas sensaciones y sabores (Sormaz, Akmese, Gunes, & Aras, 2016), así también lo afirma Gerasimoski (2012), al decir que la gastronomía es uno de los principales atractivos turísticos, y en algunos casos es un servicio adicional de los alojamientos, la finalidad de esta combinación es otorgar más comodidad al turista

Diversión

La diversión es un agente del turismo predominante en la selección de un atractivo turístico por parte del visitante, el turismo tiene como finalidad brindar descanso, comodidad y entretenimiento en los tiempos de ocio al viajante (Méndez & García, 2016). Esta característica facultara el incremento de ingresos concebidos por el turismo, debido a que mientras más divertido sea el destino para el turista, mayor será la satisfacción y perspectiva de lealtad hacia la repetición de visita al atractivo turístico (Valdez, 2017).

Agencias de viajes

Las agencias de viaje son empresa destinadas a trabajar en el sector turístico, su finalidad es la elaboración, planificación, promoción y venta de experiencias (viajes) alrededor de todo el mundo, para que una agencia de viaje tenga éxito, además de presentar los mejores productos, debe contar con una fuerza de ventas capacitada para atraer y generar la acción de compra en el turista (Chow & Loi, 2015).

Guías turísticas

El guía turístico es un agente de experiencia para el turista, por tanto su conexión, servicio y atención hacia el cliente debe ser empática, pero además debe tener un amplio conocimiento del lugar en el que guía, la finalidad es atender a las cuestiones del turista de manera eficiente, especialmente cuando el turista pida recomendación para visitar o no determinado lugar (Weiler & Walker, 2014). Por lo tanto, se entiende que el guía turístico debe ser un intérprete de las necesidades del turista (Pyke et al., 2016).

4. METODOLOGÍA

4.1. Fundamentación epistemológica

4.1.1. Positivismo

La investigación está basada en el positivismo, teoría que consiste en no admitir como válidos científicamente otros conocimientos, sino los que proceden de la experiencia, rechazando la noción a priori del concepto universal absoluto (Comte, 2017). Los investigadores realizan presunciones científicas como resultado de la investigación cuantitativa la misma que proporciona información objetiva. Los datos cuantitativos son más confiables y de esencial importancia para la teoría positivista.

Además, el positivismo considera como única clase de conocimiento válido al de carácter científico, el cual surge de respaldar las teorías tras la aplicación del método científico o realidad científica (Dzul, 2014). En efecto el positivismo se caracteriza por afirmar que el único conocimiento es aquel producido por la ciencia, en particular con el empleo de su método, consecuentemente el positivismo asume que sólo las ciencias empíricas son fuente aceptable de conocimiento (Meza, 2012).

4.2. Enfoque de la investigación

4.2.1. Cuantitativo

El enfoque de la presente investigación se basa en una perspectiva cuantificable, donde se tiene como referencia la creación de constructos mediante la indagación de factores numéricos, procesados estadísticamente para aprobar o rechazar el comportamiento de un fenómeno (Canto & Silva, 2013).

Sin embargo la rama social no es exacta, dado que los elementos influyentes en el comportamiento de los factores sociales no son estáticos

(Teza, Buchele, Souza, & Dandolini, 2016); por esta razón se considera que la fusión del enfoque cuantitativo .

4.3. Tipo de investigación

4.3.1. Descriptiva

Este tipo de investigación permite conocer el comportamiento real de un fenómeno en un tiempo determinado; y describe su comportamiento en un conjunto de características determinadas estadísticamente por el investigador (Aguirre & Jaramillo, 2015).

Además permite analizar y comprender el comportamiento del fenómeno de estudio, por tanto para la descripción de estas propiedades se pueden emplear métodos cualitativos y cuantitativos (Cairampoma, 2015).

En este caso de estudio, este tipo de investigación hace referencia a la descripción del impacto que tiene la inversión pública en el sector turístico.

4.4. Modalidad de la investigación

4.4.1. Bibliográfica – Documental

La presente investigación se basa en un marco bibliográfico documental, el cual consiste en seleccionar, sistematizar y usar criterios de selección para aceptar o no la información bibliográfica, se puede obtener de un arqueo de medios impresos o digitales (Carreño & Méndez, 2015).

Por otro lado, este modelo de búsqueda de información documental debe determinar parámetros de búsqueda, de modo que la teoría documentada sea enriquecedora para clarificar el comportamiento de las variables de estudio (Gómez-Luna, Fernando-Navas, Aponte-Mayor, & Betancourt-Buitrago, 2014). Es por ello que los criterios de selección son relevantes para discriminar la información utilizada en el estudio.

4.4.2. Transversal

La investigación transversal generalmente es usada en las ciencias sociales o de la salud, trata de observar y representar el efecto que causa un fenómeno en un población establecida y en un tiempo determinado (Bravo-Peña, Barona-Fong, Campo-López, Arroyave, & Calvache, 2017). Es decir, presenta la observación del fenómeno a un corte de tiempo, a diferencial de la investigación longitudinal, en donde se realizan observaciones en varios puntos a través del tiempo (Hurtado, Baños, & Silvente, 2015).

Para el caso de estudio se determinó la búsqueda de información con un lapso no mayor a cinco años de antigüedad, para evaluar la inversión en sector turístico de la provincia de Tungurahua.

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población (turismo de Tungurahua)

Se entiende por población al conjunto de elementos que comparten propiedades en común (Nieto, 2015), y en este referente se observa el fenómeno de estudio, considerando que son identificables cada uno de los elementos de la población (García, Reding, & Carlos, 2013).

Para la presente investigación se consideran cinco tipos de actividades turísticas: a) Alojamiento, b) Alojamiento y bebidas, c) Operación e Intermediación, d) Parques de atracciones estables, y d) Transporte Turístico.

En la Tabla N° 2 se muestra el número de establecimientos dedicados al turismo, identificados por tipo de actividad y cantón donde se encuentran ubicados.

Tabla 2: Número de establecimientos por tipo de actividad turística en la provincia de Tungurahua.

CANTÓN	ACTIVIDAD	POBLACIÓN	PORCENTAJE
AMBATO	Alojamiento	82	5,18%
	Alojamiento y bebidas	674	42,60%
	Operación e Intermediación	40	2,53%
	Parques de atracciones estables	82	5,18%
	Transporte Turístico	5	0,32%
TOTAL		883	55,82%
BAÑOS	Alojamiento	203	12,83%
	Alojamiento y bebidas	259	16,37%
	Operación e Intermediación	82	5,18%
	Parques de atracciones estables	24	1,52%
	Transporte Turístico	6	0,38%
TOTAL		574	36,28%
CEVALLOS	Alojamiento	1	0,06%
	Alojamiento y bebidas	7	0,44%
TOTAL		8	0,51%
MOCHA	Alojamiento y bebidas	3	0,19%
TOTAL		3	0,19%
PATATE	Alojamiento	3	0,19%
	Alojamiento y bebidas	14	0,88%
	Operación e Intermediación	2	0,13%
	Parques de atracciones estables	2	0,13%
TOTAL		21	1,33%
QUERO	Alimentos y Bebidas	3	0,19%
TOTAL		3	0,19%
PELILEO	Alojamiento	8	0,51%
	Alojamiento y bebidas	30	1,90%
	Operación e Intermediación	1	0,06%
	Parques de atracciones estables	3	0,19%
TOTAL		42	2,65%
SANTIAGO DE PÍLLARO	Alojamiento	6	0,38%
	Alojamiento y bebidas	33	2,09%
	Operación e Intermediación	2	0,13%
	Parques de atracciones estables	5	0,32%
TOTAL		46	2,91%
TISALEO	Alojamiento y bebidas	1	0,06%
	Parques de atracciones estables	1	0,06%
TOTAL		2	0,13%
TOTAL PROVINCIA DE TUNGURAHUA		1582	100%

*Nota: *La columna llamada porcentaje representa la distribución porcentual de la población en todos los cantones según el tipo de actividad.*

Fuente: Adaptado de (Ministerio de Turismo, 2017). Número de empresas turísticas de la Zona tres, p. 1, Ecuador.

Elaborador: Andrea Jurado

4.5.2. Muestra

La muestra es una agrupación proporcional y representativa de la población objeto de estudio, de modo que las características a estudiar puedan ser generalizadas a la población para futuras decisiones del investigador (Torales et al., 2017).

Fórmula

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)e^2 + z^2pq}$$

=

Dónde:

n=tamaño de la muestra

z=nivel de confianza 95%---- 1.96

p=probabilidad a favor de ocurrencia del fenómeno 50%---- 0.50

q= probabilidad a favor de ocurrencia del fenómeno 50%---- 0.50

N=población motivo de estudio (mercado objetivo del año 2018)

e=nivel de error 6%---0.06

Obteniendo

$$n = \frac{1582 (1.96)^2 0.5 * 0.5}{(1582 - 1) 0.06^2 + 1.96^2 0.50 * 0.50}$$
$$n = \frac{1519.3528}{6.652} =$$

$$n = 228.40 \cong 228 \text{ establecimientos}$$

4.5.2.1.Muestreo Aleatorio estratificado

Se aplica un muestreo aleatorio estratificado, el cual consiste en agrupar toda la población en categorías típicas diferentes que poseen homogeneidad respecto a una característica, para asegurar que todos los estratos de interés queden correctamente recogidos y, por tanto, representados en la partición proporcional de la muestra (Otzen & Manterola, 2017).

A través de muestreo aleatorio estratificado se obtiene el número de establecimientos por cantón y actividad turística que se debe encuestar. El cálculo consiste en multiplicar la cantidad de la muestra por el porcentaje que representan los

restablecimientos de cada una de las actividades turísticas por catón, como se presenta en la tabla N° 3.

Tabla 3: Número de establecimientos a encuestar por tipo de actividad turística en la provincia de Tungurahua.

CANTÓN	ACTIVIDAD	POBLACIÓN	PORCENTAJE	MERCADO OBJETIVO
AMBATO	Alojamiento	82	5,18%	12
	Alojamiento y bebidas	674	42,60%	98
	Operación e Intermediación	40	2,53%	5
	Parques de atracciones estables	82	5,18%	12
	Transporte Turístico	5	0,32%	1
	TOTAL	883	55,82%	128
BAÑOS	Alojamiento	203	12,83%	29
	Alojamiento y bebidas	259	16,37%	38
	Operación e Intermediación	82	5,18%	12
	Parques de atracciones estables	24	1,52%	3
	Transporte Turístico	6	0,38%	1
	TOTAL	574	36,28%	83
CEVALLOS	Alojamiento	1	0,06%	0
	Alojamiento y bebidas	7	0,44%	1
	TOTAL	8	0,51%	1
MOCHA	Alojamiento y bebidas	3	0,19%	0
	TOTAL	3	0,19%	0
PATATE	Alojamiento	3	0,19%	0
	Alojamiento y bebidas	14	0,88%	3
	Operación e Intermediación	2	0,13%	0
	Parques de atracciones estables	2	0,13%	0
	TOTAL	21	1,33%	3
QUERO	Alimentos y Bebidas	3	0,19%	0
	TOTAL	3	0,19%	0
PELILEO	Alojamiento	8	0,51%	1
	Alojamiento y bebidas	30	1,90%	5
	Operación e Intermediación	1	0,06%	0
	Parques de atracciones estables	3	0,19%	0
	TOTAL	42	2,65%	6
SANTIAGO DE PÍLLARO	Alojamiento	6	0,38%	1
	Alojamiento y bebidas	33	2,09%	5
	Operación e Intermediación	2	0,13%	0
	Parques de atracciones estables	5	0,32%	1
	TOTAL	46	2,91%	7
TISALEO	Alojamiento y bebidas	1	0,06%	0
	Parques de atracciones estables	1	0,06%	0
	TOTAL	2	0,13%	0
TOTAL PROVINCIA DE TUNGURAHUA		1582	100%	228

Elaborador: Andrea Jurado

Análisis Interpretación

Para la presente investigación la muestra es de 228 establecimientos distribuidos de la siguiente manera:

En el cantón Ambato son 128 establecimientos: a) alojamiento 12, b) Alojamiento y bebidas 98, c) Operación e Intermediación 5, Parques de atracciones estables 12, y Transporte Turístico 1.

En el cantón Baños son 83 establecimientos: a) alojamiento 8, b) Alojamiento y bebidas 38, c) Operación e Intermediación 12, Parques de atracciones estables 3, y Transporte Turístico 1.

En el cantón Cevallos es 1 establecimiento de alojamiento y bebida.

En el cantón Patate son 3 establecimientos: b) Alojamiento y bebidas 3.

En el cantón Pelileo son 6 establecimientos: a) alojamiento 1, b) Alojamiento y bebidas 5.

En el cantón Píllaro son 7 establecimientos: a) alojamiento 1, b) Alojamiento y bebidas 5, y Parques de atracciones estables 1.

4.6. Recolección de información

El proceso de recolección de datos se llevó a cabo a través de la técnica de la encuesta. En la revisión documental se expresa que la encuesta es una técnica cuantitativa que se aplica sobre una muestra de sujetos que se lleva a cabo en un contexto de la vida diaria, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el objeto de conseguir mediciones sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población (Poveda, 2015). La encuesta consiste en obtener información de las personas encuestadas a través del uso de cuestionarios diseñados de forma previa para la obtención de información específica (Gueto, y

otros, 2012). La ventaja principal de esta técnica es su potencial predictivo que permite el registro de características de la población a partir del análisis de una muestra y con ello poder estandarizar la información (Monti, 2013).

En la presente investigación se diseñó una encuesta como técnica de recolección de datos misma que consta en primera instancia sobre datos generales del encuestado y posteriormente sobre aspectos de inversión pública en el sector turístico de la provincia de Tungurahua.

4.7. Confiabilidad del instrumento

El instrumento diseñado se encuentra conformado por 14 ítems, la misma que será aplicada a 228 prestadores turísticos. Sin embargo para determinar la confiabilidad del instrumento se realizó una prueba piloto con la aplicación de la herramienta a 20 prestadores turísticos de los 228, como se observa en la tabla siguiente:

Tabla 4: Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	19	8,3
	Excluded ^a	209	91,7
	Total	228	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

La primera prueba piloto tuvo como resultado que el cuestionario presenta una confiabilidad de 0,905 de acuerdo al análisis obtenido en base al coeficiente de Alfa de Cronbach, que equivale al 90,5 %, con lo cual se indica que se halla dentro del rango de fiabilidad permitida.

Tabla 5: Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,937	,959	14

5. RESULTADOS

5.1. Información sociodemográfica

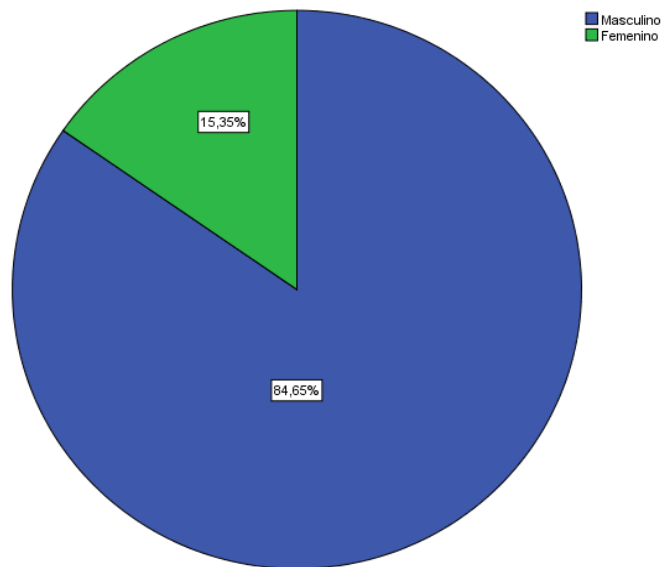


Figura 17: Sexo
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 84,65% de los propietarios de los establecimientos prestadores de turismo encuestados son hombres y el 15,35% son mujeres. Con lo que se puede manifestar que la mayor parte de propietarios de establecimientos turísticos de Tungurahua son de género masculino.

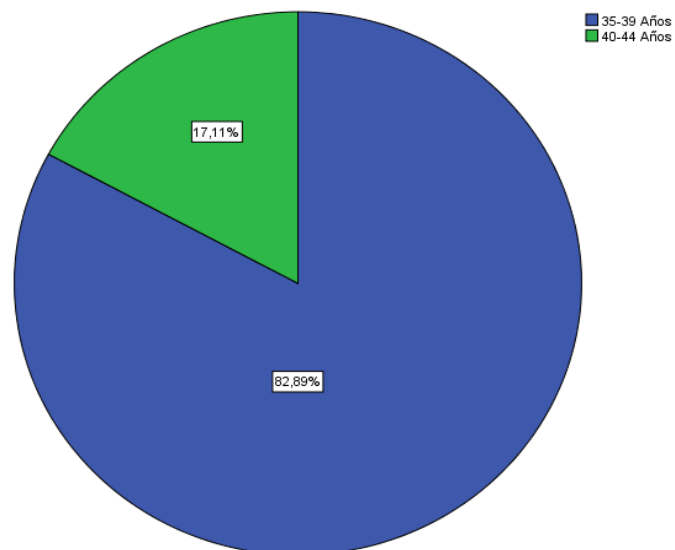


Figura 18: Edad
 Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: Andrea Jurado

El 82,89% de encuestados tiene una edad que fluctúa entre los 35 y 39 años de edad y el 17,11% entre los 40 y 44 años. Información que permite determinar que la mayor parte de prestadores turísticos se encuentran en edad productiva y poseen la suficiente madurez para el manejo de sus establecimientos. Esta información resulta relevante para el desarrollo de la investigación puesto que los encuestados pueden emitir un criterio fehaciente sobre la inversión pública en el sector turístico de la provincia.

Actividad economía

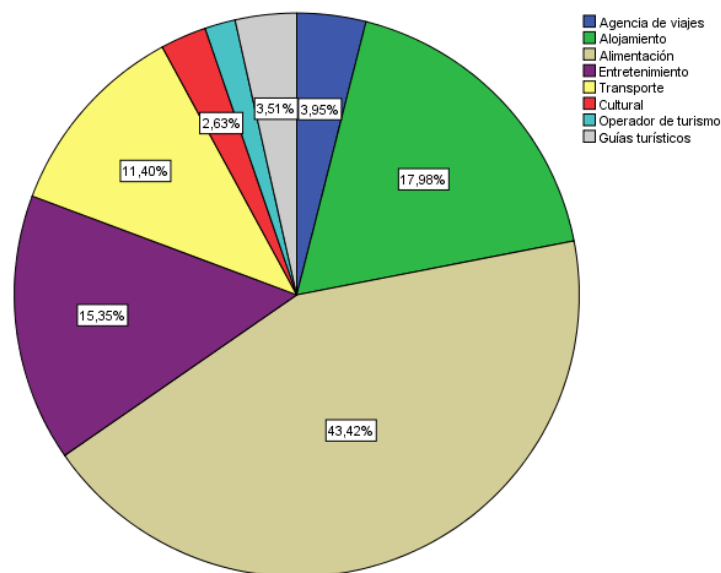


Figura 19: Actividad económica
 Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: Andrea Jurado

En la actualidad existen varios tipos de actividades turístico, las mismas que pueden ser clasificadas en: Hoteles, transporte turístico, agencias de viajes, operadoras de turismo, culturales, deportivos y entretenimiento (Brida & Scuderi, 2013). En la provincia de Tungurahua, respecto a la actividad turística a la que se dedican los encuestados, se encontró que el 43,4% corresponde a alimentación, 18,0% alojamiento, 15,4% entretenimiento, 11,4% transporte, 3,9% agencias de viajes,

3,5% guías turísticos, 2,6% al aspecto cultural y 1,8% es operador turístico. Por lo tanto, la principal actividad económica de los encuestados es la gastronomía.

Información específica (resultados encuesta)

5.1.1. Inversión pública

¿Qué impacto tiene en el sector turístico que la inversión pública en este sea baja?

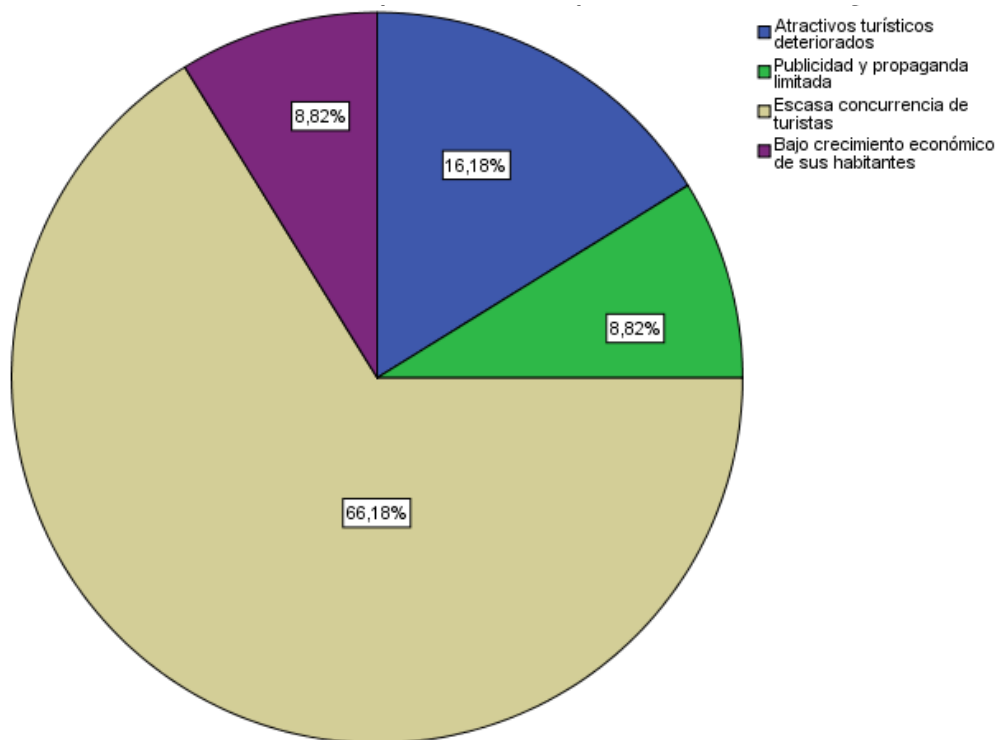


Figura 20: Impacto de baja Inversión pública

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Andrea Jurado

Del 100% de encuestados que considera que el nivel de inversión pública es bajo, un 66,18% afirma que ello ocasiona una escasa concurrencia de turistas, el 16,18% expresa que esto se hace evidente en el deterioro de atractivos turísticos y para el 8,82% ello repercute en la publicidad y propaganda limitada y el bajo crecimiento económico de sus habitantes. Información que permite establecer que al existir un bajo nivel de inversión pública tanto los productos como los servicios turísticos se

ven afectados lo que ocasiona una reducción en el porcentaje de turistas y por tanto en la generación de recursos.

5.1.2. Tipo de Inversión

¿Con que frecuencia la entidad competente ejecuta proyectos de inversión en el sector turístico de su cantón?

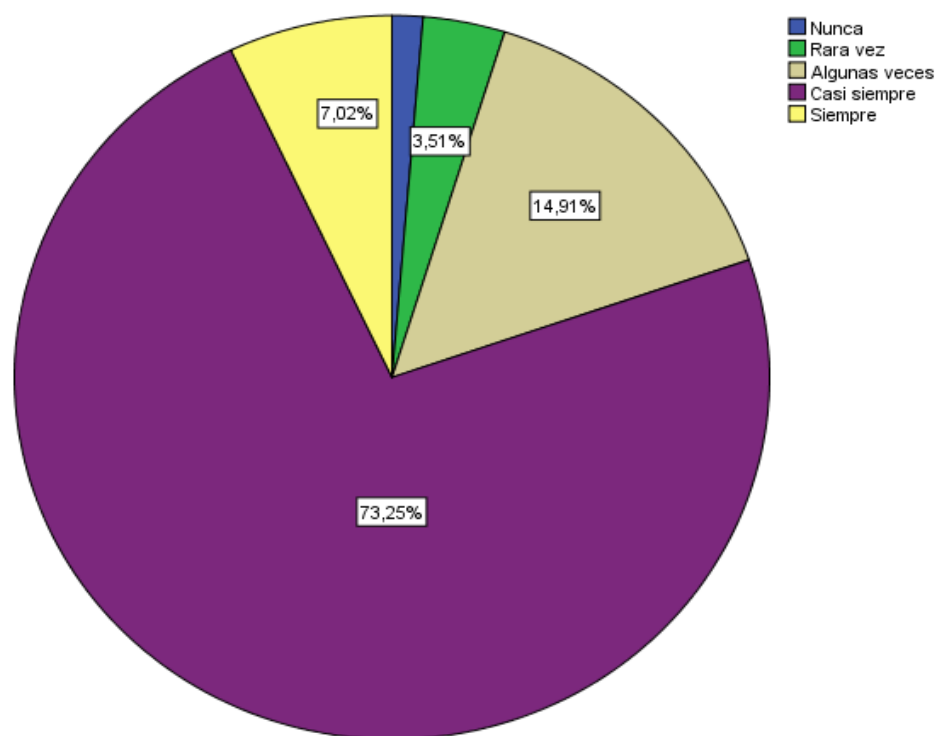


Figura 21: Frecuencia de proyectos de Inversión turística
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 73,25% de encuestados manifiesta que en el cantón casi siempre se ejecuta proyectos de inversión en el sector turístico, 14,91% afirma que se da algunas veces, 7,02% siempre, 3,51% rara vez y 1,30% nunca. Con lo antes expuesto, se puede manifestar que en el sector turístico de Tungurahua si se ejecutan proyectos de inversión para incrementar el desarrollo de los destinos y productos turísticos y así potenciar la competitividad de este importante sector. Es así que durante el año 2017 se realizó diversos programas como: la Especialización Turística “Tungurahua”, el cual se desarrolló en cada uno de los cantones de esta provincia, en el cantón Baños

se cumplió con la malla curricular Cultura del Detalle; Inglés para el Turismo; Buenas Prácticas en Turismo; Decoración y Diseño de Interiores. El diseño y estructuración de Rutas Agroturísticas Artesanales. (Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, 2018)

¿Qué tipo de inversión se ha realizado en su cantón que apoye el desarrollo del sector turístico?

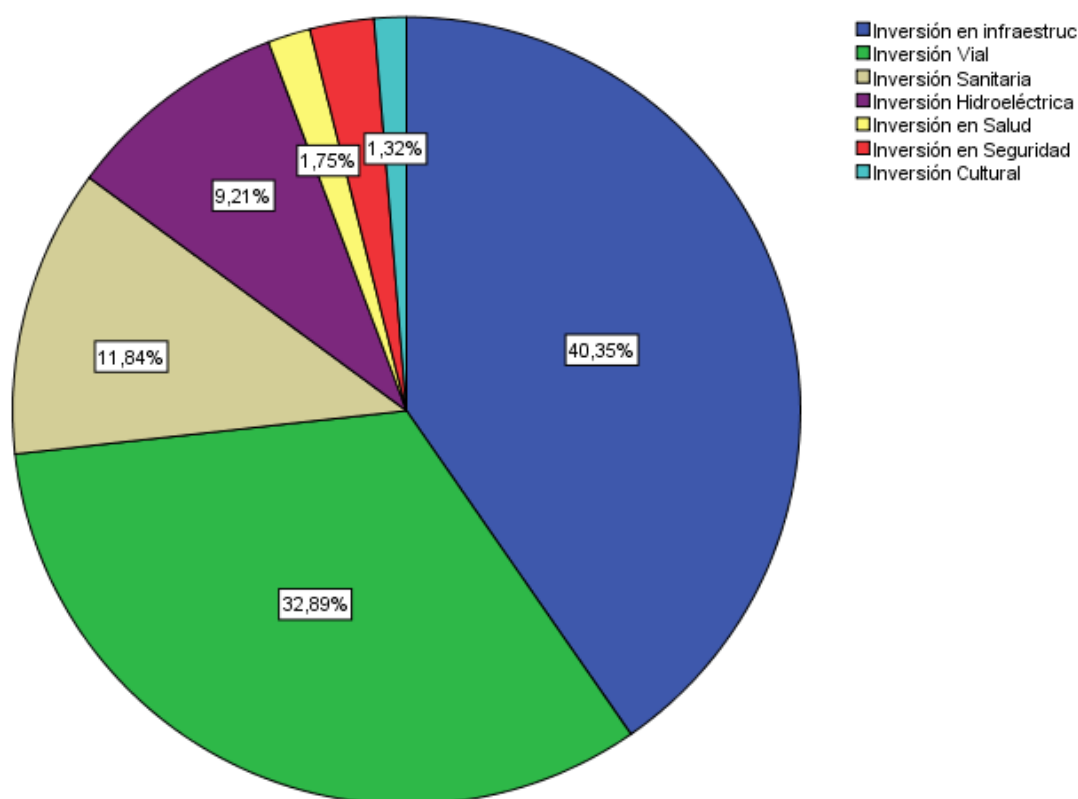


Figura 22: Tipo de Inversión en el sector turístico
 Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: Andrea Jurado

El 40,35% de encuestados manifiesta que la inversión en favor del turismo se ha dado en infraestructura, 32,89% en vías, 11,84% a nivel sanitario, 9,21% en hidroeléctricas, 2,60% en seguridad, 1,75% en salud y 1,32% en el aspecto cultural. Por lo tanto, la inversión pública se ha enfocado principalmente hacia la infraestructura turística con el fin de acrecentar la oferta de productos, destinos y servicios turísticos para la captación de turistas internos y extranjeros. Cabe mencionar que esta inversión es en la parte física de cada uno de los cantones, pero además se ejecutaron proyectos y programas conjuntamente con la comunidad

prestadora de servicios turísticos en cada uno de los cantones, como ya se ha mencionado anteriormente.

¿El GAD cantonal invierte en publicidad y propaganda para dar a conocer los atractivos turísticos de su cantón?

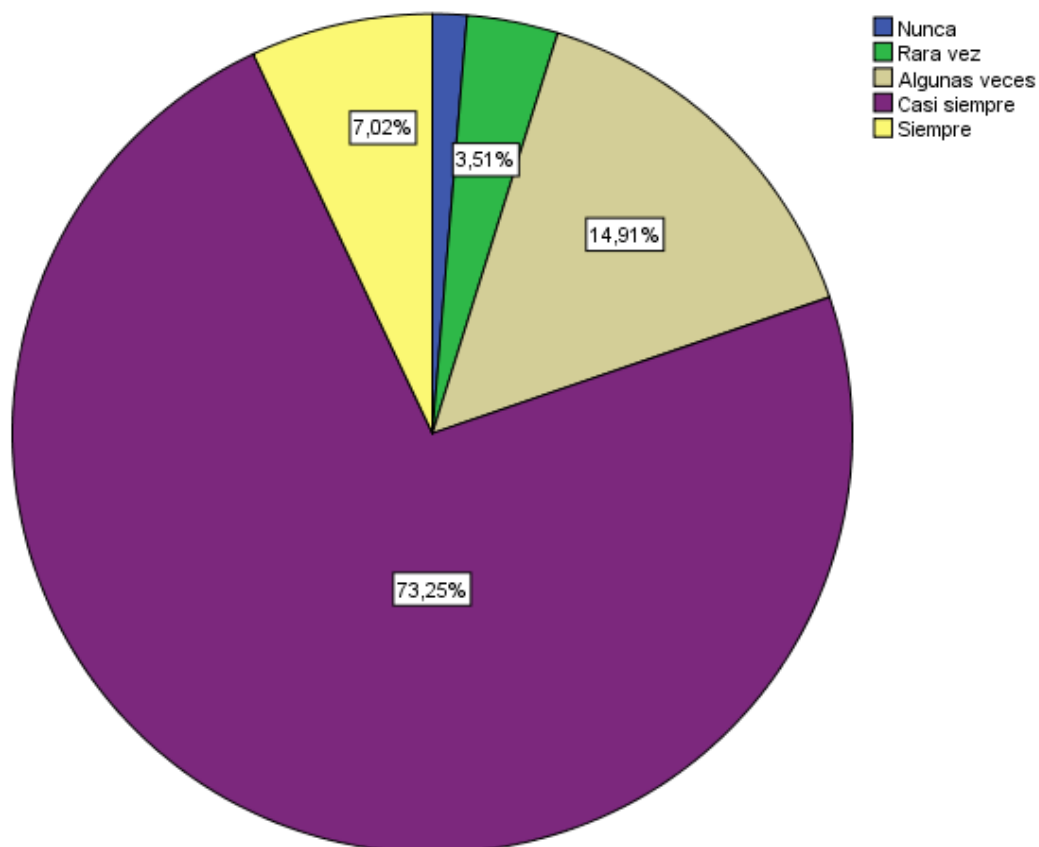


Figura 23: Inversión cantonal en publicidad
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 73,25% considera que casi siempre el GAD cantonal invierte en publicidad, 14,91% asume que es algunas veces, 7,02% siempre, 3,51% rara vez y 1,30% nunca. De este modo, se alude que en la provincia de Tungurahua el gobierno local si invierte en la promoción de sus destinos turísticos con lo que se da cumplimiento al objetivo propuesto por el Ministerio de Turismo del Ecuador que es de incrementar la promoción turística de los destinos a nivel nacional e internacional. Pues, se puede encontrar información general de los destinos turísticos en páginas de internet vallas publicitarias, entre otros. Por ejemplo, en las página de internet minube.com se expone los lugares que se pueden visitar al aire libre, los lugares culturales y más.

¿El GAD de su cantón invierte en programas de capacitación turística?

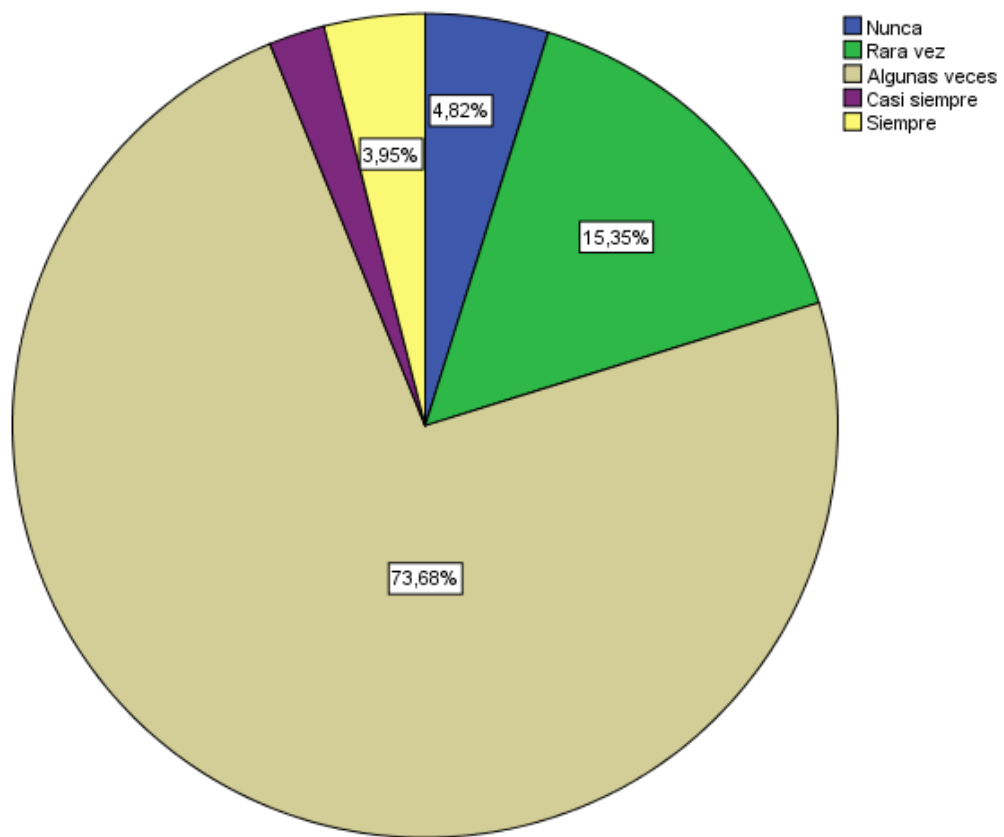


Figura 24: Inversión en capacitación

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Andrea Jurado

El 73,68% de encuestados expresa que sólo algunas veces el GAD invierte en programas de capacitación turística, 15,35% rara vez, 4,82% nunca, tan sólo el 3,95% considera que se da siempre y 2,20% casi siempre. Por lo tanto, el GAD no invierte de manera regular en proyectos de capacitación del talento humano y esto afecta la plena satisfacción del turista, se reduce la percepción de calidad de los establecimientos y localidad y esto se convierte en un grave problema de competitividad. Por lo que se considera que es necesario realizar una mejor difusión de los programas de capacitación que desarrollan el Gobierno Provincial de Tungurahua, ya que no todos los propietarios de los establecimientos prestadores de servicios turísticos conocen de los mismos.

5.1.3. Infraestructura

¿El GAD cantonal ha invertido en mejoras físicas de los atractivos turísticos de su cantón?

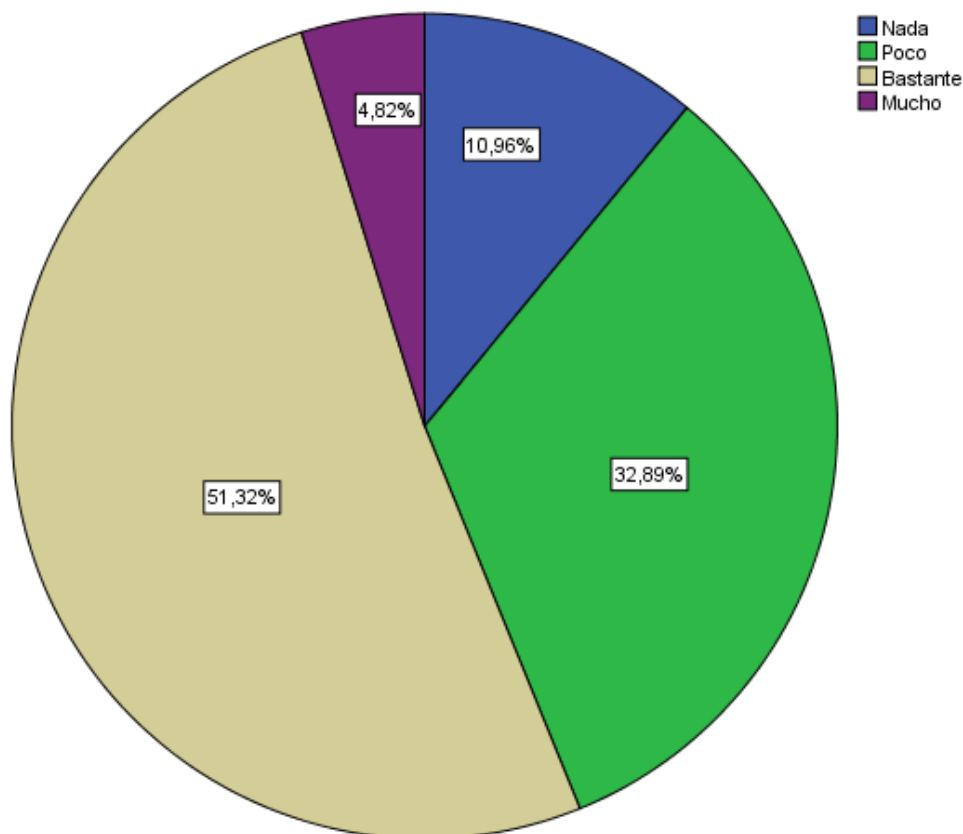


Figura 25: Inversión en mejoramiento físico
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 51,32% de encuestados afirma que el GAD cantonal ha invertido bastante en mejoras físicas de los atractivos turísticos, 32,89% poco, 10,96% nada y tan sólo el 4,82% refiere que ha sido mucho. Dicha afirmación hace notar que el cada uno de los GAD's cantonales ponen interés en la mejora de los atractivos turísticos, para incluir elementos diferenciadores y ofrecer al turista productos y servicios con valor añadido. Realizan mejoras en parques, quintas, complejo recreativos y más zonas turísticas.

¿Usted, ha invertido en mejoras físicas para hacer más atractivo su negocio para los turistas?

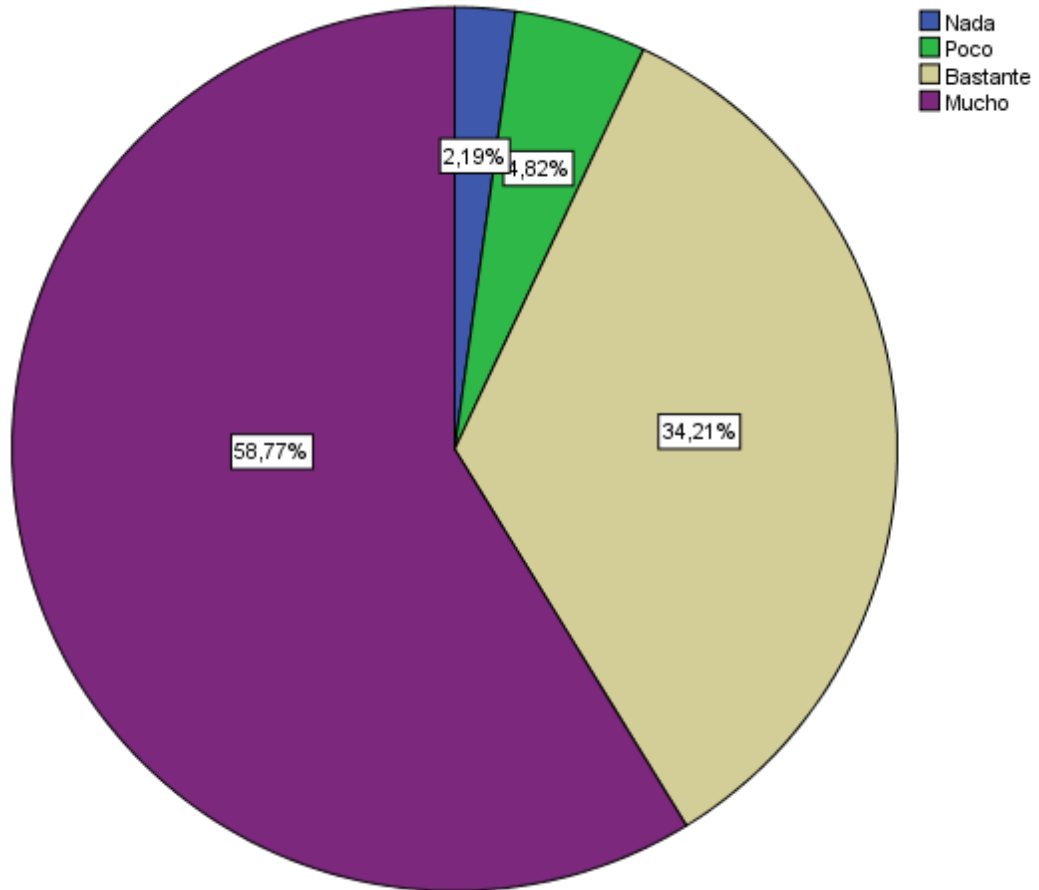


Figura 26: Inversión en mejoras físicas
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 58,77% de personas encuestadas afirma que de manera personal ha invertido mucho en mejoras físicas para hacer más atractivo su negocio, 34,21% afirma ha sido bastante, 4,82% poco y 2,19% nada. Información que permite determinar que el sector turístico de Tungurahua ha recibido a más de inversión pública la privada (cada empresaria), con lo que se ha potenciado la actividad turística, dinamizando la economía local e impulsado el desarrollo de la provincia. Este esfuerzo de trabajo mancomunado de los actores públicos, privados, comunitarios y la academia, está destinado a promover el desarrollo del turismo sustentable y a incrementar el volumen de ingresos de los visitantes y su nivel de gasto.

5.1.4. Competitividad-diferenciación

¿Indique que hace que su negocio se diferencie de los demás?

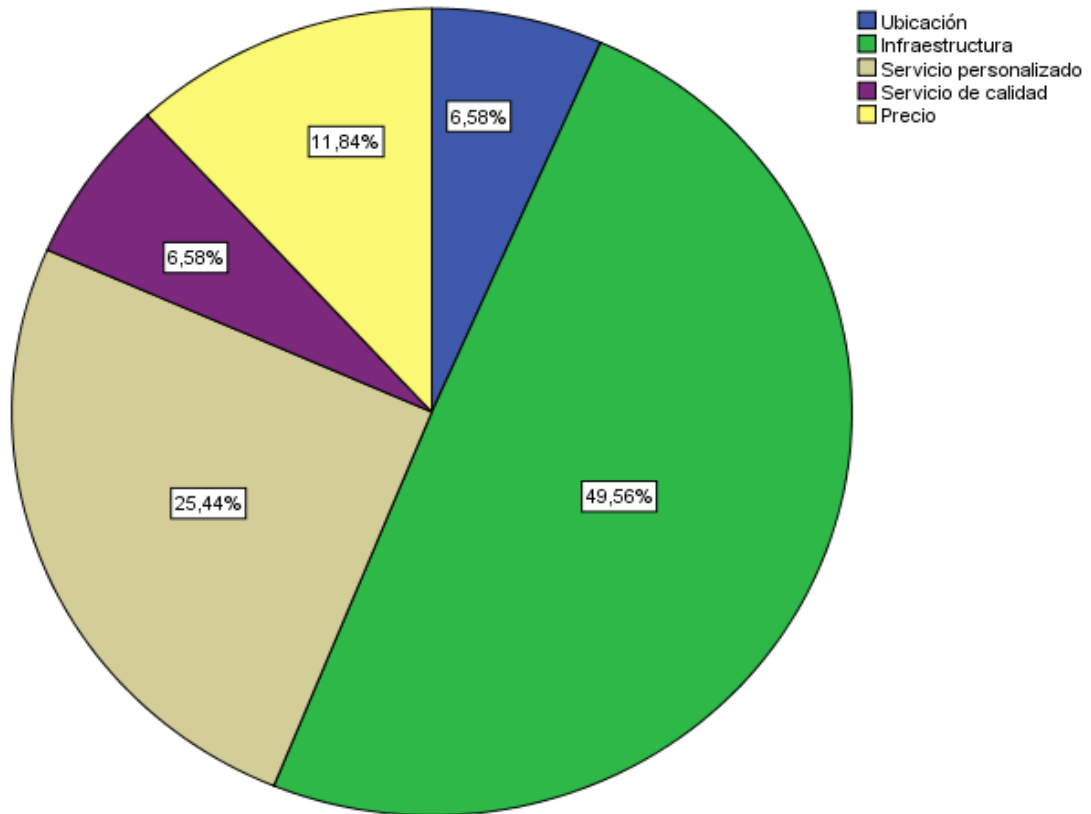


Figura 27: Acciones de diferenciación

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Andrea Jurado

El 49,56% de prestadores turísticos menciona que su elemento diferenciador es la infraestructura, 25,44% el servicio personalizado, 11,84% el precio, 6,58% el servicio de calidad y la ubicación geográfica. Con ello, se asume que el principal elemento diferenciador en el sector turístico de Tungurahua es la infraestructura, elemento que permite un funcionamiento eficiente del personal y un mayor grado de satisfacción de todo tipo de turista. Además, se debe resaltar el programa de capacitación que se desarrolló durante el periodo 2017, cumpliendo diferentes temáticas en cada uno de los cantones de la provincia de Tungurahua con la finalidad de fomentar buenas prácticas en las diferentes actividades turísticas que les permitan brindar una atención y servicio de calidad.

¿Durante el último año ha invertido en publicidad y propaganda para dar a conocer su negocio?

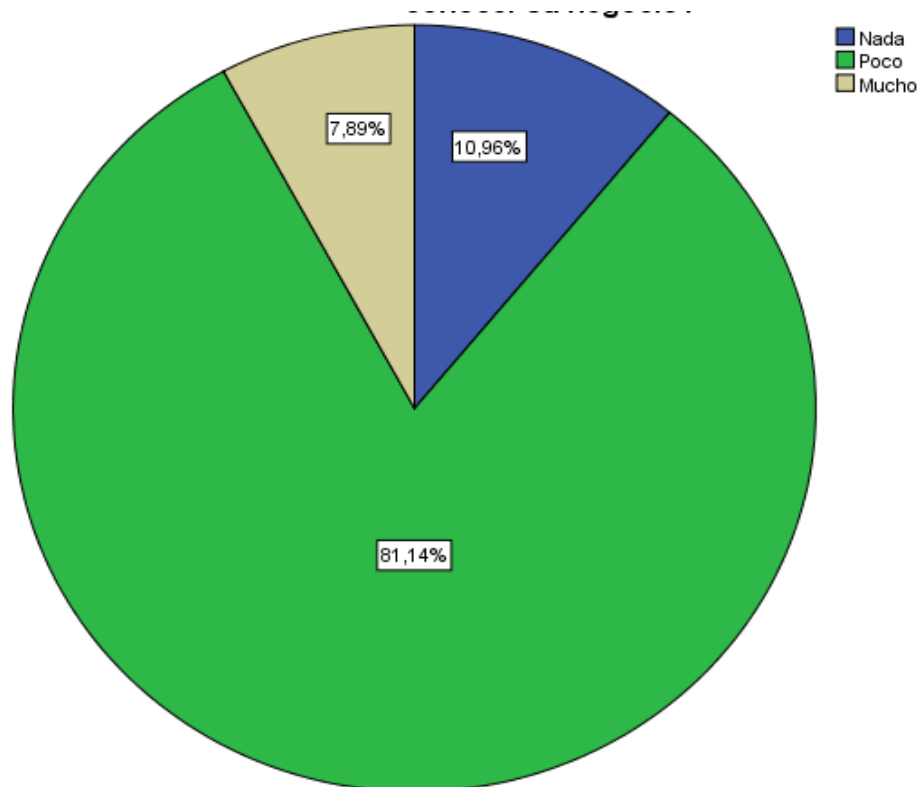


Figura 28: Inversión personal en publicidad
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 81,14% asume que durante el último año ha invertido pocos recursos en publicidad y promoción para dar a conocer su negocio, el 10,96% nada y tan sólo el 7,89% ha realizado una gran inversión. Los datos expuestos hacen notar que de manera individual muy pocos prestadores de servicios turísticos han asignado recursos para promocionar sus productos o servicios turísticos, factor que puede poner en riesgo sus negocios, puesto que se reconoce que la publicidad es primordial para impulsar la actividad turística y hacerla exitosa, puesto que por medio de esta se da a conocer tanto a visitantes y turistas nacionales y extranjeros los diversos atractivos turísticos que poseen cada uno de los cantones de la provincia de Tungurahua.

¿Qué medios de publicidad y propaganda utiliza para dar a conocer su negocio?

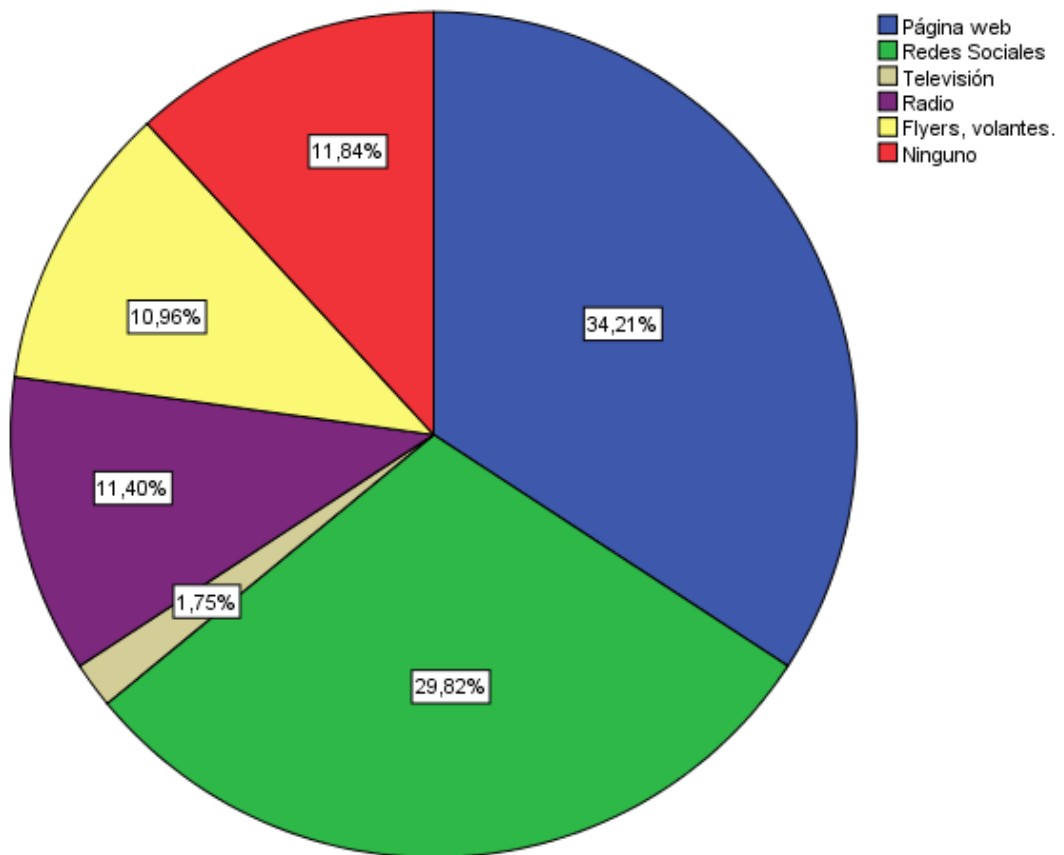


Figura 29: Medios publicitarios utilizados
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

34,21% de encuestados prefiere las páginas web para dar a conocer su negocio, 29,82% las redes sociales, 11,84% ninguno, 11,40% la radio, 10,96% Flyers, volantes y 1,75% prefiere la televisión. Información que permite conocer que el sector turístico tungurahuese prefiere medios publicitario digitales para dar a conocer sus negocios, puesto que es efectivo, de dominio masivo, de alto impacto, bajo costo y puede ser cuantificable. Además, en la actualidad muchas personas buscan nuevos destinos turísticos a través de sitios web, donde pueden encontrar información detallada del sitio elegido.

5.1.5. Productividad

¿Considera usted que la inversión pública que se ha realizado en el sector turístico ha incrementado la productividad de su negocio?

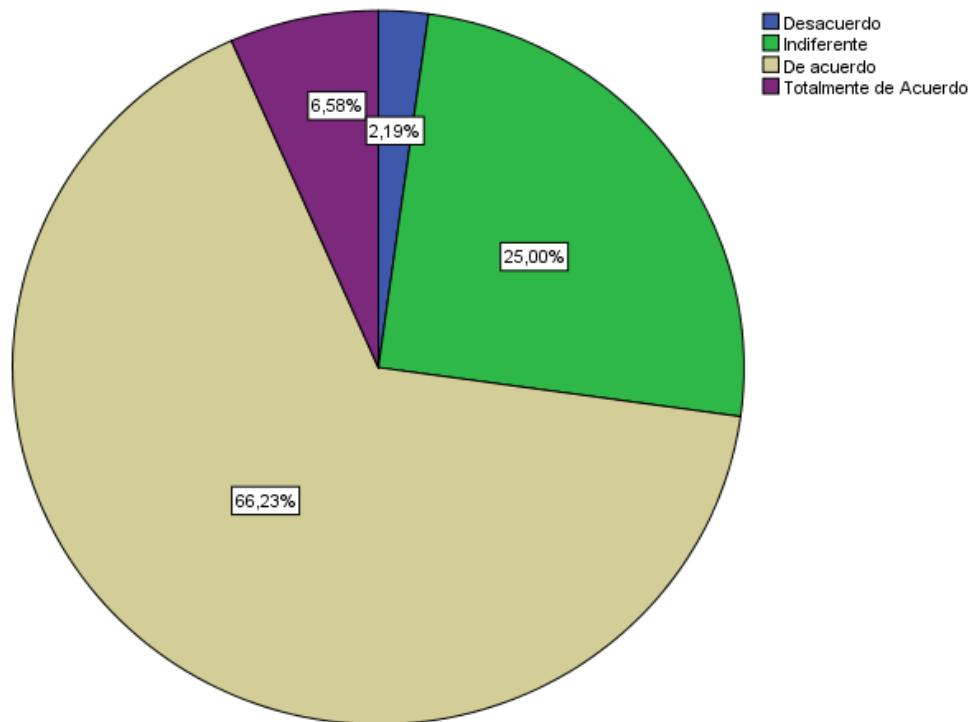


Figura 30: La inversión pública en el incremento de la productividad
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 66,23% de encuestados está de acuerdo con que la inversión pública en el sector turístico ha incrementado la productividad de su negocio, 25,00% se muestra indiferente, 6,58% está totalmente de acuerdo y 2,19% en desacuerdo. Por tanto, se asume que la inversión pública incrementa la productividad, ya que está en el motor de crecimiento que fortalece el bienestar sectorial a corto, mediano y largo plazo lo que genera excelentes panoramas de crecimiento y desarrollo. Sin embargo, el trabajo en equipo que realizan los actores públicos, privados, comunitarios y de la academia, logra el desarrollo del turismo sustentable e incrementa el volumen de ingreso de los visitantes y turistas nacionales y extranjeros.

¿Cuál es la cantidad promedio de turistas que recibe por mes actualmente?

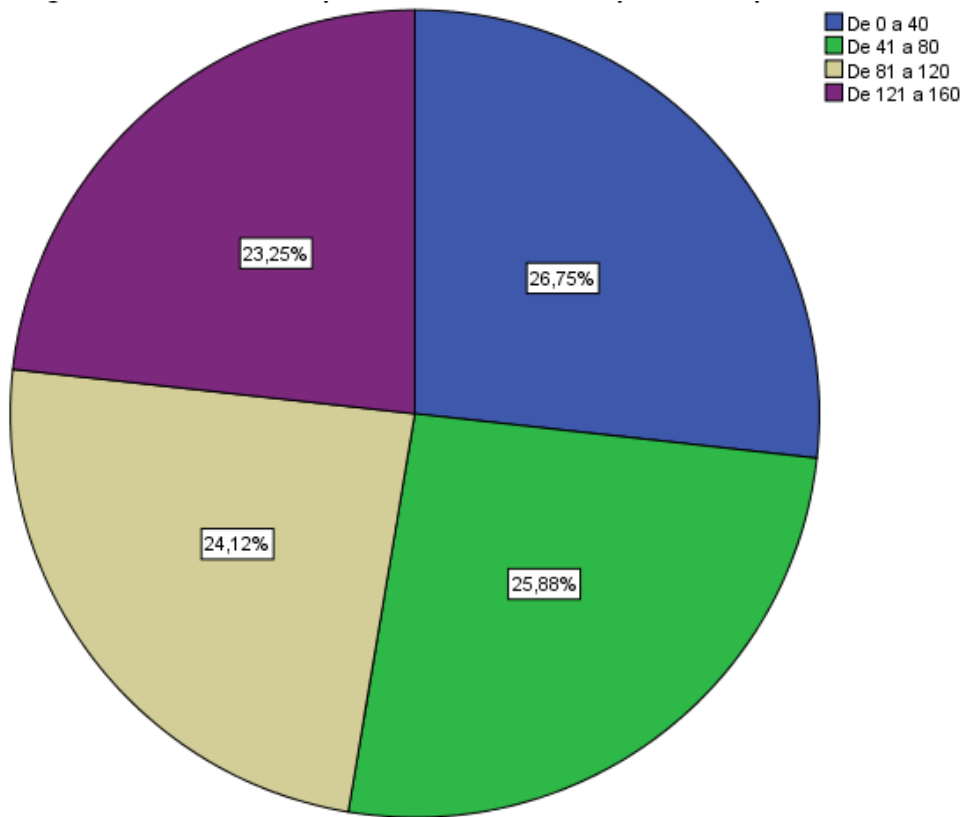


Figura 31: Promedio de turistas que se receiptan
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 26,75% de prestadores turísticos afirma recibir entre 0-40 turistas, 25,88% entre 41-80 turistas, 24,12% entre 81-120 turistas y 23,25% entre 121 y 160 turistas por mes. Con la información expuesta se asume que la provincia de Tungurahua acoge a una gran cantidad de turistas de manera mensual y ello se debe no sólo a los excelentes recursos turísticos sino a inversión en accesibilidad, infraestructura, manejo de precios y atención de calidad. Considerando que existen varias Rutas Agroturísticas Artesanales, cantonales, parroquiales y provinciales que fueron diseñadas y estructuradas conforme se determinó en los estudios realizados por el Centro de Fomento e Innovación Turística, en base a los Perfiles de Visitantes y Turistas que acuden a las diferentes festividades de los Cantones y Provincia.

¿Cuál es el nivel de afluencia de turistas según el mes?

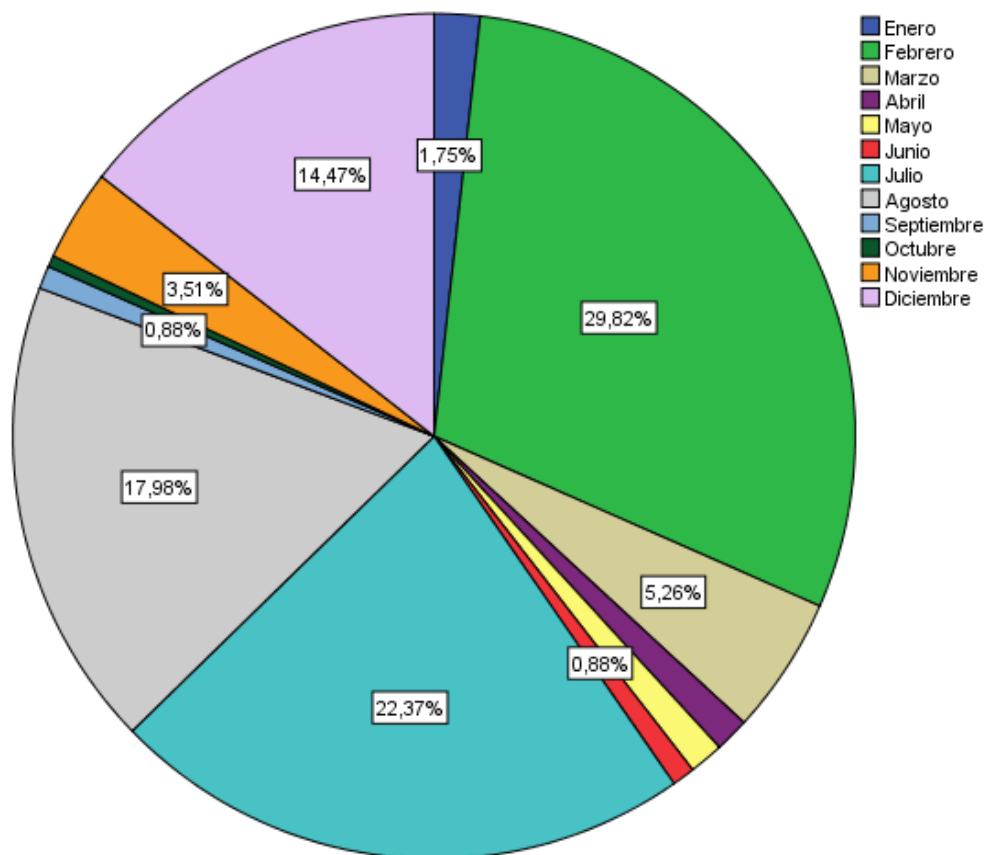


Figura 32: Afluencia turística por mes
 Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: Andrea Jurado

El 29,82% de encuestados refiere que el mes de mayor afluencia turística es febrero, 22,37% se inclina por julio, 17,98% agosto, 14,47% diciembre, 5,26% marzo, 3,51% noviembre, 1,75% enero, 1,30% en abril y mayo, 0,88% junio y septiembre, 0,40% en septiembre. Con la información expuesta se asume que, de manera general, la provincia de Tungurahua acoge a mayor cantidad de turistas en el mes de febrero, fecha en la que se desarrollan múltiples actividades en cada uno de los cantones debido a la celebración de festividades como la de las Flores y frutas y los carnavales, pues muchos turistas gustan de disfrutar de la variedad de programas culturales, folklóricos y de la gastronomía que se ofertan en la provincia.

¿Cuántas personas laboran en su negocio?

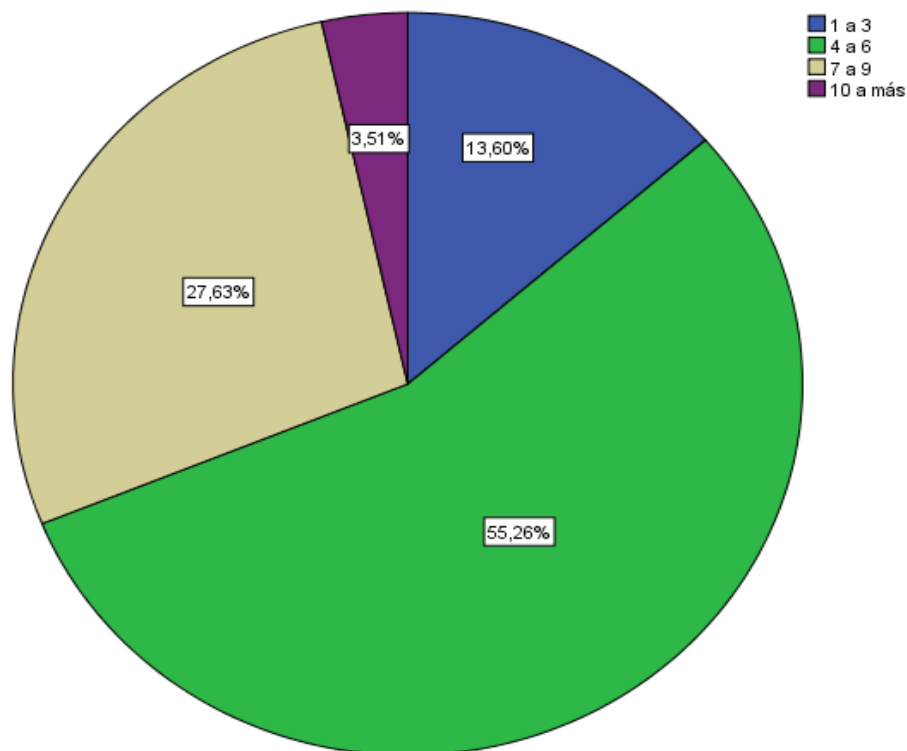


Figura 33: Personas que laboran en el negocio
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 55,26% de prestadores turísticos tienen entre cuatro y seis empleados en sus negocios, el 27,63% entre siete y nueve 13,60% entre uno y tres y tan sólo el 3,51% tiene más de diez. Información que refleja que la mayoría de negocios turísticos de la provincia de Tungurahua son microempresas puesto que no sobrepasan los 10 empleados y en ciertos casos el propietario cuenta también con uno más de los trabajadores, además que debido a la cuantía de turistas que se reciben, la cantidad de talento humano resulta adecuada y tiende a variar según el mes, ya que en los meses de mayor afluencia de Turistas muchos prestadores de servicios turísticos se ven en la necesidad de contratar más personal, con el propósito de atender oportunamente la demanda existente.

¿Realiza actividades que incentive del desarrollo eficiente de las actividades por parte de sus colaboradores?

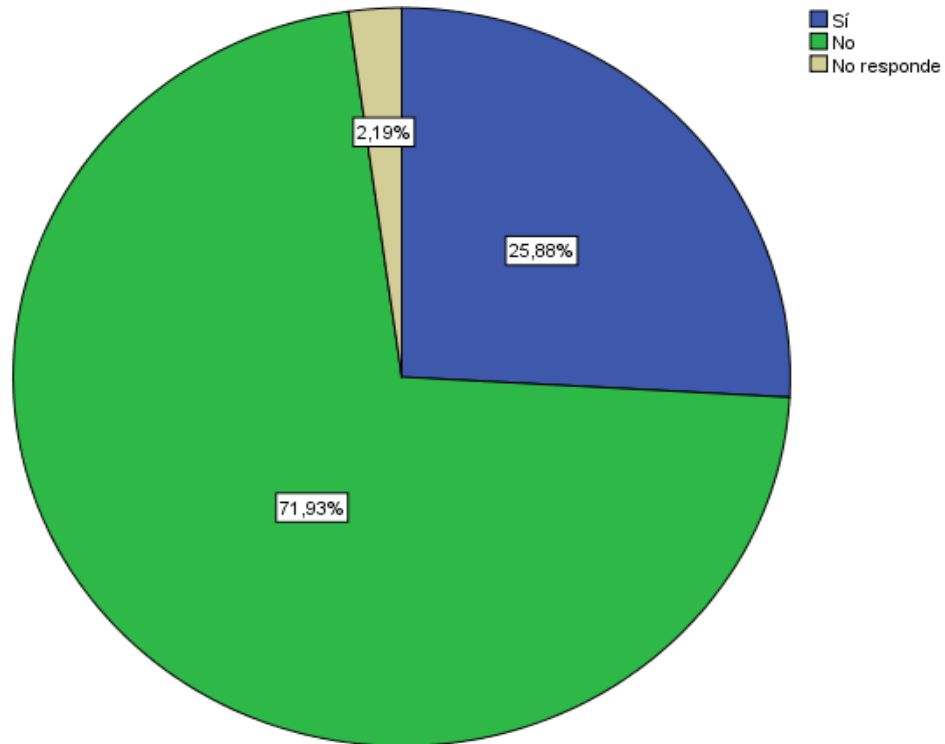


Figura 34: Actividades para el desarrollo eficiente
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 71,93% de encuestados asume no realizar actividad alguna para el desarrollo eficiente de sus colaboradores, el 25,88% refiere si hacerlo y el 2,19% se obtiene en su respuesta. Por lo tanto, se asume que la mayoría de prestadores turísticos no lleva a cabo actividades de incentivo lo que representa un riesgo para la empresa turística puesto que la productividad descende cuando el empleado o colaborador no se siente lo suficientemente motivado para cumplir con sus objetivos personales y los empresariales. Por lo que, es de gran importancia que los propietarios de los diferentes negocios efectúen planes que mantengan motivado a sus colaboradores.

¿Evalúa el desempeño del talento humano que labora en su negocio?

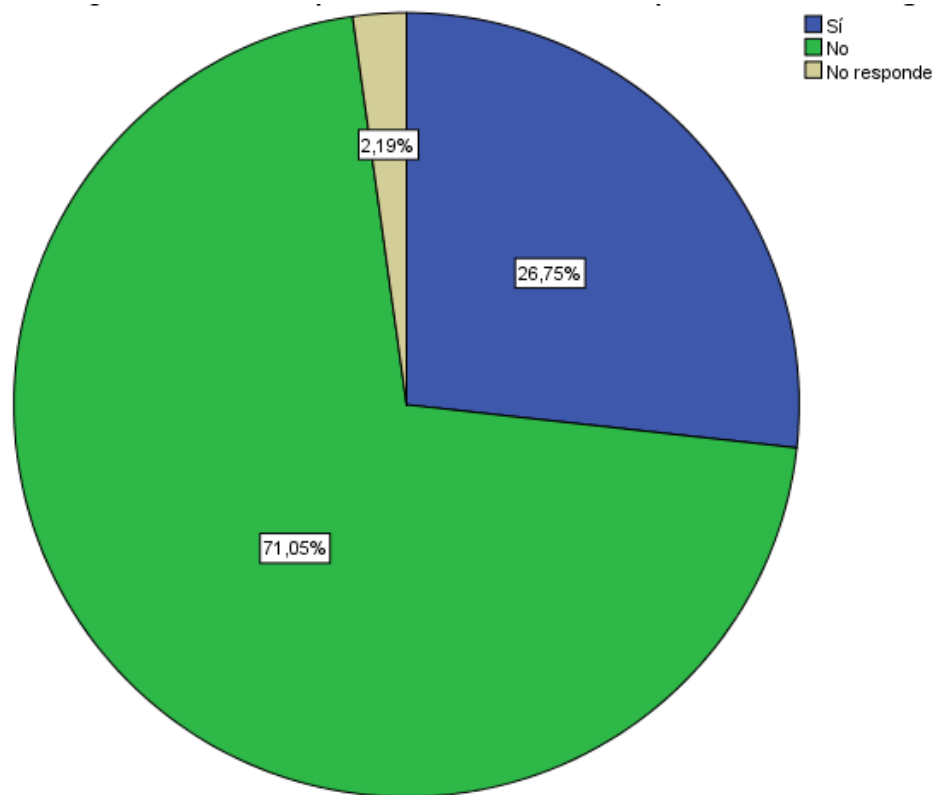


Figura 35: Evaluación del talento humano
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 71,05% de encuestados afirma que no evalúa el talento humano que labora en su empresa, el 26,75% si lo hace y el 2,19% no responde. Los datos permiten deducir que la mayoría de los prestadores turísticos no ejecuta ningún tipo de actividad para evaluar el desempeño del talento humano del que dispone. Esta información resulta negativa para las empresas ya que la evaluación es indispensable para cualquier tipo de empresa porque ayuda a la implementación de estrategias de solución de problemas y a afinar la eficacia

¿En promedio, a qué valor asciende sus costos mensuales?

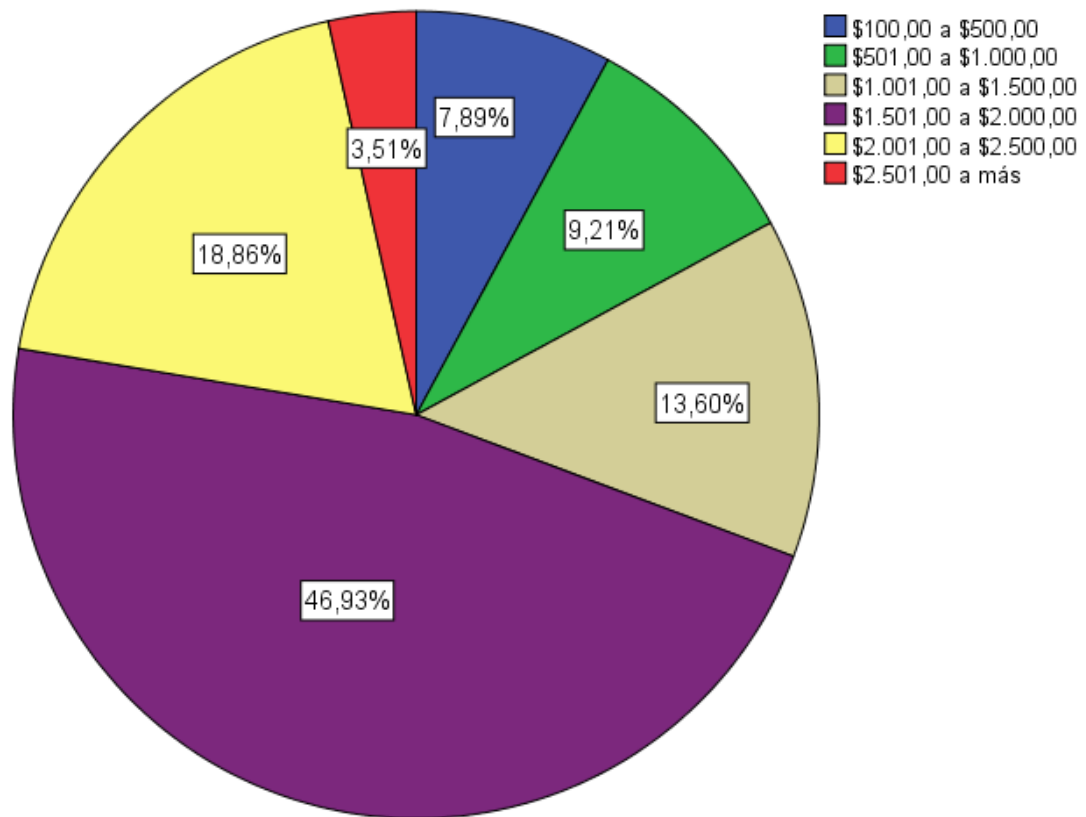


Figura 36: Costos mensuales
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 46,93% de los encuestados afirma que los costos mensuales de su establecimiento turístico fluctúan entre los 1.501 a \$2.000 dólares, para el 18,86% es de 2.001 a \$2.500, para el 13,60% es de 1.001 a \$1.500, para el 9,21% es de 501 a \$1.000, para el 7,89% es de 100 a \$ 500 y para el 3,51% es de \$2501 a más. Esta información permite deducir que la mayor parte de empresas turísticas de la provincia de Tungurahua han realizado una importante inversión para solventar los costos de sus establecimientos y ofrecer productos y servicios de calidad que garanticen su supervivencia, crecimiento y posicionamiento en el mercado.

¿En promedio, a qué valor asciende sus ingresos mensuales?

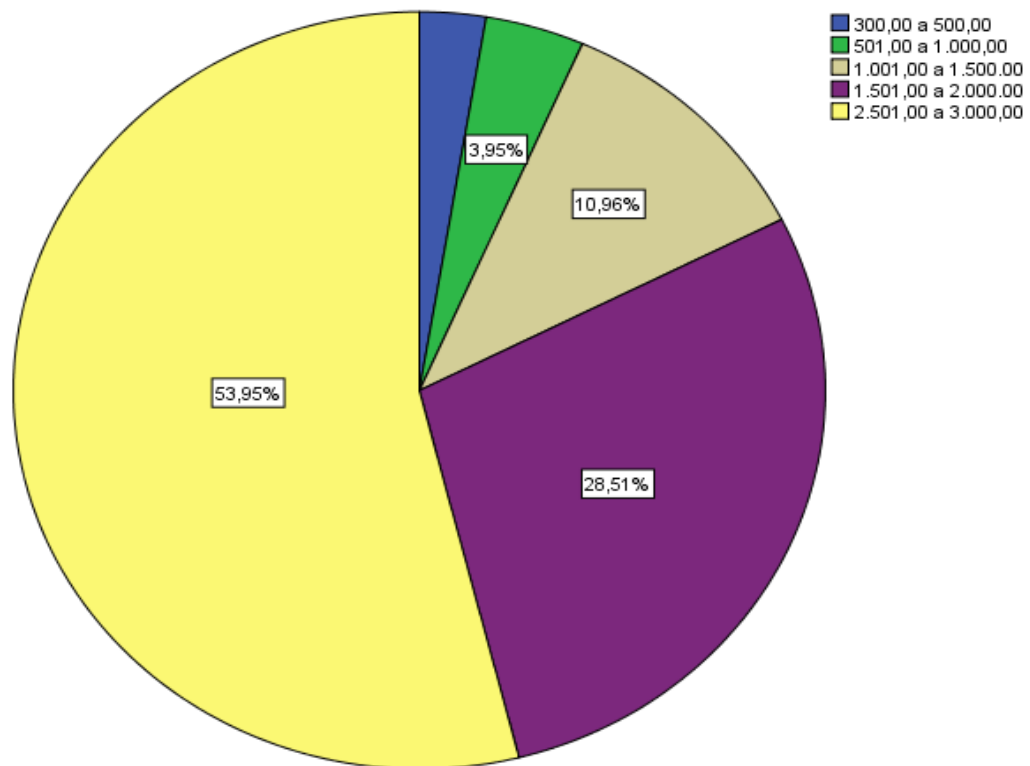


Figura 37: Ingresos mensuales
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Andrea Jurado

El 53,95% de encuestados afirma que sus ingresos mensuales son de 2.501,00 a 3.000,00, para el 28,51% es de 1.501,00 a 2.000,00, para el 10,96% es de 1.001,00 a 1.500,00, para el 3,95% es de 501,00 a 1.000,00 y para el 2,60% es de 300,00 a 500,00. Con lo expuesto se puede manifestar que la actividad turística en la provincia no genera la rentabilidad deseada para la mayoría de prestadores turísticos puesto que los costos superan los ingresos percibidos. No obstante, según el informe presentado por el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua (2018) el crecimiento continuo del turismo y su diversificación ha sido beneficioso en términos económicos y de empleo para quienes son parte de las rutas turísticas.

5.3. Aplicación del Modelo Econométrico

Modelo econométrico a desarrollar es en base al Índice de la Curva de Lorenz y el Coeficiente de Gine para medir el beneficio económico en el Sector Turístico de la provincia de Tungurahua.

Fases para la elaboración de un modelo econométrico

En la siguiente figura se presenta las principales etapas que se debe seguir para desarrollar un modelo econométrico:

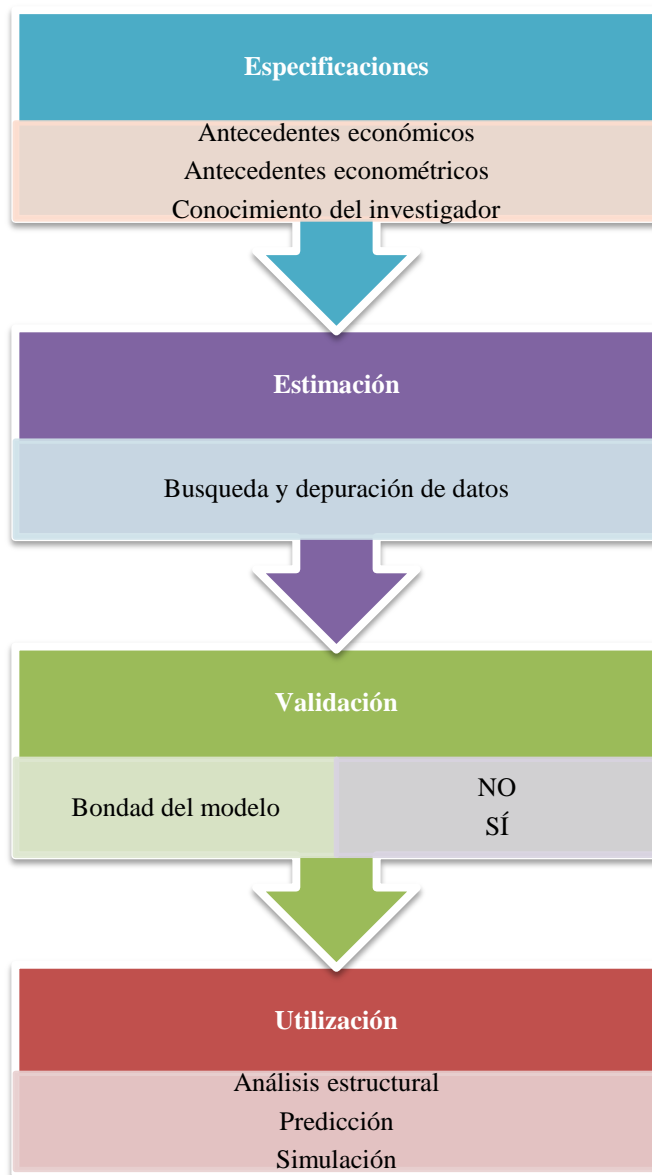


Figura 38: Fases de un modelo econométrico
Fuente: (Medina, 2015)
Elaborado por: Andrea Jurado

5.3.1. Desarrollo del modelo propuesto

- **Especificaciones**

Los resultados empíricos que se obtuvo a través de la aplicación de la encuesta aplicada a los propietarios de los establecimientos de cada uno de los cantones de la provincia de Tungurahua permitieron recopilar información sobre los ingresos que perciben los mismos, cuál es el mes que presentan mayor afluencia de turistas por ende mayores ingresos. Esta información a servicio de base para la elaboración de la Curva de Lorenz y establecer el Coeficiente de Gini, permitiendo medir el beneficio económico que obtiene este sector.

Se aplicó una encuesta a 228 propietarios de establecimientos turísticos de quienes, el 84,6% fueron hombres y 14,4% mujeres, evidenciando que la mayor parte de propietarios de establecimientos turísticos de Tungurahua son de género masculino. De la misma manera, del 100% de los encuestados, el 82,9% de encuestados tiene una edad que fluctúa entre los 35 y 39 años de edad y el otro 17,1% entre los 40 y 44 años, demostrando que los prestadores turísticos se encuentran en edad productiva y poseen la suficiente madurez para el manejo de sus establecimientos.

Con relación a la actividad económica de los establecimientos prestadores de servicios turísticos, se encontró que el 43,4% corresponde a alimentación, 18,0% alojamiento, 15,4% entretenimiento, 11,4% transporte, 3,9% agencias de viajes, 3,5% guías turísticos, 2,6% al aspecto cultural y 1,8% es operador turístico. Por lo tanto, la principal actividad económica de los encuestados es la gastronomía.

- **Estimación**

Con la información presentada en la siguiente tabla se estima que la provincia de Tungurahua acoge a mayor cantidad de turistas en el mes de febrero, fecha en la que se llevan a cabo múltiples actividades en cada uno de los cantones debido a la celebración de festividades como la de las Flores y frutas y carnavales.

Tabla 6: Afluencia turística por mes

MES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Enero	4	0,02
Febrero	68	0,30
Marzo	12	0,05
Abril	3	0,01
Mayo	3	0,01
Junio	2	0,01
Julio	51	0,22
Agosto	41	0,18
Septiembre	2	0,01
Octubre	1	0,00
Noviembre	8	0,04
Diciembre	33	0,14
Total	228	1,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Jurado

Los datos referentes al promedio de ingresos percibidos se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 7: Promedio de ingresos mensuales

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
300,00 a 500,00	6	2,6
501,00 a 1.000,00	9	3,9
1.001,00 a 1.500.00	25	11,0
1.501,00 a 2.000.00	65	28,5
2.501,00 a 3.000,00	123	53,9
Total	228	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Jurado

El 53,9% de propietarios de los establecimientos prestadores de servicios turísticos afirman que sus ingresos mensuales varían entre 2.501,00 a 3.000,00, para el 28,5% este varía entre 1.501,00 a 2.000.00, para el 11% es de 1.001,00 a 1.500.00, para el 3,9% es de 501,00 a 1.000,00 y para el 2,6% es de 300,00 a 500,00. Este valor también varía dependiendo del tipo de establecimiento, el cantón y el número de visitantes y turistas que estas reciben.

- **Validación**

Como ya se ha mencionado para desarrollar el modelo planteado se trabajó con una población de 228 propietarios de establecimientos, permitiendo obtener la información necesario para elaboran la Curva de Lorenz y establecer el Coeficiente de Gini:

- **Utilización**

Una vez establecidas las variables en estudio, en este caso los ingresos y los establecimientos turísticos se procede a establecer los ingresos promedio por mes:

Tabla 8: Estacionalidad e ingresos

MES	POBLACIÓN	ÍNDICE DE ESTACIONALIDAD	INGRESOS
Enero	4	0,02	\$ 112,32
Febrero	68	0,30	\$ 1.909,37
Marzo	12	0,05	\$ 336,95
Abril	3	0,01	\$ 84,24
Mayo	3	0,01	\$ 84,24
Junio	2	0,01	\$ 56,16
Julio	51	0,22	\$ 1.432,03
Agosto	41	0,18	\$ 1.151,24
Septiembre	2	0,01	\$ 56,16
Octubre	1	0,00	\$ 28,08
Noviembre	8	0,04	\$ 224,63
Diciembre	33	0,14	\$ 926,61
INGRESOS ANUALES			\$ 6.402,00
ESTABLECIMIENTOS			122
INGRESOS ANUALES PARA LA PROVINCIA			\$781.044,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Andrea Jurado

El 29,8% de los propietarios refiere que el mes de mayor afluencia turística es febrero, 22,4% se inclina por julio, 18% agosto, 14,5% diciembre, 5,3% marzo, 3,5% noviembre, 1,8% enero, 1,3% en abril y mayo, 0,9% junio y septiembre, 0,4% en septiembre. La provincia de Tungurahua acoge a mayor cantidad de turistas en el mes de febrero, fecha en la que se llevan a cabo múltiples actividades en cada uno de

los cantones debido a la celebración de festividades como la de las Flores y frutas y carnavales.

En la siguiente tabla se presenta el cálculo efectuado para elaborar la Curva de Lorenz:

Tabla 9: Curva de Lorenz

	INGRESO	POBLACIÓN	POBLACIÓN ACUMULADA	PRODUCTO ENTRE INGRESOS Y POBLACIÓN	ACUMULACIÓN DEL PRODUCTO ENTRE INGRESOS Y POBLACIÓN	VALOR P	VALOR DE q	DIFERENCIA ENTRE P y q
						0	0	
Rango 1	400	6	6	2400	2400	0,03	0,01	0,02
Rango 2	750,5	9	15	6754,5	9154,5	0,07	0,02	0,04
Rango 3	1250,5	25	40	31262,5	40417	0,18	0,09	0,08
Rango 4	1750,5	65	105	113782,5	154199,5	0,46	0,36	0,10
Rango 5	2250,5	123	228	276811,5	431011	1,00	1,00	0,00
						1,73		0,25

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Andrea Jurado

Para la representación gráfica se emplea un sistema de ejes coordenados ubicados en el eje de las abscisas, la proporción acumulada de sujetos, mientras que en el eje de las ordenadas está la proporción acumulada del recurso, de este modo, un punto (p; q) representa la proporción acumulada de sujetos (p), los cuales reciben un porcentaje (q) del recurso.

Además, se toma en cuenta otros indicadores a nivel nacional y provincial que permitieron efectuar una comparación con los resultados obtenidos en el presente estudio, como son:

Tasa de pobreza= 21,5%

La tasa de pobreza se encuentra calculada a nivel nacional, según datos de la página web ecuadorencifras.gob.ec:

$$lp_t = \alpha_t * lp_{(t=2006)}$$

Donde, ($t=2006$) es la línea de pobreza por consumo del año 2006, la misma que tiene un valor monetario mensual de US\$ 56,64 y α_t es el factor de ajuste que se obtiene a partir de la actualización del IPC . Para el caso de la línea de pobreza extrema ($t=2006$) es equivalente a US\$ 31,92. El factor de ajuste α_t es igual a:

$$\alpha_t = \frac{IPC_{t-1}}{\left(\frac{70,3815 + 70,2843 + 70,1227}{3}\right)}$$

Índice de Precios del Consumidor= -0.38%

El índice de precios del consumidor se encuentra calculada a nivel nacional, según datos de la página web ecuadorencifras.gob.ec:

$$P_L = \frac{\sum_{i=1}^n p_i^t q_i^t}{\sum_{i=1}^n p_i^0 q_i^0} = \sum_{i=1}^n (p_i^t / p_i^0) s_i^0$$

$$c_{ECV06}^{2014} = \frac{ipc_{abr06}^{2014} + ipc_{may06}^{2014} + ipc_{jun06}^{2014}}{3} = \frac{70,3815 + 70,843 + 70,1227}{3}$$

Donde:

- P_L : Índice de Laspeyres.
- n : Número total de bienes y servicios.
- p_i^0 y p_i^t : Precio del bien o servicio i, en el periodo 0 y t.
- q_i^0 y q_i^t : Cantidad adquirida del bien o servicio i, en el periodo 0 y t.

Los siguientes índices pertenecen a la provincia de Tungurahua, los datos fueron tomados del fascículo provincial publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:

Índice de Participación Global= 69,21%

$$TD = \frac{PEA}{PET} * 100$$

PEA: Población de 15 y más años de edad, económicamente activa

PET: Población en Edad de Trabajar

$$TD = \frac{136.594}{197351} * 100$$

Índice de Desempleo= 44,48%

$$TD = \frac{DESEM}{PEA} * 100$$

TD: Tasa de desempleo 15 y más años de edad

DESEM: Población de 15 y más años de edad, que se encuentra en situación de desempleo

PEA: Población de 15 y más años de edad, económicamente activa

$$TD = \frac{60.757}{136.594} * 100$$

Tasa de Empleo Bruto: 53.54%

$$TEB = \frac{Empleo}{PET} * 100$$

PET: Población en Edad de Trabajar

$$TEB = \frac{105.662}{197.351} * 100$$

A continuación, en la siguiente figura se presenta se presenta la gráfica de la Curva de Lorenz del sector en análisis:

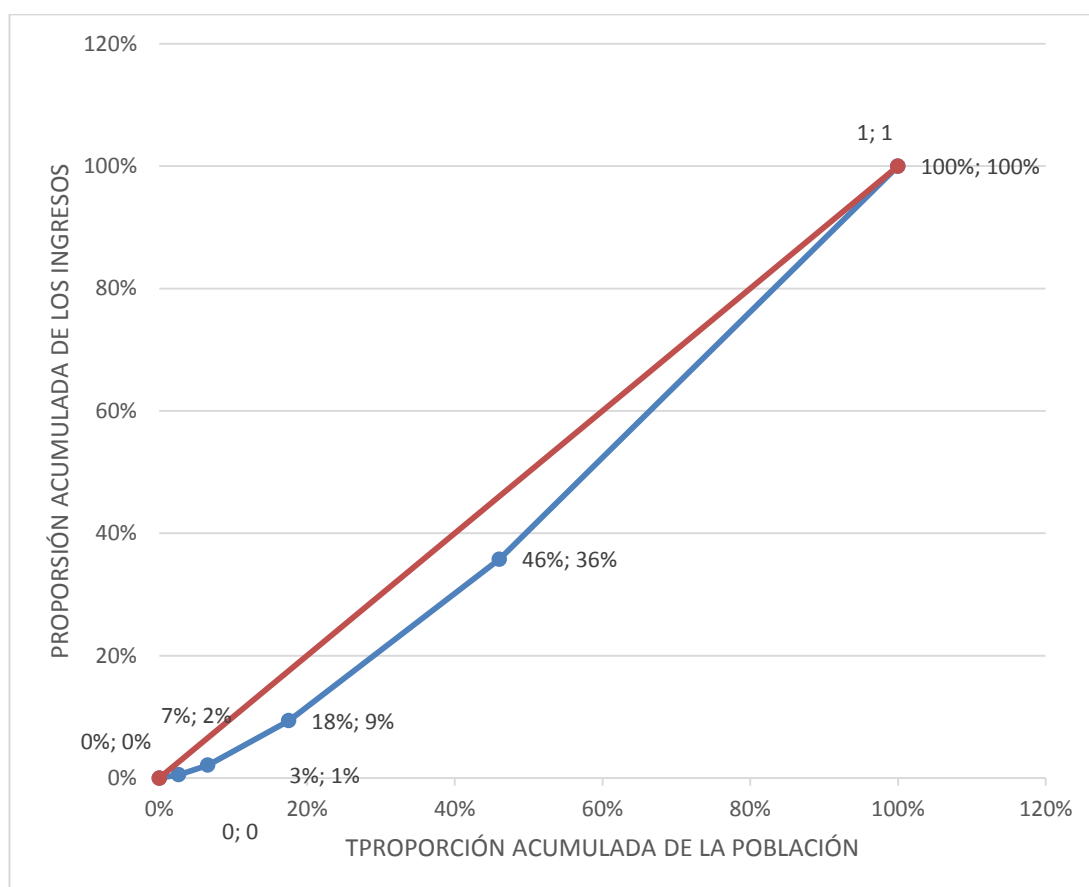


Figura 39. Curva de Lorenz
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Andrea Jurado

Como se puede observar en la gráfica de la Curva de Lorenz que el Sector Turístico de la Provincia de Tungurahua y en base a los resultados aplicados a 282 propietarios de establecimientos turísticos, calculando la cura de Lorenz se pudo determinar que del 100%, el 3% más pobre tiene el 1% de los ingresos, el 7% más pobre tiene ingresos del 2%, el 18% más rico tiene el 9% de los ingresos, y el 46% más rico concentra el 36% de los ingresos. Evidenciando lo señalado por Freire & Bayas (2018), que la mitad más pobre tiene dos tercios de los ingresos del diez por ciento más rico; el individuo con más ingresos obtiene 222 veces más que el de menores

ingresos. De esta manera, según el informe emitido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2018) a diciembre del 2017 la tasa de pobreza por ingresos en el Ecuador fue del 21,5%, así también, de acuerdo a los indicadores empleados por este Instituto, se consideró a una persona pobre en el país a aquella cuyos ingresos familiares per cápita fueron menores a 84,49 dólares mensuales, y un pobre extremo al que percibió en el seno familiar una cantidad por debajo de los 47,62 dólares. Con respecto a la inflación, se obtuvo que el Índice de Precios al Consumidor (IPC) acumulado general fue del -0,38%, sin embargo, al analizar la variación anual por divisiones de consumo, se pudo conocer que el índice de consumo de alojamiento, agua electricidad y otros fue del 1,53%, el consumo de transporte fue del 0,37%, los restaurantes y hoteles fue del 1,07%, obteniéndose un índice negativo del -0,22% en el consumo de recreación y cultura. Por otro lado, el índice de desempleo en el Ecuador a diciembre del 2017 se ubicó en el 4,6% existiendo una disminución de 0,6 puntos porcentuales, considerando además que, la tasa de empleo bruto fue de 64,6% a nivel nacional.

Gini Tungurahua	0,14
Gini Ecuador	0,459

Como ya se ha mencionado teóricamente el Coeficiente de Gini se calcula a partir de la representación de la Curva de Lorenz, a través de este se midió el grado de desigualdad que existe entre los ingresos percibidos por los establecimientos prestadores de servicios turísticos de la Provincia de Tungurahua, llegando a determinar que el Coeficiente Gini en la provincia es de 0,14, es decir se encuentra por debajo del Gini del Ecuador que ha diciembre del 2017 fue de 0,459 (INEC, 2017), esto indica que al ser menor la distribución de esta el ingreso es más igualitaria entre la población analizada, como lo expone Freire & Bayas (2018), en su artículo académico, en el cual afirma que esto se debe a que no existe acaparamiento de los diferentes recursos por parte de los individuos que reciben más ingresos y que quienes reciben menos ingresos reciben mucho más que al no contar con el turismo.

Indicadores de Gestión de la Curva de Lorenz

Las medidas derivadas de la Curva de Lorenz es el índice de Gini, el mismo que ya ha sido contextualizado en el presente trabajo investigativo, según ., dicha curva también permite conocer la Distribución de la Riqueza, la Igualdad de la Renta y también algunos Indicadores de Pobreza. El primero, hace posible observar si un conjunto poblacional posee algún nivel de disparidad en relación a la riqueza que posee y su diferencia con la media. Con el segundo, es probable evaluar el nivel de ingreso y de bienes al que tienen acceso las personas y su cálculo y grafica representa la efectividad de las políticas económicas y sociales adoptadas por la sociedad. Y los indicadores de pobreza, es posible evaluar qué porcentaje poblacional no posee los niveles económicos que permitan acceder a condiciones mínimas de bienestar. (Buccioni, 2012)

Comparativo entre con Inversión Pública y sin Inversión Publica

La Inversión Pública ha sido trascendental en el desarrollo y crecimiento del sector turístico, pues, a través del perfeccionamiento de Planes, Proyectos y Programas se han planteado y ejecutado propuestas para la protección del patrimonio natural y cultural; la promoción de la identidad y cultura ecuatoriana, junto con la promoción de mercados internacionales para exportación de productos, bienes y servicios culturales y patrimoniales; el desarrollo de la oferta turística nacional, el turismo receptivo y comunitario, vinculando los saberes y conocimientos de las comunidades en los procesos turísticos; y la promoción de industrias culturales. No obstante, si no existiera la Inversión Pública necesaria para este sector, su desarrollo y crecimiento se estancaría e incluso retrocedería, originando una serie de consecuencias, como el deterioro de lugares públicos, baja afluencia de turistas y por ende los prestadores de servicios turísticos busquen otra forma de traer ingresos a sus hogares, dejando en abandono esta actividad.

De este modo, el turismo es considerado como una fuente de distribución de recursos, pues constituye un sector estratégico donde se han destinado recursos públicos para el mejoramiento de la infraestructura turística y desarrollo de actividades. La provincia de Tungurahua caracterizada por gran concentración y abundancia de condiciones geográficas y paisajísticas aptas para turismo ecológico y

de aventura, con una gran Biodiversidad a través de sus múltiples pisos ecológicos. También, hay que destacar el hecho de que se ha desarrollado una concentración de infraestructura turística desarrollada desde hace más de 20 años. Dentro de la infraestructura disponible de la provincia se cuenta con 564 empresas dedicadas a actividades turísticas con un impacto estimado de 5000 puestos de trabajo (Ecuador, Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2017), además, se debe considerar el impacto del nivel de conectividad que se ha especializado en la información y promoción turística de la Provincia, donde se analiza el sector de transporte e infraestructura vial de acceso que permite en un solo día recorrer por carreteras de primer orden toda la provincia y la conexión con las cuatro regiones turísticas de la Región # 3. En base a lo expuesto, se han destinado fondos para la creación, fomento y promoción del turismo en la provincia de Tungurahua siendo el principal promotor la Prefectura de la Provincia por medio del Consejo Provincial.

En base a la encuesta aplicada a los 228 propietarios de los establecimientos prestadores de servicios turísticos se logro tener un estimada de la rentabilidad que alcanzan de forma mensual, como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 10. Promedio de Rentabilidad

Promedio de Ingresos	Promedio de Costos y Gastos	Rentabilidad/Perdida
\$ 10.983,00	\$ 5.396,76	\$ 5.586,24
\$ 16.474,50	\$ 15.759,60	\$ 714,90
\$ 45.762,50	\$ 38.775,50	\$ 6.987,00
\$118.982,50	\$187.304,20	\$ -68.321,70
\$ -	\$ 96.773,30	\$ -96.773,30
\$225.151,50	\$ 20.015,00	\$205.136,50
\$417.354,00	\$364.024,37	\$ 53.329,63
Promedio de Rentabilidad por establecimiento		\$ 233,90

Considerando el promedio de los ingresos y los costos mensuales se llego a determinar que en promedio existe una rentabilidad de \$ 233,90 por cada establecimiento prestador de servicios turísticos.

CONCLUSIONES

- Mediante la aplicación de la Curva de Lorenz y el Coeficiente de Gini se determinó que en el sector turístico de la provincia de Tungurahua existe una distribución más equitativa de los ingresos que perciben los propietarios de los establecimientos prestadores de servicios, puesto que no acaparan sus recursos y además el Gini es del 0,14, menor al Gini del Ecuador, evidenciando que la distribución de los ingresos es más equitativa. De esta manera se puede afirmar que la inversión pública que se ha realizado en el Sector Turístico es positiva y tiene un impacto positivo en el crecimiento económico de todos los habitantes, pues constituye una fuente generadora de empleo y recursos.
- Por medio de la revisión bibliográfica se llegó a determinar que el gobierno nacional en el Plan Nacional del Desarrollo 2017-2021 “Todo una Vida” se ha planteado objetivos estratégicos que buscan incrementar los ingresos por turismo sobre las exportaciones totales, de esta manera en los últimos años ha existido inversión pública en el sector turístico que ha generado que se incrementen los turistas extranjeros y el aumento de los ingresos económicos pero aun así nuestro país aún no logra ser líder de la industria turística ni en la región sudamericana ni tampoco en el mundo. Por su parte el Gobierno Provincial de Tungurahua dentro de La Agenda de Desarrollo Provincial ha implementado la estrategia de turismo a través del desarrollo de diversas acciones y programas.
- A través de la aplicación de una encuesta realizada a los propietarios de los establecimientos prestadores de servicios turísticos se llegó a determinar que la inversión que realiza el gobierno central si favor el desarrollo económico al ser la base material para la producción interna tanto de bienes como de servicios. De la misma manera se llegó a conocer que dentro del sector turístico de la provincia de Tungurahua si se han llevado a cabo importantes

proyectos de inversión pública puesto que la mayoría de encuestados se encuentra satisfecho con ello. Así también, según los datos empíricos recopilados se determinó que la inversión pública a nivel turístico si se ha hecho evidente y ello se refleja principalmente en el mejoramiento de infraestructura y la red vial, no obstante, hace falta mayor inversión para el completo aprovechamiento del potencial turístico que la provincia posee.

- De acuerdo a los datos empíricos recopilados se llegó a determinar que la inversión pública en el sector turístico de la provincia de Tungurahua se encuentra en un nivel medio, pues es evidente las acciones y programas que se han desarrollado en la mayoría de cantones de la provincia para ejecutar las estrategias que se plantean en las mismas. En los cantones que se dice que el nivel de inversión es bajo ha traído un impacto negativo que ocasiona una reducción en el porcentaje de turistas y por tanto en la generación de recursos.
- Los elementos significativos de la inversión pública en el turismo constituyen el trabajo en equipo que realizan las autoridades y sus habitantes, pues, por una parte, las autoridades son quienes encabezan la implementación y desarrollo de estrategias que permitan ejecutar proyectos para el crecimiento turístico. Y, en segundo lugar, los habitantes son quienes deben cuidar los atractivos turísticos de la zona y capacitarse para brindar un servicio de calidad que brinde plena satisfacción a los turistas que visitan los diferentes lugares de la provincia.

RECOMENDACIONES

- Evaluar de forma periódica los resultados obtenidos por la ejecución de los planes, proyectos y programas de inversión pública que los gobiernos seccionales llevan a cabo en cada uno de sus cantones, con el propósito de identificar falencias y adoptar medidas que permitan incrementar la afluencia de turistas y por ende incrementar el nivel de ingreso de los prestadores de servicios turísticos de esta provincia.
- Difundir de mejor manera los Planes, Proyectos y Programas que plantean realizar las autoridades en cada uno de sus cantones y efectuar publicaciones de los avances y resultados que estos generaron, pues además de servir como fuente de consulta, sirven de apoyo para el sustento bibliográfico del desarrollo de nuevas investigaciones.
- Se debería establecer un plan de cooperación entre las autoridades seccionales y los habitantes de los cantones de la provincia de Tungurahua, con el propósito de atender las necesidades prioritarias permitiendo optimizar recursos económicos y financieros en la ejecución de proyectos turísticos.
- Difundir a todos los prestadores de servicios turísticos los Planes, Proyectos y Programas que se desarrolla a nivel provincial y cantonal con la finalidad de que participen activamente y la inversión realizada sea aprovechada en su totalidad.
- Trabajar de forma mancomunada con los entes involucrados, es decir autoridades, personas prestadoras de servicios turísticos e incluso la academia (universidades), por su parte las autoridades deben desarrollar los Proyectos y conjuntamente con los habitantes ejecutarlos y además todos quienes habitan en la provincia deben cuidar los atractivos turísticos empleando buenas prácticas y lograr un desarrollo del turismo sosten

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, J. C., & Jaramillo, L. G. (2015). El papel de la descripción en la investigación cualitativa. *Cinta de Moebio*, (53). Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/resumen.oa?id=10141025006>
- Amann, E., Baer, W., Trebat, T., & Thomas, J. (2016). Infrastructure and its role in Brazil's development process. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 62, 66-73. <https://doi.org/10.1016/j.qref.2016.07.007>
- Aslanli, K. (2015). Fiscal sustainability and the State Oil Fund in Azerbaijan. *Fiscal sustainability and the State Oil Fund in Azerbaijan*, 6(2), 114-121. <https://doi.org/10.1016/j.euras.2015.03.004>
- Bravo-Peña, M., Barona-Fong, L., Campo-López, J., Arroyave, Y., & Calvache, J. A. (2017). ¿Es completo el reporte de los estudios observacionales publicados en la Revista Colombiana de Anestesiología? Estudio de corte transversal. *Revista Colombiana de Anestesiología*, 45(1), 31-38. <https://doi.org/10.1016/j.rca.2016.09.005>
- Brousselle, A., Benmarhnia, T., & Benhadj, L. (2016). What are the benefits and risks of using return on investment to defend public health programs? *Preventive Medicine Reports*, 3, 135-138. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2015.11.015>
- Cairampoma, M. R. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14.
- Canto, E. D., & Silva, A. S. (2013). METODOLOGIA CUANTITATIVA:

ABORDAJE DESDE LA COMPLEMENTARIEDAD EN CIENCIAS SOCIALES1 QUANTITATIVE METHODOLOGY: BOARDING FROM THE COMPLEMENTARITY IN THE SOCIAL SCIENCES. *Redalyc*, 11.

Carreño, R. L., & Méndez, F. J. M. (2015). Tendencias de la descripción bibliográfica en revistas españolas de acceso abierto. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 29(65), 15-38. <https://doi.org/10.1016/j.ibbai.2016.02.013>

Castro, G., & Ramírez, D. (2014). Determinants of tax revenue in OECD countries over the period 2001–2011. *Contaduría y Administración*, 59(3), 35-59. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(14\)71265-3](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(14)71265-3)

Chou, M. (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis. *Economic Modelling*, 33, 226-232. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2013.04.024>

Chow, C., & Loi, R. (2015). Motivation of travel agents' customer service behavior and organizational citizenship behavior: The role of leader-member exchange and internal marketing orientation. *Tourism Management*, 48, 362-369. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.008>

Cobbinah, P. (2015). Contextualising the meaning of ecotourism. *Tourism Management Perspectives*, 16, 179-189. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.07.015>

Delgado, C. (2017). *Informe a la Nación 2007-2017* (Institucional No. 1) (p. 214). Ecuador: SEMPLADES. Recuperado a partir de www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/.../Informe-a-la-Nacion.pdf

Departamento de Turismo del Consejo Provincial de Tungurahua. (2017). Turismo

en Tungurahua [Institucional]. Recuperado a partir de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/turismo-en-tungurahua>

- Diem, L., Zimmerman, F., & Fielding, J. (2017). Public health and the economy could be served by reallocating medical expenditures to social programs. *SSM - Population Health*, 3, 185-191. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2017.01.004>
- Dudensing, R., Hughes, D., & Shields, M. (2011). Perceptions of tourism promotion and business challenges: A survey-based comparison of tourism businesses and promotion organizations. *Tourism Management*, 32(6), 1453-1462. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.10.008>
- Farid, S. (2015). Tourism Management in World Heritage Sites and its Impact on Economic Development in Mali and Ethiopia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(25), 595-604. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.078>
- García, J., Reding, A., & Carlos, J. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica - ScienceDirect. *Science Direct*, 2(8), 217-224. [https://doi.org/10.1016/S2007-5057\(13\)72715-7](https://doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72715-7)
- García-García, J. A., Reding-Bernal, A., & López-Alvarenga, J. C. (2013, octubre). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Investigación en Educación Médica*, 2(8), 217-224.
- Gerasimoski, S. (2012). Food and nutrition as tourist phenomenon. *Procedia social and behavioral Sciences*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.039>
- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G., & Betancourt-Buitrago, L. A. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y

- sistematización. *Dyna*, 81(184), 158-163.
- Guanipa, M. (2016). Investigación cuantitativa y cualitativa: interdependencia del método Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 6(11), 6.
- Gugushvili, T., Salukvadze, G., & Salukvadze, J. (2017). Fragmented development: Tourism-driven economic changes in Kazbegi, Georgia. *Annals of Agrarian Science*, 15(1), 49-54. <https://doi.org/10.1016/j.aasci.2017.02.005>
- Gunasekaran, N., & Anandkumar, V. (2012). Factors of Influence in Choosing Alternative Accommodation:A Study with Reference to Pondicherry, A Coastal Heritage Town. *Factors of Influence in Choosing Alternative Accommodation:A Study with Reference to Pondicherry, A Coastal Heritage Town*, 62(24), 1127-1132. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.193>
- Hernández, J. L. (2012). Inversión pública y crecimiento económico: Hacia una nueva perspectiva de la función del gobierno. *Economía: teoría y práctica*, 33. <https://doi.org/Español>
- Hsieh, H., & Kung, S.-F. (2013). The Linkage Analysis of Environmental Impact of Tourism Industry. *Elsevier Procedia Environmental Sciences*, 17, 658-665. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2013.02.082>
- Hurtado, M. J. R., Baños, R. V., & Silvente, V. B. (2015). La Investigación Formativa Como Metodología de Aprendizaje en la Mejora de Competencias Transversales. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 196, 177-182. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.037>
- INEC. (2010). FASCÍCULO PROVINCIAL TUNGURAHUA. INEC. Recuperado a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu->

lateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf

INEC. (2017). Entradas y Salidas Internacionales 2015 [Institucional]. Recuperado a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales-2015/>

Le-Klähn, D.-T. (2014). Visitor users vs. non-users of public transport: The case of Munich, Germany. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(3), 152-161. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.12.005>

Manhas, P. (2016). Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 21(40), 25-29. <https://doi.org/10.1016/j.jefas.2016.01.001>

Martínez, R., Ochoa, M., & Gil, A. (2014). Public Policies and Tourism Marketing. An analysis of the competitiveness on tourism in Morelia, Mexico and Alcalá de Henares, Spain. *Social and Behavioral Sciences*, 148, 146 – 152. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.028>

Masters, R., Anwar, E., Collins, B., Cookson, R., & Capewell, S. (2017). Return on investment of public health interventions: a systematic review. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 71(8), 827-834. <https://doi.org/10.1136/jech-2016-208141>

MDPharmacology, A., Likhar, N., & Alok, U. (2016). Importance of Economic Evaluation in Health Care: An Indian Perspective. <https://doi.org/10.1016/j.vhri.2015.11.005>

Melina, G., Yang, S.-C., & Zanna, L.-F. (2016). Debt sustainability, public investment, and natural resources in developing countries: The DIGNAR model. *Economic Modelling*, 52(B), 630-649.

<https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.10.007>

Melo, P., Graham, D., & Brage-Ardao, R. (2013). The productivity of transport infrastructure investment: A meta-analysis of empirical evidence. *Regional Science and Urban Economics*, 45(5), 695-706.

<https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2013.05.002>

Méndez, A., & García, A. (2016). Determinantes sociales de la viabilidad del turismo alternativo en Atlautla, una comunidad rural del Centro de México. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, 2016(90), 119-134. <https://doi.org/10.14350/rig.48297>

Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse – Towards ‘responsustable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111(B), 461-470.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>

Ministerio de Turismo. (2014). Campaña All You Need is Ecuador presenta cifras record [Institucional]. Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>

Ministerio de Turismo. (2018). Ministerio de Turismo – Institución que ejercer la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente en el mundo. Recuperado 6 de mayo de 2018, a partir de <https://www.turismo.gob.ec/>

Ministerio del Turismo. (2015). Ministerio de Turismo presentó Estrategia All You Need Is Ecuador Trade a empresarios de todo el mundo [Institucional]. Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-presento-estrategia-all-you-need-is-ecuador-trade-a-empresarios-de-todo-el->

mundo/

- Ministerio de Turismo. (2018). Boletin_Abril-2018.pdf. Ministerio de Turismo. Recuperado a partir de http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Boletin/Boletin_Abril-2018.pdf
- Montesdeoca, E., Herrera, G., & Zambrano, D. (2016). IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA DEL ECUADOR. *Rev. Anais Bras. de Est. Tur*, 6(2), 69-81.
- Mukherji, A., & Swaminathan, H. (2013). The role of Right to Health in health care management and delivery in India: In conversation with Dr Devi Prasad Shetty, Chairman, Narayana Hrudayalaya. *IIMB Management Review*, 25(1). <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2012.11.003>
- Neil, G. (2017). Comfort and the tourism accommodation sector: A central, yet under-studied issue. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.07.004>. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.07.004>
- Nicolae, C., & Sabina, S. (2013). Travel and Tourism as a Driver of Economic Recovery. *Travel and Tourism as a Driver of Economic Recovery*, 6. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(13\)00117-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(13)00117-2)
- Nieto, C. (2015). Definiciones de Habitante de Calle y de Niño, Niña y Adolescente en Situación de Calle: Diferencias y Yuxtaposiciones - ScienceDirect. *Sciece Direct*, 5(3), 2162-2181. [https://doi.org/10.1016/S2007-4719\(16\)30007-2](https://doi.org/10.1016/S2007-4719(16)30007-2)
- Ohlan, R. (2017). The relationship between tourism, financial development and economic growth in India. *Future Business Journal*, 3(1), 9-22. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.01.003>
- Ojha, S., & Pandey, I. . (2017). Management and financing of e-Government projects in India: Does financing strategy add value? *Management and financing of e-*

- Government projects in India: Does financing strategy add value?*, 29(2), 90-108. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2017.04.002>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Palei, T. (2015). Assessing the Impact of Infrastructure on Economic Growth and Global Competitiveness. *Assessing the Impact of Infrastructure on Economic Growth and Global Competitiveness*, 23. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00322-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00322-6)
- Peña, A., & Pinta, F. (2012). Infoeconomía. Infoeconomía. Recuperado a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info5.pdf>
- Pokhrel, S. (2015). Return on investment (ROI) modelling in public health: strengths and limitations. *European Journal of Public Health*, 25(6), 908-909. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckv136>
- Presbitero, A. (2016). Too much and too fast? Public investment scaling-up and absorptive capacity. *Journal of Development Economics*, 120(6), 17-31. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2015.12.005>
- Pronello, C., & Camusso, C. (2017). Users' needs and business models for a sustainable mobility information network in the Alpine Space. *Transportation Research Procedia*, 25, 3590–3605. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2017.05.323>
- Pulwarty, R., & Sivakumar, M. (2014). Information systems in a changing climate: Early warnings and drought risk management. *Weather and Climate Extremes*, 3, 14-21. <https://doi.org/10.1016/j.wace.2014.03.005>

- Pyke, S., Hartwell, H., Blake, A., & Hemingway, A. (2016). Exploring well-being as a tourism product resource. *Tourism Management*, 55, 94-105.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.004>
- Ricardo, C. (2015). Social value of the firm: analyses and practical applications. *Revista de Economía Aplicada*, 23(68), 39-60.
- Romero, M., & Molina, J. (2013). Tourism and economic growth: A review of empirical literature. *Tourism Management Perspectives*, 8, 28-41.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.05.006>
- Salman, D. (2016). What is the role of public policies to robust international entrepreneurial activities on economic growth? Evidence from cross countries study. *Future Business Journal*, 2(1), 1-14.
<https://doi.org/10.1016/j.fbj.2016.02.001>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). Transformación de la Matriz Productiva. SENPLADES. Recuperado a partir de www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/.../matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Senplades. (2016). 9RC Vive la patria. Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. Recuperado a partir de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/9RC.pdf>
- Senplades. (2017). Cambio de la Matriz Productiva es un desafío para el Gobierno Nacional [Institucional]. Recuperado a partir de <http://www.planificacion.gob.ec/cambio-de-la-matriz-productiva-es-un-desafio-para-el-gobierno-nacional/>
- Shoup, D. (2017). Government financial regulation and growth. *The ideal source of local public revenue*, 34(6), 753-784.

<https://doi.org/10.1016/j.inveco.2016.09.001>

Siska, E., & Takara, K. (2015). Achieving Water Security in Global Change: Dealing with Associated Risk in Water Investment. *Procedia Environmental Sciences*, 28, 743-749. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2015.07.087>

Sormaz, U., Akmese, H., Gunes, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725-730. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30286-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30286-6)

Srihadi, T. (2016). Segmentation of the tourism market for Jakarta: Classification of foreign visitors' lifestyle typologies. *Tourism Management Perspectives*, 19(A), 32-39. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.03.005>

Teza, P., Buchele, G. T., Souza, J. A. de, & Dandolini, G. A. (2016). Analysis of Quantitative Empirical Papers on Diffusion and Adoption of Methods, Techniques and Tools for Innovation. *RAI - Revista de Administração e Inovação*, 13(2), 68-87.

Torales, J., Barrios, I., Viveros-Filártiga, D., Giménez-Legal, E., Samudio, M., Aquino, S., & Samudio, A. (2017). Conocimiento sobre métodos básicos de estadística, epidemiología e investigación de médicos residentes de la Universidad Nacional de Asunción, Paraguay. *Educación Médica*, 18(4), 226-232. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2016.06.018>

Turnovsky, S. (2015). Economic growth and inequality: The role of public investment. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 61(56), 204-221. <https://doi.org/10.1016/j.jedc.2015.09.009>

UNWOTO. (2017). tourism. Recuperado a partir de <http://www2.unwto.org/es>

Valdez, P. (2017). "It's more fun in the Philippines": Resemiotizing and commodifying the local in tourism discourse. *Annals of Tourism Research*,

20, 132-145. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.09.002>

Van, N., & Shimizu, T. (2017). The effect of transportation on tourism promotion: Literature review on application of the Computable General Equilibrium (CGE) Model. *Transportation Research Procedia*, 25, 3096-3115.

Weiler, B., & Walker, K. (2014). Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 90-99. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.08.001>

World Economic Forum. (2016). *The Global Competitiveness Report 2015–2016*. (K. Schwab, Ed.). Suiza: World Economic. Recuperado a partir de http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf

World Tourism Organization UNWTO. (2017). Tourism – an economic and social phenomenon [Institucional]. Recuperado a partir de <http://media.unwto.org/content/infographics>

Zhang, X. (2013). A systematic framework for infrastructure development through public private partnerships. *IATSS Research*, 36, 88-97. <https://doi.org/10.1016/j.iatssr.2012.11.001>

Zurub, H., Ionescu, A., & Constantin, V. (2015). Measuring the Economic Impact of Tourism in European Emerging Markets. *Measuring the Economic Impact of Tourism in European Emerging Markets*, 32, 95-102. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01369-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01369-6)

Amann, E., Baer, W., Trebat, T., & Thomas, J. (2016). Infrastructure and its role in Brazil's development process. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 62, 66-73. <https://doi.org/10.1016/j.qref.2016.07.007>

- Aslanli, K. (2015). Fiscal sustainability and the State Oil Fund in Azerbaijan. *Fiscal sustainability and the State Oil Fund in Azerbaijan*, 6(2), 114-121. <https://doi.org/10.1016/j.euras.2015.03.004>
- Brousselle, A., Benmarhnia, T., & Benhadj, L. (2016). What are the benefits and risks of using return on investment to defend public health programs? *Preventive Medicine Reports*, 3, 135-138. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2015.11.015>
- Castro, G., & Ramírez, D. (2014). Determinants of tax revenue in OECD countries over the period 2001–2011. *Contaduría y Administración*, 59(3), 35-59. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(14\)71265-3](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(14)71265-3)
- Chou, M. (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis. *Economic Modelling*, 33, 226-232. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2013.04.024>
- Chow, C., & Loi, R. (2015). Motivation of travel agents' customer service behavior and organizational citizenship behavior: The role of leader-member exchange and internal marketing orientation. *Tourism Management*, 48, 362-369. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.12.008>
- Cobbinah, P. (2015). Contextualising the meaning of ecotourism. *Tourism Management Perspectives*, 16, 179-189. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.07.015>
- Delgado, C. (2017). Informe a la Nación 2007-2017 (Institucional No. 1) (p. 214). Ecuador: SEMPLADES. Recuperado a partir de www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/.../Informe-a-la-Nacion.pdf
- Departamento de Turismo del Consejo Provincial de Tungurahua. (2017). Turismo en Tungurahua [Institucional]. Recuperado a partir de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/informativo-hgpt/turismo-en-tungurahua>
- Diem, L., Zimmerman, F., & Fielding, J. (2017). Public health and the economy could be served by reallocating medical expenditures to social programs. *SSM - Population Health*, 3, 185-191. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2017.01.004>
- Dudensing, R., Hughes, D., & Shields, M. (2011). Perceptions of tourism promotion and business challenges: A survey-based comparison of tourism businesses and promotion organizations. *Tourism Management*, 32(6), 1453-1462. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.10.008>

- Farid, S. (2015). Tourism Management in World Heritage Sites and its Impact on Economic Development in Mali and Ethiopia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(25), 595-604. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.078>
- Gerasimoski, S. (2012). Food and nutrition as tourist phenomenon. *Procedia social and behavioral Sciences*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.039>
- Gugushvili, T., Salukvadze, G., & Salukvadze, J. (2017). Fragmented development: Tourism-driven economic changes in Kazbegi, Georgia. *Annals of Agrarian Science*, 15(1), 49-54. <https://doi.org/10.1016/j.aasci.2017.02.005>
- Gunasekaran, N., & Anandkumar, V. (2012). Factors of Influence in Choosing Alternative Accommodation:A Study with Reference to Pondicherry, A Coastal Heritage Town. *Factors of Influence in Choosing Alternative Accommodation:A Study with Reference to Pondicherry, A Coastal Heritage Town*, 62(24), 1127-1132. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.193>
- Hernández, J. L. (2012). Inversión pública y crecimiento económico: Hacia una nueva perspectiva de la función del gobierno. *Economía: teoría y práctica*, 33. <https://doi.org/Español>
- Hsieh, H., & Kung, S.-F. (2013). The Linkage Analysis of Environmental Impact of Tourism Industry. *Elsevier Procedia Environmental Sciences*, 17, 658-665. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2013.02.082>
- INEC. (2010). FASCÍCULO PROVINCIAL TUNGURAHUA. INEC. Recuperado a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- INEC. (2017). Entradas y Salidas Internacionales 2015 [Institucional]. Recuperado a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales-2015/>
- Le-Klähn, D.-T. (2014). Visitor users vs. non-users of public transport: The case of Munich, Germany. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(3), 152-161. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.12.005>
- Manhas, P. (2016). Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 21(40), 25-29. <https://doi.org/10.1016/j.jefas.2016.01.001>
- Martínez, R., Ochoa, M., & Gil, A. (2014). Public Policies and Tourism Marketing. An analysis of the competitiveness on tourism in Morelia, Mexico and Alcala de

- Henares, Spain. *Social and Behaviora Sciences*, 148, 146 – 152.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.028>
- Masters, R., Anwar, E., Collins, B., Cookson, R., & Capewell, S. (2017). Return on investment of public health interventions: a systematic review. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 71(8), 827-834. <https://doi.org/10.1136/jech-2016-208141>
- MDPharmacology, A., Likhar, N., & Alok, U. (2016). Importance of Economic Evaluation in Health Care: An Indian Perspective. <https://doi.org/10.1016/j.vhri.2015.11.005>
- Melina, G., Yang, S.-C., & Zanna, L.-F. (2016). Debt sustainability, public investment, and natural resources in developing countries: The DIGNAR model. *Economic Modelling*, 52(B), 630-649. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.10.007>
- Melo, P., Graham, D., & Brage-Ardao, R. (2013). The productivity of transport infrastructure investment: A meta-analysis of empirical evidence. *Regional Science and Urban Economics*, 45(5), 695-706. <https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2013.05.002>
- Méndez, A., & García, A. (2016). Determinantes sociales de la viabilidad del turismo alternativo en Atlautla, una comunidad rural del Centro de México. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, 2016(90), 119-134. <https://doi.org/10.14350/rig.48297>
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse – Towards ‘responsustable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111(B), 461-470. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>
- Ministerio de Turismo. (2014). Campaña All You Need is Ecuador presenta cifras record [Institucional]. Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>
- Ministerio del Turismo. (2015). Ministerio de Turismo presentó Estrategia All You Need Is Ecuador Trade a empresarios de todo el mundo [Institucional]. Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-presento-estrategia-all-you-need-is-ecuador-trade-a-empresarios-de-todo-el-mundo/>

- Montesdeoca, E., Herrera, G., & Zambrano, D. (2016). IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA DEL ECUADOR. *Rev. Anais Bras. de Est. Tur*, 6(2), 69-81.
- Mukherji, A., & Swaminathan, H. (2013). The role of Right to Health in health care management and delivery in India: In conversation with Dr Devi Prasad Shetty, Chairman, Narayana Hrudayalaya. *IIMB Management Review*, 25(1). <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2012.11.003>
- Neil, G. (2017). Comfort and the tourism accommodation sector: A central, yet under-studied issue. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.07.004>. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.07.004>
- Nicolae, C., & Sabina, S. (2013). Travel and Tourism as a Driver of Economic Recovery. *Travel and Tourism as a Driver of Economic Recovery*, 6. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(13\)00117-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(13)00117-2)
- Ohlan, R. (2017). The relationship between tourism, financial development and economic growth in India. *Future Business Journal*, 3(1), 9-22. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.01.003>
- Ojha, S., & Pandey, I. . (2017). Management and financing of e-Government projects in India: Does financing strategy add value? *Management and financing of e-Government projects in India: Does financing strategy add value?*, 29(2), 90-108. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2017.04.002>
- Palei, T. (2015). Assessing the Impact of Infrastructure on Economic Growth and Global Competitiveness. *Assessing the Impact of Infrastructure on Economic Growth and Global Competitiveness*, 23. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00322-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00322-6)
- Peña, A., & Pinta, F. (2012). Infoeconomía. Infoeconomía. Recuperado a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info5.pdf>
- Pokhrel, S. (2015). Return on investment (ROI) modelling in public health: strengths and limitations. *European Journal of Public Health*, 25(6), 908-909. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckv136>
- Presbitero, A. (2016). Too much and too fast? Public investment scaling-up and absorptive capacity. *Journal of Development Economics*, 120(6), 17-31. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2015.12.005>

Pronello, C., & Camusso, C. (2017). Users' needs and business models for a sustainable mobility information network in the Alpine Space. *Transportation Research Procedia*, 25, 3590–3605. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2017.05.323>

Pulwarty, R., & Sivakumar, M. (2014). Information systems in a changing climate: Early warnings and drought risk management. *Weather and Climate Extremes*, 3, 14-21. <https://doi.org/10.1016/j.wace.2014.03.005>

Pyke, S., Hartwell, H., Blake, A., & Hemingway, A. (2016). Exploring well-being as a tourism product resource. *Tourism Management*, 55, 94-105. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.004>

Ricardo, C. (2015). Social value of the firm: analyses and practical applications. *Revista de Economía Aplicada*, 23(68), 39-60.

Romero, M., & Molina, J. (2013). Tourism and economic growth: A review of empirical literature. *Tourism Management Perspectives*, 8, 28-41. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.05.006>

Salman, D. (2016). What is the role of public policies to robust international entrepreneurial activities on economic growth? Evidence from cross countries study. *Future Business Journal*, 2(1), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2016.02.001>

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). Transformación de la Matriz Productiva. SENPLADES. Recuperado a partir de www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/.../matriz_productiva_WEBtodo.pdf

Senplades. (2016). 9RC Vive la patria. Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. Recuperado a partir de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/9RC.pdf>

Senplades. (2017). Cambio de la Matriz Productiva es un desafío para el Gobierno Nacional [Institucional]. Recuperado a partir de <http://www.planificacion.gob.ec/cambio-de-la-matriz-productiva-es-un-desafio-para-el-gobierno-nacional/>

Shoup, D. (2017). Government financial regulation and growth. The ideal source of local public revenue, 34(6), 753-784. <https://doi.org/10.1016/j.inveco.2016.09.001>

Siska, E., & Takara, K. (2015). Achieving Water Security in Global Change: Dealing with Associated Risk in Water Investment. *Procedia Environmental Sciences*, 28, 743-749. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2015.07.087>

- Sormaz, U., Akmesese, H., Gunes, E., & Aras, S. (2016). Gastronomy in Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 725-730. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30286-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30286-6)
- Srihadi, T. (2016). Segmentation of the tourism market for Jakarta: Classification of foreign visitors' lifestyle typologies. *Tourism Management Perspectives*, 19(A), 32-39. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.03.005>
- Turnovsky, S. (2015). Economic growth and inequality: The role of public investment. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 61(56), 204-221. <https://doi.org/10.1016/j.jedc.2015.09.009>
- UNWOTO. (2017). tourism. Recuperado a partir de <http://www2.unwto.org/es>
- Valdez, P. (2017). "It's more fun in the Philippines": Resemiotizing and commodifying the local in tourism discourse. *Annals of Tourism Research*, 20, 132-145. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.09.002>
- Van, N., & Shimizu, T. (2017). The effect of transportation on tourism promotion: Literature review on application of the Computable General Equilibrium (CGE) Model. *Transportation Research Procedia*, 25, 3096-3115.
- Weiler, B., & Walker, K. (2014). Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 90-99. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.08.001>
- World Economic Forum. (2016). *The Global Competitiveness Report 2015–2016*. (K. Schwab, Ed.). Suiza: World Economic. Recuperado a partir de http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf
- World Tourism Organization UNWTO. (2017). *Tourism – an economic and social phenomenon* [Institucional]. Recuperado a partir de <http://media.unwto.org/content/infographics>
- Zhang, X. (2013). A systematic framework for infrastructure development through public private partnerships. *IATSS Research*, 36, 88-97. <https://doi.org/10.1016/j.iatssr.2012.11.001>
- Zurub, H., Ionescu, A., & Constantin, V. (2015). Measuring the Economic Impact of Tourism in European Emerging Markets. *Measuring the Economic Impact of Tourism in European Emerging Markets*, 32, 95-102. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01369-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01369-6)

ANEXOS

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Inversión Pública</p> <p>Constituyen todos los recursos que el estado destina para la realización de proyectos, planes y programas buscando el desarrollo económico y social de sus ciudadanos.</p>	<p>Tipos de Inversión</p>	<p>Cantidad de proyectos, planes y programas realizados.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Con qué frecuencia la entidad competente ejecuta proyectos de inversión en el sector turístico de su cantón? 2. ¿Qué tipo de inversión se ha realizado en su cantón que apoye el desarrollo del sector turístico? 3. ¿EL GAD cantonal invierte en publicidad y propagandas para dar a conocer los atractivos turísticos de su cantón? 4. ¿EL GAD de su cantón invierte en programas de capacitación turística? 5. ¿EL GAD cantonal ha invertido en la construcción de infraestructura que se ajuste a las necesidades de todos los turistas que visitan su cantón? 6. ¿EL GAD cantonal ha invertido en mejoras físicas de los atractivos turísticos de su cantón? 7. ¿Usted, ha invertido en mejoras físicas para hacer más atractivo su negocio para los turistas? 	<p>Encuesta mediante un cuestionario de presuntas.</p>
<p>Rentabilidad económica</p> <p>Es el beneficio que se genera por el desarrollo de una actividad económica al final de un periodo.</p>	<p>Competitividad- Diferenciación</p>	<p>Características del negocio</p>	<ol style="list-style-type: none"> 8. ¿Indique que hace que su negocio se diferencie de los demás? 9. ¿Durante el último año ha invertido en publicidad y propagandas para dar a conocer su negocio? 10. ¿Qué medios de publicidad y propagandas utiliza para dar a conocer su negocio? 	<p>Encuesta mediante un cuestionario de presunta</p>
<p>Rentabilidad</p>	<p>Productividad- Rentabilidad</p>	<p>Cantidad de turistas Valor de ingresos/gastos Utilidad</p>	<ol style="list-style-type: none"> 11. ¿Considera usted que la inversión pública que se ha realizado en este sector turístico ha incrementado la productividad de su negocio? 12. ¿Cuál es la cantidad promedio de turistas que recibió por mes el año anterior? 13. ¿Considera usted que la afluencia de turistas creció en el último año? 14. ¿En promedio, a qué valor asciende sus costos mensuales? 15. ¿En promedio, a qué valor asciende sus ingresos mensuales? 	<p>Encuesta mediante un cuestionario de presuntas.</p>

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTION DE NEGOCIOS

Objetivo.- Identificar el impacto que tiene la inversión pública en la Economía de las Empresas del Sector Turístico de la Provincia de Tungurahua.
Encuestados.- Son propietarios de los negocios dedicados a una actividad turística en los diferentes cantones de la provincia de Tungurahua.
Instrucciones.- Marque con una X la respuesta que considere mejor según su criterio.

1. Número de años que su negocio se encuentra en funcionamiento.

1 a 3	
4 a 6	
7 a 9	
Más de 10	

Dimensión: Inversión Pública

2. ¿Considera usted que la Inversión Pública que realiza el Gobierno Central en el sector turístico contribuye a su desarrollo y crecimiento económico?

Totálmente en desacuerdo	
Desacuerdo	
Indiferente	
De acuerdo	
Totálmente de Acuerdo	

3. ¿Qué tan satisfactorio considera usted que es la inversión pública en el sector turístico de esta provincia?

Nada satisficého	
Poco Satisficého	
Indiferente	
Satisficého	
Totálmente satisficého	

4. ¿Considera usted que el nivel de inversión pública en el sector turístico es?

Alto	
Bajo	

Si considera que es bajo, responda la siguiente pregunta:

5. ¿Qué impacto tiene en el sector turístico que la inversión pública en esta sea baja?

Atractivos turísticos deteriorados	
Publicidad y propaganda limitada	
Escasa concurrencia de turistas	
Bajo crecimiento económico de sus habitantes	
Otros	

Dimensión: Tipos de Inversión

6. ¿Con qué frecuencia la entidad competente ejecuta proyectos de inversión en el sector turístico de su cantón?

Nunca	
Rara vez	
Algunas veces	
Casi siempre	
Siempre	

7. ¿Qué tipo de inversión se ha realizado en su cantón que apoye el desarrollo del sector turístico?

Inversión en infraestructura	
Inversión Vial	
Inversión Sanitaria	
Inversión Hidroeléctrica	
Inversión en Salud	
Inversión en Seguridad	
Inversión Cultural	

8. ¿El GAD cantonal invierte en publicidad y propaganda para dar a conocer los atractivos turísticos de su cantón?

Nunca	
Rara vez	

Algunas veces	
Casi siempre	
Siempre	

9. ¿El GAD de su cantón invierte en programas de capacitación turística?

Nunca	
Rara vez	
Algunas veces	
Casi siempre	
Siempre	

Dimensión: Infraestructura

10. ¿El GAD cantonal ha invertido en la construcción de infraestructura que se ajuste a las necesidades de todos los turistas que visitan su cantón?

Nada	
Poco	
Bastante	
Mucho	

11. ¿El GAD cantonal ha invertido en mejoras físicas de los atractivos turísticos de su cantón?

Nada	
Poco	
Bastante	
Mucho	

12. ¿Uned, ha invertido en mejoras físicas para hacer más atractivo su negocio para los turistas?

Nada
Poco
Bastante
Mucho

Dimensión: Competitividad-Diferenciación

13. ¿Indique que hace que su negocio se diferencie de los demás?

Ubicación
Infraestructura
Servicio personalizado
Servicio de calidad
Precio

14. ¿Durante el último año ha invertido en publicidad y propaganda para dar a conocer su negocio?

Mucho
Poco
Nada

15. ¿Qué medios de publicidad y propaganda utiliza para dar a conocer su negocio?

Página web
Redes Sociales
Televisión
Radio
Otros volantes.

Dimensión: Productividad

16. ¿Considera uned que la inversión pública que se ha realizado en este sector turístico ha incrementado la productividad de su negocio?

Totalmente en desacuerdo
Desacuerdo
Indiferente
De acuerdo
Totalmente Deacuerdo

17. ¿Cuál es la cantidad promedio de turistas que recibió por mes el año anterior?

De 0 a 40
De 41 a 80
De 81 a 120
De 121 a 160

18. ¿Cuál es la cantidad promedio de turistas que recibe por mes actualmente?

De 0 a 40
De 41 a 80
De 81 a 120
De 121 a 160

19. ¿Considera uned que la afluencia de turistas creció en el último año?

Totalmente en desacuerdo
Desacuerdo
Indiferente
De acuerdo
Totalmente de Acuerdo

20. ¿Cuántas personas laboran en su negocio?

1 a 3
4 a 6
7 a 9
10 a más

21. ¿En promedio, a qué valor asciende sus costos mensuales?

0 a \$ 5000
\$ 5001 a \$10000
\$ 10001 a \$15.000
\$ 15.001 a \$20.000
\$ 20.001 a \$25.0000
\$25.001 a más

22. ¿En promedio, a qué valor asciende sus ingresos mensuales?

0 a \$ 5000
\$ 5001 a \$10000
\$ 10001 a \$15.000
\$ 15.001 a \$20.000
\$ 20.001 a \$25.0000

\$25.001 a más

23. ¿Los resultados de su actividad económica en el sector turístico le generan utilidad?

Si
No
Desconoce
No responde

24. ¿Considera uned que el turismo brinda estabilidad económica a su familia?

Totalmente en desacuerdo
Desacuerdo
Indiferente
De acuerdo
Totalmente de Acuerdo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN