

# **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 Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios.**

**TEMA: “Efecto de la inversión pública en el turismo de la provincia de Tungurahua”.**

### **AUTORES:**

**Carla Estefanía Sisalema Caguana  
Eduardo Daniel Martínez Naranjo**

**TUTOR: Ing. Edwin Cesar Santamaría Díaz**

**AMBATO - ECUADOR**

**Octubre 2017**



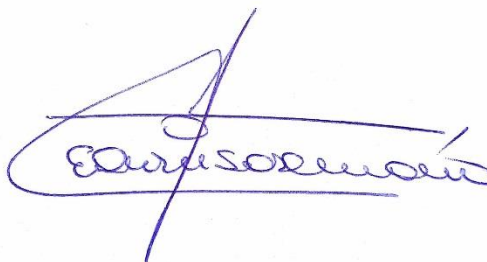
## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

**Ing. Edwin Cesar Santamaría Díaz**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación “**Efecto de la inversión pública en el turismo de la provincia de Tungurahua**”, presentado por **Sisalema Caguana Carla Estefanía y Martínez Naranjo Eduardo Daniel**, para optar por el título de Ingenieros 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, 07 de agosto de 2017



**Ing. Edwin Cesar Santamaría Díaz**  
**1801609445**

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Sisalema Caguana Carla Estefanía y Martínez Naranjo Eduardo Daniel**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Sisalema Caguana Carla Estefanía**  
**C.I. 1804393534**



---

**Martínez Naranjo Eduardo Daniel**  
**C.I. 1804466041**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

0Lo suscritos profesores calificadoros, 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 Administrativa de la Universidad Técnica de Ambato.

f) 

**Ing. MBA. Danilo Javier Altamirano Analuisa**  
**C.I. 1803086923**

f) 

**Ing. Mg. Edwin Javier Santamaría Freire**  
**C.I. 1802931426**

Ambato, 12 de octubre de 2017

## **DERECHOS DE AUTOR**

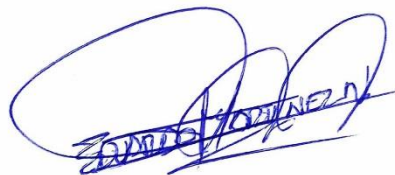
Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible ara su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en la línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública, además aprobamos 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 nuestros derechos de autor.



---

**Sisalema Caguana Carla Estefanía**  
**C.I. 1804393534**



---

**Martínez Naranjo Eduardo Daniel**  
**C.I. 1804466041**

## **AGRADECIMIENTO**

La educación es el arma más poderosa que puedes utilizar para cambiar el mundo. –Nelson Mandela

Agradecemos a Dios, por ser quien nos ayudó dándonos el don de la perseverancia y llenándonos de muchas bendiciones cada día

A la Universidad Técnica de Ambato; la cual nos abrió sus puertas para estudiar, convertirnos en grandes profesionales y por todas las experiencias vividas durante nuestra carrera.

A los Ing. Edwin Santamaría Freire y Edwin Santamaría Díaz; quienes con sus consejos, aprendizajes, paciencia y tolerancia nos dieron el impulso necesario para concluir con éxito nuestro proyecto.

Carla Estefanía Sisalema Caguana

Daniel Eduardo Martínez Naranjo

## **DEDICATORIA**

A ti abuelito Francisco Caguana ahora un ángel, desde el cielo sé que estas orgullo al verme culminar este objetivo, no podrás estar presente para felicitarme pero me queda la satisfacción de que cumplí la promesa que un día te hice, gracias por todas la veces que estuviste pendiente de mí en el transcurso de mi vida universitaria este logro te lo dedico a ti.

A mis padres Klever y Georgina por su apoyo incondicional por su ejemplo de perseverancia, a mi hermana, mis tíos a toda mi familia que en las adversidades de la vida siempre hemos estado juntos y siempre se han preocupado de mí.

A mi novio, mis amigos y en especial a mi par académico Daniel y a todos quienes de una o de otra manera han formado parte de este sueño que hoy se hará realidad.

Carla Estefanía Sisalema Caguana

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo va dirigido a mi familia, en especial a mis padres Wilma y Jaime por el don de la vida, confiar en mí, guiar mi camino durante mi vida estudiantil, inculcarme el respeto y la responsabilidad en las actividades que realizo, sus consejos, y por la motivación de superación a través de sus ejemplos dignos de progreso y entrega.

A mis amigos, conocidos quienes de una u otra manera han aportado con su granito de arena para cumplir este sueño.

A mi compañera Carla, por el apoyo, sus consejos y amistad durante la carrera.

Eduardo Daniel Martínez Naranjo



## ÍNDICE DE HOJAS PRELIMINARES

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
RESUME EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.1.1 Inversión pública.....	1
1.1.2 Turismo .....	3
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 Objetivo general .....	6
1.2.2 Objetivo Específico .....	6
1.3 Hipótesis .....	6
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.1 Inversión pública.....	7
2.1.1 Asignación de recursos.....	8
2.1.2 Tipos de inversión pública.....	11
2.1.3 Tipo de beneficiario.....	13
2.1.4 Tipo de obra pública.....	14
2.2 Turismo.....	18
2.2.1 Turismo a nivel mundial.....	18
2.2.2 Desarrollo socioeconómico .....	27
2.2.3 Establecimientos turísticos .....	28
2.2.4 Competitividad .....	34
2.2.5 Diferenciación .....	36
2.2.6 Producto interno bruto PIB / valor agregado.....	37
2.2.7 Descripción de los cantones de la provincia de Tungurahua .....	38
3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	45
3.1 Fundamentación epistemológica.....	45
3.1.1 Positivismo .....	45

3.2	Enfoque de la investigación.....	45
3.2.1	Cuantitativo .....	45
3.3	Tipo de investigación.....	46
3.3.1	Descriptiva.....	46
3.4	Modalidad de la investigación .....	47
3.4.1	Bibliográfica-Documental .....	47
3.4.2	De campo.....	47
3.5	Población y muestra.....	48
3.5.1	Población .....	48
3.5.2	Muestra .....	49
3.6	Recolección de la información .....	50
3.7.1	Distribución normal.....	51
3.7.2	Alfa de Cronbach.....	52
3.7.3	Correlación de Pearson.....	53
4	RESULTADOS .....	63
4.1	Inversión pública .....	63
4.1.1	Asignación de recursos .....	63
4.1.2	Tipo de inversión .....	64
4.1.3	Tipo de beneficiario .....	65
4.2	Turismo.....	67
4.2.1	establecimientos turísticos .....	67
4.2.2	Competitividad- diferenciación.....	70
4.2.3	Valor agregado.....	71
4.3	Indicadores de productividad.....	72
5.	CONCLUSIONES .....	81
6.	RECOMENDACIONES .....	83
7.	BIBLIOGRAFÍA .....	84

8. ANEXOS .....	101
8.1 Operacionalización de la variable.....	101
9.1.2 Encuesta final.....	105

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol de problemas.....	5
Figura 2: Modelo cuantitativo tradicional de competitividad .....	35
Figura 3: Distribución normal .....	52
Figura 11: Tipo de obra .....	63
Figura 12: Inversión en turismo .....	64
Figura 13: Obstáculos en la creación de una empresa.....	65
Figura 14: Inversión extranjera .....	66
Figura 15: Afluencia de turistas .....	67
Figura 16: Inversión propia en infraestructura .....	68
Figura 17: Publicidad propia .....	69
Figura 18 Página web .....	70
Figura 19: Competencia .....	71
Figura 20: Utilidad .....	72
Figura 4: Productividad .....	74
Figura 5: Productividad laboral .....	75
Figura 6: Costo laboral .....	76
Figura 7: Intensidad del capital .....	77
Figura 8: Productividad media del capital.....	78
Figura 9: Tasa del excedente .....	79
Figura 10: Productividad total.....	80

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Turismo internacional en 2015.....	19
Tabla 2: Ingresos de turistas por continente.....	20
Tabla 3 Principales destinos turísticos 2015.....	21
Tabla 4: Turismo en América.....	22
Tabla 5: Países más visitados en Latino América.....	22
Tabla 6: América la región de rápido crecimiento.....	23
Tabla 7 Turismo en Ecuador.....	23
Tabla 8: Premios Ecuador 2015.....	25
Tabla 9: Destinos más visitados en Ecuador.....	26
Tabla 10 Alfa de Cronbach.....	53
Tabla 11: Correlación de Pearson.....	54
Tabla 12: Variable de emprendimiento turístico.....	56
Tabla 13: Estabilidad económica.....	57
Tabla 14: Afluencia de turistas.....	58
Tabla 15: Utilidad turística.....	59
Tabla 16: Desarrolló del país.....	61
Tabla 17: Indicadores de productividad.....	73
Tabla 18. Entrevista aplicada a los GAD.....	109
Tabla 19 Matriz de conclusiones y recomendaciones objetivos específicos.....	110

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El estado ha venido invirtiendo en el turismo de la provincia de Tungurahua, con el fin de aprovechar y potenciar los atractivos turísticos que ofrece, el progreso de la economía en este sector promueve varios sectores de servicios y manufactura del país. Hoy en día hay muy poca información sobre los efectos económicos del turismo y aun mas no hay datos cuantitativos que nos permitan medir el impacto económico en el turismo de la provincia.

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un amplio análisis sobre la inversión pública en el turismo, con el fin de identificar el impacto económico de la misma provincia de Tungurahua.

Los datos arrojados por la investigación de campo aplicada a los prestadores de servicios de alojamiento, dueños de locales de comidas y bebidas de la provincia de Tungurahua indican que es importante corregir aspectos como el retraso en trámites legales debido al mal manejo administrativo en instituciones públicas al momento de crear una empresa generando insatisfacción en las personas, además que el motivo del porque no se da inversión extranjera en el país es debido a las dificultades económicas en que se encuentra.

La propuesta de este proyecto es medir el efecto económico del sector turismo en la Provincia de Tungurahua; donde se inicia desde la inversión realizada por el Estado como punto importante del progreso de la industria turística en la provincia. De igual manera establecer el impresion en los beneficiarios directos e indirectos de la inversion al sector turístico de la provincia.

**PALABRAS CLAVES:** INVERSIÓN PUBLICA, TURISMO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, INVESTIGACIÓN

## ABSTRACT

The state has been investing in tourism in the province of Tungurahua, in order to take advantage of and enhance the tourist attractions offered, the progress of the economy in this sector promotes various sectors of services and manufacturing of the country. Today there is very little information on the economic effects of tourism and even more there are no quantitative data that allow us to measure the economic impact on tourism in the province.

It is for this reason that the present research work has focused on a broad analysis of public investment in tourism, in order to identify the economic impact of the same province of Tungurahua.

The data provided by the field research applied to accommodation service providers, owners of food and beverage facilities in the province of Tungurahua indicate that it is important to correct aspects such as delays in legal procedures due to poor administrative management in public institutions moment of creating a company generating dissatisfaction in the people, besides that the reason why no foreign investment is given in the country is due to the economic difficulties in which it is.

The proposal of this project is to measure the economic effect of the tourism sector in the Province of Tungurahua; where it starts from the investment made by the State as an important point of progress of the tourist industry in the province. Likewise establish the impression on the direct and indirect beneficiaries of the investment to the tourism sector of the province.

**KEYWORDS:** PUBLIC INVESTMENT, TOURISM, PROVINCE OF TUNGURAHUA, INVESTIGATION



## **DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Planteamiento del problema**

#### **1.1.1 Inversión pública**

El cálculo de la huella del turismo en la economía ha sido estudiado casi en todo el mundo, examinando sus diferentes tipologías, y subsectores. El turismo es la fuente económica más grande del mundo ya que genera trabajo y es una vía de desarrollo para los países (Parra, 2016).

En Ecuador el turismo se ha ido fortaleciéndose en los últimos años, ya que Ecuador es calificado como uno de los países más diversos del mundo por sus ambientes ricos en fauna y flora; además de su cultura proyectándolo así a un perfeccionamiento socio económico (Espinoza, 2017).

La acción turística en el Ecuador busca la inclusión, participación ciudadana, la equivalencia de género; componiendo así las partes de esta actividad. Ecuador por medio de sus proyectos de cambio de la matriz productiva y Plan Nacional del Buen Vivir buscan la inversión social (Ecuador, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (semplades),2013).

El turismo es la acción que mueve grandes masas y por ende mucho dinero; lo que produce grandes cambios en los modelos de gestión del turismo sustentable de los gobiernos. En la provincia de Tungurahua se consigna capitales para la promoción turística, ya que esta provincia posee exuberantes paisajes rica en fauna y flora; lo que invita al turista a explorarla (Yamey, 2015).

Un proyecto de inversión pública es un juicio variable, traza la interacción entre funcionarios destinatarios (implicados, primordialmente favorecidos) y funcionarios mediadores (inventor, representante de la mancomunidad). Estableciendo así que mientras dure el proyecto de producción de un proyecto de inversión pública se muestra, a una primicia, técnicas de mediación representativa que posteriormente se evolucionan en mediaciones encaminadas, mientras más sea el valor de ruralidad de los favorecidos (Gonzales, 2014).

La retribución de patrimonios para la inversión pública a nivel local no se manda por modelos imparciales de contingente de alianza a las insuficiencias ciertas en cada localidad. Depende, en gran medida, de los mismos patrimonios que cada una de los territorios, por sus mismas competencias y es capaz de generar riquezas (Vargas, 2013).

De acuerdo a Sancho A. (2016), la actividad turística es una fuerza propulsora e importante para la sostenibilidad de la economía de una nación además que en esta participa el sector público y privado, diversificado varias ramas con la contribución a varios sectores.

Todos estos favores son fruto de las inversiones inmediatas ejecutadas en la acción turística, lo cual no sólo incita, como una consecuencia invariable a animar la elaboración de otras transformaciones mingitorios en servicios suplementarios (vialidad, canales, entre otros) mediante la contribución entre el sector público, privado, y las ordenaciones no oficiales, además a recortar la marca perjudicial del turismo en las compañías y el entorno (Morillo M., Rosales L., & Cadenas R., 2014).

Habitualmente, las inversiones son estimadas como una herramienta de desarrollo financiero de las naciones, con preeminencia para los estados en progreso sin embargo, no siempre este desarrollo está encaminado hacia la sostenibilidad. El problema está las restricciones de las inversiones en términos de sostenibilidad en las leyes estatales para ejecutarlo (Rodrigues, 2014).

La creciente demanda turística de las naciones en progreso ha provocado una ampliación en la capacidad de acogida turística y en mayores niveles de inversión en instalaciones, talento humano y desarrollos tecnológicos. En tal virtud, la mayoría de los países en desarrollo dan prioridad a la atracción de inversión extranjera directa (Montoya, 2013).

Al elaborar un proyecto de inversión pública es preciso determinar su dimensión, en otras palabras es necesario medir el nivel de intervención en cuanto a cobertura, para esto es indispensable precisar a quienes va encaminado el plan, y el importe de bienes y servicios que se va a utilizar, es decir determinar todos los recursos necesarios, los que constituyen la inversión del proyecto (Valencia, 2013).

### 1.1.2 Turismo

Al turismo se lo caracteriza por ser una actividad socio económica la cual engloba a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas, dando origen a una multitud de actividades turísticas cada una enmarcada en distintos aspectos de dicha actividad (Crosby & Moreda, 2014). Siendo el turismo relativamente joven existe un debate sobre qué es exactamente el turismo, lo que ha generado una multitud de definiciones. Sin embargo es importante que cada región parta desde un marco conceptual como punto de referencia para elaborar buenas estadísticas turísticas (Sancho, Gallego, Mata, Navarro, & Ruiz, 2015).

Desde una perspectiva de la arquitectura los hoteles son “marcas” los edificios por su infraestructura contribuyen piezas mínimas para construir un destino turístico. Si bien el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas que mayor ingresos que aportan a un sector lo que conlleva a diferir de manera general la realización de viajes que ayuden al mejoramiento físico y a la elevación intelectual y cultural del individuo (Bruno, 2015).

La competitividad se utiliza como modelo para medir el sector turístico y se considera las siguientes variables de los destinos turísticos; dentro de la dimensión de negocios la sostenibilidad es la dimensión macro y está conformada por: (aspectos sociales, aspectos medioambientales, aspectos culturales) (Medeiros, 2013).

Una de las herramientas utilizadas en Argentina para medir el sector turístico es analizar el sector hotelero y en sector de restaurantes, se presentan datos de actividades que forman parte del producto turístico, que permite estimar el producto bruto interno turístico eso con datos censales para dichas actividades (Trucchia, 2013).

La participación del turismo en la balanza del PIB describe la importancia económica y establece una comparación a nivel internacional. Son indicadores lo que intervienen a la hora de medir la participación que posee el turismo entre un país y otro, a esto se aplicará el cálculo de PIB. ( $Conturec = PIB * 100$ ), la política turística es uno de los indicadores de mayor importancia al generar divisas en transacciones no financieras (turismo, 2015).

Un estudio realizado en Colombia permite identificar creencias, patrones de conducta, hábitos y prácticas sociales que aparentan influir negativamente en la competitividad de diversos sectores de la economía entre ellos el sector turístico. En países desarrollados el sector turístico cuenta con personal calificado, la calidad del servicio es de primera por ellos un gran problema que el sector presenta se debe a que las actividades se hacen de una forma empírica (Botía & Orozco, 2012).

Uno de los problemas que enfrenta España en el sector turístico es la descoordinación entre agentes públicos y privados, la sobre oferta en la que se basa España en su modelo genérico “rural” donde existe infinidad de microempresas sin capacitar, sin innovación, ni capacidad financiera son problemas a resolver para garantizar la sostenibilidad (Varela & Gil, 2014).

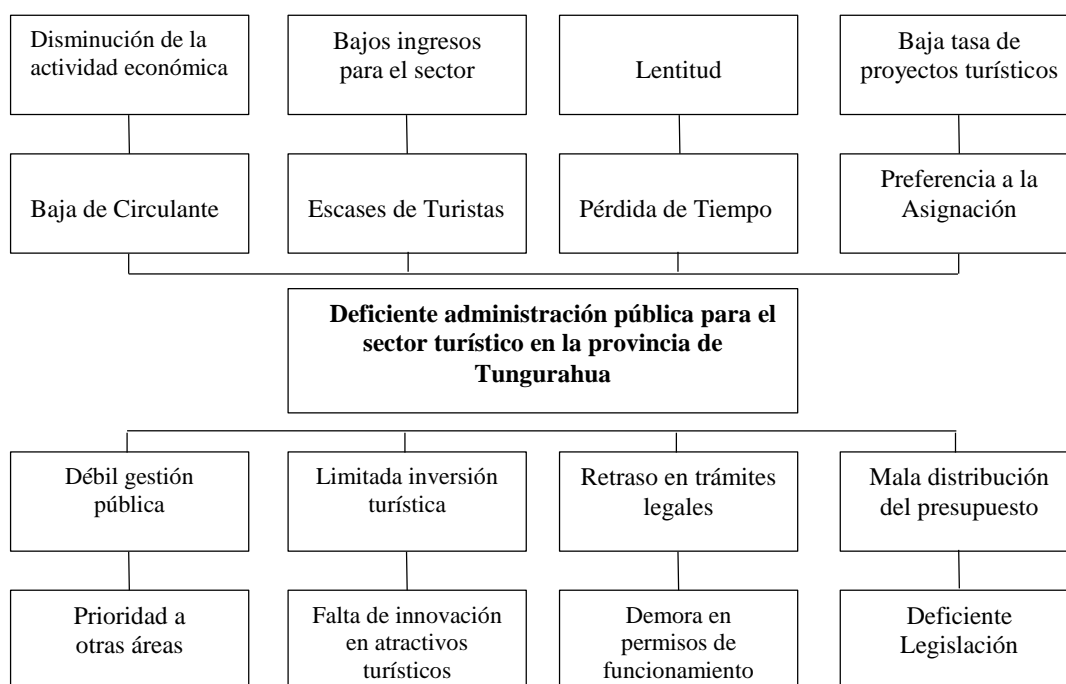
El turismo rural está en crecimiento y son muchos los alojamientos que se suman a ofrecer servicios turísticos, son muchos los turistas que se ajustan a realizar estas actividades donde los recursos más valorados son los paisajes, patrimonio histórico-artístico, y lo tradicional. Son varios los problemas que aquejan al sector y se pone en marcha realizar planificación estratégica para mejorar la estructura organizacional (Cebrián, 2013).

El país que ofrezca infraestructura suficiente para todos sus atractivos y que estos sean fáciles de alcanzar posee mejores posibilidades para crecer en el sector turístico. Al no contar con una buena infraestructura de las carreteras no se tendrá acceso a los sitios por visitar (Inman & Segura, 2014).

La infraestructura de servicios turísticos (restaurantes, hoteles, operadores de tours transportistas y actividades recreacionales) es importante además que es obligatorio tener un sistema de sostenibilidad turística de funciones en su totalidad y cualquier problema que se presente debe ser resuelto.

Un sector que sea considerado turístico debe mantener su servicios (sanitarios, centros de visitantes, centros de recreación entre otros) intactos. Para que la visión prevalezca es importante proveer de asistencia a mercados, parques y sitios donde se practique eco turismo (Segura & Inman, 2016).

**Figura 1** Árbol de problemas



**Figura 1:** Árbol de problemas. Fuente propia

### **Inversión pública en el sector turístico**

En los últimos años la situación económica que enfrenta América Latina y todo el mundo ha generado que la estabilidad económica se vea afectada y mucho más para Ecuador, al tener que enfrentar golpes muy duros como desastres naturales ocurridos en el año pasado, la disminución de exportaciones y caída de petróleo. La errada asignación de recursos generó que el país busque ayuda económica internacional haciendo crecer su deuda; afectando en gran parte al sector turístico.

La problemática principal concentra al desastre natural que el país soportó, dejando en gran parte de la costa destruida, muchos atractivos turísticos destruidos, dando como resultado un nivel bajo de turismo. Esto provocó que muchas familias dedicadas por muchos años al turismo tengan que emigrar a otras ciudades para subsistir y turistas que frecuentemente visitaban estos atractivos costeros ya no vuelvan a regresar (Burbano, 2016).

Las estrategias de turismo de Tungurahua es una política prioritaria para el desarrollo económico Cantonal y Provincial que fue diseñada en el año 2008 por los propios

actores públicos y privados de los nueve cantones con la finalidad de todos trabajar con objetivos y líneas estratégicas comunes aunando esfuerzos y recursos para convertir a Tungurahua en una potencia turística del Ecuador (Sánchez A. , 2013).

Pero se presentan inconvenientes en el sector público a la hora de evaluar y conceder permisos de funcionamiento, lo que ocasiona que los negocios tengan dificultades para poner en marcha su trabajo relacionado a actividades en atractivos turísticos de la provincia (Razo, 2016).

La deficiente legislación por parte del gobierno en la asignación de los recursos preocupa al sector turístico de la provincia como la del país, ya que hay más prioridad para sectores como (salud, educación) que el sector turístico lo que dificulta construir e innovar más lugares turísticos que atraiga a más turistas que nos visiten, ya que el turismo es una actividad que ofrece muchas ventajas en el ámbito socioeconómico y cultural, como la variedad gastronómica (Marien, Cortés, & López, 2015).

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Analizar el efecto de la inversión pública en el turismo de la provincia de Tungurahua.

### **1.2.2 Objetivo Específico**

- Fundamentar teóricamente el proceso de inversión pública en el turismo.
- Establecer los efectos en la economía de las empresas turísticas generado por la inversión pública.
- Analizar la inversión pública y los efectos en el turismo de la provincia de Tungurahua.

## **1.3 Hipótesis**

La inversión pública tiene efectos positivos en el turismo de la provincia de Tungurahua.

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1 Inversión pública**

La inversión es utilizar recursos con el fin de alcanzar algún beneficio ya sea este económico, político, social, o satisfacción personal, es decir es el desembolso de dinero en alguna actividad comercial o civil que nos otorga algún beneficio inmediato o a futuro (López D. M., 2013).

En base a lo expuesto, la inversión pública es el uso del dinero recolectado en impuestos, por parte del Estado, para recapitalizar en favores encaminados a la población que atiende, simbolizada en obras, infraestructura, servicios, adelanto de proyectos productivos, estímulo en la creación y desarrollo de compañías, promoción de las actividades comerciales, creación de empleo, amparo de derechos fundamentales, y perfección de la calidad de vida en general. La inversión pública se encuentra regulada por leyes, normas y procedimientos, que le definen lo que es viable y lo que está prohibido, los responsables y montos autorizados, actividades permitidas y requisitos que deben cumplir. (Paul A. Samuelson, 2015).

Al hablar de inversión pública, es importante citar tres elementos: rendimientos esperados, riesgo aceptado y horizonte temporal. El rendimiento esperado se refiere a cuanto se espera ganar, el riesgo aceptado es que probabilidad hay de obtener la ganancia esperada y el horizonte esperado representa al tiempo a cuando se obtendrá la ganancia (Mota, 2013).

La importancia de estudiar la inversión pública como tal, es porque debería constar una reorientación en la inversión en planes o proyectos beneficiosos más en el plano social, además que impacten claramente sobre la calidad de vida de las personas. Por ello, la importancia de identificar la “inversión productiva”, como aquella que no solo concibe desarrollo económico sino además que forme mayor rentabilidad en el plano social, y de esa manera, conseguir la afinidad territorial (Sono, 2013).

### **2.1.1 Asignación de recursos**

La asignación de recursos es la forma como una determinada economía distribuye sus recursos (llamados componentes de manufactura) por los diversos usos posibles, con la finalidad de originar un terminante vínculo de mercancías o valores finales. La asignación de recursos de ser lo más eficaz para que sea viable maximizar la utilidad final con el gasto menor de patrimonios, es decir, para maximizar la eficacia y el rendimiento (Nunes, 2015).

La asignación de recursos turísticos es la retribución de servicios y productos que, por interludio de la diligencia de la persona y de los medios con los que posea, hacen viable la actividad turística y satisfacen las penurias de la demanda (Navarro, 2015). Es una parte primordial en la administración de proyectos de inversión turística, ya que nos permite llevar a cabo un seguimiento del trabajo realizado por los trabajadores y el equipamiento asignado a las tareas, como también reconoce observar que recursos están siendo sobre asignados y cuales están infrautilizados (Chalmeta, 2015).

Una apropiada asignación de proyectos a financiar puede ayudar de manera importante al desarrollo económico y social del país; por tanto, es valioso que se tengan los estímulos ordenados para preferir aquellos proyectos que generen un mayor impacto positivo en el campo turístico (Restrepo, 2017).

La asignación de recursos se lleva a cabo a través de una estimación de necesidades, Canadá, la asignación de recursos se basa en un modelo descentralizado en el que por medio de un cierto nivel de corresponsabilidad pública, se ha podido concordar la soberanía política de las provincias con la garantía de un sistema asistencial que está presente en todo el país. La asignación de recursos se base en un mecanismo con un cierto grado de objetividad transparencia (Garrido, 2013).

El recurso humano es el más valioso en cuanto se desea alcanzar las metas de cualquier establecimiento, para la asignación de este recurso se toma en cuenta varios puntos como el nivel de conocimiento que debe poseer, como el espíritu de servicio y una sucesión de aptitudes, actitudes, hábitos, entre otros, que en conjunto podrá el individuo satisfacer la demanda del trabajo (Robles, 2013).



Según Nagel, (2015) una asignación de recursos involucra: 1) “algo” de importe; 2) una “forma” de toma de decisión; 3) “individuos” que adoptan un “beneficio” o una “carga”; y 4) algún “juicio” claro o implícito para establecer “quién” consigue “qué”. Para analizar los mecanismos de asignación de recursos que se basa en teorías de la justicia y de la literatura positiva en materia de políticas sociales y etapas del bienestar, cuatro principios: derecho, necesidad, mérito y utilidad, y se muestra cómo estos principios se pueden concretar en cuatro mecanismos específicos de asignación de recursos claramente característicos que unen una sucesión de elementos independientes a la partición entre componentes universales y procesos selectivos (Puig, 2015).

Actualmente, existe escasa información favorable en la país, referente de las necesidades y razones de complacencia de los turistas a las áreas protegidas, insuficiencia que entorpece la gestación de procedimientos de conducción de los turistas que visitan los parques nacionales y atractivos turísticos, procedimientos que son un módulo fundamental si los parques y los atractivos turísticos van a establecer los recursos económicos favorables en carácter eficiente, para afrontar el incremento previsto de la visitación en forma triunfante y sobretodo sostenible (González J. A., 2013).

Globalmente con la racionalización en la asignación de los recursos, la aportación en divisas a la balanza de pagos de los países de la región, que forjan los gastos de los turistas que visitan los atractivos turísticos y parques nacionales se ha convertido un mecanismo fundamental del bienestar macroeconómico del país (Kozak, 2014).

El procedimiento a seguir en la toma de decisiones sobre la asignación de recursos debe estar despejado para todos los interesados directamente. La asignación de recursos ha sido a menudo centro de discusiones, que posiblemente se declinarán a compostura que crezcan las demandas que pugnan por dichos recursos y es viable que los recursos disponibles reduzcan (Beltrán, 2014).

Cualquier decisión de asignación de recursos involucra un grado de “oportunidad” en tres dimensiones: asignación entre ciudades objetivo, asignación entre mediaciones y asignación entre insumos para provocar mediaciones; en la medida en

que estas dimensiones se consideren explícitamente en la decisión, ésta será óptima (Kenefick, 2013).

Los gobiernos de turno deben continuar invirtiendo en el sector turístico del país, a la vez deben tener en cuenta su valor exportador y su potencial para conducir la resolución de la crisis actual. El dinamismo turístico que esta inversión aviva, debe acomodarse a los nuevos contextos del contorno y la disponibilidad de recursos fundamentales, así como a los requerimientos señalados de un turismo más moralista y comprometido (Uribe, 2009).

El recurso turístico es aquel elemento que por sí mismo o en composición con otros consiguen incitar el interés, para visitar un definido país o territorio (Wallingre, 2015). Para Ruiz M. , (2015) dice que los recursos turísticos son elementos con suficiente valor, atractivos, aptos y disponibles, sobre los cuales una comunidad puede basar su actividad turística.

La inversión pública potencializa la imagen turística contribuyendo el impulso a los atractivos turísticos tradicionales del país, eventos que llaman la atención de los turistas mismo que se den cita y visiten expo-ferias, festividades locales; todo esto se ve reflejado con mayor intensidad en la franja costera del país, reservando el frente de los balnearios playeros al desarrollo turístico, al mismo tiempo que atenuando el progreso habitacional y comercial del área ubicada en esta región, esta innovación de la franja costera ha sido viable gracias a una fuerte inversión pública, que por parte del gobierno, cada año invierte miles de dólares para la construcción de miles de atractivos turísticos playeros en pro de la población de esta región (Isunza & Méndez, 2013).

El impacto de la inversión en el sector turístico y de comercios departamentales, habiéndose desarrollado igualmente las ocupaciones en el transporte y almacenamiento, a partir de las actividades portuarias, y en la construcción, la cual se favoreció al desarrollo (Garza, 2014).

Es muy habitual el uso de los términos gasto e inversión según el provecho del momento. Así, la expresión gasto social muestra que todo recurso que se destina a ello debe considerarse a fondo perdido. No justifica una rentabilidad de carácter económico o productivo. Esta consideración adquiere más relevancia cuando se utiliza en

momentos de crisis económica. Se argumenta que la capacidad de gasto de una sociedad tiene que estar acorde con su capacidad para generar riqueza (Beltrán, 2014).

Abordar la inversión de manera estratégica y focalizada, jerarquizando aquellos sectores más vulnerables social y físicamente apuntando hacia la necesidad de establecer criterios respecto a selección y distribución de la inversión pública acercándonos a las que deben ser las principales áreas de interés para la gestión e inversión ministerial como localmente (Penafiel, 2016).

### **2.1.2 Tipos de inversión pública**

Básicamente la inversión lo hemos identificado en tres tipos, como es la inversión a nivel gubernamental, provincial y local. Para Tello, (2015) dice que la inversión gubernamental es aquella que está administrada por el estado (gobierno), que hace posible la captación de recursos y emplearlos para la concreción de los objetivos y metas del Estado en la forma más eficaz posible.

La colaboración de la población en la preparación de planes y proyectos de inversión pública es primordial para que en la realización y monitoreo de dichas operaciones refleje un apropiado procedimiento de mediación, en donde se satisfaga de modo positivo las demandas sociales (Gómez, 2013).

Entre los fines de la gestión pública de una economía se apremia la mejor inversión y dotación de recursos públicos del Estado para conseguir grados altos de desarrollo y progreso socioeconómico, razonable y fusionado en todas sus entidades territoriales. Por ello, los países cuentan con un presupuesto general que admite la gratificación y asignación de recursos entre sus provincias.

Esta redistribución tiene sus modalidades en función de las penurias, preferencias y diferencias financieras y sociales de cada provincia. Por lo tanto, desde hace antes los estudios de la inversión pública y la consecuencia sobre el desarrollo a largo plazo han recogido mayor importancia, eso en el medio teórico como experimental, en personal desde mediados de los años ochenta cuando brotaron las nuevas teorías de desarrollo endógeno (Mendoza, Galindo, & Vargas, 2013).

Unos de los tipos de inversión pública es la de infraestructura, es decir (carreteras, aeropuertos, puertos, puentes, ferrocarriles, telecomunicaciones, etc.) forman una columna primordial para incitar el desarrollo económico de un país, debido a que ésta es la plataforma sobre la que se afirman las varias acciones exclusivas y gubernamentales, viabilizando la presencia de empresas más eficaces, ya sea porque su progreso cambia e coste de transferencia de las bienes (cambiando la fabricación de la organización) o porque su progreso puede trastornar la acogida de capitales y mercados en una área explícita (Eugenio, 2013).

La inversión pública en fortalecimiento de capacidades sociales o administrativos se basa en la participación ciudadana, progreso de la trabajo estatal, u otros, en este prototipo de inversiones el mecanismo de inversión en activos fijos, como también obras urbanas o equipamiento es restringido, la jerarquía de la inversión se basa en el beneficio de contenidos sea en la colectividad o en los favorecidos (Myriam Ruiz Tibana, 2015).

#### **2.1.2.1 Inversión gubernamental.**

La inversión gubernamental, corresponde a todas las salidas de capital con el fin de favorecer socialmente a toda la nación en su conjunto, o subsectores de la economía definidos que requieran más asistencia para suplir sus mayores penurias de soporte económico. Esta clase de inversión se gira a los entes gubernamentales y entes descentralizados anexados al gobierno central y municipal, con el fin de que por intermedio de estos se ejecuten los pertinentes planes (Sánchez, 2016).

El procedimiento de preparación de un Proyecto de Inversión Pública se comienza con la elaboración de un perfil que figura de las siguientes fases: Aspectos universales, caracterización, formulación y la valoración del proyecto a nivel de perfil. En la preparación de un PIP, son en las fases de la caracterización y formulación donde la intervención de la población es de transcendental importancia. Paradójicamente, asimismo es la fase donde los implicados (esencialmente los beneficiarios) no son incluidos (la totalidad de veces), ni apreciados como fuentes esenciales para la elaboración de la identificación y/o formulación (Sánchez, 2016).

### **2.1.2.2 Inversión provincial.**

La inversión provincial es aquella que está manejada por medio de los gobiernos municipales (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal GAD), por ejemplo en la provincia de Tungurahua el ente que administra los recursos en la provincia es el GAD Municipalidad de Ambato. La fuente principal en este tipo de inversión, básicamente descende de los impuestos derivados de la extracción y explotación de los recursos naturales tanto renovables como no renovables.

Un aspecto sensible importante es que la economía ecuatoriana, como muchas de Latinoamérica, es soberanamente dependiente de las materias primas, lo que ha forjado que se conserve la constante de una economía con un modelo primario exportador (Rodríguez B. , 2014).

Uno de los componentes para promover el desarrollo económico, y su viable afinidad, a altura regional se produce en el vínculo con la inversión pública. Por ese motivo, el gobierno regional o provincial encaminado al abastecimiento de capital público es hoy en día la opción más esgrimida para solucionar diferencias provinciales (León & Gutiérrez, 2015).

### **2.1.2.3 Inversión local.**

La inversión local está administrada por medio de los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales (GAD parroquiales), son personas jurídicas de derecho público, con soberanía política, funcionaria y financiera, cuya función principal es originar el progreso sostenible de su jurisdicción terrestre parroquial para avalar la ejecución del buen vivir por medio de la consumación de estrategias públicas parroquiales, en el marco de sus competitividades reglamentarias y legales (Ministerio de Economía y Finanzas , 2016).

### **2.1.3 Tipo de beneficiario**

Al hablar de inversión es menester profundizar en el análisis de los principales beneficiarios que serán favorecidos de tal inversión, se los identificado como los implicados, a la población en general.

El fin del estudio es ejecutar un análisis del procedimiento de intervención de la población en la preparación de planes o proyectos de inversión pública eximiendo las disconformidades acorde al nivel de ruralidad de la población, acostumbra a diferir el intercambio entre agentes receptores (involucrados, fundamentalmente beneficiarios) y agentes interventores (proyectista, representante de los gobiernos autónomos descentralizados).

Al ser un proyecto de inversión pública es un proceso cambiante, estableciendo de esta manera que durante el proceso de preparación de un proyecto o plan de inversión pública se muestra, a un inicio, procesos de mediación participativa que definitivamente se modificarán en mediaciones dirigidas, mientras más sea el nivel de ruralidad de los beneficiarios o favorecidos (Gonzalez, 2015).

#### **2.1.3.1 Implicados**

Los implicados son toda la nación donde se encuentran personas de escasos recursos, es decir la clase social más vulnerable, el objetivo no es obtener ganancias, sino facilitar una prestación de imparcialidad y equilibrio social a los propietarios de los establecimientos turísticos principalmente los de alojamiento, como locales de comidas y bebidas y a la población en general (Chacín, 2013).

Consecuentemente, el gobierno promueve proyectos de desarrollo y conservación que contemplan medidas de protección a la población más vulnerable promoviendo la participación local en la toma de decisiones, (Beltrán, 2014).

#### **2.1.4 Tipo de obra pública**

El Ministerio de Transporte y Obras Públicas tiene control permanente sobre las carreteras, para ofrecer a todos los ciudadanos información oportuna sobre el estado de las vías del país, favoreciendo al desarrollo de la nación por medio de la elaboración de estrategias, medidas, técnicas, presentaciones y proyectos, que certifiquen la calidad de la gestión, alineados con las reglas financieras, sociales, medioambientales y el plan nacional de desarrollo. Existen tipos de obras como son de viabilidad (carreteras), servicios básicos, producción, e infraestructura, etc (MTO, 2017).

El sistema de información de contratación es un instrumento favorable para saber de buena manera toda la información sobre los planes de inversión pública, es decir aquí se detalla todos los proyectos que están en proceso de aprobación, proyectos que se van a ejecutar y proyectos que finalizaron (Guzman, Venegas, & Ruiz, 2014).

#### **2.1.4.1 Vialidad**

Entre las principales tipos obras públicas se encuentran, infraestructuras de transporte viabilidad (vías, calles, carreteras), el marítimo o fluvial se encuentran (puertos, canales), en lo aéreo (aeropuertos), el ferroviario y el transporte por conductos (esta los oleoductos) (Jiménez, 2015).

Los proyectos de viabilidad, en específico los de transporte, son de vital importancia para el desarrollo monetario de una nación, dado que son los medios que sobrellevan la compensación de mercados y mercancías. Muchos planes son confusos, demandan magnas inversiones y en varias cuestiones un costoso grado de experticia en las disímiles disciplinas de la ingeniería (Mayor, Botero, & Gonzales, 2016).

En los proyectos de infraestructura vial se han comprobado prácticas no apropiadas en la administración de los contratos. No obstante, la particularidad de las concesiones viales ha ido desarrollando con el propósito de restar los impactos negativos y consecuencias sociales y financieras creadas por estos proyectos. A pesar de la normatividad o ley vigente y de las iniciativas legales de anticorrupción, hacen falta procesos sancionatorios que instruyan a las sociedades presentes y a las futuras (Galvis & López, 2013).

Se debe generar un listado de deficiencias en infraestructura por tipo de accidente, de las cuales se catalogaron en orden de preferencia y mediación. Los efectos van a crear un soporte técnico a los manejos de inversión para la asignación de recursos de la seguridad vial, ayudando a la toma de decisiones por medio de la solución de modo estratégico a las preguntas de ¿Cómo? y ¿Donde? corresponden invertir los recursos en el tema de seguridad vial (Aguilera, 2015).

Las inversiones en las carreteras han sido típicamente regidas por la condición de los activos que las forman como los asfaltos, los viaductos (puentes), muros, desagües y

señalética, No obstante, dado que las vías no son un final en sí mismas, coexisten nuevas orientaciones que marcan la necesidad de pensar la seguridad de los usuarios como principio en la toma de decisiones que rigen las inversiones en las redes viales (Assis, 2013).

La inversión en infraestructura y la de servicios de transporte origina reformas en la accesibilidad y en los enfoques referentes de una porción en el marco general de la ciudad. Con periodicidad ha sido una parte clave en materia de mediaciones urbanas, procediendo como facilitador de técnicas de renovación y de transformación, creados bajo el ejemplo de los "efectos estructurantes" del transporte en relación con el espacio urbano.

La diligencia de manejos exhaustivos entorpece la asignación inmediata de la inversión en transporte como causa en la procreación de cambios sociales y económicos, pero recobra la complicación de la dinámica urbana retando las representaciones mecanicistas y abogando por más políticas territoriales integradas (Blanco, Bosoer, & Apaolaza, 2014).

#### **2.1.4.2 Inversión productiva**

En obras productivas están las de infraestructuras hidráulicas, como (represas, redes de distribución, depuradoras, que son construidas para solventar necesidades industriales del país (Sallenave, 2013).

En la provincia de Tungurahua está la represa hidroeléctrica de Agoyan que fue construida para aprovechar el caudal del río Pastaza, la amplitud global de la zona de dominio de la Central es de 5.00 Km<sup>2</sup> con una producción media anual de 1.080 GWH, constituyéndose así como una de las fuentes de energía hidroeléctrica que el país ha invertido miles de dólares para su construcción (ASTECH, 2017).

La construcción de obras de infraestructura que autoriza aprovechar los recursos hídricos, reduciendo la dependencia energética de otras fuentes, esto se da gracias a la iniciativa de los gobiernos de turno que ejecutan obras necesarias para garantizar el abastecimiento energético de la mano de una planificación económica que contempla



el desarrollo de variables macroeconómicas fundamentales del país (Radovich, Balazorte, & Piccinini, 2013).

La inversión pública productiva se entienda a las repartición ejecutadas con recursos derivados de financiamientos, consignadas a la realización de obras, contratación de servicios, compra de bienes y los costos para la restitución de bienes que formen una ampliación en la capacidad o vida útil de los mismos, siempre que con la marcha de dichos activos se formen directa o indirectamente recursos financieros suficientes para resguardar los financiamientos concernientes (Díaz & Ramos, 2014).

El aumento de los negocios inmobiliarios agrupados al turismo va unida al símbolo de una excelente inversión reuniendo varios puntos importantes como es la seguridad, exclusividad y diversión u ocio en lugares de vistas agradables como son las costas, que ya disponen de infraestructura.

El organizador inmobiliario como funcionario de recreación del espacio, para conseguir lucros, maneja los recursos naturales que dan importe al litoral y las obras infraestructurales (procedentes de inversiones públicas) que originan la disposición de acceso al área. Es así como el mercado inmobiliario se aumenta e incorpora cada vez más áreas próximas a las costas, valiéndose de arengas que agradan a los turistas (Justino de Oliveira, 2015).

#### **2.1.4.3 Servicios básicos e infraestructura**

Dentro de esta clasificación también están los servicios básicos y la infraestructura en general, es decir el gobierno debe dar acceso a servicios básicos como luz eléctrica, agua potable, saneamiento, salud y educación para lograr su desarrollo económico (SENPLADES, 2017).

El progreso habitacional hoy por hoy es interpretado por organizaciones privadas, pero viabilizado gracias a la reacción del crédito favorecido por los entes públicos de vivienda; juntamente, la inversión pública invierte fielmente el "escenario" para el arribo de las grandes cadenas comerciales, constituyéndose así dos métodos que cambian la imagen y distribución urbana de la ciudad (Izquierdo & Salazar, 2013).

## **2.2 Turismo**

Urpi, (2010) Define al turismo como el movimiento de las personas por motivos culturales, festivos, eventos artísticos, arte, etnias, vestimenta, folklore o peregrinaciones. El fenómeno turístico, se puede identificar en la complejidad de la participación de población, el turismo hace relación a la diversidad de poblaciones que tiene una sociedad (C Medina, 2012).

Es un viaje originado para conocer los rasgos distintivos, intelectuales y efectivos que le caracteriza a un grupo social en un destino (cultura, 2005). Es parte del patrimonio cultural, una prioridad para el estado, sustenta el desarrollo como metodología al diseñar nuevos productos turísticos en una visita a un nuevo destino (Barbosa, 2007).

Se destaca una diversidad en la cultura y naturaleza; que le permite al turista disfrutar diferentes lugares y elementos que son parte del turismo (Ferreira, 2013). Es una forma para emprender en un viaje alternativo y de turismo que surge en por los 80 que en la actualidad crea valor, y empleo para los pobladores de distintas naciones (Nuria Morere, 2013).

### **2.2.1 Turismo a nivel mundial**

El turismo es pieza clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar. La organización mundial del turismo (OMT) entidad que se especializa en promocionar el turismo responsable, accesible y sostenible. El turismo se ha abierto paso en todo el mundo, promoviendo la creación de nuevas empresas que brindan fuentes de trabajo (Castellano & Urdaneta G, 2015).

**Tabla 1. Turismo internacional en 2015**

<b>CONTINENTES</b>	<b>TURISTAS</b>	<b>%</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>%</b>
	<i>Llegada de turistas internacionales. Millones</i>		<i>Ingresos por turismo internacional. Millones \$EEUU</i>	
América	193	16%	304.000	24%
Europa	608	51%	451.000	36%
África	53	5%	33.000	3%
Asia y el Pacífico	279	24%	418.000	33%
Oriente Medio	53	4%	54.000	4%
<b>Total</b>	<b>1186 millones</b>		<b>1.260.000 millones</b>	

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) turismo a nivel mundial en número de personas y millones de dólares.

Para el 2015 la llegada de turistas internacionales creció a un 4,6% alcanzando un total de 1186 millones de turistas que constituye un crecimiento de 52 millones a comparación del 2014. Europa es el continente que destaca en la visita de turistas internacionales con el 36% con un total de 451.000 millones de \$ EEUU (Roman, Dyck, & Arturo, 2016).

Los cinco continentes generan un ingreso alto debido al turismo fomentando sus atractivos y permitiendo que los turistas exploren estos rincones que la naturaleza creó. Cada país posee una belleza natural que le distingue y eso es lo que buscan los turistas y por ello están dispuestos a viajar y buscar aventura que le ayude a distraerse y tomar un merecido descanso.

Una investigación de mercado aplicada en Japón llevada a cabo por la secretaria de turismo de México y la comisión canadiense de turismo de los EEUU concluye que para atraer viajeros japoneses se debe incluir organizaciones de turismo rural, mejorar la comercialización de productos turísticos, evaluar los mercados y crear conciencia en los operadores turísticos (Murphy & Williams, 2014).

**Tabla 2: Ingresos de turistas por continente**

<b>CONTINENTES</b>	<b>TURISTAS 2015</b>	<b>CUOTA DEL MERCADO</b>
<b>EUROPA</b>	<b>607,7</b>	<b>51,2%</b>
Europa del Norte	75,9	6,4%
Europa Occidental	180,0	15,2%
Europa. Central-Oriente	126,6	10,7%
Europa. Meridional-Mediterránea	225,2	19,0%
<b>ASIA Y PACÍFICO</b>	<b>279,2</b>	<b>23,5%</b>
Asia del Noreste	142,1	12,0%
Asia del Sureste	104,6	8,8%
Oceanía	14,2	1,2%
Asia Meridional	183	1,5%
<b>AMÉRICAS</b>	<b>192,6</b>	<b>16,2%</b>
América del Norte	127,6	10,8%
El Caribe	23,9	2,0%
América Central	10,3	0,9%
América del Sur	30,8	2,6%
<b>ÁFRICA</b>	<b>53,5</b>	<b>4,5%</b>
África del Norte	18,0	1,5%
África Subsahariana	35,4	3,0%
<b>ORIENTE MEDIO</b>	<b>53,3</b>	<b>4,5%</b>

Fuente (Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO)). Turistas para el 2015 en millones

Los países que ocupan los primeros puestos en la clasificación de destinos internacionales son: Francia, Estados Unidos, España y China esto tanto por llegada como por ingreso. Tailandia subió tres posiciones, Hong Kong avanzó un puesto y México logro llegar a situarse en el noveno destino en el mundo.

Aplicar índices de precios en los paquetes turísticos, analizar la reacción ante la crisis del sector turístico, estrategias de mercado de las operadoras turísticas durante la crisis. (Alegre & Sard, 2014)

**Tabla 3 Principales destinos turísticos 2015**

RANGO	PAÍS	2014	2015
1	Francia	83,7	84,5
2	Estados Unidos	75,0	77,5
3	España	64,9	68,2
4	China	55,6	56,9
5	Italia	48,6	50,7
6	Turquía	39,8	39,5
7	Alemania	33,0	35,0
8	Reino Unido	32,6	34,4
9	México	29,3	32,1
10	Rusia	29,8	31,3

*Fuente:* Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO),

“El turismo es riqueza para la persona, la familia, la comunidad y el mundo entero” (Olmos Juárez & García Cebrián, 2016) Según datos de (OMT) América se encuentra ocupando un tercer puesto a nivel mundial en el 2015, México ocupa el noveno puesto en el ranquin de los destinos más visitados en el globo terráqueo siendo el primer país de América Latina en formar parte de este listado.

América latina muestra un crecimiento de turistas para el 2016 la (OMT) registro un mayor número de viajeros extranjeros al país de Argentina.

Los viajeros que más visitan el caribe y América latina son los estadounidenses con más de 65 millones de personas que vacacionan fuera de su país. Más de 11 millones de viajeros optaron por realizar actividades turísticas en los países del Caribe, Brasil y Argentina (Sauzal, 2016).

### 2.2.1.1 Turismo en el continente americano

**Tabla 4: Turismo en América**

AMÉRICA	Número de turistas	%	Incremento viajeros internacionales
América del Sur	6.5	31.0%	6,3%
América central	6.3	30.0%	6,1%
El caribe	4.4	21.2%	4,3%
América del norte	3.7	17.7%	3,6%

Fuente: OMT informe anual en Madrid FITUR (Getty) en el 2016 América recibió 21 millones de turistas

1235 millones de turistas recorrieron el mundo en el 2016, 46 millones más que el 2015. América recibió un total de 201 millones de viajeros (ocho millones más que en el 2015) con un 16,3% del total de los viajeros internacionales. El turismo ha resistido fuertemente a aquellos particulares relacionados a la seguridad y se ve el aumento de turistas (Rifai, 2017)

**Tabla 5: Países más visitados en Latino América**

POSICIÓN	PAÍS	TURISTAS millones	PIB
9	México	32	8,6%
27	Brasil	6.3	3,3%
35	Panamá	2.1	8,1%
38	Costa Rica	1.5	4,8%
48	Chile	4.5	3,4%
50	Argentina	2.5	4,1%

Elaboración propia. Fuente: BBC los 6 países más visitados en América Latina

Según el foro económico mundial, el índice de competitividad de viaje y turismo en el 2017 movió US\$ 7.600 millones en el mundo y generó 292 millones de fuentes de trabajo en el 2016. Entre 2013 y 2015 la llegada de turistas internacionales creció de 170 a 201 millones de personas y la causa es probablemente al bajo precio del combustible (Campoamor, 2017).

### 2.2.1.2 Turismo en Sud América

**Tabla 6: América la región de rápido crecimiento**

DESTINO	LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES	INGRESOS POR TURISTAS
Argentina	1.946.876	4.627
Bolivia	419.822	.....
Brasil	455.965	6.843
Chile	367.300	2.252
Colombia	105.317	3.914
Ecuador	31.993	1.482
Paraguay	25.284	282
Perú	359.857	3.001
Uruguay	39.771	1760
Venezuela	45.918	.....

Elaboración propia. Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO)

América tiene un crecimiento rápido en el sector del turismo la llegada de turistas a América del Sur creció en un 5% en el 2014 gracias al empuje de Argentina, Ecuador, Colombia, Paraguay, Chile y Perú. El mayor destino de llegadas de turistas es a Brasil pero se considera que hay un crecimiento moderado en el resto de países que conforman Sud América (Ulate, 2016).

### 2.2.1.3 Turismo en Ecuador

**Tabla 7 Turismo en Ecuador**

AÑOS	TURISTAS EXTRANJEROS	INGRESOS EN MILLONES USD
2013	1'434.089	\$ 1.251,22
2014	1'557.000	\$ 1.487,20
2015	1'543.091	\$ 1.083,80
2016	1'569.108	\$ 1.691,20

Elaboración propia. Fuente: Anuarios de Migración Internacional. INEC Ministerio del Interior

El turismo registra por cuatro años consecutivos una utilidad en la balanza turística, forma un eje fundamental para el desarrollo socioeconómico para el país. El trabajo conjunto de instituciones privadas y el sector público permitió plantear estrategias posicionando al país como destino turístico además como tercera fuente de ingresos no petroleros detrás del banano y el camarón. Los principales demandantes registrados son los países vecinos: Colombia y Perú además de Estados Unidos (Armijos, 2014).

En el 2015 la llegada de turistas extranjero es de 1'560.429 con un promedio de gasto por turista de USD 1.200,00 esto gracias a 36 premios y reconocimientos internacionales. La certificación de calidad otorgada por el ministerio de turismo (Mintur) brindo certificación laboral, esto impulsó a todos los establecimientos turísticos a brindar un servicio de punta. Además se generó 415.733 empleos en actividades de comidas y bebidas y de alojamiento (Chiriboga C. , 2015).

El 16 de abril del 2016 Ecuador sufrió una gran catástrofe natural, pero la economía ecuatoriana registro un dinamismo de 285,5 millones de dólares solo en los feriados de fin de años se recibió a 618.972 turistas en las zonas afectadas (Santa Elena, Manabí y Esmeraldas) se promovió un turismo solidario (Castillo A. , 2017).

El turismo es considerado como estrategia clave que promueve la conservación ambiental, como el desarrollo socio económico de las comunidades locales Ecuador posee dos reservas: Galápagos y Sumaco (Amazonia ecuatoriana) destinos naturales que son preservados por la excesiva visita de turistas. Es notorio el crecimiento de turistas que visitan los rincones naturales que Ecuador posee.(Muñoz A. , 2017).

Los turistas prefieren Ecuador debido a la biodiversidad que ostenta el país haciendo de este un destino lleno de bellezas naturales. El ministerio de interior conjunto al INEC y el ministerio de turismo brinda información para que conocer datos estadísticos que ayuden hacer análisis de tema. A su vez mediante páginas web el turista puede informarse de los lugares turísticos, las actividades que se puede realizar en cada destino.



**Tabla 8: Premios Ecuador 2015**

<b>PREMIOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO</b>
“Destino Verde Líder de Sudamérica”	Otorgado por World Travel Awards.	2013-2014-2015
“Tren de Lujo Líder de Sudamérica”	Tren crucero de lujo, líder en Sudamérica.	2014-2015
“Mejor Aeropuerto de Sudamérica”	Aeropuerto internacional Mariscal Sucre.	2014-2015
“Hotel Verde Líder en el Mundo”	Finch Bay Eco Hotel líder en el mundo.	2015
“Hotel Verde Líder en Sudamérica”	Finch Bay Eco Hotel líder en Sudamérica.	2014-2015
“Hotel Conferencias”	Hotel de conferencias líder en Sudamérica.	2015
“Destino Líder de Sudamérica”	Quito, destino líder de Sudamérica.	2013-2014-2015

Elaboración propia. Fuente: [www.ecuador.travel.com](http://www.ecuador.travel.com)

Ecuador durante los cuatro últimos años ha recibido galardones que le permitieron darse a conocer en todo el mundo, se generó más empleo, 1 de cada 20 empleados son por turismo. Se consolidaron 20 proyectos hoteleros con una inversión de USD 750 millones. La promoción internacional con las campañas **All You Need is Ecuador** es una estrategia de promoción Feel Again, es la segunda arte de la campaña ya mencionada, la ejecución de esta campaña tuvo un impacto de 110.000 millones de personas alrededor el mundo (Salinas, 2015).

Cada año Ecuador es protagonista de los mejores reconocimientos al participar en diferentes premios que se celebran en el mundo promocionando al turismo del país. En la tabla se aprecia varios de los reconocimientos que Ecuador obtuvo por su infraestructura en hoteles y destinos naturales que promueven el país.

**Tabla 9: Destinos más visitados en Ecuador**

<b>PUESTO</b>	<b>CIUDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL LUGAR</b>
1	Quito	Monasterios d San Francisco y Santo Domingo, enorme ciudad se extiende por un valle andino.
2	Cuenca	Cafés y galerías santuarios de la catedral vieja y la inmaculada. Los sombreros de paja toquilla.
3	Guayaquil	Montaña de Santa Ana y la magnífica vista de la ciudad.
4	Baños	Piscinas de aguas naturales o descarga de adrenalina con deportes extremos.
5	Montañita	Playas más populares de los jóvenes nacionales y extranjeros.
6	Puerto Ayora	Ubicado en las islas Galápagos.
7	Salinas	Balneario más importante del país.
8	Manta	Playas más frecuentes; “San Lorenzo, Tarqui, Murcielago, Esteros, Santa Marianita, Liguiki, Tinosa y Piedra larga”.
9	Otavaló	Ferias de artesanías, cascadas y lagos.
10	Loja	El arte cultura y religió envuelven a esta ciudad.

Elaboración propia. Fuente: metro ecuador.

Según los datos de Metro-Ecuador el ranking de los lugares más visitados del país son los que se presentó en la tabla 9, siendo estos los destinos con mayor frecuencia de visitas por parte de los turistas.

Ecuador es uno de los países multiculturales en tal virtud, en este tema se podrá identificar cuáles son los destinos más situados con elementos culturales, permitiendo que se genere mayor turismo que permitirá incrementar los ingresos para el país.

Organizaciones regionales de gestión de destino de Italia emplean estrategias en Facebook para promover y comercializar sus destinos turísticos y captar la participación de los usuarios. Se basa en el análisis de datos de la página de Facebook, complementándolos con entrevistas semiestructuradas contribuyen con la actividad social. Esta estrategia es aplicada por Ecuador promoviendo el turismo a nivel mundial (Di Felice, Mariani, & Mura, 2016).

### 2.2.2 Desarrollo socioeconómico

En septiembre del 2015, 193 países entre ellos Ecuador, adoptan un compromiso histórico al aprobar 17 objetivos de desarrollo sostenible. Los que más resalta para la presente investigación son: industria, innovación, e infraestructura. Producción y consumo responsable. Ciudades y comunidades sostenibles.

La apuesta de este compromiso será conseguir el desarrollo sostenible en el ámbito económico, social y ambiental de forma equilibrada e integrada, a través de 17 objetivos con 169 metas.

El turismo posee una relación entre la economía y la producción, la economía nos enseña que la riqueza pasa de un lado al otro y como se distribuye entre la sociedad. El turismo fortalece la economía en actividades como: (producción de tipo perecedero, servicios, hospedaje, transporte, diversión, servicios culturales, servicios complementarios) el turista es la fuente de ingresos para pequeñas empresas (Viloria, 2012).

Al crecer la economía de un país, el dinero también crece generando que las personas obtén por un servicio turístico, por ende la economía mueve los negocios (Judd, 2003). Los efectos que la economía tiene en el turismo la distingue de otras actividades, efectos que genera el turismo en la economía: producción, empleo balanza de pagos, tasa de cambio oferta monetaria, ingresos y gasto (Alonso, 2014).

El turismo mide la calidad con la satisfacción de los turistas, el desarrollo regional impulsa a realizar actividades turísticas, las cuales aportan a la carga tributaria, infraestructura, y la protección ambiental. El turismo es catalogado como el promotor para la creación de empleos, inversiones extranjeras, y promotora para que crezca la economía siempre que se busque el bienestar de ambiental y el desarrollo rural (Monsalve & Hernandez, 2013). El turismo como motor del desarrollo regional busca la transformación de los ecosistemas, además se pretende impulsar la capacidad y bienestar social (Fonseca, 2009).

Se define al desarrollo socioeconómico como la distribución igualitaria de los beneficios obtenidos por el crecimiento económico. Demostrando la eficiente productividad y el eficaz funcionamiento de la estructura económica de un país (Prada, 2017). El desarrollo de la economía puede ser a corto y largo plazo al satisfacer las necesidades de la sociedad: (educación, cultura y espiritual, etc.) los seres humanos tiene una mejor calidad de vida permitiendo que crece su visión para el futuro (Fernández & Guitiérrez, 2013).

La demanda turística de los últimos años ha generado un cuestionamiento al presentarse una evolución económica presentando costes y beneficios (De Rus & León, 2012). Hoy en día el turismo es una fuente generadora de empleo y divisas. Muchos son los países quienes gracias al turismo tienen un bienestar económico; mientras que el resto deberá seguir su ejemplo al ser un motor de desarrollo al sector del servicio (Gardella & Aguayo, 2012).

La (O. M. T) afirma que el turismo es un “modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad”. El turismo sostenible sin duda representa un modelo económico que se basa en los recursos naturales y culturales, bajo la óptica de los habitantes, empresario, administración pública y turistas. Reporta beneficios económicos por la diversidad y calidad ecológica (Cardoso, 2016).

Un aspecto estrictamente económico del turismo es el mercado al cual debe estar sujeto; en demanda de publicidad, en estandarización de los productos para facilitar las ventas, disminución de costos (Menger, 2013).

### **2.2.3 Establecimientos turísticos**

Según el ministerio de turismo la infraestructura se la atribuye como la columna vertebral de las actividades económicas. Existen factores que afectan la construcción: instituciones débiles, falta de compromiso y visión, oposición pública y social, restricción fiscal (Iglesias, 2014)

La práctica turística es un conjunto de actividades que se relaciona a la prestación de servicios como: (transporte, agencias de viaje, restaurants, hoteles, servicios

personales, y recreativos) (Bertoncello, 2015). El banco mundial analiza la participación del sector privado en la infraestructura y se concluye que los resultados fueron positivos. Mejoro la productividad, la calidad y cobertura del servicio. Pero la percepción social es negativa por la falta de transparencia y se argumenta que América Latina, invierte muy poco en infraestructura (Luis, Diop, & Guasch, 2015).

Ecuador posee una moderna infraestructura de comunicación vial. En la actualidad impulsa proyectos de construcción que permitirán la comunicación y el acceso a los atractivos turísticos naturales mejorando la afluencia de los mismos a distintos puntos de las ciudades (Fuentes & Marquez, 2017)

### **2.2.3.1 Transporte**

El gobierno financia el transporte terrestre con impuesto y una parte es participación privada. En su mayoría los transportes y vías terrestres se realizan por obra pública y muy pocos son proyectos atractivos para la inversión privada (Benavides, 2013). La infraestructura vial es un elemento de mayor peso, es el principal medio que permite el acceso desde los diferentes puntos del país al sitio turístico.

La administración pública de Brasil presenta una estrategia para el crecimiento del país, debido a problemáticas de infraestructura y baja capacidad de inversión se analiza implementar las carreteras federales dando un cambio estructural necesario para la sociedad mismas que promueven el turismo (Souza, Castro, & Tavares, 2015).

Las vías terrestres se convierten en pieza clave para ofertar un destino turístico (Pícon & Baltodano, 2013). Los transportes en el turismo terrestre están conformados básicamente por tres componentes; la infraestructura, los flujos del transporte, los servicios de transporte. El transporte aéreo actúa como nudos de comunicación (Millian, 2013).

Según el directorio de la agencia nacional de regulación y control de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial. El transporte terrestre turístico debe coordinar con las entidades del sector público. Donde las personas jurídicas dedicadas al transporte de los turistas deben tener conocimientos pertinentes para desarrollar esa actividad. Se

realizara esta actividad brindando un servicio de calidad y seguridad a demás quienes presente este servicio deberán colaborar para la conservación, protección y vigilancia del patrimonio turístico nacional (Flores, 2014)

Ecuador cuenta con una infraestructura de transporte que está compuesta de 43,197 km de carreteras, 966 km de vía férrea que conecta la costa con la sierra y es utilizada para fines turísticos. El sistema portuario está compuesto por 7 puertos estatales y 10 muelles privados. Óptima red de aeropuertos está conformado por 3 internacionales en las ciudades de Quito, Guayaquil y Manta (Proecuador, 2017).

El gobierno nacional a través del ministerio de transporte y obras públicas desde el 2007 invierte 3.450 millones de dólares en obras de construcción, reconstrucción, ampliación, mejoramiento, terminación, rehabilitación, mantenimiento, remodelación y recapeo. 5.000 kilómetros de carreteras ubicadas en todo el país.

Tungurahua realiza mantenimientos de infraestructura con la participación de microempresas “Ramo de Girasoles” y “VERDU S. A” son las empresas que se encargaran de evitar inconvenientes en cunetas de dos vías: paso lateral Ambato y la carretera Pelileo-Baños. El buen estado de las vías disminuye el tiempo de los viajeros y el costo de operación del transportista. Los habitantes de los sectores mejoraran su calidad de vida, la comunicación, transporte, acceso a centro médicos, y empleo permanente (Jimenez, 2015).

El servicio de transporte turístico en Tungurahua es deficiente debido al desinterés por parte de las autoridades, el principal problemas en microempresas de esta línea son por ser creadas de una forma empírica y al tener bajos recursos económicos. Baños considerado uno de los sitios más atractivos turísticamente en la provincia de Tungurahua cuenta con varias microempresas de transporte pero estas no están aptas para dar un servicio de calidad (Pasquel, 2012).

El consejo municipal de Ambato “garantiza la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial sin privilegio de ninguna naturaleza” el transporte público masivo adoptara una tarifa diferencial siendo el estado quien regule el transporte terrestre, aéreo, acuático y actividades aeroportuarias (Viteri, 2015).

### **2.2.3.2 Agencias de viaje.**

Para Paredes & Coromoto Morillo, (2016) las agencias de viajes son personas jurídicas que se dedican a la organización, promoción, representación y comercialización de servicios turísticos, de forma directa o por intermediarios entre los usuarios y los prestadores de servicios tanto nacionales como internacionales. Las agencias de viaje y operadoras turísticas tienen en su mayoría la visión de ofertar productos y servicios turísticos e incluso influyen en la decisión de sus clientes. Juegan un papel importante en la comunicación directa interpersonal y comunicación directa logrando un éxito en la gestión del marketing. Así también estas ejercen influencia entre la motivación y decisión final entre el producto y destino.

Las agencias de viaje de la mano de las tics han revolucionado la comunicación ofreciendo a través de la web información precisa de los sitios a visitar e incluso construyen una imagen del destino estimulando una mirada del turismo basada en elementos distintivos de un destino (Lojo, 2016).

Según el reglamento de transporte terrestre turístico, la agencia de viaje mayorista organiza y venden en el país servicios y paquetes turísticos. A agencia de viaje operadora es una persona jurídica que organiza, elabora, opera y vende directamente al turista a través de agencias internacionales y mayoristas y todo servicio o paquete de viaje serán vendidos dentro del país (Flores, 2014).

171 son las agencias y operadoras turísticas que se encuentran en funcionamiento en toda la provincia de Tungurahua. Baños es el cantón con más servicios turísticos del resto de cantones (Chiriboga, Chehab, Salgado, Espinisa, & García, 2011)

### **2.2.3.3 Alojamiento.**

El turismo accesible regula dicha actividad atribuyendo medidas que permitan acceder a los edificios a personas con discapacidad eliminando las barreras arquitectónicas y de señalización (Domínguez Vila, Fraiz Brea, & Alén Gonzáles, 2015). El alojamiento está constituido como un eje primordial dentro de la estrategia de reestructuración para superar la situación de obsoleto y mejorar la competitividad, de hecho se plantea aplicar las ISO 14001 y la <Q> de calidad de turismo (Dorta Rodríguez, 2016).

El servicio de alojamiento es fundamental en la actividad turística, la cantidad y tipo de alojamiento dependerán de los días de estadía y la cantidad de visitantes dispuestos a pernoctar en la ciudad y promueven una publicidad de boca a boca en sus lugares de orígenes. La calidad del servicio ofrecido genera buena expectativa para los potenciales clientes (Morillo M. , 2013).

Un alojamiento turístico es aquel establecimiento que presta al turista un servicio de estadía por un periodo no inferior a una pernoctación, se puede ofrecer otros servicios complementarios, las principales tipologías son: Hotel, hostales residencial, hostel, pensión, hotel residencial y las categorías son según al número de estrellas por el servicio ofrecido (Barreto & Azeglio, 2013).

El turista con perfil de bajo costo son jóvenes que organizan sus viajes a ciudades cercanas, zonas costeras, la sierra o la amazonia ecuatoriana donde el factor principal es precio en servicios de alojamiento y alimentación. Entre 2001 y 2012 se incrementó de un 8% a 48% la estadía de los turistas que visitan sitios históricos del Ecuador (Calderón, 2013).

De acuerdo a los últimos registros del catastro de Tungurahua realizados por el ministerio de turismo determina que existe 1.648 establecimientos que prestan servicios turísticos, de los cuales 469 son alojamiento de diversos tipos y categorías: hoteles, hosterías, hostales, pensiones, refugios, residencias y moteles (Chiriboga, Chehab, Salgado, Espinisa, & García, 2011). Sobre la estadía en hoteles no se presenta una cifra exacta de cuantos personas se hospedan en un determinado tiempo pero si un listado de los hoteles con mayor accesibilidad. Dado que los hoteles son más utilizados

#### **2.2.3.4 Comidas y bebidas.**

Los servicios de alimentación y alojamiento presentan problemas de certificación de calidad. Tungurahua cuenta con 1.008 establecimientos que expenden comida y bebidas los locales que conforman esto son: bares, cafeterías, restaurantes y fuentes de soda. Estos datos según el catastro elaborado por el ministerio de Turismo (Chiriboga, Chehab, Salgado, Espinisa, & García, 2011).



Ambato es considerada como una ciudad comercial y los ingresos que generan las diferentes actividades promueven el crecimiento económico local. Pero es necesario brindar capacitación para que los propietarios de estos establecimientos brinden un servicio de calidad tanto en su infraestructura y mucho más en la preparación de los alimentos.

### **2.2.3.5 Recreación diversión y esparcimiento**

Parques, capillas, monumentos, miradores, complejos turísticos son los sitios que conforman esta dimensión. Los cantones de Quero, Mocha y Tisaleo cuenta con 31 atractivos turísticos para realizar turismo, estos atractivos están conformados por rutas agrícolas, artesanías y emprendimientos. Donde gente emprendedora ha puesto en marcha sus actividades comerciales haciendo de la ciudad un lugar distinto y novedoso a visitar (comercio, 2013).

- Jardín Botánico Atocha La Liria con 14 hectáreas de extensión (Ambato).
- La casa histórica Martínez-Holguín (Ambato).
- Parque Provincial de La familia (Ambato).
- Balnarios de Aguajan (Ambato).
- Pinlo (Ambato).
- Ficoa (Ambato).
- Iglesia la catedral (Ambato).
- Iglesia de la Medalla Milagrosa (Ambato).
- Iglesia la Merced (Ambato).
- Quisapincha (Ambato).
- Feria del Jean (Pelileo).
- Feria en Salasaca (Pelileo).
- Parque recreacional la Moya (Pelileo).
- Cascada de la Virgen (Baños).
- Cascada de Agoyan (Baños).
- Cascada de pailón del diablo (Baños).
- Cascada Manto de la Novia (Baños).

- Santuario de la Virgen de Agua Santa (Baños).
- Cascada de Junjun (Tisaleo).
- Nevado Carihuairazo (Mocha).

#### **2.2.4 Competitividad**

Competitividad “conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad del país” (Cann, 2017). Habilidad de un país para crear y sostener a largo plazo un valor económico añadido en relación con sus competidores (Fayos, 2014). Capacidad de una industria de alcanzar sus objetivos, de forma superior al de referencia y de forma sostenible (capacidad de obtener rentabilidad, de las inversiones superiores) de manera que se realice con bajos costos (González & Mendieta, 2009).

Ecuador obtuvo el 4,07% en el índice de competitividad publicado en el foro económico mundial, este mide como un país utiliza su capacidad y recursos para proveer a la sociedad un alto nivel de prosperidad. Se encuentra en el puesto 76 del ranking mundial de competitividad entre 142 países (Coba, 2017)

La industria turística tras varias décadas de crecimiento cuantitativo se encuentra un momento crucial, la competitividad en los productos y regiones turísticas preocupan los impactos sociales, económicos y del medioambiente.

La inversión privada y pública debe justificar la capacidad de mantener beneficios totales o iguales, tanto para la empresa como para el turista brindándole una experiencia satisfactoria y la fidelización de los clientes (Fayos, 2014). Programa de gestión aplicado e implementado puede mejorar la competitividad de una zona turística.

**Figura 2: Modelo cuantitativo tradicional de competitividad**

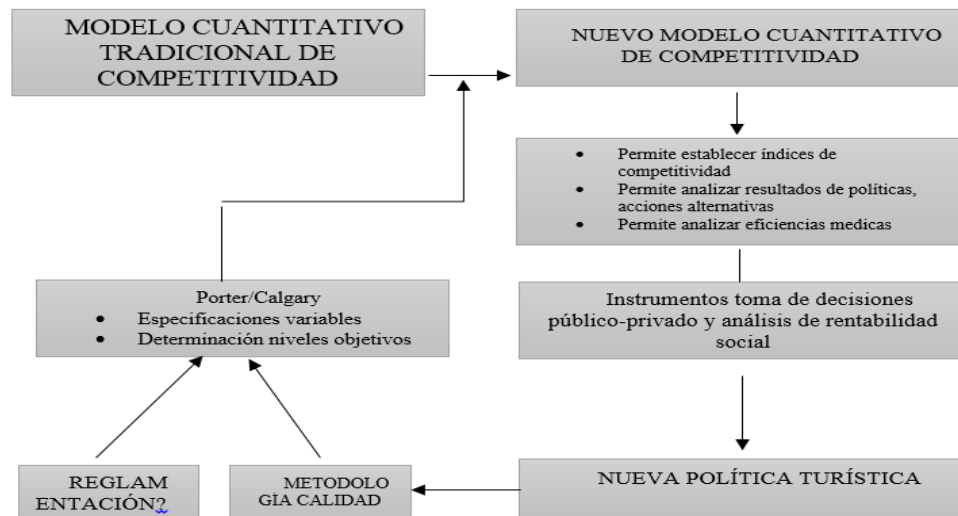


Figura 2: Modelo cuantitativo tradicional de competitividad, permite establecer índices de competitividad, permite analizar los resultados, es un instrumento para la toma de decisiones.

España utiliza el modelo de corrección del error, basada en la existencia de una relación estable a largo plazo entre la variable dependiente y la variable renta y competitividad (Buisan, 1997). Finalmente se realiza un análisis haciendo énfasis en la competitividad vía precio (Otero, 2014).

En la actualidad los destinos turísticos compiten entre sí para despertar el interés en el turista potencial, buscando posicionarse como el atractivo ideal para su próxima visita, para ello se considera aspectos de percepción de mercado, las actividades del destino, y la problemática tradicional que afecta al turismo (Acerenza, 2013).

Según la organización mundial del turismo (OMT), asegura que el turismo se convertirá en el sector comercial más relevante del mundo y la competitividad aparece como objetivo principal en la política turística. La competitividad turística es la “capacidad del destino para crear ingresos e integrar productos con valor añadido que sostienen sus recursos, al tiempo que mantienen su posición en el mercado”. La competitividad de un destino turístico de forma global implica lograr la sostenibilidad económica, sociocultural y ecológica, y al no lograr en alguna de estas áreas no es posible obtener el nivel global (Dieguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

La competitividad puede ser entendida como concepto general que incluye los precios diferenciales con la tarifas de los movimientos de cambio. Los niveles de producción de varios componentes de la industria de turismo y factores de cualidades afectan la atracción a los destinos (Perles, Ramón, & Jiménez, 2014).

Existe una relación directa y positiva entre el nivel de desarrollo del capital social y el nivel de competitividad del turismo, esto se debe al escaso desarrollo del capital social (Arapa, Junco, Arotoma, & Gálvez, 2014). Para medir la competitividad de una empresa se aplica indicadores financieros que relacionados con los costos permiten ver numéricamente como se encuentra la empresa, su nivel de endeudamiento, liquides y apalancamiento (Guerra Valverde, 2014).

### **2.2.5 Diferenciación**

El desarrollo turístico más allá de una forma de diferenciación busca actividades de relación social, estable mecanismos que regulen la diferencia económica las misma que permita al turista recibir un buen servicio el que hagan del atractivo algo que le diferencie el uno del otro (Gascón & Martínez, 2017).

Una ventaja competitiva de un sitio turístico se diferencia por dos características: producto y la calidad. En relación al turismo se presenta diferenciación socio-económica, hoteles y restaurantes se distinguen por las estrellas que obtienen por el servicio, infraestructura, ubicación. (Rodríguez, y otros, 2014).

El grado de diferenciación del producto o servicio se da por 4 áreas; Producto, Imagen, Personal y Canal (Rubilar, 2016). Los avances tecnológicos y la rápida adaptación de la demanda configuran un nuevo escenario turístico, las TIC son diferenciadoras de procesos en línea (Ivars, 2016).

Ecuador presenta una amplia variación de sus destinos, por la diversidad de atractivos, la calidad de los servicios, infraestructura y actividades. El precio y calidad se consideran una variable diferenciadora en el país (Pacora, Alcalde, Jaimes, & Izquierdo, 2016).

### **2.2.6 Producto interno bruto PIB / valor agregado**

Según la organización mundial de turismo (OMT) ofrece a los miembros la asistencia técnica para que puedan cuantificar el número de empleo que genera el turismo en sus respectivas economías, la contribución que tiene el PIB y la posición que ocupa la industria del turismo con respecto a otros sectores económicos (Brida, Monterubbianesi, & Zapata, 2014).

El PIB turismo ha incrementado notoriamente el crecimiento positivo de la economía de un país (Díaz & López, 2016). Y para medir la contribución del crecimiento económico turístico se proponen métodos donde se utiliza el crecimiento del PIB per cápita como medida del crecimiento económico, este es desagregado del incremento global. (Rodríguez M. , 2014)

Ecuador analiza el Producto Interno Bruto total (PIB) en millones de dólares, a precio constante año base 2007=100<sup>2</sup> variable dependiente. Y arribos del turismo internacional (ATI)<sup>3</sup> en millones de visitantes, esto como variable independiente los datos se deben tomar del ministerio de turismo. En 1994 y 2013 el análisis muestra que Ecuador tiene una relación positiva entre el sector turismo y el PIB, para aplicar una relación a corto plazo entre PIB y turismo se aplica un modelo de corrección del error. (Castillo, Martínez, & Vázquez, 2015).

El turismo ayuda a equilibrar la balanza de pagos mediante los ingresos de divisas, genera valor agregado, aumenta los ingresos públicos y promueve la actividad empresarial, debido a la diversidad de actividades que el turista realiza no se limita a los hoteles ni restaurantes si no que engloba al servicio en general que le brinda. Las políticas gubernamentales van de la mano del valor agregado, estas se diseñan para incentivar el desarrollo de la infraestructura propia del turismo todo para proporcionar ventaja competitiva en la balanza de pago a la hora de decidir el lugar a visitar (Lamboglia, 2013).

En la transformación de la matriz productiva la cadena productiva es priorizar el turismo y dentro de ella se encuentran servicios como: transporte terrestre de pasajeros, transporte aéreo de pasajero, suministros de comida y bebida, hotelería y alojamiento, guías turísticos. Dichos productos y servicios son los encargados de aportar el valor agregado al destino turístico (Romero & Cortés, 2015).

La marca de un país en marketing se refiere al valor intangible la imagen de marca y el valor intangible de la reputación. La globalización considera que se debe proyectar su Marca-País como una estrategia de competitividad por ello Ecuador lanzó una campaña promocional de destinos turísticos “ECUADOR AMA LA VIDA” promoviendo un valor agregado del resto de países (Ferrán, Garcíá, Naranjo, & Marrero, 2016).

Baños en la provincia de Tungurahua fue declarada como una ciudad accesible esto por la construcción de rampas de acceso para discapacitados en los principales sitios turísticos y su señalización, la infraestructura inclusiva da un valor agregado al turismo (Rueda, 2014). El gobierno provincial de Tungurahua con la finalidad de promover las 9 rutas agro turísticas artesanales cantonales brinda la capacitación a 208 propietarios de locales que participaron de taller compartieron ideas innovadoras y creativas estas actividades generan un valor agregado al turismo provincial (Gobierno-provincial-de-tungurahua, 2017)

### **2.2.7 Descripción de los cantones de la provincia de Tungurahua**

El turismo en la provincia de Tungurahua; se localiza en cada uno de los cantones, aquellos poseen distintos atractivos que son visitados por los turistas y la población en general. “Ambato Tierrita de las Flores y las Frutas”, un encanto de Ecuador, después del terremoto sucedido en el año 1949 la ciudad quedó limitada a escombros, hoy por hoy Ambato es una ciudad moderna su adelanto económico es evidente.

### **2.2.7.1 Ambato**

El turismo en la ciudad de Ambato es cada día más creciente, ya que posee atractivos y lugares turísticos dignos de visitar, como parques, monumentos, centros recreacionales, jardines botánicos, museos, mausoleos, iglesias y estructuras coloniales, entre los más importantes están el Jardín Botánico Atocha La Liria, Parque Provincial de la Familia, Museo Histórico Juan León Mera, Iglesia La Catedral, además de su variada gastronomía desde un delicioso “Llapingacho” como unas ricas “Gallinas de Pinllo” hasta un exquisito vaso de “Colada Morada” gastronomía típica de este cantón.

La Fiesta de las Frutas y de Las Flores es así como se denomina a una de las más hermosas fiestas alrededor del país representativo de este cantón, es una conmemoración a la pérdida sufrida por los habitantes de la ciudad a raíz del terremoto del 5 de agosto, esta fiesta es considerada como la culturización del Carnaval de mayor trascendencia a nivel nacional y mundial.

Ambato es considerada como una urbe para el turismo nacional como extranjero, esto se ha venido fortaleciendo gracias a un nuevo “Plan Cantonal de Turismo” para situar al cantón como primer destino turístico y favorecer al desarrollo socioeconómico de la ciudadanía, este Plan que traza su ejecución hasta el 2030 propone una actividad turística comprometida y sostenible de trabajo en conjunto del sector público y privado busca formar módulos y operaciones que fortificarán el turismo, proyectando nuevos e innovadores espacios turísticos, capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos (GAD Municipalidad de Ambato, 2017).

### **2.2.7.2 Baños**

Baños de Agua Santa es un destino de visita obligado para todo viajero amante de la aventura, el descanso, la espiritualidad y la diversión, que se matiza con el verdor de sus montañas y se endulza con el néctar de orquídeas y melcochas, es un centro turístico de importancia del país, entre sus sobresalientes atractivos turísticos están sus iglesias, balnearios de aguas termales, spas, parques, fiestas, como también la práctica

de miles de deportes extremos como rafting, escaladas, canyoning, canopy, trekking, mountain biking o puenting (bungee jumping).

Su principal atractivo es el Volcán Tungurahua llamado como “El gigante negro” ubicado estratégicamente dentro del corredor ecológico Llanganates - Sangay lo que hace que su flora y fauna sea espléndida para el hechizo visual de los miles de visitantes, debido a su majestuosidad natural (GAD Canton Baños de Agua Santa, 2017).

### **2.2.7.3 Cevallos**

"La tierra de las manzanas" su producción gastronómica e historia cautiva a los turistas que visitan este mágico lugar del país, su principal encanto sus huertos frutales con la producción de exquisitas frutas como peras, claudias, capulí, manzanas y duraznos rodeado de un hermoso paisaje, actualmente la población se está especializando en la producción de calzado debido a que esta industria ha tomado realce en este cantón, lo que invita a personas vengan a comprar calzado de la mejor calidad (GAD Municipalidad de Cevallos, GAD Municipalidad de Cevallos, 2017).

Entre los atractivos turísticos está la Cascada de Jujún, es el lugar perfecto para escalar, la remodelada estación del tren es un nuevo punto de encuentro para turistas tanto nacionales como extranjeros que llegan a visitar el cantón en vía férrea disfrutando del colorido paisaje a través de la Ruta del Hielo 2, así como también parques, zonas turísticas, hosterías, senderos, festividades tradicionales de la localidad, el monumento a Don Pedro Fermín Cevallos, e iglesias. La deliciosa gastronomía juega un papel importante en turismo de este cantón; existe una gran variedad de manjares típicos de la zona como el “Yahuarlocro”, caldo de gallina criolla, volqueteros, cuy, conejo, y la famosa chica que convoca a los turistas que visiten este hermoso cantón (GAD Municipalidad de Cevallos, 2017).

Vías de acceso en perfecto estado, calles adoquinadas, hoteles y hosterías con agradables infraestructuras, locales de comida típica forman que el cantón Cevallos esté peregrinamente capacitado para acoger y atender al turista (Vivanco, 2017).



#### **2.2.7.4 Santiago de Pillaro**

Santiago de Píllaro, asentado en las montañas rocosas de la cordillera de los Andes por las inmediaciones del Parque Nacional Llanganates, es reconocida por ser la cuna del líder indígena Rumiñahui, además su principal actividad económica de hortalizas, verduras, granos andinos, ganadería, piscicultura, apicultura, avicultura, entre sus atractivos turísticos está la laguna de Pisayambo, al igual de sus cascadas como la “La Cascada 7 Chorros”, valles como el de “Quillan La Playa”, miradores, se destaca también la crianza de tilapia, trucha y preñadilla en piscinas artificiales y en ojos de agua dulce (Alvarez, 2017).

En su gastronomía resalta la preparación de su plato típico por excelencia llamado “Pato al Lodo”, esta particularidad culinaria consiste en cocinar la carne del ave en una bandeja de metal y envuelta por un montículo de barro, este plato a simple vista, llama la atención a cualquier comensal, ya que en los comedores tradicionales no existe este plato por lo que es autóctono de este canton (GAD Municipalidad Santiago de Pillaro, 2017).

Su fiesta mayor “la Diablada Pillareña” es una festividad popular que ha venido creciendo últimamente, data la historia que en épocas coloniales los indígenas se disfrazaban de diablos en rechazo a las doctrinas sacerdotales y a la ofensa física, psicológica, económica y moral que recibían de los españoles, sus máscaras son elaboradas artesanalmente, caracterizado por sus cuernos y dientes de diferentes animales como cabras, venados, corderos, toros; sus colores sobresalientes son el negro y rojo, estas festividades se realizan por las principales calles de la ciudad con un desfile lleno de baile y bandas representado su cultura y tradición acompañados de guarichas y capariches (Ministerio de Turismo, 2017).

Sus autoridades actualmente trabaja en la potenciación turística del cantón integrado a los jóvenes para que formen parte de la potenciación turística del cantón a través del rediseño de la marca, así también se socializará esta iniciativa con los prestadores de servicios turísticos locales, este trabajo permitirá descubrir una cantidad de ideas nuevas que servirán para mostrar el gran potencial turístico que tiene el cantón (GAD Municipalidad Santiago de Pillaro, 2017).

### **2.2.7.5 Mocha**

Mocha, cantón ubicado en el páramo andino en donde aún se pueden apreciar una variada fauna autóctona de la localidad, su principal atractivo turístico está en su diversa gastronomía sobresaliendo sus platos principales como “Las Papas con Cuero” y “El Cuy con Papas” promocionando los parajes turísticos de esta localidad que además ofrecen servicios artesanales como artículos de vestir, decoración y accesorios en general. Quienes gozan de la naturaleza podrán acceder a las rutas atractivas en los altos del cantón, donde se hallarán con cascadas, llanos, y otros lugares (Cámara de Turismo de Tungurahua, Cámara de Turismo de Tungurahua, 2017).

Con el objetivo de brindar al país una agenda de turismo en Tungurahua, en Mocha inaugura un centro de información turística en el cantón, con la inserción de 25 socios, que brindarán servicios gastronómicos, artesanales y recreativos naturales, proyecto apadrinado por el Gobierno Provincial de Tungurahua, ofreciendo material promocional para difundir los parajes turísticos del cantón. Este centro de información se encuentra a la entrada de Mocha, siendo un punto estratégico el paradero de La Estación donde se encuentra un locales de comidas como de artesanías, este centro ha establecido fuentes de trabajo y producción para la ciudadanía (GAD Municipalidad de Mocha, 2017).

Cuando el sol resplandece el verde de las plantas se recalca, al igual que la hermosura de los cultivos, montañas y cascadas. Patate “El Valle de la Eterna Primavera”, conocido así por sus paisajes, por su clima con un aroma a frutas rodeado de montañas y el río Patate del cual toma su nombre, sus panaderías, heladerías, huertos frutales – ornamentales, parques, atractivos turísticos, santuarios, fiestas tradicionales, paisajes naturales, son el foco turístico este cantón, además de la producción de arepas y la chicha de uva, gastronomía propia del cantón, además este cantón oferta actividades turísticas como caminatas a huertos agroecológicos, paseos en carretas, apreciación de aves, cabalgata, canopy, orquídeas y viajes por los bosques primarios. (Cámara de Turismo de Tungurahua, 2017).

### **2.2.7.6 Patate**

El Gobierno Municipal de Patate con la finalidad de potenciar el turismo de su cantón está trabajando en la ejecución de varios proyectos, uno de ellos es "El Sendero Turístico Mesa Tablón", mejorando las condiciones y facilidades para el acceso de turistas a este atractivo, al igual que la promoción turística que gestiona la visita de medios de comunicación a los distintos prestadores de servicios promocionando así los atractivos turísticos locales, y la participación en el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón (GAD Municipalidad de Patate, 2017).

### **2.2.7.7 Quero**

Quero “Verde Encanto” este cantón no se acentúa necesariamente por sus atractivos turísticos naturales aunque posee algunos, más bien su gustosa manufactura agrícola y pecuaria lo han convertido en un sitio de peregrinación para visitantes nacionales como extranjeros.

La manufactura de ponchos y cobijas en telares añejos han dado notoriedad a este cantón, además de utensilios hechos en madera, el “Mirador de Hierva Buena”, sitio de observación y contemplación de las manifestaciones del Volcán Tungurahua, ideal para amantes de la naturaleza, la existencia de Cascadas, caminatas, miradores, santuarios, monumentos, parques, festividades típicas de la localidad, el grabado histórico y memorial “Cruz de Mayo”, y “El Cerro Igualata ” son varias opciones que ofrece este sector para hacer turismo nacional (Cámara de Turismo de Tungurahua, 2017).

Las empanadas de maíz cocidas en tiesto y rellenas de dulce de panela son parte de la gastronomía que es un atractivo para el turista nacional como extranjero, como las corridas de toros de pueblo, la actividad artesanal, para practicar el senderismo este cantón es el ideal ya que aquí encontramos senderos llenos de flora y fauna dignos de apreciar su esplendor y saborear las delicias ecuatorianas (GAD Municipalidad de Quero, 2017).

#### **2.2.7.8 Pelileo**

Pelileo “Ciudad Azul” guarda una de las culturas étnicas mejor atesorada del Ecuador (Salasaka), Pelileo exhibe el atractivo de sus artesanías de tejidos, madera, calzado y, sobre todo, de la industria de jeans, que le han dado tanta popularidad a la ciudad, el Segundo Mejor hornado del mundo, es lo que ofrece el Pelileo al turista caracterizado por la amabilidad de su gente y un entorno natural agradable (GAD Municipalidad de Pelileo, 2017).

Sus atractivos Turísticos son únicos, como es el excursionismo a la variedad de montes que podemos disfrutar en este cantón como el de Teligote, Shaushi y Mul-Mul, conjuntamente con una excelente vista panorámica diurna y nocturna de la actividad volcánica, desde los miradores de Zurangay y el mirador de La Cruz, sus fiestas gozan una especial particularidad prehispánica e incaica, como la fiesta del “Inti Raimi” (dios Sol), resaltando sus típicos bailes, bebidas y vestimentas (Cámara de Turismo de Tungurahua, 2017).

#### **2.2.7.9 Tisaleo**

Tisaleo, un cantón rodeado de paisajes turísticos como el de sus volcanes y páramos como el Carihuayrazo y Puñalica. Su máximo atractivo turístico es “La fiesta del Inga Palla” celebración considera como patrimonio cultural inmaterial del Ecuador, distinguida por ser una de las mayores especímenes del mestizaje y concordancia religiosa entre los poblaciones castellanas y precolombinos en la franja andina del Ecuador, esta fiesta religiosa comprende juegos pirotécnicos, chamizas, grupos folklóricos, bandas de pueblo, comparsas, artistas nacionales, arreglos florales, comida, chicha de jora, licores, regalos, (Ministerio del Turismo, 2015)

### **3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Fundamentación epistemológica**

##### **3.1.1 Positivismo**

La investigación se basa en el positivismo, que es una teoría del saber que se “niega a admitir otra realidad que no sean los hechos y a investigar otra cosa que no sea la relación entre los hechos”. (Comte, 2017). En la investigación cuantitativa los datos proporcionan información objetiva que es utilizada por los investigadores para hacer presunciones científicas. Los datos cuantitativos son esenciales en el positivismo ya que son más confiables que la investigación cualitativa. (Ortegon & Pacheco, 2014).

El positivismo genera una solución social frente a los problemas de la sociedad, para ello es indispensable que exista un sistema político capaz de vigilar y mantener un orden social que fomente el progreso de la misma (Alba, 2017). Ante un mundo globalizado, es necesario impulsar el turismo con factor de ente económico, afirmando y recuperando los elementos de atracción turística cultural que posee cada región. (Fuentes M. d., 2015)

El enfoque de la investigación es cuantitativo debido a que en ella se basa la inducción probabilística del positivo lógico, es objetiva e infiera más allá de los datos los cuales están orientados a los resultados, siendo estos datos sólidos y repetibles. (Pertegas & Pita, 2015).

#### **3.2 Enfoque de la investigación**

##### **3.2.1 Cuantitativo**

El enfoque que desarrollaremos en la en investigación será un enfoque cuantitativo que es aquel que maneja preponderantemente información cuantitativa o cuantificable, es decir que se puede medir. Algunos modelos de investigaciones cuantitativas son: proyectos experimentales, diseños cuasi - experimentales, investigaciones establecidas

en la encuesta social, entre otras; siendo uno de las más usadas la encuesta social (Cauas, 2015).

Para Del Canto; Silva, (2013) el enfoque cuantitativo tiene su base en la indagación por medio de elementos epistemológicos y en datos numéricos obtenidos de la realidad, procesados estadísticamente para experimentar hipótesis.

El enfoque cuantitativo emplea la recolección de datos para comprobar teorías con soporte en la medición numérica y el análisis estadístico para constituir patrones de conducta y probar teorías (Páez, Roman, & Hernández, 2013).

Al tratar el enfoque cualitativo es importante analizar también las variables cualitativas que son aquéllas en que los rasgos o propiedades consiguen mostrarse en varios niveles o intensidad y poseen un representación numeral o cuantitativa, como por ejemplo nivel de ingresos, deserción colegial (Cauas, 2015).

### **3.3 Tipo de investigación**

#### **3.3.1 Descriptiva**

El tipo de investigación será descriptivo ya que este estudio se dirige esencialmente a la representación de fenómenos sociales o educativos en un suceso estacional y específico definitivo, en este nivel las preguntas están regidas por diseños descriptivos y taxonomías; sus preguntas se orientan hacia las variables de los sujetos o del escenario. Este tipo de ilustraciones desean detallar las propiedades significativas de individuos, grupos, asociaciones o cualquier otro fenómeno que se dócil a estudio.

En un estudio descriptivo se elige una sucesión de asuntos y se calcula cada una de ellas libremente, de manera tal de representar los que se investiga. Esta clase de estudio logra brindar la probabilidad de efectuar algún nivel de pronóstico (aunque sea elemental) (Cauas, 2015).

Investigación descriptiva (observacional, exploratoria, “no experimental”, formulativa, etc). Presenta el conocimiento de la realidad tal como se muestra

en un contexto de área y de período dado. Aquí se contempla y se registra, o se cuestiona y se registra. Representa el fenómeno sin meter alteraciones, es decir tal cual. Las preguntas de rigidez son: ¿Qué es?, ¿Cómo es?, ¿Dónde está?, ¿Cuándo sucede?.. ¿Cuántos personas o asuntos se observan?, ¿Cuáles se observan (Cairampoma, 2015).

### **3.4 Modalidad de la investigación**

#### **3.4.1 Bibliográfica-Documental**

La revisión bibliográfica y documental constituye un pilar el cual sustenta la investigación educativa (Rodríguez Gómez & Valdeoriola Roquet, 2014). Consiste en un proceso sistemático secuencial de recolección, selección, clasificación, evolución y análisis de la información requerida, el contenido de un material empírico, impreso, físico y metodológico que ayuda a la investigación científica (Fernández Falero & Peral Pacheco, 2014). La información bibliográfica debe reunir las siguientes características: debe ser pertinente, relevante, vigente, imparcial y que guarde equilibrio (Maya, 2014).

#### **3.4.2 De campo**

Proceso que se utiliza en un método científico se obtiene nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. Se presenta al manipular una variable externa no comprobada (Arias, 2011). Consiste en recolectar datos directos de los sujetos a estudiar, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios) sin intervenir o controlar variable alguna, se obtiene la información sin alterar las condiciones existentes (Muñoz Razo, 2013).

La presente investigación asimila este método debido a que se recolectan datos primarios utilizando un instrumento donde actúan las variables de inversión pública y turismo.

### **3.4.2.1 Transversal**

El estudio tiene un enfoque transversal porque no tiene continuidad en el eje del tiempo (Hernández Ramírez, 2017). Analiza un estudio diferente a la longitud común. Donde la longitud utiliza el tiempo como la principal variable tratando de hacer un estudio detallado del cambio y fluctuación del tiempo en una pequeña muestra (Shurreworth, 2017).

Por ende es un estudio que se realizan para observar el comportamiento de la población en un único momento establecido, tomando una población con un número determinado, esto le permite extraer una conclusión de los fenómenos a través de una amplia población.

## **3.5 Población y muestra**

### **3.5.1 Población**

“La población se define como el total del fenómeno a estudiar donde las unidades de población tienen una particularidad común la cual se estudia y da comienzo a los datos de la investigación. En el momento que se conoce el número de sujetos que la integran, se habla de población finita y, cuando no se sabe su número, es población infinita. (Gallego, 2013).

La población es el conjunto de todos los individuos que cumplen propiedades y de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Una población abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entendiendo que todos ellos han de poder ser identificados (Galindo, 2013). En el proyecto la población en estudio son los proveedores de los servicios turísticos que existen en la provincia de Tungurahua.

La población en estudio es exactamente de 1549 proveedores de servicios turísticos en la provincia de Tungurahua, en los 9 cantones que comprende, Ambato, Baños,



Cevallos, Mocha, Patate, Quero, Pelileo, Pillaro y Tisaleo. (Ministerio del Turismo del Ecuador, 2012), que son empresas que brindan servicios turísticos, pero cada proveedor ofrece una actividad turística entre las cuales están: Alojamiento, comidas y bebidas.

### 3.5.2 Muestra

La muestra es el grupo de sujetos que se toma de la población, para analizar un fenómeno estadístico, es decir es un subconjunto de la población, para avalar dicha representatividad se deben utilizar las técnicas de muestreo adecuadas definiendo con exactitud los criterios de inclusión y exclusión (Tamayo, 2014).

Se entiende por muestra al subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. Es decir, representa una parte de la población objeto de estudio. De allí es importante asegurarse que los elementos de la muestra sean lo suficiente representativos de la población que permitirá hacer generalidades. (López P. L., 2014). Para ello se utilizará el cálculo en la fórmula:

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

De donde,

$$N = 1549$$

$$z = 1.96$$

$$pq = 0.50$$

$$Error = 0.05$$

Obteniendo,

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

$$\frac{1549 (3.84)(0.50)(0.50)}{(1549 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)} =$$

$$\frac{1487.04}{4.83} =$$

$$308.87 = 309$$

La encuesta se realizara a 309 proveedores de servicios turísticos de los diferentes cantones para conocer el resultado de las variables en estudio.

### 3.6 Recolección de la información

#### 3.6.1 Instrumento

**Encuesta:** Es el uso de una diversidad de técnicas y herramientas que son utilizadas por el analista quien se encarga de desarrollar los sistemas de información, entre las técnicas tenemos: entrevistas, cuestionarios, revisión de sitio, observación, diagrama de flujo y diccionario de datos (Bautista Delgado, 2017).

El investigador para llevar a cabo su trabajo cuenta con un diseño de recolección de datos, el método varía con cuatro dimensiones: estructura, confiabilidad, injerencia del investigador y objetividad. Las principales técnicas de recolección de datos son: entrevista, encuesta, observación, sesión de grupo (Muñoz F. , 2017).

#### **Entrevista:**

Una entrevista es un proceso de comunicación que se efectúa habitualmente entre dos personas, donde un entrevistador es el elegido para preguntar o indagar, consiguiendo información del entrevistado de forma directa. La entrevista no se supone una conversación común y corriente, sino una conversación seria, con una

intencionalidad, que lleva expresos unos objetivos incluidos en la Investigación (Botelho & Rodriguez, 2013).

Se aplicó la entrevista enfocada al sector público para analizar temas puntuales acerca de la inversión que realiza cada departamento de turismo de los 9 cantones que conforman la provincia de Tungurahua.

La entrevista se aplicó a los 9 departamentos de turismo de los cantones de la provincia de Tungurahua, para percibir la inversión que destina el gobierno a ellos, detallando preguntas puntuales tales como: saber cuántos proyectos se han consolidado, como se mide la recuperación de la inversión, saber si ha disminuido o aumento la afluencia de turistas y saber que analizan para aprobar los proyectos, etc. Véase en la tabla 18 en anexos.

### **3.7 Validación del instrumento**

#### **3.7.1 Distribución normal**

#### **HIPÓTESIS:**

##### **a) Modelo Lógico**

**H<sub>0</sub>** = La inversión pública **no** tiene efectos positivos en el turismo de la provincia de Tungurahua.

**H<sub>1</sub>** = La inversión pública **si** tiene efectos positivos en el turismo de la provincia de Tungurahua.

##### **a) Modelo matemático**

$H_0 = X_1 = X_2$

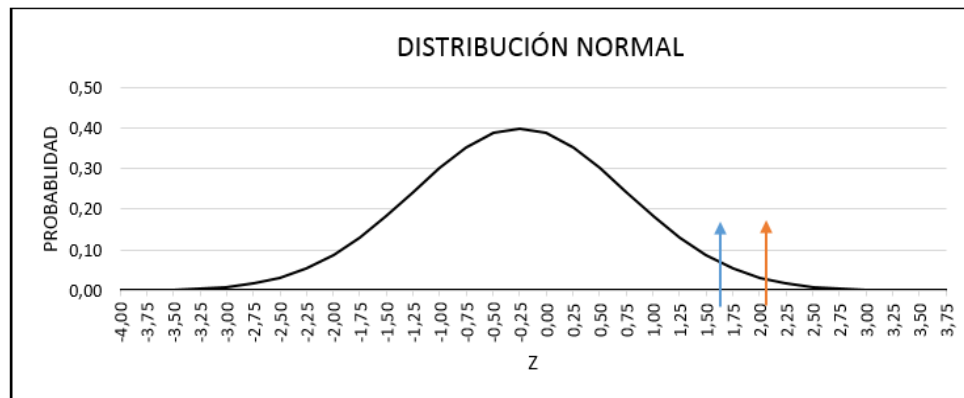
$H_1 = X_1 \neq X_2$

**b) Modelo Estadístico**

$$Z_c = \frac{X - \mu}{\sigma} \quad Z_c = 2,3$$

$$Z_t = 1,94$$

**Figura 3: Distribución normal**



*Figura 3:* se procede a dibujar la distribución normal para saber si se acepta o rechaza la hipótesis

### **$Z_t$ vs $Z_c$**

Una vez calculado la distribución normal se conoce que el valor matemático  $Z_c = 2.3$  y este es  $> Z_t = 1.96$  por lo tanto se toma se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$  consecuentemente hay evidencia estadística que “La inversión pública si tiene efectos positivos en el turismo de la provincia de Tungurahua” con un grado de confianza del 95%.

### **3.7.2 Alfa de Cronbach**

Se refiere a un índice de consistencia interna la cual toma valores entre 0 y 1 para comprobar si el instrumento que se evaluar recopila incorrecta por tanto nos llevaría tomar una mala decisión o si se trata de un de un instrumento fiable que realiza mediciones estables y consistente (Gonzáles & Pazmiño, 2015). Conocer si es fiable el instrumento de medición de un conjunto de anexiones y se espera que midan un mismo constructo o dimensión teórica (Molina, 2014).

- Coeficiente alfa > 9 es excelente
- Coeficiente alfa > 8 es bueno
- Coeficiente alfa > 7 es aceptable
- Coeficiente alfa > 6 es cuestionable
- Coeficiente alfa > 5 es pobre
- Coeficiente alfa < 5 es inaceptable.

**Tabla 10 Alfa de Cronbach**

ALFA DE VARIANZAS	ALFA DE CORRELACIONES
<b>0,702</b>	<b>0,6775</b>

*Tabla 10:* se observa la fiabilidad del instrumento aplicado.

El alfa de cronbach es un modelo de consistencia interna, se basa en el promedio de correlaciones entre las variables (García, González, & Jornet, 2014). Se aplica este dolo para evaluar la fiabilidad del instrumento aplicado a los propietarios de (alojamiento, comidas y bebidas) la provincia de Tungurahua.

En la tabla se aprecia el resultado del alfa. A mayor cuantía de alfa, mayor fiabilidad. 1 es el mayor valor de alfa y en general 0,7 es un valor aceptable. En la investigación aplicado alfa de varianzas da como resultado 0,702 y 0,6775 un alfa de correlación.

Aplicado el modelo se concluye que el instrumento utilizado es fiable en la investigación no obstante se procede a realizar una correlación de Pearson para demostrar con otro modelo estadístico la fiabilidad del instrumento y a su vez la dependencia de las variables.

### **3.7.3 Correlación de Pearson**

Un coeficiente de correlación, calcula el grado de relación o asociación existente generalmente entre dos variables aleatorias cuantitativas que poseen una distribución normal bivariada conjunta. El coeficiente de correlación de Pearson es la media

geométrica entre las pendientes de los modelos de regresión lineal simple (B, Luis, & J. González, 2015)

**Tabla 11: Correlación de Pearson**

			Variable Independiente							
			INVERSIÓN PÚBLICA							
			Promoción Turística	Obra Vial	Servicios Básicos	Edificios Públicos	Parques y Ornamento	Publicidad propia en Turístico	Fuentes de Empleo	
Variable Dependiente	EFECTO ECONÓMICO TURÍSTICO	Desarrollo de país	Correlación de Pearson (P-valor (bilateral))	0,232** 0,000	0,106 0,062	0,285** 0,000	0,128* 0,024	0,047 0,410	0,108 0,058	0,129* 0,024
		Emprendimiento Turístico	Correlación de Pearson (P-valor (bilateral))	0,467** 0,000	0,068 0,234	0,237** 0,000	0,093 0,105	0,230** 0,000	0,287** 0,000	0,116* 0,041
		Estabilidad Económica	Correlación de Pearson (P-valor (bilateral))	-0,018 0,755	0,346** 0,000	0,169** 0,003	0,154* 0,007	0,291** 0,000	0,219** 0,000	0,063 0,269
		Afluencia de Turistas	Correlación de Pearson (P-valor (bilateral))	0,439** 0,000	0,118* 0,038	0,276** 0,000	0,143* 0,012	0,263** 0,000	0,219** 0,000	0,165** 0,004
		Tungurahua Potencia Turística	Correlación de Pearson (P-valor (bilateral))	0,071 0,212	0,131* 0,022	0,107 0,061	0,05 0,378	0,172** 0,002	0,134* 0,018	0,119* 0,037
		Utilidad Turística	Correlación de Pearson (P-valor (bilateral))	0,308** 0,000	0,174** 0,002	0,125* 0,028	0,123* 0,031	0,153** 0,007	0,183** 0,001	-0,005 0,931

*Nota:* Tabla 11: se analiza la correlación de Pearson para identificar. Fuente. Elaboración propia

Aplicado la correlación de Pearson se analiza la relación entre variable dependiente y la variable independiente, mientras más cercanos estén los coeficientes a 0 significa ausencia de correlación, aunque la correlación es media los grados de significación frente al p-valor son menores a 0,05 y esto demuestra que si existe una correlación altamente significativa, esto se debe a que se puede trabajar con un nivel de confianza de 99%.

En los últimos años el desarrollo del país en labores de turismo ha ido en auge, se puede apreciar que la relación entre servicios básicos y desarrollo del país es casi similar la de promoción turística. Y haciendo un análisis profundo se puede determinar que las dos llevan una relación directa y positiva que ha hecho que los diferentes

lugares turísticos en Tungurahua sean readecuados, rescatando incluso pequeños paraísos turísticos brindándoles los servicios que antes se les negaban y así logrando resurgir a pequeños pueblos y por ende al desarrollo económico en conjunto territorial.

En lo que se refiere a emprendimiento turístico de igual manera se puede notar una relación positiva y directa entre servicios básicos, parques y ornamentos, el patrocinio turístico de igual manera se ha visto incrementado con diferentes ONGs y el trabajo conjunto del consejo provincial apoyando la visita a diferentes sitios turísticos de Tungurahua. Pero lo que más destaca es la promoción que se le hace al turismo tanto a nivel local como internacional, lo que ha conllevado a que el país sea elegido como uno de los mejores lugares turísticos del mundo.

Uno de los mayores factores que ha logrado que el país encuentre un buen balance económico en el sector turístico es la inversión en vías, gracias a las nuevas y arregladas vías del país se puede visitar lugares que antes se complicaban por la inaccesibilidad que representaban.

El realizar promoción turística a un nivel mundial, como comerciales donde se presenta el tren crucero como atracción mundial, y las diferentes campañas que se han venido dando en los recientes años, han hecho que la afluencia de turistas se haya incrementado exponencialmente, tanto así que los ciudadanos estadounidenses prefieren a nuestro país como lugar de retiro.

Tungurahua como potencia turística tiene una relación positiva con parques y ornamentos, pero relativamente baja, esto se debe a que no existen actualmente nuevos proyectos que llamen la atención del turista nacional e internacional. Baños es la atracción turística por antonomasia, en Ambato el parque de la familia sigue siendo una atracción, pero se debe innovar más.

Gracias a la gran promoción y publicidad que se le da al turismo actualmente, los diferentes emprendimientos, gobiernos autónomos, hoteles y demás gozan de una relativamente buena utilidad.

### 3.7.4 Regresión múltiple

Se utiliza regresión múltiple cuando se estudia la posible relación entre varias variables independientes y otras variables dependiente (Barón & Téllez, 2016). En este cálculo el coeficiente de cada variable independiente mide el efecto separado que la variable tiene sobre la variable dependiente (Palacion, 2017).

**Tabla 12: Variable de emprendimiento turístico**

<i>Variable Dependiente</i>	<b>1. EMPRENDIMIENTO TURÍSTICOS</b>		
<i>Estadísticas de la regresión</i>			
Coefficiente de correlación múltiple	0,519		
Coefficiente de determinación R <sup>2</sup>	0,270		
R <sup>2</sup> ajustado	0,260		
Error típico	1,270		
<i>Análisis de Varianza</i>			
F calculado	28,057		
F teórico	2,401		
p-valor	0,000		
<i>Observaciones</i>	309		

<i>Intercepción y Variables Independientes</i>	<b>Bi</b>	<b>Sbi</b>	<b>p-valor</b>
Intercepción	0,590	0,292	0,044
Obra Vial	0,410	0,056	0,000
Servicios Básicos	0,082	0,054	0,128
Parques y Ornamento	0,090	0,055	0,102
Inversión propia en Turístico	0,188	0,053	0,000

**Nota:** Tabla 12: se aplica el modelo matemático a través de una correlación múltiple donde se analiza la variable dependiente emprendimiento turístico frente a las variables independientes servicios básicos, parques-ornamentos y patrocinio turístico. Fuente. Elaboración propia.

La regresión múltiple genera una ecuación que representa la relación entre dos o más variables predictorias y la variable de respuesta (Flores Ceccon & Maffaccioli, 2017). Si p-valor es menor al error típico de 0,05% se dice que la constante existe; si fuese mayor a 0,05% la constante no existe.



Por ejemplo la variable obra vial su p-valor es 0,00 lo que se dice que la constante existe. Si no existe se hace 0 porque al multiplicar la cantidad con uno que no existe va hacer 0 a demás en esta tabla se muestran los indicadores estadístico que permiten asegurar la ecuación.

En conclusión si el P-valor total es 0,000 es altamente significativo nos indica que si existe regresión múltiple.

El efecto económico siendo la variable Y depende de las variables X (obra vial, servicios básicos, parque y ornamento, publicidad propia en turismo), en la tabla 3 se aprecia la relación de la variable Y con cuatro variables X.

El coeficiente de correlación múltiple es igual a 0,519 donde nos indica la fuerza de relación entre las dos variables, mientras más se acerca a 1 más fuerte es la relación entre las variables

El coeficiente de determinación  $R^2$  se expresa en porcentaje, donde el 27% de la variable (Y) estabilidad económica esta explicada por las variables (X).

En otras palabras para que haya emprendimientos turísticos en la provincia de Tungurahua es necesario que la gestión del gobierno priorice la inversión del capital en temas como obra vial, servicios básicos, parques y ornamento, patrocinio turístico.

**Tabla 13: Estabilidad económica**

	<b>2. Estabilidad Económica</b>
<b><i>Estadísticas de la regresión</i></b>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,432
Coeficiente de determinación $R^2$	0,186
$R^2$ ajustado	0,173
Error típico	1,258
<b><i>Análisis de Varianza</i></b>	
F calculado	13,885
F teórico	2,244
p-valor	0,000
<b><i>Observaciones</i></b>	309

<i>Intercepción y Variables Independientes</i>	bi	Sbi	p-valor
Intercepción	1,419	0,301	0,000
Obra Vial	0,251	0,053	0,000
Edificios Públicos	0,053	0,053	0,313
Servicios Básicos	0,025	0,050	0,612
Parques y Ornamento	0,194	0,054	0,000
Patrocinio Turístico	0,114	0,054	0,037

**Tabla 13:** se aplica el modelo matemático a través de una correlación múltiple donde se analiza la variable dependiente estabilidad económica frente a las variables independientes obra vial, edificios públicos, servicios básicos, parques-ornamentos y patrocinio turístico. Fuente. Elaboración propia.

La estabilidad económica P-valor total es 0,000 es altamente significativo nos indica que si existe regresión múltiple. El coeficiente de correlación múltiple es igual a 0,432 donde nos indica la fuerza de relación entre las dos variables, mientras más se acerca a 1 más fuerte es la relación entre las variables Y y X.

El coeficiente de determinación  $R^2$  se expresa en porcentaje, donde el 18% de la variable (Y) estabilidad económica esta explicada por las variables (X).

Si p-valor es menor al error típico de 0,05% se dice que la constante existe; si fuese mayor a 0,05% la constante no existe. En la tabla cuatro la variable (Y) efecto económico el p-valor es 0,00 lo que se dice que la constante existe.

La estabilidad económica busca determinar si existe dependencia entre la variable frente a las variables (X) obra vial, edificios públicos, servicios básicos, parques-ornamento y patrocinio turístico.

**Tabla 14: Afluencia de turistas**

	3. Afluencia de Turistas
<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,499
Coeficiente de determinación $R^2$	0,249
$R^2$ ajustado	0,237
Error típico	1,329
<i>Análisis de Varianza</i>	
F calculado	20,083
F teórico	2,244
p-valor	0,000
<i>Observaciones</i>	309

<i>Intercepto y Variables Independientes</i>	bi	Sbi	p-valor
Intercepción	0,728	0,433	0,093
Obra Vial	0,369	0,060	0,000
Servicios Básicos	0,132	0,056	0,019
Parques y Ornamento	0,134	0,057	0,020
Patrocinio Turístico	0,114	0,056	0,040
Fuentes de Empleo	-0,144	0,105	0,169

**Tabla 14:** se aplica el modelo matemático a través de una correlación múltiple donde se analiza la variable dependiente afluencia de turistas frente a las variables independientes obra vial, servicios básicos, parques-ornamentos, patrocinio turístico y fuentes de empleo. Fuente. Elaboración propia.

En la tabla 14 el P-valor total de la regresión es de 0,000 señalando que existe una regresión múltiple de la variable Y frente a las cinco variables X.

El coeficiente de correlación múltiple es 0,499 la fuerza de relación entre las dos variables es moderada pero el p-valor total muestra la existencia de la regresión. Coeficiente de determinación  $R^2$  es del 25% donde la afluencia de turistas (Y) esta explicada por las variables (X).

La afluencia de turistas busca determinar si existe dependencia entre la variable (Y) frente a las variables (X) obra vial, servicios básicos, parques-ornamento, patrocinio turístico y fuentes de empleo.

Finalmente la variable dependiente afluencia de turistas es significativa a las variables independientes, la obra vial por parte del estado, a los servicios básicos, a la creación de parques y elementos ornamentales, a la publicidad propia por parte de los dueños de las empresas y a las fuentes de empleo que se crean en el sector de turismo.

**Tabla 15: Utilidad turística**

	<b>4. Utilidad Turística</b>
<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,352
Coeficiente de determinación $R^2$	0,124
$R^2$ ajustado	0,112
Error típico	1,270
<i>Análisis de Varianza</i>	
F calculado	10,745
F teórico	2,401
p-valor	0,000
<i>Observaciones</i>	309

<i>Intercepto y Variables Independientes</i>	bi	Sbi	p-valor
Intercepción	1,691	0,299	0,000
Promoción Turística	0,254	0,055	0,000
Obra Vial	0,100	0,053	0,058
Parques y Ornamento	0,047	0,055	0,397
Patrocinio Turístico	0,092	0,054	0,088

**Tabla 15:** se aplica el modelo matemático a través de una correlación múltiple donde se analiza la variable dependiente utilidad turística frente a las variables independientes promoción turística, obra vial, parques-ornamentos y patrocinio turístico. Fuente. Elaboración propia.

Como ya se conoce Si p-valor es menor a 0,05% la constante existe; si es mayor a 0,05% la constante no existe. Por ejemplo en la tabla 15 la variable (X) promoción turística tiene como p-valor es 0,00 lo que se dice que la constante existe. A demás en esta tabla se muestran los indicadores estadístico que permiten asegurar la ecuación.

En conclusión si el P-valor total es 0,000 es altamente significativo nos indica que si existe regresión múltiple. La variable (Y) utilidad turística depende de las variables (X) (promoción turística, obra vial, parque y ornamento, publicidad propia en turismo), esto se observa en la tabla 15.

El coeficiente de correlación múltiple es igual a 0,352 siendo esta una relación baja entre las dos variables, no significa que no se de una regresión múltiple debido a la cantidad del p-valor total. El coeficiente de determinación  $R^2$  se expresa en porcentaje, donde el 12% de la variable (Y) estabilidad económica esta explicada por las variables (X).

Se concluye que la utilidad obtenida por los establecimientos turísticos tiene una alta relación con la promoción que realiza los departamento de turismo, las buenas condiciones que tienen las redes viales, la creación de parques y elementos ornamentales y la inversión que han realizado en publicidad los propietarios de los establecimientos turísticos.

**Tabla 16: Desarrollo del país**

	<b>5. Desarrollo de país</b>
<b>Estadísticas de la regresión</b>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,325
Coeficiente de determinación R <sup>2</sup>	0,106
R <sup>2</sup> ajustado	0,100
Error típico	1,367
<b>Análisis de Varianza</b>	
F calculado	18,106
F teórico	3,025
p-valor	0,000
<b>Observaciones</b>	309

<b>Intercepto y Variables Independientes</b>	Bi	Sbi	p-valor
Intercepción	2,043	0,246	0,000
Promoción Turística	0,170	0,059	0,004
Servicios Básicos	0,239	0,057	0,000

**Nota:** Tabla 6: se aplica el modelo matemático a través de una correlación múltiple donde se analiza la variable dependiente desarrollo del país frente a las variables independientes promoción turística y servicios básicos. Fuente. Elaboración propia.

El desarrollo del país siendo la variable (Y) depende de las variables (X) (promoción turística, servicios básicos), en la tabla 7 se aprecia la relación de la variable Y con cuatro variables X.

Si p-valor es menor al error típico de 0,05% se dice que la constante existe; si fuese mayor a 0,05% la constante no existe. Por ejemplo la variable servicios básicos su p-valor es 0,00 lo que se dice que la constante existe. Si no existe se hace 0 porque al multiplicar la cantidad con uno que no existe va hacer 0 a demás en esta tabla se muestran los indicadores estadístico que permiten asegurar la ecuación.

El coeficiente de correlación múltiple es igual a 0,325 donde nos indica la fuerza de relación entre las dos variables, mientras más se acerca a 1 más fuerte es la relación entre las variables. El coeficiente de determinación R<sup>2</sup> se expresa en porcentaje, donde el 11% de la variable (Y) desarrollo del país esta explicada por las variables (X).

En otras palabras para que haya desarrollo en el país es necesario que la gestión del gobierno priorice la inversión del capital en temas como promoción turística, servicios

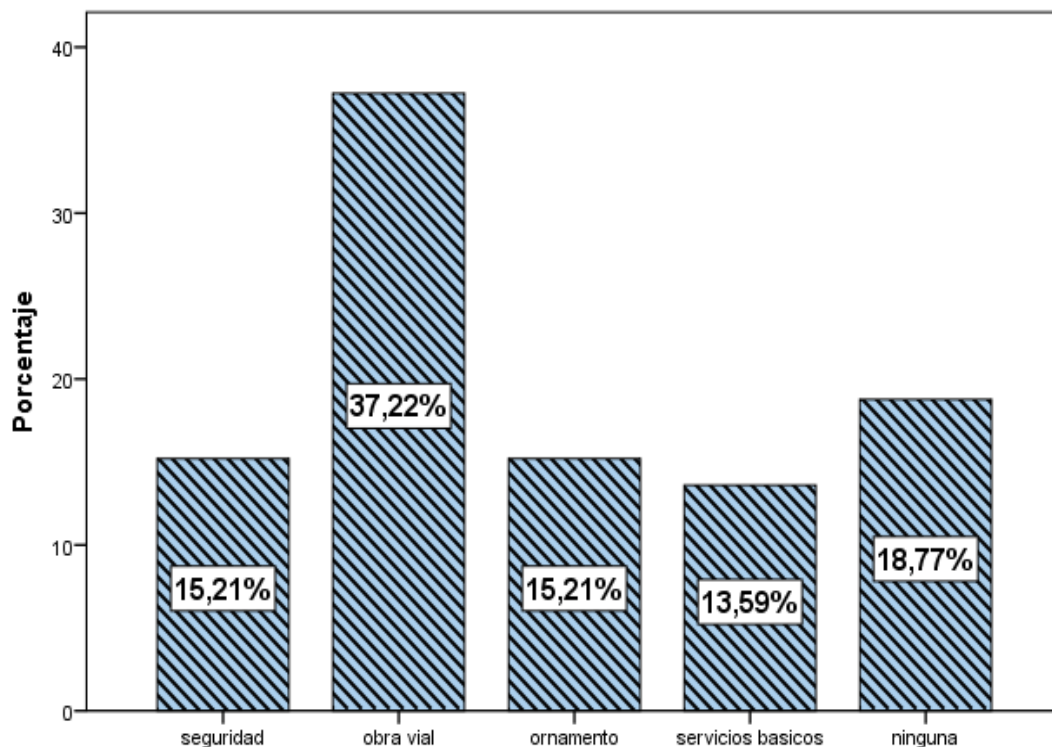
básicos. En conclusión si el P-valor total es 0,000 es altamente significativo nos indica que si existe regresión múltiple.

## 4 RESULTADOS

### 4.1 Inversión pública

#### 4.1.1 Asignación de recursos

**Figura 4: Tipo de obra**



**Figura 11:** Se analiza el tipo de obra ha recibido su sector o barrio para el mejoramiento de las condiciones del sector en donde se encuentra ubicado el establecimiento. Elaboración propia en base a la encuesta

El 37% de los prestadores de servicios de alojamiento así como locales de comidas-bebidas de la provincia de Tungurahua expresaron que el tipo de obra que ha recibido su sector o barrio para el mejoramiento de las condiciones es la obra vial.

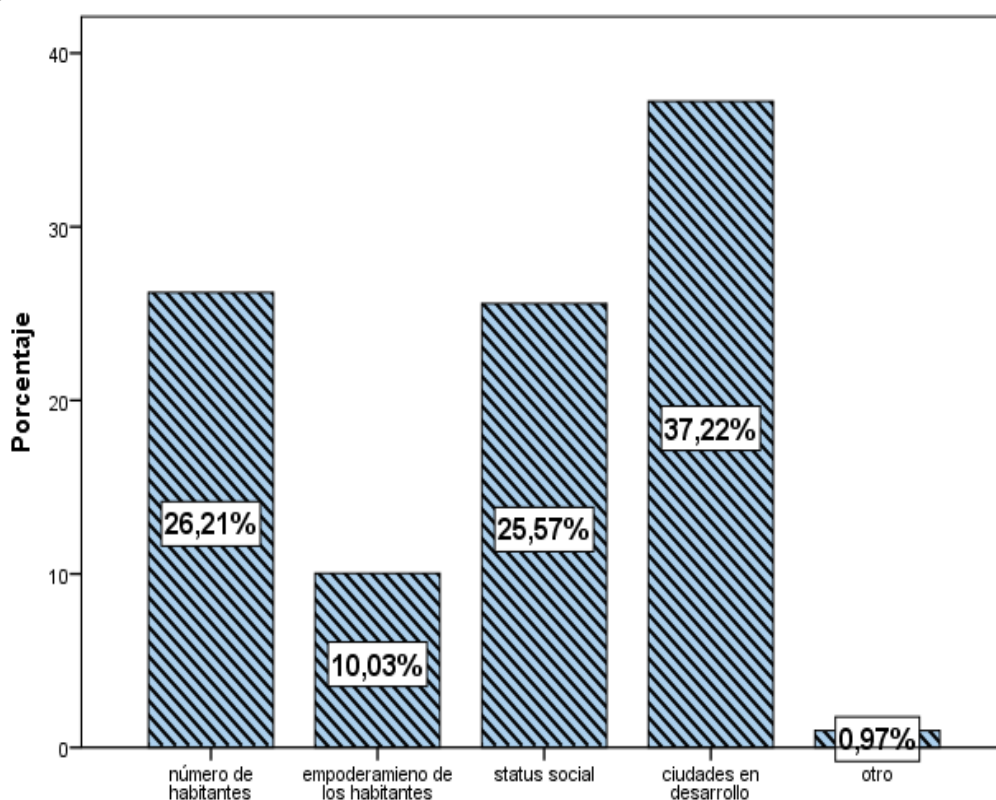
Para (Gutierrez, 2015) enuncia que los gobiernos se manejan a través de instrumentos normativos para el sistema de concesiones de obras públicas, los gobiernos analizan y estudian la mejor opción manejados por estratégicas encaminadas al mejoramiento de las condiciones del sector, en el contrato de obras viales participan varias partes como

la del diseño, financiamiento, y cumplimiento de tales obras, necesarias al desarrollo social y económico, del país.

La construcción de nuevas redes de infraestructura vial mejora la comunicación entre naciones; permite a la accesibilidad a espacios urbanizados que han quedado en posiciones relativas de menor accesibilidad o servicio respecto al resto, las vías en mal estado afecta negativamente a la economía de la población, esto se ve reflejado en bajos ingresos en actividades turísticas, presentando desventajas en tiempo y costo para acceder a oportunidades de educación, salud, trabajo o descanso aumentan su situación de segregación (Avellaneda, 2016).

#### 4.1.2 Tipo de inversión

**Figura 5: Inversión en turismo**



**Figura 12:** Que analiza el gobierno para invertir en el sector turístico en la provincia de Tungurahua. Elaboración propia en base a la encuesta

El 37% de los prestadores de servicio de alojamiento así como de locales de comida – bebidas de la provincia de Tungurahua manifestó que los criterios de inversión del

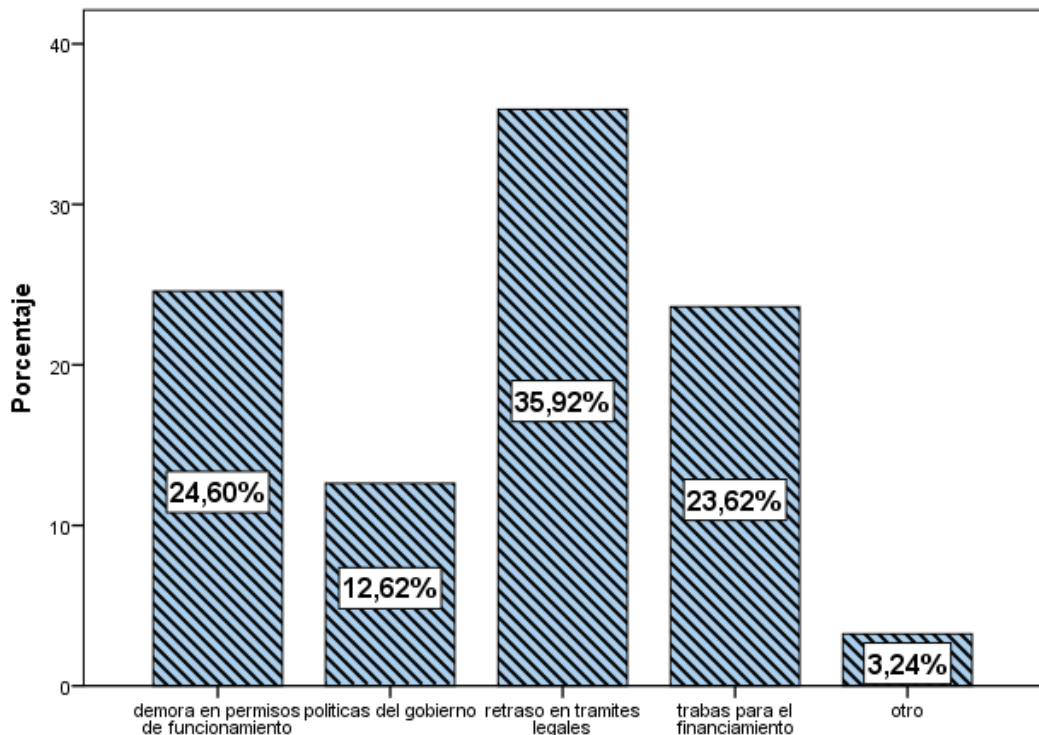


capital del gobierno se enfocan más a las ciudades que están en vías de desarrollo, debido a que se busca potencializar los recursos turísticos disponibles y darle impulso a la creación de nuevas fuentes de ingreso, enfocados al crecimiento de ese sector.

Es fundamental la gestión del gobierno orientada al aprovechamiento de los recursos naturales, implementando acciones de mejora continua que ayuden al crecimiento socio económico de poblaciones en vías de desarrollo y generen inversión privada para el sector turístico (Norrild, 2013).

#### 4.1.3 Tipo de beneficiario

**Figura 6: Obstáculos en la creación de una empresa**



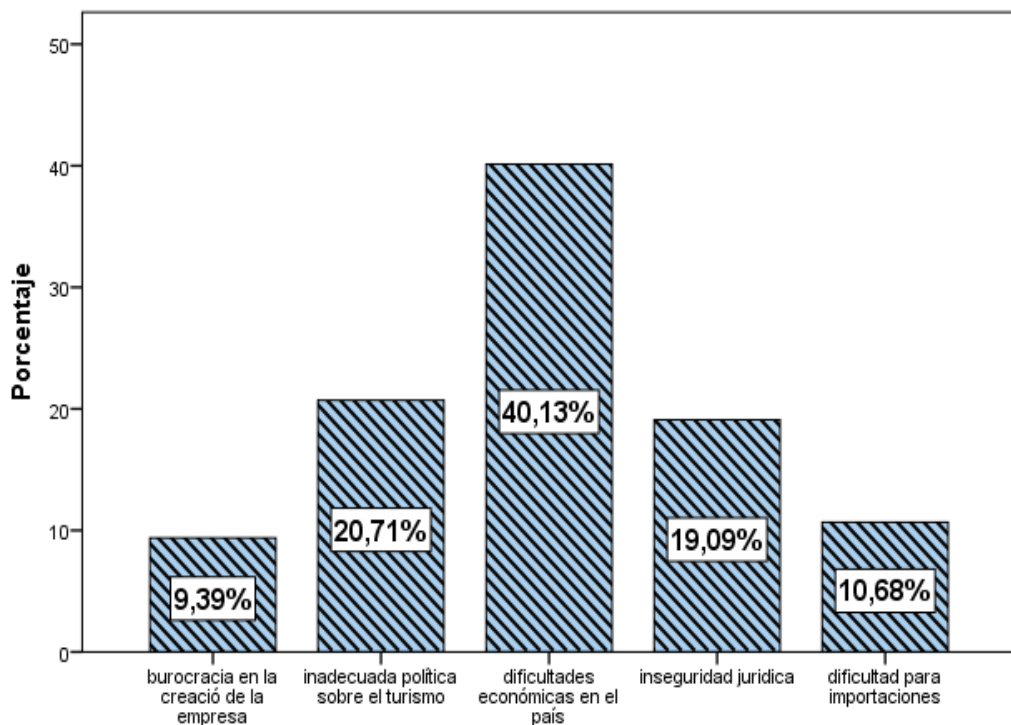
**Figura 13:** Los factores que retrasan la creación de una empresa en el sector turístico generan una insatisfacción a las personas. Elaboración propia en base a la encuesta

El 36% de los negocios de alojamiento así como de comidas-bebidas de la provincia de Tungurahua muestran por qué los emprendimientos turísticos se retrasan. El principal problema está en la demora en trámites legales, debido al mal manejo

administrativo en instituciones públicas. Por ejemplo no se da el seguimiento adecuado a la implementación de nuevos negocios, generando retrasos en el mismo.

El primordial inconveniente se concentra en problemas internos de la administración pública, por ejemplo la ausencia de funcionarios públicos, pérdida de tiempo en la entrega de resultados (Cedeño, Carrasquel, & Borrero, 2013).

**Figura 7: Inversión extranjera**



**Figura 14:** Cuales son los motivos para que no se de la inversión extranjera en el sector de turismo en el Ecuador. Elaboración propia en base a la encuesta

Se concluye que el motivo más notable para que no se invierta capital extranjero en el país es debido a las dificultades financieras por las que atraviesa Ecuador. Por ello con un 40% de respuesta, ésta característica perjudica el crecimiento económico de la población ecuatoriana. Es importante mencionar que los antecedentes de manejo de capital de cualquier país, son el punto de partida para futuras inversiones.

Al lograr un equilibrio adecuado entre el poder político y legislativo, se realiza una distribución equitativa de los recursos para el sector turístico generando cambios

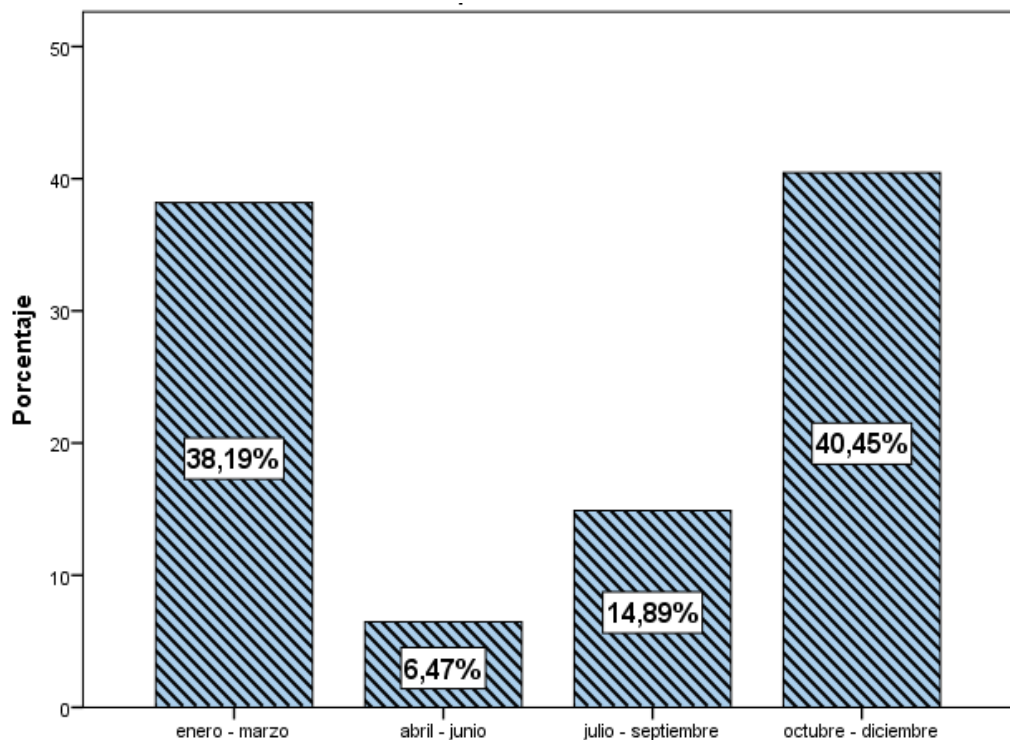
positivos para la sociedad. Se debe establecer una base que impulse el rendimiento de las áreas turísticas creando confianza y seguridad jurídica en los inversionistas extranjeros para elevar el nivel de importaciones.

De acuerdo a (Olechko, 2014) para generar inversión extranjera también es importante la implementación de nuevas tecnologías en el mercado nacional. Al lograr una estabilidad económica se puede efectuar nuevos procesos que tengan impacto beneficioso en la productividad, recuperando la inversión realizada y motivando al mercado extranjero a invertir en el Ecuador.

## 4.2 Turismo

### 4.2.1 establecimientos turísticos

**Figura 8: Afluencia de turistas**



**Figura 15:** Se identifica el trimestre que existe más afluencia de turistas a la provincia de Tungurahua. Elaboración propia en base a la encuesta

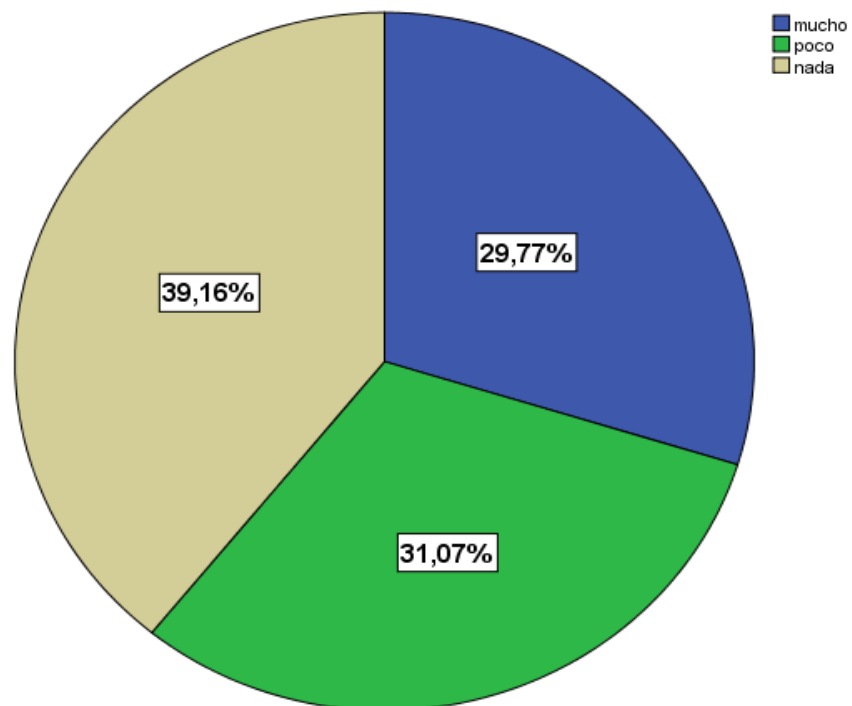
La provincia de Tungurahua ha recibido más turistas en el trimestre de octubre - diciembre con un 40% de visitantes seguido de enero-marzo con un 38% de visitas,

julio-septiembre se ubica en el tercer puesto con un 15% y abril-julio con el 6% este periodo es el que menor afluencia de turistas recibe.

A nivel nacional se recibió 1.418.159 turistas en el 2016 (Ortega, 2016). Baños provincia de Tungurahua recibió un aproximado de 30 mil a 40 mil personas en el feriado de marzo (Lopez, 2016). Tungurahua se caracteriza por ser multicultural brindando espacios de recreación para todos los gustos al ser una tierra con biodiversidad cada cantón posee algo que los distingue, la mayoría de cantones siempre se encuentra en festejos y promocionan el turismo nacional.

Los feriados de diciembre y febrero son los que más turistas reciben los cantones de baños y Ambato debido a las actividades de recreación que estos brindan sin dejar de lado al resto de cantones.

**Figura 9: Inversión propia en infraestructura**



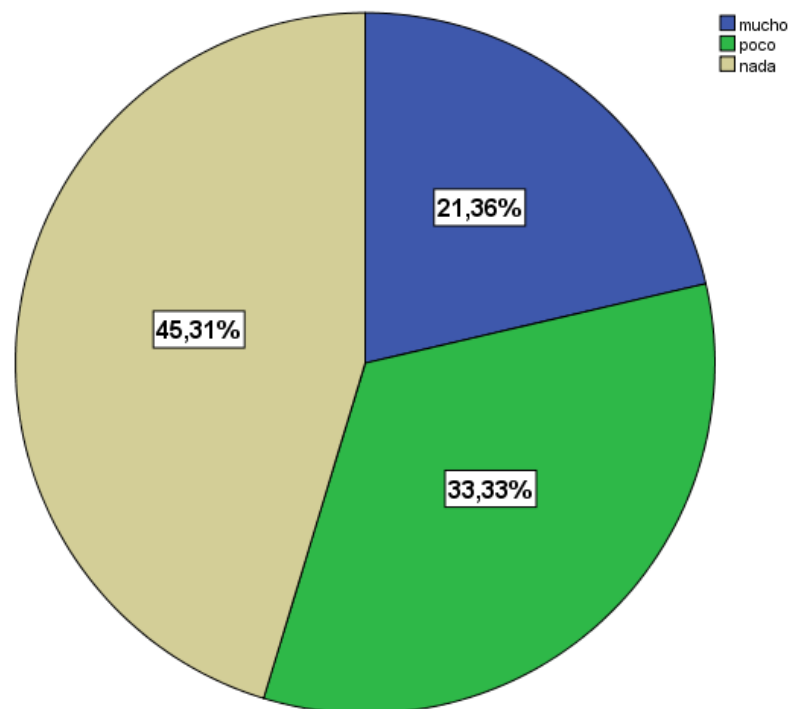
**Figura 16:** Los propietario de establecimientos turísticos (Alojamiento-comidas y bebidas) invirtieron en infraestructura para llamar la atención de sus clientes. Elaboración propia en base a la encuesta

Los propietarios de establecimientos turísticos para el 2016 han invertido casi nada un 39% en sus infraestructuras para llamar a atención de sus clientes, el 31% de

propietarios invirtió poco dinero y el 29% de dueños invirtieron mucho dinero en mejorar y adecuar la infraestructura de sus establecimientos.

Los propietarios de los establecimientos turísticos mencionan no haber invertido en infraestructura Tungurahua a nivel nacional no registra inversiones millonaria, Ecuador creo un programa de inversión turística para captar la inversión nacional y de extranjeros el objetivo es atraer \$500 millones.

**Figura 10: Publicidad propia**



**Figura 17: Los propietarios de os establecimientos turísticos invirtieron en publicad para llamar la atención de los clientes y por ende darse a conocer en el mercado. Elaboración propia en base a la encuesta.**

El 45% de los prestadores de servicios tanto de alojamiento como de locales de comida – bebidas de la provincia de Tungurahua acuerdan que en el último año no han invertido en publicidad. Para (Viudes, 2016) el motivo es que muchas de las personas que se dedican a esta actividad turística no cuentan con el presupuesto necesario para publicitar, además que no tienen claro que medio utilizar para publicitar su negocio y algunos desconocen el tema en su totalidad.

Mucho de los negocios turísticos (alojamiento, comida y bebidas) son pequeños y carecen de un departamento o responsable de marketing quien se encargue de

promocionar y crear una marca que distinga a la empresa logrando un posicionamiento de marca en la mente de los cliente esto hace que la promoción sea limitada y vana.

#### 4.2.2 Competitividad- diferenciación

**Figura 11 Página web**

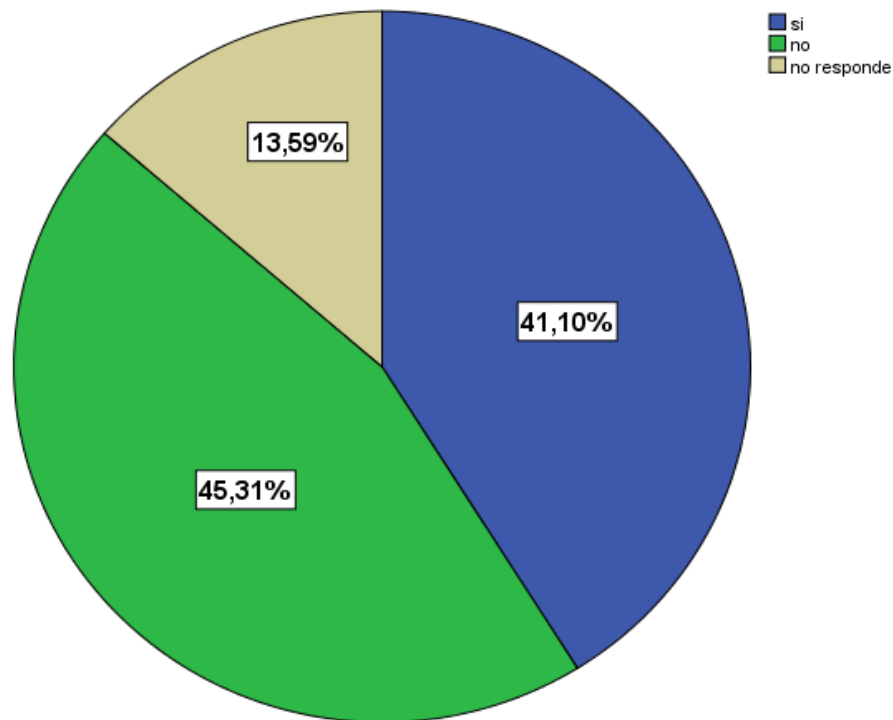


Figura 18: El establecimiento turístico cuenta con una página web para promocionarse vía internet. Elaboración propia en base a la encuesta

La diferenciación de un establecimiento uno del otro marca la diferencia del total de las personas encuestas el 45% menciona no tener una página web para promocionar su negocio vía internet y el 42% si cuenta con una página web.

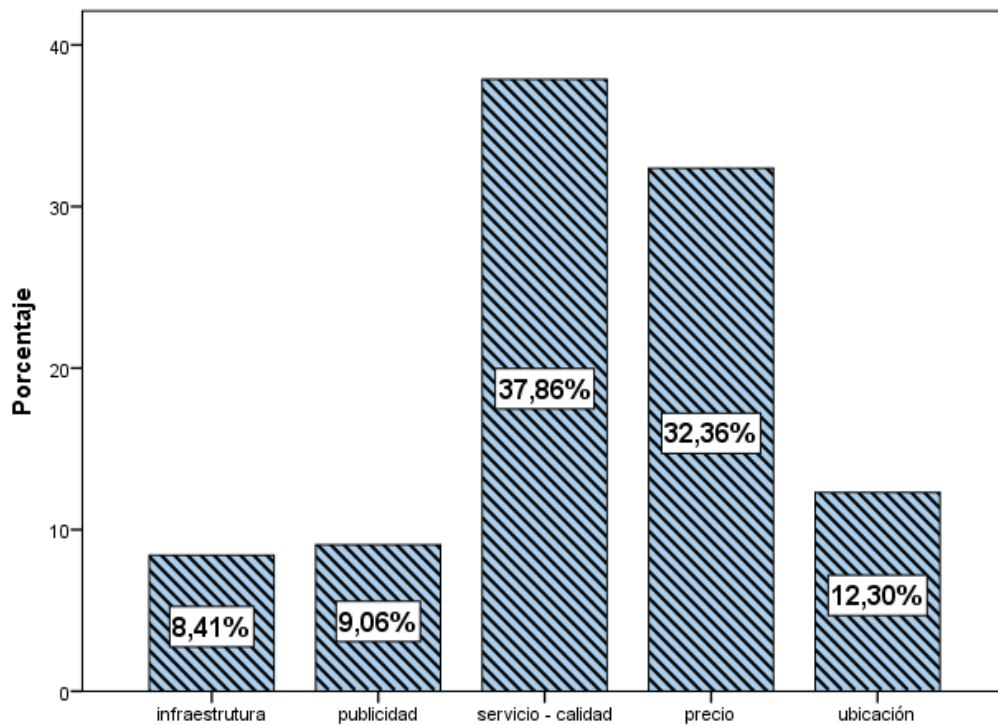
En la actualidad vivimos en un mundo tecnológico al navegar en internet se aprecia la publicidad de infinidad de empresas muchas de estas generan una inversión que genera con el tiempo una utilidad. Este es el caso de las personas que cuentan con este medio digital por el cual promocionan su establecimiento turístico.

Hoteles y restaurantes de clase realizan reservaciones a través de internet facilitando, disminuyendo el tiempo y costos que representa realizar este tipo de actividades. El

establecimiento puede darse a conocer alrededor del mundo lo contrario de establecimientos que no poseen una página web (Costonoba, 2017).

### 4.2.3 Valor agregado

**Figura 12: Competencia**



**Figura 19:** la demanda de establecimientos que brindan el mismo servicio es elevada y se analiza que factor le distingue de la competencia. Elaboración propia en base a la encuesta.

El servicio y calidad es lo que diferente de la competencia concuerdan los prestadores de servicios de alojamiento y de locales de comida como de bebidas de la provincia de Tungurahua representado por un 38%, mientras que un 32% concuerdan que es el precio lo que les hace competente y tan solo la ubicación y el diseño de su local está representado en un mínimo porcentaje respectivamente.

Para Attewell, (2013) la competencia es la habilidad para hacer algo, la competencia es sinónimo de destreza, dominio, pericia, maestría, y excelencia, el nivel de competencia pueda ser medido detalladamente en términos de recuento de errores, tiempo para completar el trabajo; sin embargo para (Buenahora, 2015) la competencia es el mecanismo articulador entre el saber científico y el saber técnico, que aprueban efectuar apropiadamente un papel, una ocupación, una actividad o un trabajo.

**Figura 13: Utilidad**

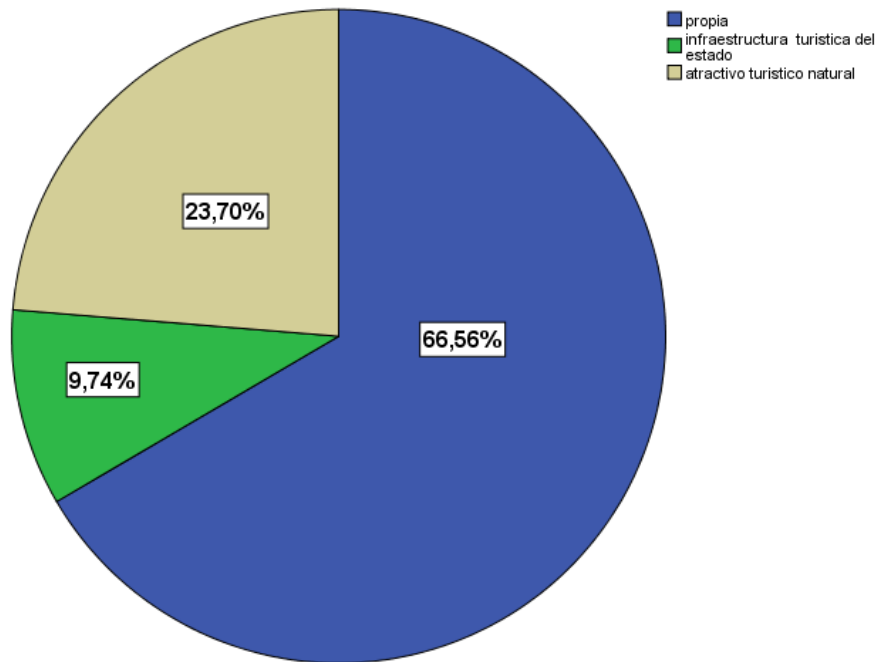


Figura 20: La utilidad que generaron los establecimientos turísticos se debe a que tipo de Inversión: privada, inversión por el Estado, atractivo natural. Elaboración propia en base a la encuesta

El 67% de los prestadores de servicios de alojamiento como locales de comidas – bebidas de la provincia de Tungurahua aseguran que la utilidad que obtienen de su negocio es en base a su propia inversión, para (Conthe, 2014) los propietarios deciden emprender en negocios turísticos con su propia economía en base a préstamos y créditos bancarios, tan solo un 10% representa a las personas que concuerdan que es gestión del gobierno.

Para Morillo, Marysela, Rosales, María, & Cadenas, (2014) los gobiernos para incrementar las visitas turísticas en el país, trabajan no sólo en la promoción, sino también educación y sensibilización turística, e inversión en infraestructura diversificando así la actividad económica del país.

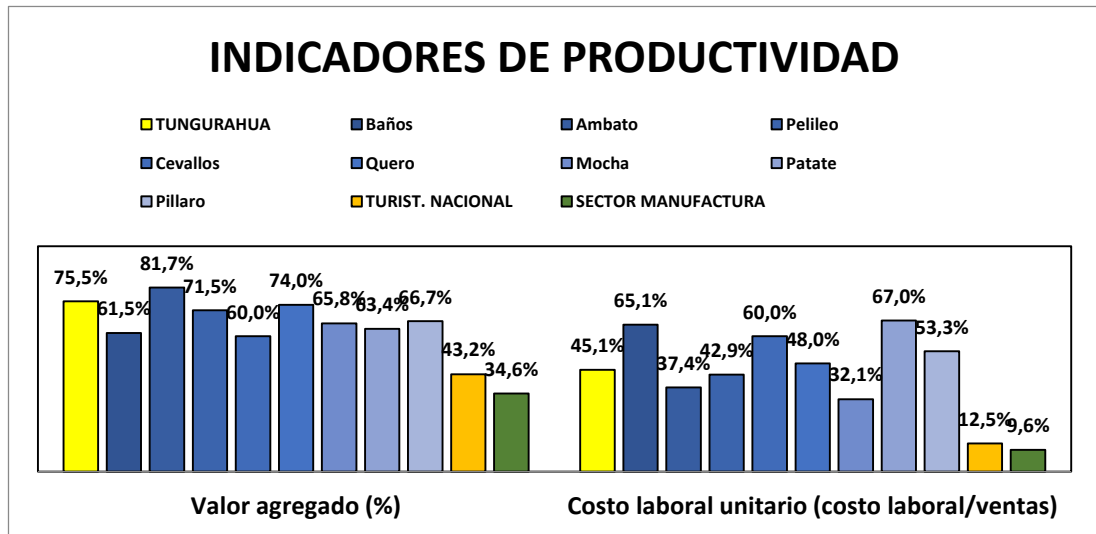
#### **4.3 Indicadores de productividad**



**Tabla 17: Indicadores de productividad**

INDICADORES	Tungurahua	Baños	Ambato	Pelileo	Cevallos	Quero	Mocha	Patate	Pillaro	PARÁMETROS A NIVEL NACIONAL		DIRECC. IDEAL
										SECTOR TURÍSTICO NACIONAL	SECTOR MANUFACTURERO	
<b>INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD</b>												
Valor agregado -VA- (ventas - materias primas)	13.096,6	12.349,2	13.412,6	13.273,3	10.800,0	4.440,0	30.000,0	9.733,3	12.000,0	1.157.478.000	5.903.333.000	↑
Valor agregado (%)	75,5%	61,5%	81,7%	71,5%	60,0%	74,0%	65,8%	63,4%	66,7%	43,2%	34,6%	↑
Productividad media Laboral (VA / número de trabajadores)	5.533,1	5.133,9	5.509,1	7.386,7	3.600,0	4.440,0	10.000,0	4.944,4	6.000,0	ND	34.664	↑
Costo laboral unitario (costo laboral/ventas)	45,1%	65,1%	37,4%	42,9%	60,0%	48,0%	32,1%	67,0%	53,3%	12,5%	9,6%	↓
Competitividad costo laboral (VA/Costo Laboral)	2,3	1,2	2,9	1,7	1,0	1,5	2,0	1,0	1,3	3,4	3,6	↑
<b>PRODUCTIVIDAD DEL CAPITAL</b>												
Productividad media del capital (VA/Activos Fijos)	8,7	4,0	11,4	3,2	0,7	4,4	5,0	2,1	2,4	1,0	0,9	↑
Intensidad del Capital (Activos Fijos/número de personal)	2.325,3	2.503,1	2.179,9	2.627,8	5.000,0	1.000,0	2.000,0	3.288,9	2.500,0	ND	38.035	↑
Tasa del excedente (remuneraciones/Activos fijos)	3,7	4,1	3,9	1,8	0,7	2,9	2,4	2,2	1,9	0,30	0,25	↓
Productividad Total (Ventas/materias primas)	9,7	3,7	12,8	4,7	2,5	3,8	2,9	2,8	3,0	1,8	1,5	↑

**Figura 14: Productividad**



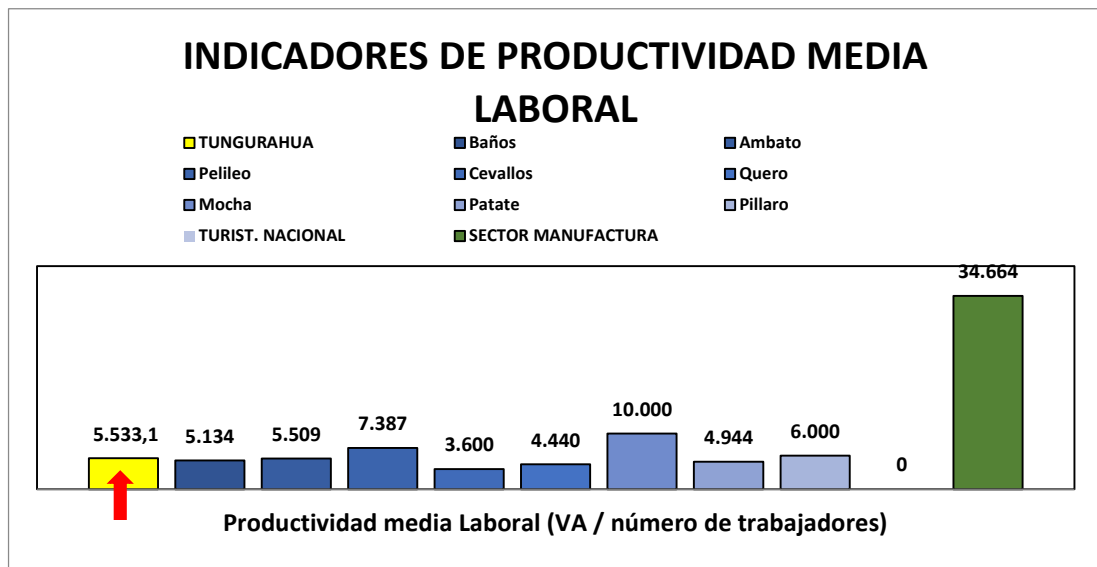
*Figura 4:* Indicadores de productividad valor agregado versus costo laboral (costo laboral dividido para las ventas) los datos se leen sobre USD 100 esto en porcentaje. Elaboración propia en base a la encuesta

Los indicadores de productividad del valor agregado versus el costo laboral unitario. Donde el valor agregado es la diferencia entre las ventas menos el costo que genero producir un bien o la ejecución del servicio.

Los establecimientos turísticos de la provincia de Tungurahua por cada USD 100 que venden generan un valor agregado de 75,5% mientras que a nivel nacional es de 43,2% y frente al sector de manufactura es de 34,6%. A su vez los propietarios de los establecimientos turísticos invierten en pago a los empleados un 45,1% en la provincia de Tungurahua, a nivel nacional en sector turístico se registra un 12,5% y el sector manufacturero 9,6% esto sobra cada USD 100 vendidos.

El esfuerzo que se hace para recuperar el valor se pierde en pago a la gente. En el grafico se observa un problema debido a que Tungurahua gasta más en pago a los empleados que el valor que se gasta a nivel nacional y en el sector de la manufactura. La utilidad que genera invertir en el valor agregado menos el costo laboral sobre ventas es de un 30%, esto se debe a la diferenciación entre las dos variables

**Figura 15: Productividad laboral**



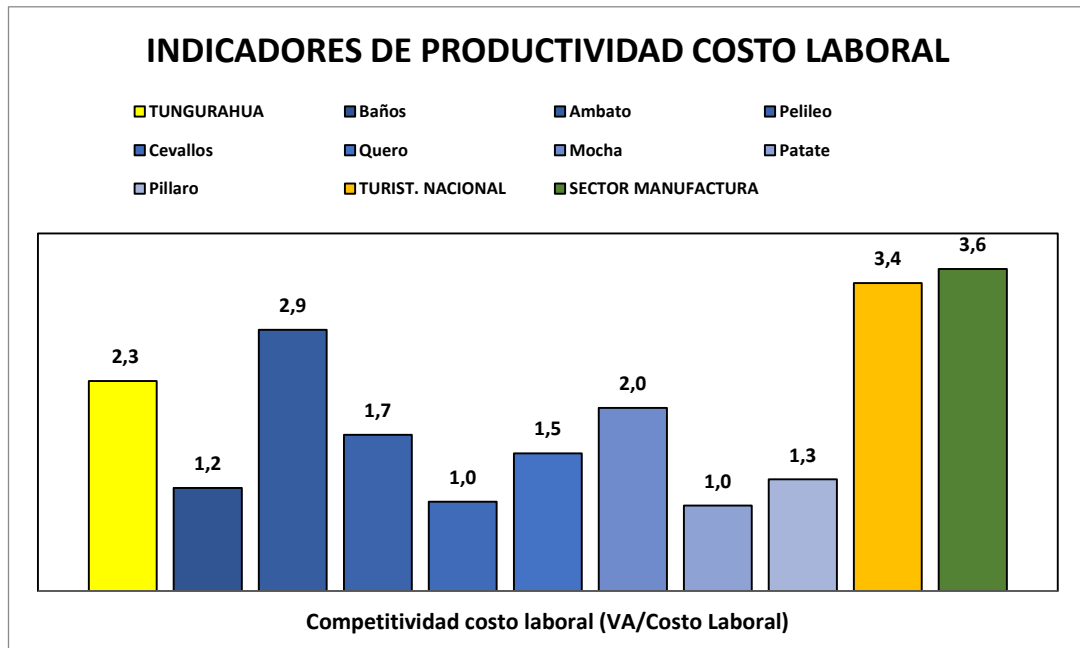
*Figura 5:* Indicadores de productividad media laboral (valor agregado dividido para el número de trabajadores) los valores se representan en miles de dólares. Elaboración propia en base a la encuesta

Según la encuesta realizada a propietarios de establecimientos turísticos (alojamiento, comidas y bebidas) se mide la productividad media laboral (Valor Agregado sobre Número de trabajadores). En el gráfico se observa que Tungurahua por trabajador añade como valor agregado USD 5.533,1 dólares, dentro del valor agregado se encuentra la utilidad empresarial por ello a mayor utilidad la tendencia debe crecer.

En el sector manufacturero por cada trabajador se agrega un valor de 34.664 dólares por ende el sector de turismo este agregado valor en una mínima proporción. Y esto se debe a que los propietarios gastan más en los pagos a empleados lo que conlleva a que la utilidad disminuya.

En cuanto al resto de los cantones se puede apreciar el mismo problema y en relación al sector turístico se desconoce de estos valores por lo que no se puede hacer una comparación.

**Figura 16: Costo laboral**



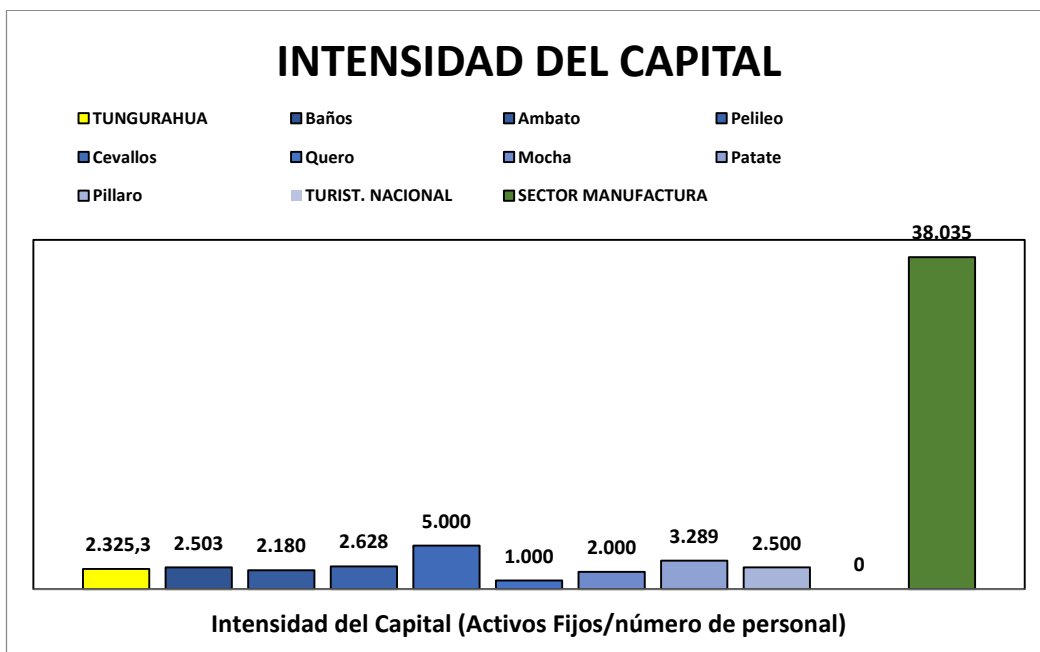
*Figura 6:* Indicadores de productividad, competitividad costo laboral (valor agregado dividido para el costo laboral) los valores se representan en miles de dólares. Elaboración propia en base a la encuesta

La competitividad del costo laboral como indicador de la eficiencia laboral entre el valor agregado frente al costo laboral (Ruiz P. , 2015).

Se agrega 2.3 de valor por cada dólar que se paga a los trabajadores. Y según dato del ministerio de turismo por cada dólar que se paga a los trabajadores se invierte 3,4 en valor agregado, en relación al sector turístico a nivel nacional. Y en manufactura es una aporte de 3,6 por cada dólar que se paga a los colaboradores.

La tendencia de estos valores debe ser ascendente y por ende la inversión que se realiza en pagar a trabajadores calificados se ve recuperada en las utilidades a mayor valor agregado mejores ingresos para las empresas.

**Figura 17: Intensidad del capital**

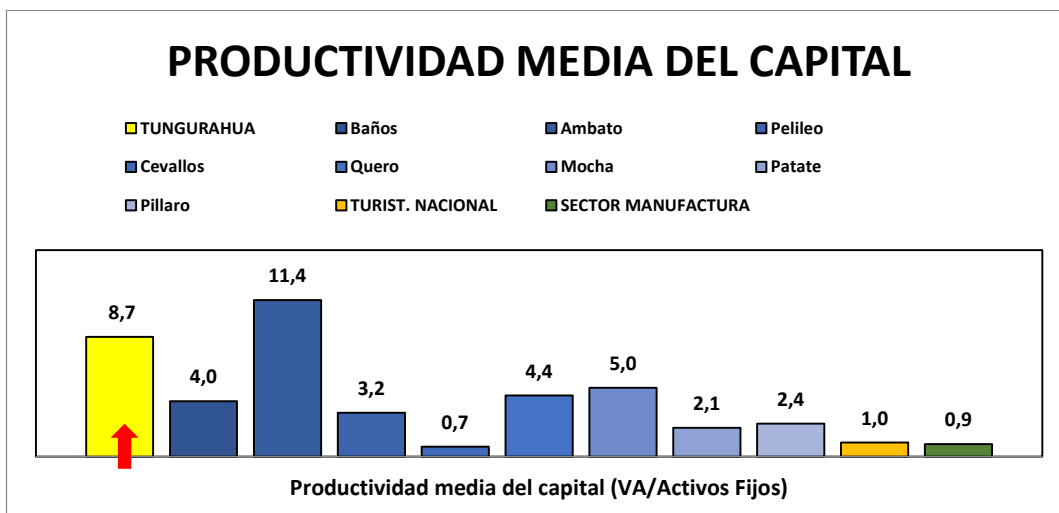


*Figura 7:* intensidad de capital (activos fijos sobre el número de personal) los valores se representan en miles de dólares. Elaboración propia en base a la encuesta

En la intensidad del capital es la relación al valor de los activos fijos y el número de empleados. La provincia de Tungurahua registra un valor de USD 2.325,3 dólares la relación capital- personal es baja a comparación del sector manufacturero esta es de USD 38,035 dólares por ende la intensidad del capital es alta.

El dinero que se invirtió en activos fijos para poner en marcha el negocio denota que la inversión en Tungurahua es baja propietarios de establecimientos turísticos no están invirtiendo por ende los activos son bajos frente al pago de la nómina del personal. A nivel nacional no se registra datos pero haciendo referencia al sector manufacturero hay una inversión elevada y el pago al personal es justificado.

**Figura 18: Productividad media del capital**

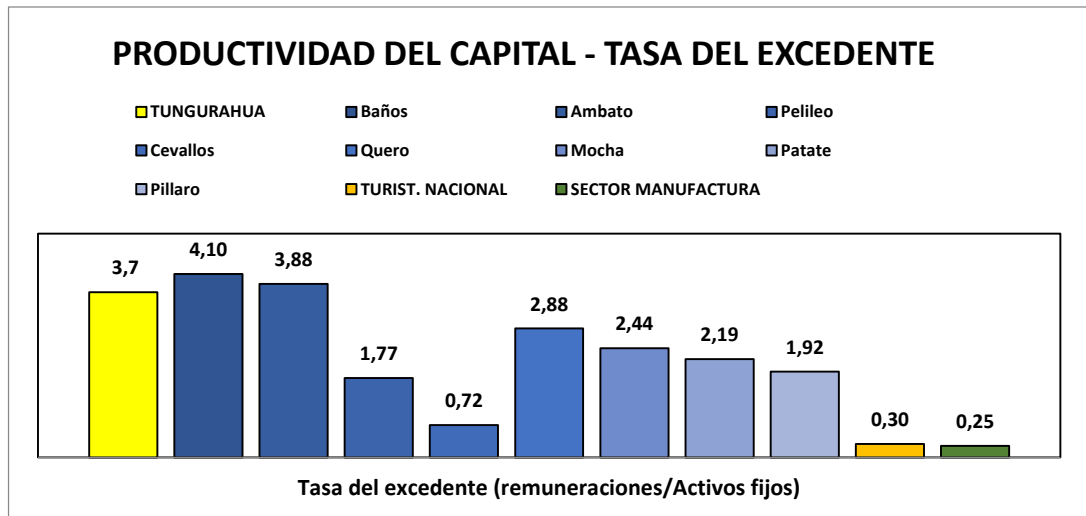


*Figura 8:* Indicadores de productividad, media del capital (valor agregado dividido para activos fijos) los valores se representan en miles de dólares. Elaboración propia en base a la encuesta

La relación valor agregado sobre activos fijos en la productividad de la industria turística para el 2016, la provincia de Tungurahua alcanzo el nivel de 8.7 dólares por activo invertido. A nivel nacional por cada dólar que se da en el valor agregado se invierte en activos fijos 1 dólar. En la industria manufacturera por cada dólar que se agrega en valor se invierte 0,9 dólares.

El sector turístico en la provincia de Tungurahua muestra que a pesar que la inversión es baja la utilidad es alta y esto no se ve a nivel nacional debido a que en las otras ciudades la inversión en sus activos es alta y a mayor inversión menor utilidad.

**Figura 19: Tasa del excedente**

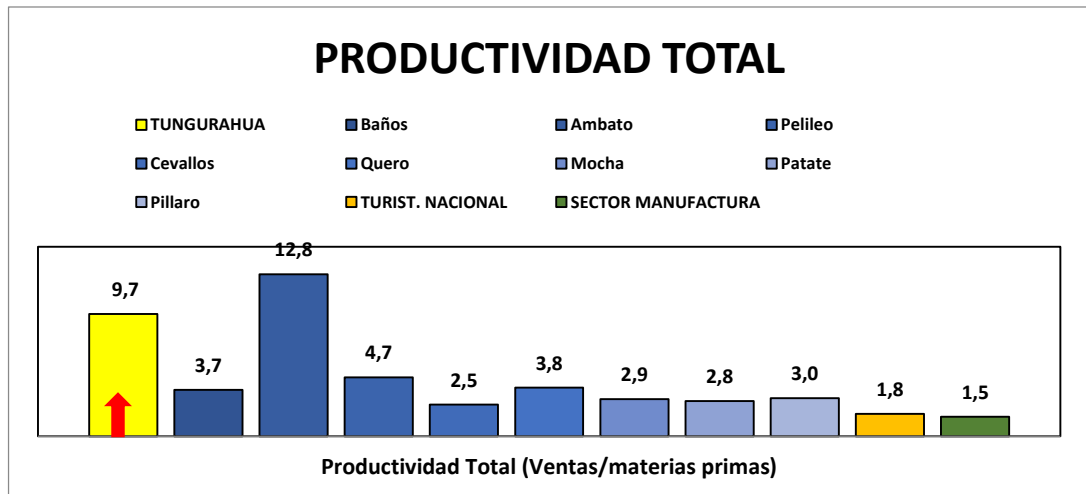


*Figura 9:* Indicadores de productividad, competitividad costo laboral (valor agregado dividido para el costo laboral) los valores se representan en miles de dólares. Elaboración propia en base a la encuesta.

La tasa de excedente es un indicador de relación técnica entre el capital y el trabajo intervienen la remuneración sobre el valor de los activos fijos. Tungurahua registra un valor de 3,7 dólares por cada dólar invertido, mientras que a nivel nacional en el sector de turismo por cada dólar que se invierte en activos fijos se paga a la nómina de empleado 0,30 centavos y en el sector manufacturero se paga a trabajadores 0,25 centavos por cada dólar de inversión.

Tungurahua invierte poco genera una buena utilidad pero esta se reduce en el sueldo a empleados. Como se aprecia en el grafico la tendencia de este valor debe ir hacia abajo mientras que la ciudad genera un alto valor.

**Figura 20: Productividad total**



*Figura 10: Indicadores de productividad, productividad total (ventas sobre materias primas) los valores se representan en dólares. Elaboración propia en base a la encuesta*

La productividad total del sector turístico de la provincia de Tungurahua para el 2016 medida por la relación de producción total dividida para materias primas es de 9,7 dólares por cada dólar que se invierte en materia prima. A nivel nacional el sector de turismo alcanzo un nivel de 1,8 dólares por cada dólar que se invierte en materias primas y 1,5 dólares el sector manufacturero.

El comportamiento de la productividad total muestra que Tungurahua tiene un desempeño productivo elevado pero este se ve afectado en el alto costo en pago de nómina de empleados. Este indicador permite medir la eficiencia en el uso de los insumos.



## 5. CONCLUSIONES

- La inversión del gobierno ecuatoriano en la campaña internacional All You Need is Ecuador, favoreció a todo el país sin dejar de lado a la mágica provincia de Tungurahua que se benefició con la acogida de nuevos turistas tanto nacionales como internacionales con un impacto de 110.000 millones de persona y más aún al aporte que dió el estado en la construcción de obras viales de primera orden. El 37% de los propietarios de los establecimientos turísticos señalan que es una de las mejores inversiones en su sector.
- El trimestre de más afluencia de turistas es el cuarto trimestre del año con el 40%. Debido a que la mayor cantidad de muestreo se enfoca en los cantones de Baños y Ambato. Esto se debe a los feriados de los meses de noviembre y diciembre resaltando que en el último mes del año es el aniversario de cantonización de Baños.
- Aplicada la correlación de Pearson se determina que existe una relación altamente significativa entre la variable estabilidad económica de los propietarios de establecimientos turísticos y la inversión en obras viales de primer orden en la provincia de Tungurahua, así como en servicios básicos, edificación de obras públicas, parques, ornamentación. (coeficiente de correlación = 0.346; p-valor = 0.000)
- A nivel nacional la productividad media laboral (valor agregado sobre número de trabajadores) de los establecimientos turísticos “alojamiento y alimentación” es de \$ 5.533,00 mientras que en el sector manufacturero por cada trabajador se agrega un valor de \$ 34.664,00; es decir los propietarios de los establecimientos turísticos gastan más en el pago de sus empleados disminuyendo su utilidad. Mocha es el cantón que aporta mayor valor

agregado por cada trabajador con una cantidad de \$10.000,00; y el que menor valor agregado contribuye Cevallos.

- En el periodo 2015-2016 los cantones con mayor inversión fueron : Baños con un valor de \$720.000,00; Ambato con una inversión de \$275.000,00; la cantidad de \$ 80.000,00 para el cantón Pelileo; y la menor inversión fue para el cantón Tisaleo con un presupuesto de \$10.000,00; debido a que este cantón no resalta todo su atractivo turístico. Los departamentos de turismo destinan este dinero para actividades específicas: capacitaciones, publicidad, ferias, infraestructura en áreas recreativas y señalización turística.

## 6. RECOMENDACIONES

- Continuar con campañas publicitaria en las que se vea beneficiado la provincia de Tungurahua. Realizar campañas de prevención y concientización hacia los turistas para conservar en buen estado las obras viales que realizan las entidades competentes, de la misma manera que el Gobierno dé mantenimiento adecuado para la preservación de los trabajos ejecutados.
- Aplicar nuevas estrategias en los departamentos de turismo de cada cantón para incentivar a la promoción de atractivos turísticos naturales que posee la provincia que no son frecuentados por falta de información debido a un desinterés de la población y sus representantes en el área turística.
- Mejorar la calidad de servicio mediante la capacitación permanente hacia el personal que está en contacto directo con el turista ya sea público o privado.
- El empleador debe disminuir el costo laboral de sus trabajadores sin perjudicarlos para poder mejorar la utilidad de su negocio, obteniendo beneficio las dos partes.
- Realizar campañas publicitarias por medio de redes sociales para dar a conocer los atractivos turísticos de los cantones donde existe menor inversión tanto a nivel nacional como internacional.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (2013). Gestión de marketing de destinos turísticos en el ambiente competitivo actual. *Redalyc*, 43-56.
- Aguilera, S. A. (2015). Seguridad vial en planes de inversión. Caso de estudio: Ruta Nacional 27, Costa Rica. *Infraestructura Vial [online]*, pp.13-23. Obtenido de <[http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2215-37052015000100013&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-37052015000100013&lng=en&nrm=iso)>. ISSN 2215-3705.
- Alba, L. (20 de Marzo de 2017). *Ehow*. Obtenido de [http://www.ehowenespanol.com/ventajas-desventajas-del-positivismo-info\\_452930/](http://www.ehowenespanol.com/ventajas-desventajas-del-positivismo-info_452930/)
- Alegre, J., & Sard, M. (2014). When demand drops and prices rise. Tourist packages in the Balearic Islands during the economic crisis. *ScienceDirect*, 10.
- Alonso, P. (2014). La transición al pos-productivismo:. *Univerdidad de reuno Unido*, 217-220.
- Alvarez, R. (2017). *Discover Ecuador*. Obtenido de <http://discoverecuadorandmore.com/provincia-de-tungurahua/pillaro.html>
- Arapa, E., Junco, R., Arotoma, S., & Gálvez, J. (2014). Capital ocial y competitividad del turismo en un contexto de globalización: Huamanga. *Redieluz*, 63-68.
- Arias, F. (2011). *El proyeccto de investigación*. Venezuela: Episteme.
- Armijos, J. (Diciembre de 2014). Resumen 2014: Turismo ecuatoriano, en su mejor momento. *Ministerio de Turismi*, 30-5. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/resumen-2014-turismo-ecuatoriano-en-su-mejor-momento/>
- Assis, L. F. (2013). Turismo de segunda residência: a expressão espacial do fenômeno e as possibilidades de análise geográfica. *Revista Território Año VII(11, 12, 13)*, pp.107-122. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/scieloOrg/php/similar.php?lang=es&text=Turismo%20de%20segunda%20resid%C3%Aancia:%20a%20express%C3%A3o%20espacial%20do%20fen%C3%B4meno%20e%20as%20possibilidades%20de%20an%C3%A1lise%20geogr%C3%A1fica>
- ASTEC. (2017). *ASTEC*. Obtenido de <http://astec.com.ec/index.php>

- Attewell, P. (2013). ¿Qué es una competencia? *Pedagogía Social "Revista Internacional"*, pp. 21-43. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=135012677003>
- Avellaneda, M. P. (2016). Conflictos Territoriales y Proyectos de Infraestructura Vial. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, pp. 71-78. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74846551008>
- B, R., Luis, F., & J. González. (2015). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*, pp.183-192. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=295023034010>
- Banco Mundial . (2013). *Descentralización y Presupuesto por Resultados en Educación. Balance de la última década.*
- Barbosa, M. E. (2007). La política del turismo cultural y el diseño de productos turísticos . *Escuela de administración de negocios* , 105-122.
- Barón, J., & Téllez, F. (2016). Regresión múltiple. *Redalyc*, 35-50.
- Barreto, A., & Azeglio, A. (2013). a problemática de la gestión del capital humano en las Miommes de alojamiento turístico en la ciudad de Buenos Aires . *Redalyc*, 1140-11159.
- Bautista Delgado, L. (12 de Abril de 2017). *Blogspot*. Obtenido de La recolección de datos: <http://data-collection-and-reports.blogspot.com/>
- Beltrán, V. (2014). *Asignación y manejo de los recursos*. Mexico: Norma.
- Benavides, J. (2013). Reformas para atraer la inversión privada en la infraestructura vial. *Universidad de los Andes*, 21-33.
- Bertoncello, R. (2015). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas . *Universidad de Buenos Aires*, 259-270.
- Blanco, J., Bosoer, L., & Apaolaza, R. (2014). Gentrificación, movilidad y transporte: aproximaciones conceptuales y ejes de indagación. *Revista de geografía Norte Grande*, pp. 41-53. Obtenido de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-34022014000200003&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34022014000200003&lng=es&nrm=iso). ISSN 0718-3402. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022014000200003>.
- Botelho, a. C., & Rodriguez, C. (2013). Entrevista com Milagros Flores. *Caderno Virtual de Turismo*, pp. 49-52. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115428661006>

- Botía, M., & Orozco, L. (Junio de 2012). Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas: Sus características en el sector trusimo. *Scielo*, 21(3), 124-160. Recuperado el 21 de Febrero de 2017, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322012000300006](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000300006)
- Brida, J., Monterubbianesi, P., & Zapata, S. (2014). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *Pasos*, 291-301.
- Bruno, P. (2015). Del turismo escolar y sanitario infantil al turismo social: colonias de vacaciones en la Provincia de Buenos Aires, Argentina. *Scielo*, 1467-1490.
- Buenahora, M. (2015). El entorno Empresarial y el desarrollo de competencias. *Aquichan*, pp. 44-48. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74120209>
- Buisan, A. (1997). exortaciones de turismo y competitividad . *Economia Aplicada* , 65-81.
- Burbano, P. (07 de Agosto de 2016). Ecuador esta mejor preparado para afrontar problemas económicos a la inversión pública . *El ciudadano*, pág. A 32.
- C Medina, J. C. (2012). Re-construcción de la cultura y del espacio turístico. *Scielo*, 24.
- Cairampoma, M. R. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET*. Obtenido de <http://www.veterinaria.org/revistas/redvet/n010115/011505.pdf>
- Calderón, Á. (2013). Análisis de la cadena del turismo. *Comisión económica para América Latina y el Caribe CEPAL*, 1-19.
- Cámara de Turismo de Tungurahua. (2017). Obtenido de <https://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=509&informacion=3>
- Cámara de Turismo de Tungurahua. (2017). Obtenido de <http://capturtungurahua.com/index.php/cantones/quero>
- Cámara de Turismo de Tungurahua. (2017). Obtenido de <https://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=510>

- Cámara de Turismo de Tungurahua. (2017). *Cámara de Turismo de Tungurahua*.  
Obtenido de <http://capturtungurahua.com/index.php/cantones/mocha>
- Campoamor, J. (10 de Abril de 2017). los 6 países de latinoamericanos que están entre los más competitivos del mundo en turismo. *BBC*, pág. 14.
- Cann, O. (01 de Abril de 2017). *www.Weforum.org*. Obtenido de <https://www.weforum.org/es/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>
- Cardoso, C. (13 de Mayo de 2016). Turismo sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Susatentable*, 10(11), 5-21.
- Castellano, S., & Urdaneta G, J. (2015). Estrategias de mercados turísticos. *Telos*, 476-494.
- Castillo, A. (6 de Enero de 2017). Turismo en Ecuador dinamizó la economía del país en USD 285,5 millones durante 2016. *Andes Agencia publica de noticias del Ecuador y Suramérica*, págs. 10-12.
- Castillo, E., Martínez, F., & Vázquez, R. (2015). El turismo en el Ecuador. Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Galea de Economía*, 69-88.
- Cauas, D. (2015). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*. Biblioteca electrónica de la Universidad Nacional Abierta y Distancia. Obtenido de [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/210115/Documento\\_reconocimiento\\_Unidad\\_No\\_2.pdf#page,5](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/210115/Documento_reconocimiento_Unidad_No_2.pdf#page,5).
- Cebrián, F. (2013). Turismo rural, elementos definidores, estrategias públicas de apoyo y problemas estructurales. *Revista de análisis turístico*, 230-259.
- Cedeño, G., Carrasquel, Y. A., & Borrero, L. L. (2013). Sistema para la tramitación de interrupciones, cálculo de disponibilidad y confiabilidad. *Ciencias Holguín*, pp. 1-10. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181524338004>
- Chacín, N. A. (2013). Pobreza y Política social: Pobreza y Política social: *Redalyc*.
- Chalmeta, Ó. C. (2015). *Asignación de Recursos Y Costes con MS Project*. Obtenido de <http://www.vc.ehu.es/jiwotvim/ISOFT2008-2009/Practicas/BloqueII/PGSI-p3p4ejemplo.pdf>
- Chiriboga, C. (2015). Resultados del 2015, año de la Calidad Turística en Ecuador. *Ministerio de Turismo*, 31-36. Obtenido de

- <http://www.turismo.gob.ec/resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>
- Chiriboga, M., Chehab, C., Salgado, V., Espinisa, G., & García, S. (2011). *Agendas para la transformación productiva territorial*. Tungurahua : Rimisp.
- Coba, O. (02 de Abril de 2017). *www.datosmacro.com*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/estado/indice-competitividad-global/ecuador>
- comercio, E. (1 de Julio de 2013). Tungurahua cuenta con 31 atractivos. *Turismo*, pág. B2.
- Comte, A. (20 de Marzo de 2017). *Revista de filosofía*. Obtenido de [http://inif.ucr.ac.cr/recursos/docs/Revista%20de%20Filosof%C3%ADa%20Ucr/ACTAS%20CONGRESO%20DE%20FILOSOFIA/\(10\)%20historia%20de%20la%20filosofia/el%20positivismo.pdf](http://inif.ucr.ac.cr/recursos/docs/Revista%20de%20Filosof%C3%ADa%20Ucr/ACTAS%20CONGRESO%20DE%20FILOSOFIA/(10)%20historia%20de%20la%20filosofia/el%20positivismo.pdf)
- Constitución. (2010). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Obtenido de CES: [http://www.ces.gob.ec/index.php?option=com\\_phocadownload&view=category&id=11:ley-organica-de-educacion-superior&Itemid=137](http://www.ces.gob.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=11:ley-organica-de-educacion-superior&Itemid=137)
- Conthe, M. (2014). Inversiones en infraestructura y Riesgo regulatorio. *Universia Business Review*, pp. 124-135. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43300310>
- Costonoba, Z. (20 de Julio de 2017). *WixBlog*. Obtenido de Páginas web de turismo : <https://es.wix.com/blog/2016/08/paginas-web-de-turismo-que-no-puedes-perderte/>
- Crosby, A., & Moreda, A. (2014). *Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales*. Madrid: MpuntoM.
- cultura, M. d. (2005). Política de turismo cultural. *Scielo* , 1.
- De Rus, G., & León, C. (2012). Economía del turismo. Un panorama. *Economía Aplicada*, 5(15), 71-109.
- Del Canto; Silva, E. (2013). METODOLOGIA CUANTITATIVA: ABORDAJE DESDE LA COMPLEMENTARIEDAD EN CIENCIAS. *Revista de Ciencias Sociales*, pp. 25-34. Obtenido de [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44210787/METODOLOGIA\\_CUANTITATIVA-\\_ABORDAJE\\_DESDE\\_LA\\_COMPLEMENTARIEDAD\\_EN\\_CIENCIAS\\_SOCIALES.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44210787/METODOLOGIA_CUANTITATIVA-_ABORDAJE_DESDE_LA_COMPLEMENTARIEDAD_EN_CIENCIAS_SOCIALES.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires)



=1492487655&Signature=P15Tgj1vYoNy9IpYFH%2BsgcrxBnU%3D&response=onse-conte

- Di Felice, M., Mariani, M., & Mura, M. (2016). Facebook as a destination marketing tool: Evidence from Italian regional Destination Management Organizations. *ScienceDirect*, 321-343. Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517715300595>
- Díaz, J. R., & Ramos, M. B. (2014). Acerca de las inversiones públicas productivas. *Economíaunam*, pp. 119-126.
- Díaz, O., & López, A. (2016). Comportamiento e interrelación del turismo y el transporte aéreo en Colombia. *Scielo*, 124-132.
- Dieguez, I., Gueimonde, A., Sinde, A., & Blanco, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Cultur*, 120-135.
- Dirección, d. i. (2013). Análisis del sector turístico. *Pro Ecuador*, 2-16.
- Domínguez Vila, T., Fraiz Brea, A., & Alén Gonzáles, E. (4 de Julio de 2015). Discapacidad y alojamiento turístico en España. *Pasos*, 13, 771-787.
- Dorta Rodríguez, A. (2016). El proceso de renovación de la oferta de alojamiento turístico en destinos consolidados. *Redalyc*, 111-141.
- Espinoza, C. A. (2017). Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública. *Scielo Public Health*.
- Eugenio, R. (2013). La regulación económica como complemento de las licitaciones en las concesiones de obras públicas. *CEPAL 95*.
- Fayos, E. (2014). Competitividad y calidad en la nueva era del turismo. *Estudios Turísticos*, 5-10.
- Fernández Falero, M., & Peral Pacheco, D. (2014). Análisis de redes como método para la definición de conceptos. *Anales de Documentación*, 1-14.
- Fernández, L., & Guitiérrez, M. (2013). Bienestar social, Económico y ambiental para las presentes y futuras generaciones. *Información Tecnológica*, 121-130.
- Ferrán, Y., García, L., Naranjo, M., & Marrero, M. (2016). La marca país: Ecuador ama la vida y su incidencia en la matriz productiva y el plan del buen vivir. *Unidades episteme*, 1-18.
- Ferreira, L. V. (2013). La ventaja competitiva del turismo cultural. *Universidad Federal de Rios*, 131-140.

- Finanzas-, M. -M. (2016). Glosario presupuesto público Ministerio de Economía y Finanzas. *Redalyc*.
- Flores Ceccon, R., & Maffaccioli, R. (2017). Mortalidade por tuberculose nas capitais brasileiras, 2008-2010 . *Scielo*, 169-179.
- Flores, A. (2014). Reglamento de transporte turistico. *Agencia nacional de Trancito*, 1-19.
- Fonseca, M. (2009). Punta mita en la dinamica del desarrollo turistico regional. *Universidad atonomas de Mexico*, 3.
- Fuentes, A., & Marquez, J. (01 de Abril de 2017). *Www.proecuador.gob.ec*.  
Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/porque-invertir-en-ecuador/nuevas-inversiones-en-infraestructura-y-logistica/>
- Fuentes, M. d. (24 de Marzo de 2015). Patrimonio y turismo cultural. *Instituto de investigacion del patrimonio cultural*, 23-50.
- GAD Canton Baños de Agua Santa. (2017). *Gad Canton Baños de Agua Santa*.  
Obtenido de <http://www.municipiobanos.gob.ec/banos/index.php/es/features/historia>
- GAD Municipalidad de Ambato. (2017). *Gad Municipalidad de Ambato*. Obtenido de <http://www.ambato.gob.ec/ambato-cuenta-con-el-plan-cantonal-de-turismo>
- GAD Municipalidad de Cevallos. (2017). Obtenido de <http://www.cevallos.gob.ec/index.php/2014-04-24-20-23-44/destacados/59-conoce-mas-del-turismo-de-cevallos>
- GAD Municipalidad de Cevallos. (2017). *GAD Municipalidad de Cevallos*. Obtenido de <http://www.cevallos.gob.ec/index.php/2014-04-24-20-23-44/destacados>
- GAD Municipalidad de Mocha. (2017). *GAD Municipalidad de Mocha*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101224572/mocha-es-un-punto-estrategico-de-turismo>
- GAD Municipalidad de Patate. (2017). *GAD Municipalidad de Patate*. Obtenido de <http://www.patate.gob.ec/index.php/sala-de-prensa/noticias-recientes/232-se-busca-potenciar-el-turismo-hacia-mesa-tablon>
- GAD Municipalidad de Pelileo. (2017). *GAD Municipalidad de Pelileo*. Obtenido de <http://www.turismopelileo.com/>
- GAD Municipalidad de Quero. (2017).

- GAD Municipalidad Santiago de Pillaro. (2017). *GAD Municipalidad Santiago de Pillaro*. Obtenido de <http://pillaro.gob.ec/?p=1146>
- Gaedella, R., & Aguayo, E. (2012). Impacto económico del turismo en el mercado sur y Chile. *Scielo*, 101-123.
- Galindo, E. M. (2013). *Blog*. Obtenido de Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis.: <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>
- Gallego, C. F. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra. *Matronas Profesión*.
- Galvis, H., & López, S. (2013). Identificación de Factores propiciadores de manipulación contractual en Proyectos de Infraestructura. *Scielo*. Obtenido de <http://www.derechoshumanos.net/>
- García, R., González, J., & Jornet, M. (2014). Spss análisis de fiabilidad. *InnovaMIDE*, 140-155.
- Gardella, R., & Aguayo, E. (2012). Impacto económico del turismo. *Scielo*, 102-123.
- Garrido, C. M. (2013). Asignación de Recursos sanitarios: un análisis comparado. *Revista de Estudios Generales*, 321-331.
- Garza, G. (2014). *Desconcentración, tecnología y localización industrial en México: los parques y ciudades industriales*. México: Norma.
- Gascón, J., & Martínez, M. (2017). Isleños y turistas. Propiedad comunitaria y territorialidad en sociedades indígenas. *Gazeta de antropología*, 234-270.
- Gobierno-provincial-de-tungurahua. (8 de Abril de 2017). <http://www.tungurahua.gob.ec>. Obtenido de <http://www.tungurahua.gob.ec/index.php/proyectos-hgpt/produccion/estrategia-de-turismo-de-tungurahua?start=15>
- Gómez, S. (2013). "La Nueva Ruralidad: ¿Qué tan nueva? Revisión bibliográfica y un intento por definir su alcance". *Scielo*, 233p .
- González, J., & Pazmiño, M. (2015). Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Liker. *Redalyc*, 62-77.
- Gonzales, P. F. (2014). Participación de la población en la elaboración de proyectos de inversión pública: un análisis según el grado de ruralidad para las provincias de Puno y el Collao, 2012 - Perú. *Scielo*.

- González, J. A. (2013). Asignación de recursos, satisfacción del visitante, administración y manejo de parques nacionales en Costa Rica, Honduras y Nicaragua. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, pp. 353-370. Obtenido de <http://www.pasosonline.org/Publicados/5307/PS070307.pdf>
- Gonzalez, P. F. (2015). Participación de la población en la elaboración de proyectos de inversión pública: un análisis según el grado de ruralidad para las provincias de Puno y el Collao, 2012 - Perú. *Scielo*, pp. 15-27. Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682015000100002&lang=pt](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682015000100002&lang=pt)
- González, R., & Mendieta, M. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de turismo*, 111-128.
- Guerra Valverde, Y. (2014). La competitividad gastronómica. Indicadores de medición. *Gestion restaurantes*, 112-124. Obtenido de <http://www.gestionrestaurantes.com/la-competitividad-gastronomica-indicadores-de-medicion/>
- Gutierrez, M. L. (2015). Las asociaciones público-privadas en la Unión Europea: Elementos para un análisis sobre a concesión de obra pública en Chile. *Revista de Derecho (Valparaiso)*, pp. 313-337. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=173643816012>
- Guzman, M. F., Venegas, N. C., & Ruiz, D. D. (2014). Compromiso deontológico en los procesos contractuales: caso concesiones viales en Colombia. *Scielo*, pp. 144 - 154. Obtenido de [http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1659-28592014000200011&lang=pt](http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-28592014000200011&lang=pt)
- Hernández Ramírez, R. (20 de Abril de 2017). *Slideshare*. Obtenido de Diseño de investigacion transversal: <https://es.slideshare.net/Spaceeeboy/diseo-de-investigacion-transversal-y-longitudinal>
- Iglesias, E. (2014). Enseñanzas y perspectivas de la inversion en la infraestructura en america latina y el caribe. *Scielo*, 10-15.
- Inman, C., & Segura, G. (2014). Turismo en centroamérica: El reto de la competitividad. *Scielo*, 605-619. Obtenido de <http://www.incae.edu/es/clacds/publicaciones/pdf/cen605filcorrfinal.pdf>

- Isunza, G., & Méndez, B. (2013). *Desarrollo inmobiliario y gobiernos locales en la periferia de la Ciudad de México*. México: EURE. Obtenido de [http://www.eure.cl/wp-content/uploads/2011/05/EURE111\\_05\\_ISUNZA\\_MENDEZ.pdf](http://www.eure.cl/wp-content/uploads/2011/05/EURE111_05_ISUNZA_MENDEZ.pdf)
- Ivars, J. (2016). Gestión turística y tecnológica de la información y la comunicación (TIC). *Investigaciones turísticas*, 327-346.
- Izquierdo, j. M., & Salazar, M. T. (2013). Coatzacoalcos: Reestructuración urbana e inversión privada en una ciudad media mexicana. *Scielo*, pp. 91 - 116. Obtenido de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-71612013000200005&lang=pt](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612013000200005&lang=pt)
- Jiménez, M. (2015). Interventoría de proyectos públicos. *Redalyc*.
- Jimenez, R. (2015). Mantenimiento de infraestructura de la provincia de tungurahua. *Ministerio de transporte y obras publicas*, 1- 13.
- Judd, D. (2003). El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *eure*, 51-54.
- Justino de Oliveira, E. (Abril de 2015). La expansión del turismo y las segundas residencias: Implicaciones en el sector inmobiliario de la costa de Parnamirim/RN y Nísia Floresta/RN. *Estudios y perspectivas en turismo*, pp. 279-295. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322015000200006&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000200006&lng=es&nrm=iso). ISSN 1851-1732.
- Kenefick, S. B. (2013). Economía de la prevención de VIH/ITS: optimizando la asignación de recursos disponibles. *Salud Pública de México*, p. 357. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10649139>
- Kozak, M. (2014). Comparative assessment of tourists satisfaction with destinations across two nationalities. *Tourism Management*, pp. 391- 401.
- Lamboglia, J. (2013). Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América latina: El caso del Ecuador. *Flacsoandes*, 1-70.
- Lara, J. (2015). *Breve historia contemporánea del Ecuador*. Fondo de Cultura Económica.
- León, G., & Gutiérrez, H. (2015). Inversión pública en Colombia y sus efectos sobre el crecimiento y la convergencia departamental. *Scielo*, pp.57-72. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-85632015000100004&lang=pt](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632015000100004&lang=pt)

- Lojo, A. (2016). Turismo Chino en España: Un análisis del producto turístico, atracciones e itinerarios ofrecidos por agencias de viajes chinas. *Redalyc*, 511-517.
- López, D. M. (2013). Inversión Pública. *Scielo*.
- Lopez, F. (30 de Mayo de 2016). Baños y Santa Elena con afluencia de visitantes durante el feriado. *Tuismo nacional*, pág. 13. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/05/30/nota/5607609/turismo-llego-algunos-sitios-durante-feriado>
- López, P. L. (2014). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Scielo*.
- Luis, A., Diop, M., & Guasch, J. (2015). Un balance de las privatizaciones en el sector infraestructura . *Scopus*, 80-92.
- Marien, A., Cortés, I., & López, J. (2015). cuando los recursos culturales supera al destino turistico. *Scopus*, 230-245.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. Mexico: Pearson.
- Mayor, J., Botero, S., & Gonzales, D. (2016). Modelo de decisión multicriterio difuso para la selección de contratistas en proyectos de infraestructura: caso Colombia. *Scielo*, pp.56-74. Obtenido de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-28132016000200005&lang=pt](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-28132016000200005&lang=pt)
- Medeiros, L. (2013). Midiendo la competitividad en los destinos: en modelo brasileño. *Iafet*, 120-145.
- Mendoza, H., Galindo, D., & Vargas, B. (2013). Impacto del gasto público en la dinámica de la economía regional. Documentos de trabajo. *Scielo*, pp. 1 - 35.
- Menger, C. (2013). Economía y bienestar económico. *E-brary*, 69-101.
- Millian, M. (2013). Planificacion: transportes, turismo y territorio. *Revista de Investigacion turistica*, 97-119.
- Ministerio de Economía y Finanzas . (2016). Glosario presupuesto público Ministerio de Economía y Finanzas. *Redalyc*.
- Ministerio de Turismo. (2017). *Minsiterio de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/la-diablada-de-pillaro-alista-su-tradicional-celebracion-del-1-al-6-de-enero/>

- Ministerio del Turismo. (2015). *Minsiterio del Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/tungurahua-celebro-la-fiesta-del-inga-palla-en-el-canton-tisaleo/>
- Molina, X. (2014). *La estructura y naturaleza del capital social en las aglomeraciones*. Mexico: Fundacion BBVA.
- Monsalve, C., & Hernandez, S. (2013). Gestion de la calidad de servicios en la hoteleria, como elelemento clave para el desarrollo de destinos. *Scielo*, 160-170.
- Montoya, S. U. (2013). Impacto de la inversión extranjera directa en el sector hotelero . *Redalyc*.
- Morillo M., M. C., Rosales L., M. A., & Cadenas R., E. (2014). Inversión turística: Una contribución . *Redalyc*.
- Morillo, M. (2013). Indicadores de gestión de la calidad para los servicios de alojamiento turísticos del estado Mérida. *Actualidad contable faces*, 86-119.
- Morillo, M., Marysela, C., Rosales, L., María, A., & Cadenas, E. (2014). Inversión turística: Una contribución educativa para la inversión en turismo receptivo. *Actualidad Contable Faces*, pp. 87-107. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25732868006>
- Mota, J. L. (2013). Inversión pública y crecimiento económico: Hacia una nueva perspectiva de la función del gobierno. *Scielo*.
- MTOP. (2017). *Ministerio de Transporte y Obras Pública*. Obtenido de <http://www.obraspublicas.gob.ec/>
- Muñoz Razo, C. (2013). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Mexico: Hispanoamericana S.A.
- Muñoz, A. (2017). Tourism Management Perceptions in two Ecuadorian Biosphere Reserves: Galapagos and Sumaco. *ScienceDirect*, 110-125.
- Muñoz, F. (16 de Abril de 2017). *Blogspot*. Obtenido de Tecnicas de recoleccion de datos: <http://data-collection-and-reports.blogspot.com/>
- Murphy, A., & Williams, P. (2014). Attracting Japanese tourists into the rural hinterland: implications for rural development and planning. *ScienceDirect*, 5-9.
- Myriam Ruiz Tibana, T. D. (2015). Los proyectos de desarrollo: la inversión pública y la inversión privada. *Redalyc*.

- Nagel, S. (2015). *Public Policy: Goals, Means and Methods*. University Press of America .
- Navarro, D. (2015). Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos: Conceptualización, Clasificación, Valorización. *Redalyc*.
- Norrild, J. (2013). DE LA INVERSIÓN HOTELERA AL TURISMO SUSTENTABLE. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, pp. 972-976. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180722696013>
- Nunes, P. (2015). *Knoow Enciclopedia Temática*. Obtenido de Asignación de Recursos: <http://knoow.net/es/cieeconcom/economia-es/asignacion-de-recursos/>
- Nuria Morere, S. P. (2013). Turismo cultural patrimonio, museos y empleabilidad. *Escuela de organización industrial*, 28.
- Olechko, D. F. (2014). Inversión extranjera y productividad en México. *Investigación Económica*, PP. 147-173. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60124805>
- Olmos Juárez, L., & García Cebrián, R. (2016). *Estructura del mercado turístico*. España: Paraninfo SA.
- Ortega, L. (2016). Entradas y salidas internacionales por nación. *Ecuador potencia turística*, 12-23.
- Ortegon, E., & Pacheco, J. F. (2014). *Los sistemas nacionales de inversión pública en el turismo*. Chile: CEPAL.
- Otero, A. (2014). La importancia de la visión de territorio para la construcción de desarrollo competitivo de los destinos turísticos . *Universidad Murcia*, 91-104.
- Pacora, R., Alcalde, N., Jaimes, S., & Izquierdo, C. (2016). plan estratégico de marketing del turismo rural comunicatio peruano. *Centrum*, 31-40.
- Páez, A. L., Roman, I. P., & Hernández, Z. T. (2013). Propuesta de metodología para elaborar una investigación científica en el área de Administración de Negocios. *Scielo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n35/n35a02.pdf>
- Palacion, J. (30 de Julio de 2017). *Regresión Múltiple*. Obtenido de Eumed.net: <http://www.eumed.net/cursecon/medir/multiple.htm>



- Paredes, D., & Coromoto Morillo, M. (2016). Influencia de la comunicación directa de las agencias de viaje en el turismo emisor merideño. *Redalyc*, 125-136.
- Parra, E. y. (2016). *Gestión y Dirección de Empresas*. España: McGraw Hill.
- Pasquel, M. (2012). El servicio de transporte turístico. *Universidad Técnica de Ambato*, 41-50.
- Paul A. Samuelson, W. D. (2015). *Economía*. Mexico: McGraw-Hill.
- Penafiel, M. A. (2016). Áreas de interés para la gestión pública: aproximaciones para el diseño de una metodología de focalización territorial. *Revista INVI*, pp. 203-235. Obtenido de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-83582016000200007&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-83582016000200007&lng=es&nrm=iso). ISSN 0718-8358. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-83582016000200007>.
- Perles, J., Ramón, A., & Jiménez, M. (2014). Market share as a tourist destinations competitiveness measure: sense and limitations. *Cultur*, 423-425.
- Pertegas, S., & Pita, F. (2015). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Scielo*, 76-78.
- Pícon, J. C., & Baltodano, V. (2013). Planificación turística en zonas costera de Costa Rica. *Scielo*, 149-170.
- Prada, C. (25 de Marzo de 2017). *Blog Economía Mundia*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/misael1234/bienestar-economico>
- Proecuador. (02 de Abril de 2017). *www.proecuador.gob.ec*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/porque-invertir-en-ecuador/nuevas-inversiones-en-infraestructura-y-logistica/>
- Puig, M. B. (2015). Principios de igualdad y mecanismos de asignación de recursos: relevancia para el análisis de las políticas públicas. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, pp. 77-106. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357539626003>
- Radovich, J. C., Balazorte, A., & Piccinini, D. (Junio de 2013). Desarrollo de represas hidroeléctricas en la Argentina de la posconvertibilidad. *AVA Revista de Antropología*, pp. 1-19.
- Razo, A. (2016). La problemática del turismo en su promoción y difusión. *Scielo*, 120-156.

- Restrepo, D. B. (2017). Implementación en la asignación de proyectos con las regalías en Colombia: una aproximación teórica. *Desarrollo y Sociedad*, pp. 233-270. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169149895007>
- Rifai, T. (2017). El turismo mundial creció un 4% en 2016. *Infobae*, 212-223.
- Robles, R. (2013). *Biblioteca Universitaria*, pp. 91-97. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28510109>
- Rodriguez, H. A. (2014). EVALUACIÓN DE LA FACTIBILIDAD AMBIENTAL DE LAS INVERSIONES TURÍSTICAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE. *Redalyc*.
- Rodríguez Gómez, D., & Valldeoriola Roquet, J. (2014). *Metodología de la investigación*. España: Fuoc.
- Rodriguez, A., Saborio, M., & Candia, D. (2013). "Elementos para una mejor medición de lo rural en América Latina". CEPAL.
- Rodriguez, B. (2014). Relación entre composición del gasto público y crecimiento económico de los países de América Latina. *Redalyc*.
- Rodríguez, C., Campero, C., Baeza, S., Jiménez, E., Vélez, S., & Ramírez, D. (2014). Sistema de información territorial para la gobernanza regional. *Grafic Andes*, 51-60.
- Rodríguez, M. (2014). La contribución del turismo al crecimiento económico de México: Un análisis por ramas características del sector. *Nova Scientia*, 337-351.
- Rojas, S. (2013). Understanding Neo-developmental mentalism in Latin America: New Industrial Policies in Brazil and Colombia. *Redalyc*.
- Roman, M., Dyck, V. V., & Arturo, P. (2016). Panorama OMT del turismo internacional. *ONWTO e Library*, 210-235.
- Romero, A., & Cortés, A. (2015). Pertinencia de la formación académica de tecnólogos superiores en turismo del instituto tecnológico superior cordillera. *retos turísticos*, 49-56.
- Rubilar, L. (2016). Análisis de la industria del turismo en la provincia de Concepción. *Management & Empresa*, 34-41.
- Rueda, P. (14 de Agosto de 2014). La infraestructura inclusiva da un valor agregado al turista. *Turismo*, pág. B 12. Obtenido de

<http://www.elcomercio.com/tendencias/infraestructura-inclusiva-da-agregado-turismo.html>

Ruiz, M. (2015). Patrimonio Cultural. *Redalyc*.

Ruiz, P. (2015). *Estudios industriales de la micro,pequeña y mediana empresa*. Ecuador : Flcso.

Salinas, P. (2015). Rendición de cuentas 2015. *Ministerio de Turismo*, 1-35. Obtenido de [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/RENDICI%C3%93N-DE-CUENTAS\\_MINTUR-1.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/RENDICI%C3%93N-DE-CUENTAS_MINTUR-1.pdf)

Sallenave, J. (2013). El Proyecto Hidroeléctrico de la Bahía de James: la ruina de un territorio. *Redalyc*.

Sánchez, L. (2016). TRANSFERENCIAS GUBERNAMENTALES E INVERSIÓN EN CAPITAL EN MUNICIPIOS PERUANOS: EL CASO DE LAS RENTAS POR RECURSOS NATURALES. *Redalyc*.

Sancho, A. (2016). *Introducción al Turismo*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Organización Mundial del Turismo (OMT). España.

Sancho, A., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., & Ruiz, P. (2015). *Introducción al turismo*. Colombia: Norma.

Sauzal, N. (2016). Respuestas del Turismo Mundial a los Nuevos retos de la economía global. *Pasos*, 137-140.

Segura, G., & Inman, C. (2016). Turismo en Costa Rica: La visión a largo plazo. *Scielo*, 651-663. Obtenido de <http://www.incae.edu/es/clacds/publicaciones/pdf/cen651.pdf>

SENPLADES. (2017). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/05/Proyectos-de-Inversi%C3%B3n-P%C3%BAblica-en-Bolivar.pdf>

Senplades. (2017). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo* . Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/>

Shurrelworth, M. (21 de Abril de 2017). *Explorable*. Obtenido de Estudio transversal: <https://explorable.com/es/estudio-transversal>

Sono, S. S. (2013). Inversión Pública y Desarrollo Económico Regional . *Scielo*.

- Souza, E., Castro, W., & Tavares, E. (2015). Identificação das variáveis determinantes da eficácia de uma concessão pública, segundo a percepção de seus usuários. *ScienceDirect*, 315-336. Obtenido de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809227616301230>
- Tamayo, M. (2014). *El Proceso de la Investigación científica*. México: Editorial Limusa S.A.
- Tello, M. (2015). Recursos naturales, diversificación y crecimiento regional del Perú. *Redalyc*.
- Trucchia, A. (2013). Medición el sector turístico con datos censales. *Universidad Nacional de la Plata*, 2012(V), 1-23.
- turismo, O. m. (2015). Indicadores económicos del turismo. *CEPAL*, 2-65.
- Ulate, G. (2016). Panorama OMT del turismo internacional . *UNWTO*, 186-195.
- Uribe, P. (2009). Conclusiones al seminario internacional: "Respuestas del Turismo Mundial a los Nuevos Retos de la. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, pp. 137-140.
- Urpi, G. O. (2010). Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. *Universidad Bolivariana*, 87.
- Valencia, A. (2013). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública. *Redalyc*.
- Varela, C. V., & Gil, F. M. (2014). Problemas de sostenibilidad del turismo rural en España. *Proquest*, 171-194. Obtenido de <http://search.proquest.com/openview/80ed43c648d3d5f57a8da31462496090/1?pq-origsite=gscholar&cbl=54860>
- Vargas, J. A. (2013). Equidad e inversión en salud pública de la República del Perú. *Scielo*.
- Viloria, E. (2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. *Univerdidad experimental nacional libertadora*, 22-30.
- Viteri, M. (2015). *Transporte publico tungurahua*. Ambato: Gobierno municipal de ambato.
- Viudes, P. (2016). El Arte de Publicitar. *Redalyc*.
- Vivanco, L. E. (2017). *La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102052152/cevallos-se-abre-al-turismo-por-sus-fiestas>

Wallingre, N. y. (2015). Diccionario de Turismo, Hotelería y Transporte. *Redalyc*.  
Yamey, D. G. (2015). Salud global 2035: un mundo convergiendo en el lapso de una generación. *Scielo*.

## **8. ANEXOS**

### **8.1 Operacionalización de la variable**

TEMA	VARIABLES	DIMENSIONES	IDEA CENTRAL	FUNDAMENTO TEÓRICO	AUTOR	PREGUNTA																								
Efecto de la inversión pública en el turismo de la provincia de Tungurahua.	<b>TURISMO</b>	Turismo	Actividad en la cual se conoce nuevos lugares y se busca un descanso	Se destaca una diversidad en la cultura y naturaleza; que le permite al turista disfrutar diferentes lugares y elementos que son parte del turismo	(Ferreira, 2013)	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Total desacuerdo</th> <th>Desacuerdo</th> <th>Indiferente</th> <th>De acuerdo</th> <th>Total acuerdo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>La afluencia de turista creció en el último año</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tungurahua es una potencia en el turismo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>El estado promueve el turismo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo	La afluencia de turista creció en el último año						Tungurahua es una potencia en el turismo						El estado promueve el turismo					
			Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo																							
		La afluencia de turista creció en el último año																												
Tungurahua es una potencia en el turismo																														
El estado promueve el turismo																														
Bienestar económico	El bienestar económico es la distribución igualitaria de los recursos, para que la sociedad mejore la calidad de vida	La demanda turística de los últimos años ha generado un cuestionamiento al presentarse una evolución económica presentando costes y beneficios	(De Rus & León, 2012)	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Total desacuerdo</th> <th>Desacuerdo</th> <th>Indiferente</th> <th>De acuerdo</th> <th>Total acuerdo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>El turismo genera estabilidad económica a su familia</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo	El turismo genera estabilidad económica a su familia																			
	Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo																									
El turismo genera estabilidad económica a su familia																														
Infraestructura <ul style="list-style-type: none"> <li>Alojamiento</li> <li>Comidas y bebidas</li> <li>Agencias de viaje</li> </ul>	Tanto a inversión privada como pública son eje primordial para que los servicios de transporte, agencias, restaurants, alojamiento y otros tipos de actividades sean el pilar para una buena infraestructura turística	La infraestructura se la atribuye como la columna vertebral de las actividades económicas.	(Iglesias, 2014)	<p>Si es propietario de un establecimiento que brinde los servicios de alojamiento, comida o agencias de viaje conteste las siguientes preguntas.</p> <p>¿En el último año han incrementado los turistas?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Total desacuerdo</li> <li>Desacuerdo</li> <li>Indiferente</li> <li>De acuerdo</li> <li>Total acuerdo</li> </ul> <p>¿Señale cuál es el trimestre que existe más afluencia de turistas?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Enero-marzo</li> <li>Abril-junio</li> <li>Julio-septiembre</li> <li>Octubre-diciembre</li> </ul> <p>¿En el último año invirtió en infraestructura para llamar la atención de los turistas? SI ( ) NO ( )</p> <p>¿Cuánto invirtió su negocio en publicidad el último año?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Poco</li> <li>Nada</li> <li>Mucho</li> </ul> <p>¿Su establecimiento turístico ha generado fuentes de empleo el último año? SI ( ) NO ( )</p>																										

		Transporte	El estado invirtió muchos recursos para tener vías en buen estado. La agencia nacional de tránsito es la entidad encargada de regular el transporte. Los turistas pueden visitar la ciudad haciendo uso de transporte público así como el transporte propio o privado	En su mayoría los transportes y vías terrestres se realizan por obra pública y muy pocos son proyectos atractivos para la inversión privada.  Según el directorio de la agencia nacional de regulación y control de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial	(Benavides, 2013)  (Flores, 2014)	¿como se encuentran las vías de acceso a la provincia de Tungurahua? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy mala</li> <li>• Mala</li> <li>• Regula</li> <li>• Buena</li> <li>• Muy buena</li> </ul> ¿La seguridad vial de la provincia de Tungurahua en necesaria para acceder al atractivo turístico? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Total desacuerdo</li> <li>• Desacuerdo</li> <li>• Indiferente</li> <li>• De acuerdo</li> <li>• Total acuerdo</li> </ul>
		Agencias de viaje	La tecnología va de la mano para que los negocios generen más ingresos	Las agencias de viaje de la mano de las tics han revolucionado la comunicación ofreciendo a través de la web información precisa de los sitios a visitar e incluso construyen una imagen del destino estimulando una mirada del turismo basada en elementos distintivos de un destino	(Lojo, 2016)	¿Su establecimiento cuenta con una página web para promocionar sus servicios? SI ( ) NO ( )
		Diversión	Rutas agro turísticas que el ministerio de turismo implemento	Los cantones de Quero, Mocha y Tisaleo cuenta con 31 atractivos turísticos para realizar turismo, estos atractivos están conformados por rutas agrícolas, artesanías y emprendimientos	(comercio, 2013)	¿Está satisfecho con la inversión de la entidad competente respecto a la mejora de los atractivos turísticos de la provincia? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfecho</li> <li>• Poco satisfecho</li> <li>• Insatisfecho</li> </ul>
		COMPETITIVIDAD	La industria ha evolucionado de tal forma que una empresa debe poseer una valor agregado para poder competir. La sobre oferta y la baja demanda o le permite a la pequeña empresa abarcar un mercado amplio.	Capacidad e una industria de alcanzar sus objetivos, de forma superior al de referencia y de forma sostenible (capacidad de obtener rentabilidad, de las inversiones superiores) de manera que se realice con bajos costos	(González & Mendieta, 2009).	¿Su negocio es competitivo frente al de la competencia? SI ( ) NO ( ) Escalas

		DIFERENCIACIÓN	Elementos que le distingue una empresa de otra	El grado de diferenciación del producto o servicio se da por 4 áreas; Producto, Imagen, Personal y Canal	(Rubilar, 2016)	¿Señale que le hace diferente su establecimiento e la competencia? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura</li> <li>• Publicidad</li> <li>• Servicio-Calidad</li> <li>• Precio</li> <li>• Ubicación</li> </ul>
		PIB/ AGREGADO VALOR	El PIB se mide según los millones de visitantes los cuales generan un crecimiento en el PIB	Ecuador analiza el Producto Interno Bruto total (PIB) en millones de dólares, a precio constante año base 2007=100 <sup>2</sup> variable dependiente. Y arribos del turismo internacional (ATI) <sup>3</sup> en millones de visitantes, esto como variable independiente los datos se deben tomar del ministerio de turismo	Castillo, Martínez, & Vázquez, 2015)	¿La actividad turística ha generado utilidades en el último año?  ¿La actividad turística ha generado pago de impuesto a la renta?
		Número de turistas				¿En una escala del 1 al 100 cuantos turistas incrementaron en este año? 1-20 21-40 41-60 61-80 81-100
		Ingresos generados por los turistas				Cuáles son los ingresos mensuales Cuáles son los costos mensuales La utilidad que genero <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión propia</li> <li>• Inversión del estado en la infraestructura</li> <li>• Atractivo del destino turístico</li> </ul>



## 9.1.2 Encuesta final



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ENCUESTA**



**Objetivo:** Analizar el efecto de la inversión pública, en el turismo realizado en la provincia de Tugurahua  
Dirigido a dueños-propietarios de establecimientos dedicados a realizar actividades turísticas

**Instructivo:** Señale con una X su respuesta:

### 1. GENERO

Masculino   
Femenino

### 2. EDAD.....

### 3. INVERSIÓN PÚBLICA

Pregunta	Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total de acuerdo
¿La Inversión Pública que realiza el gobierno nacional en el sector turístico está orientado al desarrollo del país, a largo plazo?					
Pregunta	Seguridad	Obra Vial	Ornamento	Servicios Básicos	Ninguna
¿Indica que tipo de obra ha recibido su sector o barrio para el mejoramiento de las condiciones del sector?					
Pregunta	Insuficiente – baja		Suficiente – alta		
¿Usted considera que la inversión en el turismo es?					

**Si es insuficiente-baja responda la siguiente pregunta**

Pregunta	Ausencia de atractivos turísticos	Deterioro del atractivo	Escasa promoción	Escasos de turistas	Otro
¿Cómo afecta un bajo presupuesto o asignado por el estado al sector turístico?					

### 4. TIPO DE INVERSIÓN.

Pregunta	Número de habitantes	empoderamiento	Status social	Ciudad en	Otro
----------	----------------------	----------------	---------------	-----------	------

		to de los habitantes	del sector turístico	desarrollo	
¿Qué analiza el gobierno para invertir en el sector turístico?					
Pregunta	Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total de acuerdo
¿Las estrategias públicas del GAD de su sector promuevan los lugares turísticos?					

### 5. TIPO DE BENEFICIARIO.

Pregunta	Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total de acuerdo
¿Actualmente, las inversiones del estado permiten emprender en negocios turísticos en su sector?					

Pregunta	Demora en permisos de funcionamiento	Políticas del gobierno	Retraso en trámites legales	Trabas para el financiamiento	Otro
¿Cuáles son los obstáculos que retrasan la creación de empresas?					

	Total desacuerdo	desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo
El estado promueve el turismo					
El turismo genera estabilidad económica a su familia					
La afluencia de turista creció en el último año					
Tungurahua es una potencia turística					
Pregunta	Burocracia en la creación de una empresa	Inadecuada política sobre el turismo	Dificultades económicas en el país	Inseguridad jurídica	Dificultades para importaciones
¿Por qué consideraba que no se da la inversión extranjera para el turismo en el Ecuador?					

## 6. TIPO DE OBRA.

Pregunta	Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo
¿El estado está trabajando por mejorar las vías de acceso a los atractivos turísticos en su ciudad o sector?					
Pregunta	Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo
¿En su barrio o sector el gobierno ha invertido en la construcción de servicios básicos?					
¿En su barrio o sector el gobierno ha invertido para la construcción de edificios públicos?					

¿ha invertido para la construcción de parques y elementos ornamentales?					
---	--	--	--	--	--

## TURISMO

### 7. BIENESTAR ECONÓMICO.

### 8. INFRAESTRUCTURA.

	Enero-marzo	Abril-junio	Julio-septiembre	Octubre-diciembre
Señale cuál es el trimestre que existe más afluencia de turistas				

	Mucho	Poco	Nada
¿En el último año invirtió en infraestructura para llamar la atención de los turistas?			
¿Invirtió su negocio en publicidad el último año?			
¿Su establecimiento turístico ha generado fuentes de empleo el último año?			

### 9. COMPETITIVIDAD – DIFERENCIACIÓN

Pregunta	Si	No	No responde		
¿Su establecimiento cuenta con una página web para promocionar sus servicios?					
	Infraestructura	Publicidad	Servicio-calidad	Precio	Ubicación
¿Señale que le hace diferente a su establecimiento de la competencia?					

### 10. VALOR AGREGADO.

	Total desacuerdo	desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo
¿La actividad turística ha generado utilidades en el último año?					
Cuántos turistas aproximadamente recibió el anterior año	..... .....				
	1 -20	2 1-40	4 1-60	6 1-80	8 1-100
¿En una escala del 1 al 100 cuantos turistas incrementaron en este año?					
	Propia	Infraestructura del estado	Creación del Atractivo turístico		
¿La utilidad que genero su negocio se debe a que tipo de inversión?					

## 11. PRODUCTIVIDAD

¿Cuántas personas laboran en su empresa?

.....

¿Cuántos son los ingresos mensuales?

.....

¿Cuál es el valor de sus activos fijos (al 31 de diciembre del 2016)?

.....

¿Cuál es su costo laboral mensual (nomina total por mes)?

.....

¿Cuáles son los costos mensuales?

.....

¿Si usted no se dedicaría al turismo a que otra actividad se dedicaría?

.....

**GRACIAS**

### 9.1.3 Entrevista a los departamentos de turismo



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ENCUESTA



**Objetivo:** analizar el efecto de la inversión pública, en el turismo realizado en la provincia de Tugurahua

Dirigido a dueños-propietarios de establecimientos dedicados a realizar actividades turísticas  
**INVERSIÓN PÚBLICA**

1. ¿Hasta el presente año cuantos proyectos turísticos se han consolidado en el área de su competencia?  
.....
2. ¿Cuál es el monto que se invirtió para la ejecución de los proyectos?  
.....
3. ¿El GAD ha recibido inversión extranjera para potencializar el turismo?  
.....
4. ¿Qué estrategias se plantea para atraer la inversión extranjera al sector del turismo?  
.....
5. ¿Qué estrategia realiza el GAD para mejorar la calidad en los servicios turísticos?  
.....
6. ¿Cómo mide el GAD la recuperación de las inversiones en el área turística?  
.....
7. ¿Cree usted que en su cantón ha crecido o ha disminuido la afluencia de turistas?  
.....
8. ¿Qué se analiza el GAD para aprobar un proyecto turístico?
  - Bienestar social
  - Aporte a la matriz productiva
  - Presupuesto asignado
  - Áreas atendidas
9. ¿Cuál es el monto anual que asigna el GAD para invertir en el sector del turismo?  
.....
10. ¿Cuáles son proyecto a los que se destina la inversión del GAD?

<input type="checkbox"/>	Publicidad
<input type="checkbox"/>	Personal administrativo
<input type="checkbox"/>	Infraestructura en áreas recreativas
<input type="checkbox"/>	Infraestructura en redes viales
<input type="checkbox"/>	Capacitaciones relacionadas con el turismo
11. ¿Realiza proyectos integrales con otros departamentos? ¿Qué departamentos?  
.....

**GRACIAS**

**Tabla 18. Entrevista aplicada a los GAD**

CANTÓN		PREGUNTA						
	AÑO	¿Hasta el presente año cuantos proyectos turísticos se han consolidado en el área de su competencia?	¿Cuál es el monto anual que asigna el GAD para invertir en el sector del turismo?	¿Qué estrategia realiza el GAD para mejorar la calidad en los servicios turísticos?	¿Cómo mide el GAD la recuperación de las inversiones en el área turística?	¿Cree usted que en su cantón ha crecido o ha disminuido la afluencia de turistas?	¿Qué se analiza el GAD para aprobar un proyecto turístico?	¿Cuáles son proyecto a los que se destina la inversión del GAD?
Ambato	2015	2	\$ 275.000,00	implementa iniciativa de gestión de la calidad a través de sistemas integrados Q	indicadores e afluencia de turistas a los sitios de interés y que son de administración municipal	creciente demanda en los últimos años	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienestar social</li> <li>• Aporte a la matriz productiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad</li> <li>• Infraestructura en áreas recreativas</li> <li>• capacitación relacionadas con turismo</li> </ul>
	2016	2						
Baños	2015	3	\$ 720.000,00	capacitación control de calidad	Ingresos por piscinas públicas. catastro de los hoteles que envían al departamento de turismo	59.685	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienestar social</li> <li>• Aporte a la matriz productiva</li> <li>• Presupuesto asignado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• publicidad</li> <li>• capacitación relacionada con turismo</li> <li>• ferias</li> </ul>
	2016	1						
Pelileo	2015	5	\$ 80.000,00	capacitación	miden el impacto según el perfil del turista	creció	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienestar social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad.</li> <li>• Señalización turística</li> </ul>
	2016	5						
Patate	2016	3	\$ 40.000,00	Capacitación a emprendedores. Seguimiento. Visita a expo ferias. Cuñas comerciales.	no tienen una metodología o actividad propuesta para medir la recuperación	creció	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienestar social</li> <li>• Aporte a la matriz productiva</li> <li>• Presupuesto asignado</li> <li>• Factibilidad del proyecto</li> <li>• Áreas atendidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad.</li> <li>• Personal administrativo.</li> <li>• Infraestructura en áreas recreativas.</li> <li>• Capacitación en turismo.</li> </ul>
	2017	3						

<b>Pillaro</b>	2015	1	\$ 100.000,00	Incentivos al personal. Capacitaciones. Inspecciones	flujo de turistas	creció	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienestar social</li> <li>• Presupuesto asignado</li> <li>• Áreas atendidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Publicidad.</li> <li>•Infraestructura en áreas recreativas.</li> <li>•Capacitación en turismo.</li> </ul>
	2016	3						
<b>Quero</b>	2015	3	\$ 10.000,00	capacitación en la calidad de servicio	retorno de los turistas	creció	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aporte a la matriz productiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Publicidad.</li> <li>•Infraestructura en áreas recreativas.</li> <li>•Capacitación en turismo.</li> </ul>
	2016	2	\$ 15.000,00					
<b>Cevallos</b>	2015	6	\$ 35.000,00	Capacitaciones. Asesoramiento técnico en comercialización y gestión en vetas. Promoción y difusión turística.	actividad económica en las compras de las ferias turísticas	creció	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Bienestar social.</li> <li>• Presupuesto asignado.</li> <li>• Áreas atendidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Publicidad.</li> <li>•Infraestructura en áreas recreativas.</li> <li>•Capacitación en turismo.</li> </ul>
	2016	3	\$ 22.000,00					
<b>Mocha</b>	2015	0	\$ 16.000,00	Reuniones. Capacitaciones. Ferias	no realiza	mantiene	<ul style="list-style-type: none"> <li>• presupuesto asignado</li> </ul>	Publicidad. Capacitaciones en turismo
	2016	1						
<b>Tisaleo</b>	2015	0	\$ 10.000,00	capacitaciones	ventas	mantiene	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bienestar social.</li> <li>• Presupuesto asignado.</li> </ul>	Publicidad. Personal administrativo. Capacitaciones en turismo
	2016	1						

**Tabla 19 Matriz de conclusiones y recomendaciones Objetivos específicos**

OBJETIVO	TEORÍA	RESULTADO	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIÓN
<p>Fundamentar teóricamente el proceso de inversión pública y las repercusiones en el turismo.</p>	<p>Asignación de recursos Ecuador durante los cuatro últimos años ha recibido galardones que le permitieron darse a conocer en todo el mundo, se generó más empleo, 1 de cada 20 empleados son por turismo. Se consolidaron 20 proyectos hoteleros con una inversión de USD 750 millones. La promoción internacional con las campañas All You Need is Ecuador es una estrategia de promoción Feel Again, es la segunda arte de la campaña ya mencionada, la ejecución de esta campaña tuvo un impacto</p>	<p>El 37% de los prestadores de servicios de alojamiento así como locales de comidas-bebidas de la provincia de Tungurahua expresaron que el tipo de obra que ha recibido su sector o barrio para el mejoramiento de las condiciones es la obra vial. Para (Gutierrez, 2015) enuncia que los gobiernos se manejan a través de instrumentos normativos para el sistema de concesiones de obras públicas, los gobiernos analizan y estudian la mejor opción manejados por estratégicas encaminadas al mejoramiento de las condiciones del sector, en el contrato de obras viales participan varias partes como la del diseño, financiamiento, y cumplimiento de tales obras, necesarias al</p>	<p>La campaña internacional All You Need is Ecuador, beneficio a todo el país sin dejar de lado a la mágica provincia de Tungurahua que se benefició con la acogida de nuevos turistas tanto nacionales como internacionales y más aún al aporte que dio el estado en la construcción de obras viales de primera orden. El 37% de los propietarios de los establecimientos turísticos señalan que es una de las mejores inversiones en su sector.</p> <p>Permitiendo que los turistas lleguen hacia el destino deseado sin ningún contratiempo, disfrutando de</p>	<p>Continuar con campañas publicitaria en las que se vea beneficiado la provincia de Tungurahua.</p> <p>Realizar campañas de prevención y concientización hacia los turistas para conservar en buen estado las obras viales que realizan las entidades competentes, de la misma manera que el Gobierno dé mantenimiento adecuado para la preservación de los trabajos ejecutados.</p>

	de 110.000 millones de personas alrededor el mundo (Salinas, 2015)	desarrollo social y económico, del país.	un placentero y bello viaje apreciando los paisajes que dejan recuerdos inmemorables en las personas que son participes de estos sitios maravillosos con los que cuenta la provincia.	
<b>OBJETIVO</b>	<b>TEORÍA</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>CONCLUSIÓN</b>	<b>RECOMENDACIÓN</b>
Establecer los efectos en la economía de las empresas generados por la inversión pública	El servicio de alojamiento es fundamental en la actividad turística, la cantidad y tipo de alojamiento dependerán de los días de estadía y la cantidad de visitantes dispuestos a pernoctar en la ciudad y promueven una publicidad de boca a boca en sus lugares de orígenes. La calidad del servicio ofrecido genera buena	La provincia de Tungurahua recibió a más turistas el trimestre de octubre–diciembre con un 40% de visitantes seguido de enero-marzo con un 38% de visitas, julio-septiembre se ubica en el tercer puesto con un 15% y abril-julio con el 6% este periodo es el que menor afluencia de turistas recibe. A nivel nacional se recibió 1.418.159 turistas en el 2016 (Ortega, 2016). Baños provincia	El trimestre de más afluencia de turistas es el cuarto trimestre del año con el 40%. Debido a que la mayor cantidad de muestreo se enfoca en los cantones de Baños y Ambato. Esto se debe a los feriados de los meses de noviembre y diciembre resaltando que en el último mes del año es el aniversario de cantonización de Baños.	Aplicar nuevas estrategias en los GAD. De cada cantón para incentivar a la explotación de atractivos turísticos naturales que posee la provincia que no son frecuentados por falta de información debido a un desinterés de la población y sus representantes en el área turística.



	expectativa para los potenciales clientes (Morillo M. , 2013).	de Tungurahua recibió un aproximado de 30 mil a 40 mil personas en el feriado de marzo (Lopez, 2016).		
--	--	---	--	--

OBJETIVO	TEORÍA	RESULTADO	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIÓN
<p>Comparar la inversión pública y los efectos en el turismo de la provincia de Tungurahua</p>	<p>Un coeficiente de correlación, calcula el grado de relación o asociación existente generalmente entre dos variables aleatorias cuantitativas que poseen una distribución normal bivariada conjunta. El coeficiente de correlación de Pearson es la media geométrica entre las pendientes de los modelos de regresión lineal simple. (B, Luis, &amp; J. González, 2015) <b>Diríjase a Tabla 11 correlación de Pearson</b></p>	<p>Aplicado la correlación de Pearson se analiza la relación entre variable dependiente y la variable independiente, mientras más cercanos estén los coeficientes a 0 significa ausencia de correlación, aunque la correlación es media los grados de significación frente al p-valor son menores a 0,05 y esto demuestra que si existe una correlación altamente significativa, esto se debe a que se puede trabajar con un nivel de confianza de 99%.</p>	<p>Aplicada la correlación de Pearson se determina que existe una relación altamente significativa donde la variable Estabilidad Económica de los propietarios de establecimientos turísticos se debe a que Tungurahua posee una obra vial de prima orden, hay una alta inversión debido a la construcción de servicios básicos y a su vez gracias a la edificación de obras públicas, a la creación de parques-elementos ornamentales y finalmente a la inversión propia que los empresarios realizan para promocionar sus servicios.</p>	<p>Mejorar la calidad de servicio mediante la capacitación permanente hacia el personal que está en contacto directo con el turista ya sea Publio o privado</p>

