

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero de Empresas.**

**TEMA: “Efecto económico de la actividad turística de la provincia de Tungurahua.”**

**AUTOR: Fabián Mauricio Bayas Vásquez**

**TUTOR: Ing. MBA. Edwin Javier Santamaría Freire**

**AMBATO-ECUADOR**

**Octubre 2017**



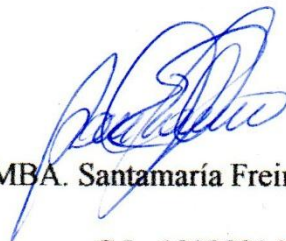
## APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA Edwin Javier Santamaría Freire

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de tutor del Trabajo de Titulación “**Efecto económico de la actividad turística de la provincia de Tungurahua**” presentado por el señor **Fabián Mauricio Bayas Vásquez**, para optar por el título de Ingeniero de Empresas, **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 examinador que se designe.

Ambato, 10 de octubre de 2017



Ing. MBA. Santamaría Freire Edwin Javier

C.I.: 1802931426

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Fabián Mauricio Bayas Vásquez**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Fabián Bayas', written over a set of horizontal lines.

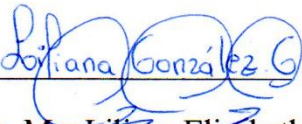
---

Fabián Mauricio Bayas Vásquez

C.I.: 1805126859

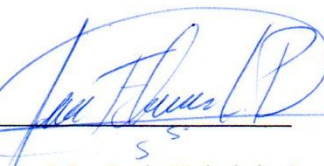
## APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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

f) 

Ing. Mg. Liliana Elizabeth González Garcés

C.I.: 1803962800

f) 

Econ. Mg. Luis Fabricio Lascano Pérez

C.I.: 1803521945

Ambato, 10 de octubre de 2017

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

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



---

Fabián Mauricio Bayas Vásquez

C.I.: 1805126859

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a mi primer maestro mi padre, a mi cariño más grande mi madre y a mis hermanos; vosotros habéis hecho que crezca feliz, rebelde, seguro de mí mismo, y que nunca me falte nada; habéis promovido mi gusto por el aprendizaje, amor por la libertad y me habéis apoyado desde niño.

Gracias a mis amigos incondicionales Fernando, Tatiana, María Fernanda, Santiago; siempre en las buenas y en las malas.

Gracias a la Universidad Técnica de Ambato por haberme dado mucho más de lo que imaginé y por haberme enseñado a siempre seguir adelante.

Gracias a los docentes por la ciencia que me habéis transmitido, por vuestra comprensión y amistad. En especial al ingeniero Edwin Santamaría que me ha dado su valiosa ayuda y los conocimientos para culminar mis estudios. Gracias a Héctor, Patricio, Anita, Walter, Fernando, Marcelo, Efraín, Roberto, Fanny, Hernán, Liliana, Luis y a muchos más que me han acompañado como maestros en este camino.

Fabián Mauricio Bayas Vásquez

## **DEDICATORIA**

El Futuro es un devenir incierto que espero poblar de felicidad; Dios me ama y me ha regalado una Rosa, la cuidaré y veré que dé sus coloridos frutos para pintarlos en mi corazón con una paleta delicada cual la arena del mar.

Lo más valioso de la Vida son las personas que nos acompañan y respirar el perfumado aire de la esperanza de este milagro dulce y cálido al que venimos al despertar.

Sueño con rizos negros de inocencia a quienes poder amar. Lanzar en un viaje hacia el infinito mis Sueños materializados y ver sus ojos brillar. Voces necesitadas de guía y abrazos de hogar.

Construir un mundo de paz.

Fabián Mauricio Bayas Vásquez

## ÍNDICE GENERAL

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b> .....	<b>iii</b>
<b>APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	<b>iv</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR</b> .....	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1. ÁRBOL DE PROBLEMAS .....	<b>3</b>
<b>2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>5</b>
2.1. OBJETIVO GENERAL .....	<b>5</b>
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	<b>5</b>
<b>3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>6</b>
3.1. TURISMO .....	<b>6</b>
3.1.1. TIPOS DE TURISMO .....	<b>6</b>
3.1.2. ACTIVIDAD TURÍSTICA .....	<b>8</b>
3.1.2.1. TIPOS DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS .....	<b>9</b>
3.1.3. DESTINO TURÍSTICO .....	<b>13</b>
3.1.4. CONSUMO TURÍSTICO.....	<b>14</b>
3.1.5. EFECTO DEL TURISMO.....	<b>14</b>
3.2. BENEFICIOS .....	<b>17</b>
3.2.1. BENEFICIO DEL TURISMO.....	<b>18</b>
3.2.1.1. TIPOS DE BENEFICIOS DEL TURISMO .....	<b>18</b>
3.3 HERRAMIENTAS ECONÓMICAS.....	<b>21</b>
3.4 ÁMBITOS GEOGRÁFICOS .....	<b>22</b>



3.4.1. ÁMBITO INTERNACIONAL .....	23
3.4.2. ECUADOR .....	23
3.4.3. TUNGURAHUA .....	24
3.4.3.1. ZONA CONSOLIDADA.....	24
3.4.3.2. ZONA EN CRECIMIENTO .....	25
<b>4. METODOLOGÍA .....</b>	<b>26</b>
4.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN .....	26
4.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	26
4.3. POBLACIÓN .....	27
4.4. MUESTRA.....	27
4.5 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN .....	28
4.5.1. INSTRUMENTO.....	28
4.5.2. PROCESO .....	29
4.6. PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN .....	29
<b>5. RESULTADOS.....</b>	<b>30</b>
5.1. EMPRESARIOS TURÍSTICOS .....	30
5.1.1. Género.....	30
5.2. EMPRESAS TURÍSTICAS .....	32
5.2.1. Localización geográfica.....	32
5.2.2. Actividad turística principal.....	33
5.3. LA DEMANDA TURÍSTICA .....	34
5.3.1. Temporada turística .....	34
5.3.2. Turistas atendidos .....	35
5.4. INGRESOS DE LOS EMPRESARIOS .....	36
5.4.1. Ingresos en “temporada alta” .....	36
5.4.2. Ingresos en “temporada baja” .....	37
5.5. TRABAJADORES DEL TURISMO .....	37
5.5.1. Trabajadores de las empresas turísticas .....	38
5.5.2. Empresas con trabajadores de temporada.....	38
5.5.3. Trabajadores de temporada alta .....	39
5.5.6. Monto de incentivos económicos .....	42

5.6. MEDICIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO .....	42
5.6.1. Curva de Lorenz.....	42
5.6.2. Coeficiente de Gini .....	44
<b>6. CONCLUSIONES.....</b>	<b>46</b>
<b>7. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>48</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA: .....</b>	<b>50</b>
<b>9. ANEXOS .....</b>	<b>67</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Edad promedio de empresarios turísticos. ....	31
<b>Tabla 2</b> Empresas dedicadas a la actividad turística. ....	33
<b>Tabla 3</b> Turistas atendidos en la zona consolidada de Tungurahua. ....	35
<b>Tabla 4</b> Ingresos de empresarios turísticos en temporada alta. ....	36
<b>Tabla 5</b> Ingresos de los empresarios turísticos en temporada baja. ....	37
<b>Tabla 6</b> Trabajadores adicionales de temporada alta .....	39
<b>Tabla 7</b> Incentivos económicos de temporada alta.....	42
<b>Tabla 8</b> Coeficientes de Gini del Ecuador y del turismo en la zona consolidada. ....	45
<b>Tabla 9</b> Tabla de ingresos y población para el cálculo del coeficiente de Gini. ....	70
<b>Tabla 10</b> Explicación de la tabla para el cálculo del coeficiente de Gini.....	71

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Árbol de problemas. ....	3
<b>Figura 2</b> Tipos de turismo. ....	8
<b>Figura 3</b> Tipos de actividades turísticas. ....	9
<b>Figura 4</b> Género de empresarios turísticos. ....	30
<b>Figura 5</b> Dependientes económicos. ....	31
<b>Figura 6</b> Localización de empresas turísticas. ....	32
<b>Figura 7</b> Meses de temporada alta en Tungurahua. ....	34
<b>Figura 8</b> Gasto turístico. ....	35
<b>Figura 9</b> Trabajadores de la actividad turística. ....	38
<b>Figura 10</b> Empresas que contratan trabajadores adicionales en temporada alta. ....	38
<b>Figura 11</b> Remuneraciones del sector turístico. ....	40
<b>Figura 12</b> Empresas que pagan incentivos adicionales a trabajadores. ....	41
<b>Figura 13</b> Curva de Lorenz de la zona consolidada del turismo de Tungurahua. ....	43

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO 1 ENCUESTA APLICADA .....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXO 2 EJEMPLO Y EXPLICACIÓN DE TABLA PARA EL CÁLCULO DEL COEFICIENTE DE GINI. ....</b>	<b>70</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

La actividad turística origina beneficios económicos; entre los principales están: la reducción de la pobreza, entrada de divisas, generación de empleo y una mejor distribución de los ingresos; sin embargo, existen pocos datos al respecto a nivel local.

Por esta razón se ha planteado hacer una adecuada medición del beneficio económico que el turismo ocasiona en la provincia de Tungurahua, mediante un estudio enfocado en la distribución del ingreso y en el trabajo generado. Estos datos permitirán tener una visión sobre si turismo promueve una distribución más equitativa del ingreso en la población y cuanto trabajo crea.

Con un enfoque cuantitativo y utilizando una encuesta a los empresarios dedicados a la actividad turística, se logró medir la distribución del ingreso. Se obtuvo, que existe una mejor distribución del mismo en el sector turístico de la zona consolidada de Tungurahua con un coeficiente de Gini de 0,403; que es menor que el del Ecuador en general. En Baños se obtuvo un coeficiente de 0,425 y en Ambato uno de 0,382. Además, se observó que los ingresos mensuales por turismo en temporada alta son de \$ 2'626.332,36 dólares y en temporada baja son de \$ 997.367,87 dólares; y que crea 2031 plazas de trabajo fijas y 418 plazas adicionales en temporada alta.

Se propone que fomentar el turismo, como fuente de empleo y desarrollo, mejorará el nivel de vida de los pobladores de Tungurahua; promoverá plazas de trabajo y producirá igualdad entre los habitantes, permitiendo una mejor equiparación de las oportunidades.

**PALABRAS CLAVES:** INVESTIGACIÓN, TURISMO, DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO, COEFICIENTE DE GINI.

## ABSTRACT

Tourism activities originates economic benefits; among the main ones are: poverty reduction, entry of foreign exchange, employment generation and a better income distribution; however, however, there are few data available at the local level.

For this reason, it has been considered to make a good measurement of the economic benefit that tourism causes in the province of Tungurahua, through one study focused on the income distribution and employment generated. These data allow us to have a vision about if tourism promotes more equitable income distribution in the population and how many jobs creates

With a quantitative approach and using a poll to entrepreneurs engaged in tourism, it was possible to measure the income distribution. It was obtained that there is a better income distribution in the tourist sector of the consolidated zone of Tungurahua with a Gini coefficient of 0.403; lower than the coefficient of Ecuador in general. In Baños a coefficient of 0.425 was obtained and in Ambato one of 0.382. In addition, it was observed that the monthly income for tourism in high season is \$ 2'626,332.36 dollars and in low season is \$ 997,367.87 dollars; and it creates 2031 fixed jobs and 418 additional jobs in high season.

It is proposed that promoting tourism, as a source of employment and development, will improve the standard of living of the inhabitants of Tungurahua; will create the jobs and will produce equality between the inhabitants, allowing a better equalization of opportunities.

**KEYWORDS:** RESEARCH, TOURISM, INCOME DISTRIBUTION, GINI COEFFICIENT.

## **1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

La actividad turística, son las industrias que generan productos característicos del turismo. Se entiende como turismo al fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2007). Esta actividad implica el uso, goce y disfrute de un destino turístico; con uso y contratación de medios de transporte, alojamiento (Rodríguez, 2010).

La actividad turística está caracterizada por nuevos procesos de producción y consumo en el turismo, donde adquiere importancia el espacio geográfico (Xosé A., López A. & Gómez B., 2006). Cada tipo de actividad está asociada a un nivel diferente de gasto para el turista (Kruger & Saayman, 2014). Además, las actividades turísticas y de ocio han ganado notoriedad debido a que integran diversos lugares al proceso de urbanización (Queiroz, 2017). Conjuntamente, la cultura es cada vez más un elemento de consumo turístico (Pulido & Sánchez, 2010), en especial en lugares con un importante legado histórico. Como expresiones de las actividades culturales, ciertas llevan a gastos más elevados. (Pulido J., Cárdenas P. & Carrillo I., 2015). El turismo sustentable en cambio se refiere a los aspectos ambientales económicos y socioculturales del desarrollo del turismo (Barrón et al., 2014). Se necesita más investigación sobre la percepción de los grupos de interés de los hoteleros (Sánchez P., Díaz R. & Cruz M., 2015).

Al analizar lo que es el efecto económico, se ha identificado que “efecto” es aquello que sigue por virtud de una causa (Real Academia Española [RAE], 2014); mientras que economía consiste en la asignación de recursos para la producción y distribución del producto nacional entre los miembros individuales (Nikaido, 2016), puede ser entendida como la manera en que las sociedades tratan de satisfacer sus interminables necesidades con los recursos limitados que disponen (Averis, 2016) Es entonces, el estudio de la elección bajo condiciones de escasez (Hall & Lieberman, 2012), esta elección se enfoca en el empleo que se dará a los recursos, ya sea que servirán para satisfacer una necesidad u otra. Entonces los efectos económicos son: los que,



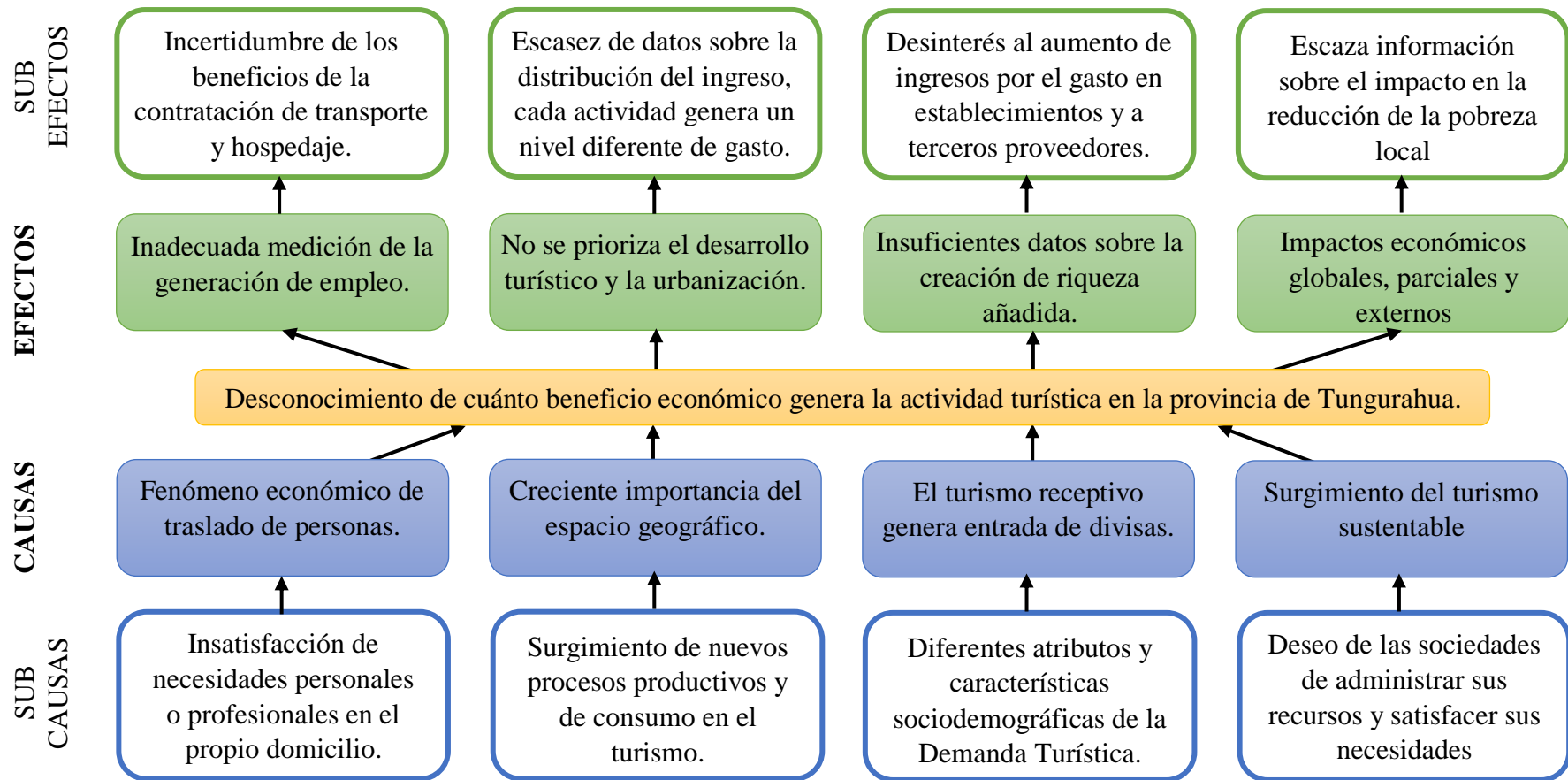
generados a raíz de una causa; tienen impacto sobre los recursos de las sociedades o individuos y su administración. Esto tomando en cuenta la variable dependiente o de salida que representa el efecto y la variable independiente o de entrada que representa la causa (McConnell, 2016)

Como principales problemas que se pueden dar del efecto económico están: empeoramiento general de las ratios económicas en las empresas (Bastidas y Amat, 2014); impacto en la generación de empleos y sobre la distribución del ingreso (Huerta, 2012). El impacto económico del turismo encapsula efectos directos, indirectos e inducidos por este; debido a estos diversos impactos, la amplia gama de factores y agentes involucrados por el turismo; se debe medir el incremento neto de la riqueza producido por el turismo en los residentes, en relación con los niveles que existirían en ausencia de este (OMT, 2007). Solo así se entenderá el verdadero impacto que genera sobre una determinada sociedad. Según la Organización Mundial de Turismo existen tres tipos de efectos económicos que afectan al sector turístico y son globales, parciales sobre la economía y externos (Lloret et al. 2014). El turismo puede ayudar a generar empleo, mayores ingresos y reducir la pobreza (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2013).

En la investigación turística se ha analizado el gasto turístico sobre la base de los diferentes atributos de la demanda turística y las características sociodemográficas con herramientas econométricas (Brida & Scuderi, 2013). Estas investigaciones toman en cuenta principalmente las características de los diferentes destinos turísticos para determinar las metodologías y conclusiones de sus estudios.

El turismo receptivo supone una entrada de divisas, y cada unidad de gasto turístico crea riqueza añadida; cuando un turista adquiere servicios en un establecimiento, a su vez gasta una parte al adquirir los servicios de un tercero, proveedor (Rivas y Magadán, 2012); el beneficio es directo hacia el establecimiento e indirecto al hacia el proveedor, aumentando de esta manera la población que resulta beneficiada de la actividad turística. Se debe impulsar el turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera (Consejo Nacional de Planificación, 2013). En tal virtud, la interrogante a investigar es: ¿Cuánto beneficio económico genera la actividad turística en la provincia de Tungurahua?

### 1.1. ÁRBOL DE PROBLEMAS



**Figura 1** Árbol de problemas.  
**Elaborado por:** Fabián Bayas.  
**Fuente:** Investigación propia.

El problema radica en que se desconoce cuánto es el beneficio económico generado por la actividad turística en la provincia de Tungurahua; al no existir esta medida no se puede tener una real valoración de la importancia del sector. Cabe tener en cuenta que esta medida puede ser expresada en diferentes tipos de valores e indicadores, que dependerán del tipo de beneficio económico que se desee estudiar y que sea analizado por el investigador.

Este problema se produce, debido a que la insatisfacción de las necesidades personales y profesionales de las personas en su propio domicilio, hace que viajen a la provincia de Tungurahua y produce un fenómeno económico que inicia con el traslado de personas; a quienes posteriormente se brinda servicios durante su estancia en el destino turístico; sin embargo existe una inadecuada medición del empleo generado y esto produce una incertidumbre de los beneficios para el mercado de trabajo, presentes, en la contratación de transporte, en las empresas de alojamiento, de alimentación, de entretenimiento, operadores turísticos, entre otros.

Adicionalmente el surgimiento de nuevos procesos productivos y de consumo en el turismo han promovido una creciente importancia del espacio geográfico; que evidencian, que no se prioriza el desarrollo turístico y la urbanización; cada actividad genera un nivel diferente de gasto para el turista y son escasos los datos sobre distribución del ingreso.

Los diferentes atributos y características sociodemográficas de la demanda turística, muestran que el turismo receptivo genera entrada de divisas; pero no existen datos sobre la creación de la riqueza añadida debido a un gran desinterés sobre el aumento de ingresos por el gasto en establecimientos y a el beneficio de terceros proveedores; que también serían partícipes del beneficio económico generado en una localidad por concepto de la llegada de visitantes. Si no existiera la demanda turística, los establecimientos y los proveedores de los mismos tendrían un nivel de ventas diferente.

El deseo de las sociedades de administrar sus recursos y satisfacer sus necesidades, ha impulsado el crecimiento del turismo sustentable, cuyos efectos pueden ser económicos globales, parciales y externos, pero existe escasa información sobre el impacto en la reducción de la pobreza local.

## **2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. OBJETIVO GENERAL**

Medir el beneficio económico de la actividad turística de la provincia de Tungurahua.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Fundamentar teóricamente el beneficio económico de la actividad turística.
2. Caracterizar la actividad turística de la provincia de Tungurahua.
3. Identificar los beneficios económicos de la provincia de Tungurahua.
4. Establecer la relación entre beneficio económico y actividad turística.

### **3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **3.1. TURISMO**

Al turismo se lo ha definido como “al conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas” (Hunziker & Krapf, 1942). De esta manera quedaría fuera del concepto los viajes de negocios. Se puede resaltar que entre las características principales está que involucra a muchos actores en su realización; es un fenómeno social y económico que incluye a turistas, industria, ONGs, gobierno, personas y destinos (Scott, Gossling & Hall, 2012). Es un campo multidisciplinario que comprende aspectos comerciales y no comerciales (Yuan, Gretzel & Tseng, 2015). El fenómeno abarca a muchos agentes económicos y a grupos de interés vinculados con esta industria.

##### **3.1.1. TIPOS DE TURISMO**

Lo que suele identificarse más comúnmente para referirse al turismo son los viajes por ocio o vacaciones; sin embargo, las Naciones Unidas también incluye en las estadísticas oficiales de turismo a los viajes de educación, salud, religión convenciones, visitar amigos y familiares (OMT, 1995). Es decir que puede haber otras motivaciones además de la relajación y recreación, como en el caso del turismo cultural o religioso. Aparte de eso, se puede identificar al turismo rural (Santos, Valentini, Scherer, Thomé-Ortiz, y Spindler, 2014) y comunitario (CODESPA, 2013). A continuación, se procederá a describir los principales tipos de turismo.

Se considera turismo de ocio al uso del tiempo libre, mediante la participación en actividades al aire libre como pesca, exploración, visitas a parques (Zheng & Zhang, 2011). Este turismo es el más común e incluye actividades como la asistencia a balnearios y hosterías.

Para el turismo de recreación se usa la proximidad a la naturaleza, relacionado con la calidad de vida para la recreación y el escapismo. Existen también actividades

recreativas nuevas como las motorizadas y de búsqueda de emociones en vehículos todo terreno, embarcaciones, etc. (Pitkanen, Adamiak & Halseth, 2014).

El turismo cultural es el traslado de personas por motivos culturales como viajes de educación o estudios; artes escénicas y tours culturales, viajes a festivales y otros eventos similares; visitas a sitios arqueológicos, monumentos. También se toman en cuenta a viajes para estudiar la naturaleza, el folclore y el arte (Wang, Yamada & Brothers, 2011)

El turismo deportivo se basa en viajes fuera del hogar, por tiempo limitado para la realización de actividades deportivas que pueden tratarse de actividades de naturaleza lúdica, competencias de destreza física con reglas únicas. (Hinch & Higham, 2001) Se incluye aquí también el turismo de aventura que proporciona emociones fuertes como en el montañismo, puede proporcionar también riesgos y satisfacción (Tsaour, Yen & Hsiao, 2013).

El turismo religioso propone la visita a lugares sagrados, santuarios, edificios religiosos y ceremonias para practicantes religiosos o feligreses; estas motivaciones religiosas ofrecen oportunidades para que los gobiernos desarrollen el turismo (Khaksari, Lee & Lee, 2014) y tomen en cuenta su patrimonio religioso.

El turismo gastronómico resalta al comedor como una actividad de viajes importante; la gastronomía es un importante nicho de mercado que atrae el turismo y permite promoverlo. La preparación de alimentos representa una herencia intangible que demuestran características culturales nacionales y crea una ventaja competitiva única para los destinos y las empresas relacionadas (Hornig & Tsai, 2012).

El turismo sustentable involucra los aspectos ambientales económicos y socioculturales del desarrollo del turismo (Barrón et al., 2014). Permite lograr ganancias económicas para una amplia gama de la población y el Estado; preserva las características ambientales, sociales y culturales del destino turístico (Scheyvens, 2011).

El turismo rural es una actividad de ocio o vacaciones, basada en atractivos turísticos rurales y otros recursos. Puede conducir a mejorar la vida de los residentes, a preservar el patrimonio cultural tangible e intangible acumulado en las comunidades rurales (Zou, Huang & Ding, 2014)

Finalmente, se tiene al turismo comunitario que es una actividad económica solidaria que involucra a toda la comunidad con los visitantes desde la perspectiva intercultural y con la participación voluntaria y consensuada de sus miembros; con un manejo adecuado de recursos naturales y valoración del patrimonio cultural; con una equidad en la distribución de los beneficios generados (Villamil, s.f.).



**Figura 2** Tipos de turismo.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** (OMT, 1995). (Santos, et al., 2014) y (CODESPA, 2013).

### 3.1.2. ACTIVIDAD TURÍSTICA

Se entiende por actividad turística al conjunto de operaciones y actuaciones realizadas por operadores de servicios, para aprovechar recursos materiales y artificiales puestos a disposición del turista (Ramírez, 2003); se debe tener en cuenta a la sociedad local y a los visitantes, es decir el bienestar de ambos (Pastor, 2003).

Estas actividades generan productos característicos, mismos que se pueden definir como aquellos que representan una parte significativa del gasto total turístico; o bien aquellos cuya oferta dejaría de existir en cantidad significativa en ausencia de visitantes (ONU, 2010). Los productos característicos del turismo son lo que, ofrecidos en los destinos turísticos, sirven para un mejor goce de las atracciones del mismo y generan ingresos para los oferentes del producto. Además de ingresos para quienes intervienen indirectamente en su fabricación o prestación.

Las actividades turísticas gozan de atributos que permiten satisfacer la necesidad de ocio total, escape mental y placer de relajación en experiencias únicas. Para un viaje internacional o interno, la satisfacción derivada de estos atributos influye en la decisión de viajar y en los destinos considerados (Bernini, Cracolici & Nijkamp, 2017). El consumo de determinados atributos está vinculado a una ubicación específica, que pueden ser destinos no tradicionales o remotos.

### 3.1.2.1. TIPOS DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Existen varios tipos de actividades turísticas, entre las que se pueden encontrar: alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, alquiler de equipo, agencias de viajes, culturales, deportivas y recreativas, artesanías, autóctonas (OMT, 2007). Se pueden clasificar también como: hotelería, transporte de distintos tipos, agencias de viajes y operadores turísticos, alquiler de maquinaria y de equipos; reservas, artísticas y espectáculos; bibliotecas, culturales, archivos y museos; deportivas, entretenimiento (Instituto de Estudio Turísticos [IET], 2009). En Ecuador se las clasifica como alojamientos, agencias de viaje, guías profesionales de turismo; así como también se incluye medios de transporte, restaurantes, centros culturales y deportivos (Noboa, 2008).



**Figura 3** Tipos de actividades turísticas.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** (OMT, 2007), (IET, 2009) y (Noboa, 2008).



- **Alojamiento** se presta en estructuras físicas diseñadas y destinadas para albergar personas y alimentarlas (Aguilar, 2015); estas edificaciones sirven para la pernoctación de los visitantes a determinado destino turístico. Los servicios prestados son ofrecidos directamente, a través de reservas o a través de agencias de viajes. Debido a la naturaleza de la actividad, los hoteles deben ubicarse en el lugar de consumo; no pueden vender su producto sin tener una ubicación física dentro del mercado. Por consiguiente, los competidores son hoteles del vecindario y las decisiones de entrada de rivales locales son parte de su poder de mercado (Suzuki, 2013).
- **Alimentación** Son los encargados de proporcionar comida y bebidas a los visitantes de un destino turístico. Los restaurantes son lugares de elaboración y consumo, fundamentales para el mantenimiento de recetas y para la introducción de innovaciones gastronómicas (Espinoza y Sánchez, 2013). Esta industria se ve afectada por las leyes sobre salario mínimo, muchos estudios sobre los efectos del salario mínimo en los ingresos se han hecho en restaurantes (Even & Macpherson, 2014). Muchas veces la comida ofrecida es autóctona, lo que convierte a los restaurantes en establecimientos que ofrecen turismo gastronómico a los visitantes.
- **Transporte** Las personas y empresas encargadas del traslado de los visitantes. El transporte es una necesidad humana y su satisfacción es necesaria para el desarrollo económico y social (Moreno, Zumaya y Ballesteros, 2015). Los viajes de turismo son uno de los mayores sectores del mundo, que apoya 266 millones de empleos y genera 9,5% del PIB global. (Tang, Zhong, Fan & Cheng, 2015). Esta es una actividad fundamental del turismo, pues se ocupa de manejar el flujo de visitantes.
- **Alquiler de equipos** Corresponde a las empresas y personas que ofrecen alquiler de automóviles, camionetas y vehículos todo terreno, sin conductor, por días o periodos de corta duración (SERNATUR, 2008), también pueden alquilar otra clase de equipos para el goce del destino turístico, como es el caso de motocicletas, bicicletas, balsas, carpas para camping, equipo de montañismo, boyas, parasoles, sillas, y otros elementos dependiendo del destino turístico. En ocasiones los equipos deben cumplir requerimientos

técnicos y ambientales, para la seguridad del turista y para la conservación del ecosistema. En especial cuando son actividades riesgosas o que generan impacto ambiental.

- **Agencias de viajes** son empresas mercantiles, que, en posesión del título-licencia correspondiente para ejercer actividades de asesoramiento, mediación y organización de servicios turísticos (González, 2002). Generalmente ofrecen paquetes turísticos en temporadas a instituciones o personas particulares. La agencia se encarga de gestionar la contratación de alojamiento, transporte y otros servicios de ser el caso; luego los ofrece directamente al turista. Existen agencias que operan sin estar reguladas por el ministerio del sector.

La mayoría de las agencias de viajes son pequeñas y medianas empresas (PYME) con recursos limitados, que mediante tecnologías de la información deben mantener ventajas competitivas sostenibles y mejorar el desempeño organizacional (Lin, 2017).

- **Operadores turísticos** Se consideran operadores de turismo a agencias de viajes al por mayor que están autorizadas para organizar ofertar y vender paquetes de turismo como tours que incluyen alojamiento y transporte generalmente (Edgington, 2014). Los paquetes ofrecidos pueden incluir el ingreso a eventos públicos.
- **Artesanías** Los productos artesanales son elaborados totalmente a mano o con ayuda de herramientas. Pero para que sea considerado artesanía, la contribución manual debe ser el medio de fabricación predominante del producto (PROECUADOR, 2013). En la ciudad de Baños y en Salasaca se puede encontrar una alta producción de artesanías en madera de balsa y en lana respectivamente.
- **Autóctonas** Son actividades en que emprendimientos comunitarios exponen ante los turistas su danza, música, gastronomía, técnicas de cacería, elementos de su convivencia, senderismo guiado por nativos para una mejor apreciación de la naturaleza (Ministerio de Turismo, 2015). Este tipo de turismo se da especialmente en donde viven pueblos nativos que conservan su cultura y que

desean compartirla con los visitantes ofreciéndoles la oportunidad de conocer su particular visión del mundo.

- **Museos** son instituciones humanizadoras que tienen el potencial de salvaguardar, coleccionar, estudiar, conservar y documentar la memoria, referencias patrimoniales y expresiones culturales producidas por los seres humanos para que el público interactúe con su patrimonio (Backx, 2015). Son edificaciones que guardan antigüedades, reliquias, objetos y documentos para preservar el pasado. Tienen una creciente importancia en el campo de la antropología, asimismo presentan oportunidades para el desarrollo (Mc Enaney & Shannon, 2014). En la ciudad de Ambato existen museos naturales y culturales, casas museos, mausoleo, museos pictóricos que exponen historia y cultura de los habitantes de la ciudad. (Montalvo, 2014)
- **Guías de turismo** son personas que conducen a grupos al descubrimiento del destino turístico. Desempeña un papel de gran importancia, pues atiende al turista, lo informa y orienta durante su estancia en el destino turístico (Ramallo, 2015). Utiliza el idioma del visitante e interpreta el patrimonio cultural natural, histórico y gastronómico de la zona; posee titulación especializada y fomenta el turismo receptivo (Ministerio de Turismo, 2014). Los guías turísticos independientes se ven afectados por escasez en las oportunidades de empleo, pero también por antecedentes educativos en la historia y el arte; así como por su sensibilidad estética. (Guano, 2015). El guía es quien comunica las características de los sitios visitados y hace el papel de vínculo entre el destino turístico y los visitantes para un mejor aprovechamiento del tiempo.
- **Escenarios deportivos** son lugares donde se desarrollan eventos deportivos y competencias ya sea con uno o varios premios; los escenarios pueden ser completos e incompletos. Los torneos implican juegos en que los competidores maximizan esfuerzos (Ganuza & Hauk, 2006). Dependiendo de las dimensiones y la importancia del escenario deportivo puede abarcar turismo interno como en el caso de juegos nacionales o a deportistas extranjeros como en el caso de deportes extremo, turismo de aventura y competencias internacionales.

- **Centros culturales** Estos centros reúnen a las personas para apreciar la cultura, para aumentar su comprensión sobre la misma y para adoptar sus roles como miembros de una comunidad diversa a nivel local y a nivel global (University of San Francisco, s.f.) En los centros culturales se pueden presentar eventos relacionados con las diferentes artes como pintura, música, literatura, escultura, teatro, cine, danza y arquitectura en el caso de la conservación de edificaciones antiguas.

### 3.1.3. DESTINO TURÍSTICO

Consisten en áreas geográficas que contienen una aglomeración de atracciones, servicios y otros elementos; es decir, una amalgama, paquete, conjunto de actividades atributos, experiencias, lugares, productos y servicios (Briassoulis, 2017), Un destino turístico puede ser una ciudad, un barrio, un parque de atracciones, etc. Son lugares de naturaleza y de cultura que deben aprovecharse y desarrollarse junto con otras infraestructuras de servicio como transporte, alojamiento y recursos humanos (Kimbu, 2011)El conjunto de infraestructura y servicios permiten que los visitantes tengan facilidades de acceso al destino. En la provincia de Tungurahua existen destinos turísticos que se encuentran ya desarrollados y establecidos como el caso de Ambato y Baños y otros que se encuentran en crecimiento y desarrollo como Pelileo, Salasaca, Quero, Mochas, Cevallos, Píllaro, Tisaleo, Patate; cada uno de estos destinos ofrece atracciones singulares y productos característicos para los visitantes.

Tiene un conjunto de características humanas asociadas a él; los turistas buscan en ellos una respuesta hedónica y la autosatisfacción. Tiene una naturaleza experiencial y debe ser ubicado con características no utilitarias; tienen imagen afectiva y el destino que reflejan la actitud de turista. (Qu & Qu, 2015). Los destinos ofrecen muchas opciones para el deleite de los turistas y en menor o mayor proporción su actividad comercial está enfocada en captar el gasto turístico, en especial en temporada de visitantes.

Aquí se localiza gran parte de la planta turística, la mayoría de las actividades ocurren y los impactos del sector son experimentados. Es central en la investigación turística; tienen dimensiones múltiples y han sido conceptualizados de varias maneras (Pearce, 2015).

### 3.1.4. CONSUMO TURÍSTICO

El consumo turístico es heterogéneo y consta de tres componentes fundamentales: los gastos de transporte, los de alojamiento y alimentación, además de otros tipos de gastos como excursiones, compras, etc. (Bote, 1993). Se refiere al presupuesto asignado por los turistas entre una variedad de bienes y servicios vinculados al turismo; las categorías de consumo están relacionadas con la competitividad de los destinos. Aquí se considera la demanda de tipologías turísticas particulares, el propósito de la visita (Saayman & Cortés-Jiménez, 2013). Existen diversos estudios sobre la elasticidad de los precios de productos turísticos.

El nivel de gasto del turista dependerá de diferentes aspectos como el tipo de turismo, la elasticidad del ingreso del gasto turístico por área geográfica y la elección del destino. Se considera diferentes variables relacionadas con los atributos territoriales. En general el gasto de vacaciones internacionales es superior al de las nacionales (Bernini, et al., 2017). El turismo receptivo es el que tiene en cuenta actividades relacionadas con la acogida de viajeros. Entre ellas destacan las que ordenarán los elementos del ambiente receptor y las condiciones de hospitalidad en el lugar de estancia pasajera (Muñoz, 2003).

El turismo abarca de esta manera a un conjunto de agentes económicos, servicios, bienes y lugares que ofrecen a los visitantes un momento de esparcimiento, emoción, enriquecimiento cultural, o cualquier otro fin que pretendan ellos mediante su viaje.

### 3.1.5. EFECTO DEL TURISMO

Como ya se indicó anteriormente los efectos económicos del turismo pueden ser directos, indirectos o inducidos; debido a la gran cantidad de factores y agentes involucrados.

- **Efectos directos** son los que se producen sobre las empresas que atienden directamente la demanda turística (Hernández, 2004) El poder del turismo puede ser usado para abordar directamente los problemas de la pobreza. Este sector es similar a las exportaciones con la excepción de que es el consumidor el que llega al producto y los beneficios son proporcionados directamente. Puede vincular a los pobres con los consumidores. Los turistas compran bienes

y servicios que proporcionan ingresos no laborables a los propietarios de negocios y laborables a los empleados de las empresas (Winters, Corral, & Moreda, 2013).

Los efectos directos del turismo se dan cuando la actividad tiene efecto inmediato sobre otras variables con las que está relacionada; y el aumento o disminución de los valores es generado por los cambios en la causa, es decir en el turismo.

- **Efectos indirectos** son los que tienen lugar a través de la cadena de relaciones intersectoriales que se originan a partir del impacto directo (Hernández, 2004) En los procedimientos indirectos, el investigador construye el mapa causal basado en información obtenida de fuentes primarias o secundarias. El término “relaciones indirectas” se refiere a la relación entre dos nodos, hay que gestionar sistemáticamente estas relaciones e identificar cuales causas tienen mayor influencia como impactos turísticos (García-Andreu, Ortiz & Aledo, 2014).

Para observar estos efectos se deben analizar lo que el fenómeno causa sobre los individuos y los sectores de la economía que no son participes del turismo ni como oferentes ni como demandantes y que resultan vinculados a la actividad turística a través de un nodo que propicia la relación entre varios sectores.

- **Efectos inducidos** son los que tienen su origen en el gasto de la renta que se ha generado como consecuencia de los impactos directos e indirectos (Hernández, 2004). El impacto del turismo en el PIB es mayor que el gasto directo de los turistas, debido a los vínculos entre los diferentes sectores económicos. Este impacto es especialmente pronunciado para los bienes manufacturados y los servicios. El ingreso que se genera de este modo da un mayor consumo y un mayor nivel local de gasto inducido por esta actividad económica (Muchapondwa & Stage, 2013)

Como se puede observar los efectos son directos si afectan a los agentes económicos sin intermediarios; son indirectos cuando involucran un nodo intermedio en la relación causal e inducidos cuando tiene un impacto su presencia en la economía.

A más de eso, se pueden identificar otros efectos, relacionados con la porción de la economía sobre la que ejercen su impacto; se tiene así que, según la OMT existen efectos económicos: globales, parciales sobre la economía y externos.

- **Globales**, según Lloret et al. (2014) estos efectos: “Afectan las estrategias de desarrollo turístico, diferenciándose los efectos globales sobre la economía y los efectos globales sobre la dependencia exterior” (p. 70) El sistema capitalista tiende a controlar la toma de decisiones con respecto a su desarrollo turístico. Esto no solo plantea desafíos para la sostenibilidad de los entornos naturales, socioculturales y económicos locales, sino que también los hace susceptibles a las tensiones de la crisis que se manifiesta a nivel mundial (Boukas & Ziakas, 2013).

Estos efectos influyen en todo el sistema económico en el cual operan, se han atribuido beneficios en el sentido de una mejora económica para los pueblos y los individuos involucrados con las actividades turísticas, así como a toda la sociedad o Estado de que forman parte.

- **Parciales sobre la economía.** - Son los efectos que el turismo tiene sobre los agentes económicos, los sectores productivos, las variables financieras, macroeconómicas, etc. Se pueden distinguir los siguientes efectos multiplicadores sobre: producción, empleo, balanza de pagos, tasa de cambio, oferta monetaria, ingresos y gastos públicos, inflación especulación del suelo, distribución de la renta desarrollo regional y movimiento demográfico. (Lloret, M. et al., 2014, p. 70)
- **Externos.** - Son consecuencia de la influencia que ejerce la actividad turística en determinados aspectos socioculturales, ambientales, profesionales y de consumo (Lloret, M. et al., 2014, p.70). Algunos ejemplos de estos efectos son la disminución de los gastos de viaje, el aumento de los grandes mercados de entrada, el aumento de los vuelos punto a punto. La facilidad de adquirir información sobre los destinos turísticos permite el crecimiento económico para las unidades locales (Paci & Marrocu, 2014). Existen también efectos relacionados con la religión, la distancia cultural y afinidad cultural (Fourie, Rosselló & Santana-Gallego, 2015). Los efectos externos pueden ser fácilmente observables en especial los socioculturales y religiosos.

Se puede observar que existen muchos efectos relacionados con la economía, y que son provocados por el turismo en su amplio margen de acción. Particularmente interesan los efectos directos que presentan facilidad para su observación.

### 3.2. BENEFICIOS

Se ha entendido al beneficio como una ventaja o retribución obtenida por una determinada actividad; o específicamente, como la ganancia económica que se obtiene de un negocio, inversión u otra actividad mercantil. (RAE, 2014). Es decir que para que se entienda como beneficio, debe tener connotaciones positivas para quien lo recibe. Otros autores hablan del beneficio en definiciones más amplias, y generales como el bien que se hace o se recibe (Cabanellas, 2006). Puede ser entendido también como la diferencia, cuando esta es positiva, entre los ingresos y los gastos; (Rodríguez, 2009). Pues en caso de ser negativa no se convertiría en beneficio, sino en perjuicio o pérdida para quien lo recibe.

Desde el punto de vista de una inversión, el beneficio normal se refiere a la percepción que tienen los inversionistas sobre la acogida que tendrá el bien en la dimensión de la demanda. (Blacutt, 2013). El beneficio debe ser entendido como un valor monetario (Perdomo y Arzuza, 2015) Puede ser tratado desde diversas perspectivas como: el beneficio económico, beneficio contable y beneficio financiero.

- **Beneficio económico.** - es similar al beneficio contable pero menor que este, debido a que refleja el coste de oportunidad de una empresa para un inversor. El beneficio normal se refiere a la situación en la que el beneficio económico es cero (Schiller, 2017). Al aclarar más el término, en valores relativos o absolutos es el beneficio que la empresa logra más allá del beneficio normal que había estimado al comienzo. (Blacutt, 2013).
- **Beneficio contable.** - es la diferencia entre todos los ingresos y todos los gastos de un periodo (Pérez-Carballo, 2015) entendido comúnmente como la utilidad de un negocio o empresa. Este beneficio es el objetivo principal de las organizaciones con fines de lucro.
- **Beneficio financiero.** - es una ventaja, recompensa o ganancia que tiene un valor monetario. Puede incluir obtener dinero, bienes, servicios, descuentos, contratos comerciales, empleos, préstamos (Office of the Registrar of



Indigenous Corporation [ORIC], 2016, p. 2). El análisis de los costos y beneficios financieros se calculan con relación a la intervención del fenómeno, es decir que se estiman sobre la contribución de este a la economía estudiada (D'Alcantara & Gautier, 2013).

### **3.2.1. BENEFICIO DEL TURISMO**

El turismo es un fenómeno que abarca todos los ámbitos del quehacer humano y tiene una significativa influencia en el desarrollo de muchos países, entre ellos, los países en vías de desarrollo (Chávez, 2008).

La adquisición de beneficios de una comunidad puede ocurrir sin involucrarse en la toma de decisiones. Hay diversos factores relacionados entre la comunidad geográfica y el sitio que influyen en la participación de las comunidades en los beneficios adquiridos por el turismo. (Su & Wall, 2014).

#### **3.2.1.1. TIPOS DE BENEFICIOS DEL TURISMO**

El turismo es el primer sector de exportaciones del mundo y es importante en la balanza comercial de muchos países. Genera empleos a millones de personas en el mundo y normalmente se dan en las regiones menos desarrolladas, equipara oportunidades económicas e incentiva a habitantes a permanecer en zonas rurales. Fomenta inversiones e infraestructura. Proporciona a los gobiernos ingresos mediante impuestos. Se promueve la conservación del medio ambiente y de la cultura local, de cuidar monumentos, abrir museos, crear parques (de Juan, de Prada, Gray, Marcé y Nieto, 2008).

El sector ha sido descuidado a menudo por agencias gubernamentales y no gubernamentales, a pesar de su importancia para el crecimiento de los países; tiene potencial para enfrentar las crecientes desigualdades y reducir la pobreza. (Thomas, 2014).

Al tomar en cuenta esto, se puede analizar por separado los principales beneficios de orden económico que trae consigo el turismo para los países y los poblados donde se desarrolla.

- **Generación de empleo.** - El turismo genera empleos debido a la demanda de servicios y productos en los destinos turísticos. Este sector está en el ámbito de los mercados secundarios de trabajo, debido a la abundancia de empleos de baja cualificación. Se toma en cuenta la división entre empleo estándar, es decir de tiempo completo y contrato indefinido; y no estándar como a tiempo parcial, plazo fijo, autoempleo, que son indispensables para la participación laboral (Marrero, Rodríguez & Ramos-Henríquez, 2016). Es decir que, a más de generar empleo de duración indeterminada y carga horaria completa, genera otros empleos secundarios con menos estabilidad.

Se esgrime como argumento a favor del turismo la generación de empleo, empero, este es por temporada y los aumentos salariales son modestos (Belliggiano & De Rubertis, 2016). Aunque en destinos turísticos que mantienen un flujo de visitantes constante, este puede ser un trabajo estable, como el caso de Baños, donde existen visitantes todo el año.

La generación de empleo se puede verificar con indicadores macroeconómicos como la población económicamente activa (PEA) que involucra a las personas de 15 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia o, aunque no trabajaron, tuvieron trabajo; o bien aquellas que buscan trabajo, que en el año 2015 fue de 7'374.000 personas. Si se dividen a los desocupados sobre la PEA se obtiene la tasa de desempleo que en el año 2015 en el Ecuador fue de 3.8% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2015).

- **Mayores Ingresos.** - Para muchas naciones y regiones es una fuente principal de ingresos, empleo y desarrollo. La industria hotelera y las prácticas sostenibles han tomado gran fuerza. Esto corresponde a los importantes ingresos y apoyos a nivel productivo (Robin, Valencia, Muñoz, Astroga & Martínez, 2016). Los gobiernos impulsan el turismo al mejorar la infraestructura enfocada en este sector y promocionar los destinos a través de diversos medios de comunicación.

El incremento en los ingresos se puede medir al comparar el producto interno bruto (PIB) per cápita de varios años. Un enfoque ha consistido en mezclar la información de cuentas nacionales y los datos de encuestas; para calcular el PIB per cápita a los partícipes del ingreso, según se informa de encuestas nacionales o mediante análisis de regresión. (Liberati, 2015). Aquí se toma en

consideración el producto interno bruto que en macroeconomía se refiere al valor que totaliza la producción de bienes y servicios de un país en un determinado periodo de tiempo (Pérez y Merino, 2013). Es un indicador de la riqueza de una región.

- **Divisas por concepto de turismo.** - Se utiliza divisas cuando se demanda insumos y/o bienes de capital importados; mientras que las divisas son generadas, en el caso del turismo, cuando el producto que se obtiene con el mismo puede eventualmente exportarse (Cervini, 2002), cuando los compradores van hacia la locación del destino turístico para adquirirlo.

Para cuantificar el ingreso de divisas se suman los ingresos por viajes y el transporte de pasajeros (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016).

- **Distribución del ingreso.** - Permite combatir desigualdades y equiparar oportunidades de desarrollo de las personas. La Organización Internacional del Trabajo propone una política de crecimiento económico basada en los salarios (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2011); otros autores indican que la polarización de la distribución del ingreso genera crecimiento económico desequilibrado y desigual. Por lo que se desea evitar un régimen de acumulación del capital, que extienda en el tiempo las distorsiones y desequilibrios. (Alarco, 2016) La distribución del ingreso tiene un lugar prioritario en la investigación en Latinoamérica

La distribución del ingreso se puede medir también mediante la curva de Lorenz y el coeficiente de Gini, con el fin de saber cuál es la forma en que los individuos o las familias obtienen los ingresos y si es que el resultado es muy desigual (Martínez, 2001).

- **Reducción de la pobreza.** - para estudiar la reducción de la pobreza, primeramente, se necesita conocer lo que es la pobreza. A esta se la define como el fenómeno que se da cuando las personas carecen de los recursos básicos para satisfacer sus necesidades de vida, entre estos se pueden mencionar: vivienda, alimentación, salud, educación, vestimenta, entre otros (Escobar, 2017). A la pobreza también se la entiende como la condición de privación y ausencia de oportunidades de las familias y comunidades a los bienes adecuados para el desarrollo integral del ser humano; este fenómeno es complejo y dinámico (Winchester, 2008).

Para medirla se han definido indicadores que identifican estas circunstancias; en el Ecuador en el 2016 se calculó como la línea de indigencia o extrema pobreza por consumo a quienes cuentan con un ingreso igual o menor a 47.72 USD por persona al mes; y la de pobreza a quienes cuentan con un ingreso igual o inferior a 84.68 USD por persona al mes, sin que lleguen a la línea de extrema pobreza (INEC 2016).

Otros criterios al respecto, indican que existen medidas de pobreza utilizadas recientemente por los especialistas en turismo; las metodologías de medición dependen a menudo del tiempo disponible para la investigación, Hoy en día la medida universal es la línea de pobreza internacional de \$ 1,25 USD por día para los “pobres” y de \$ 2 USD para los “casi pobres” (Thomas, 2014)

Adicionalmente, se ha ideado el pro-poor tourism (PPT) que es el turismo en favor de los pobres, como una metodología de desarrollo que pretende utilizar el turismo como herramienta para la reducción de la pobreza. El PPT ha sido adoptado por instituciones multilaterales, organismos oficiales de desarrollo y organizaciones no gubernamentales (Gascón, 2014).

Entonces entre los principales beneficios que se le atribuyen al turismo están la generación de empleo, el aumento en los ingresos de las personas relacionadas con el mismo y de los gobiernos que los perciben mediante impuestos, reducción de la pobreza al concentrar su actividad en lugares apartados de las grandes ciudades, equipara el desarrollo de infraestructura y mejora la distribución de los ingresos.

### **3.3 HERRAMIENTAS ECONOMETRÍCAS**

Son herramientas que sirven para la medición de la Economía; la Econometría combina la Teoría Económica, las Matemáticas y la Estadística. Aplica modelos estadísticos o matemáticos a los datos económicos para verificar o refutar teorías. (Cavero, Corrales, González, Lorenzo, Prieto y Zarzosa, 2011) Parte de modelos económicos, pretende fundamentarse empíricamente. En el desarrollo de esta se debe especificar el modelo, elegir los datos, estimar, evaluar contrastar y finalmente predecir. En la selección de un modelo, se debe justificar la elección en la teoría económica (Fabozzi, Focardi, Rachev & Arshanapalli, 2014).

Los beneficios económicos del turismo se pueden medir mediante modelos econométricos de correlaciones (Portal, Espinoza y Carreño, 2014), regresión lineal (Calderón, González, Fayos y Osullivan, 2016), mínimos cuadrados parciales (Olague, 2016), input-output (Valdés, Valle y Sustacha, 2011), análisis costo beneficio, modelos de equilibrio general computables, cuentas satélite de turismo (Valdés, Aza y Baños, 2010) curva de concentración o curva de Lorenz y coeficiente de Gini (Verdoy, Beltran y Peris, 2015).

La curva de Lorenz es una representación gráfica cartesiana de la desigualdad. (Garrocho, Jiménez-López y Alvarez-Lobato, 2016). El porcentaje de hogares o individuos  $p_1$  se representa en el eje x y el porcentaje de ingresos  $p_2$  en el eje y. Fue desarrollada por Max O. Lorenz en 1905 para representar la distribución de la riqueza. Si  $p_1$  es igual a  $p_2$  en todos los puntos, se dibuja una línea recta de  $45^\circ$  que representa la igualdad perfecta, cualquier desviación representa la desigualdad. (Lubrano, 2016).

El coeficiente de Gini es la medida más común de desigualdad. Mide el nivel de concentración que existe en la distribución de los ingresos en la población a partir de valores entre 0 y 1. Un Gini de 1 se refiere a la concentración de todos los ingresos en 1 sola persona y uno de 0 a la perfecta igualdad. Es la medida resumen de la curva de Lorenz (Galindo, M. y Ríos V., 2015). Un índice de desigualdad económica se asocia al ingreso de familias o personas. Este indicador se clasifica entre las medidas estadísticas para el análisis de la distribución del ingreso. Se calcula como el cociente del área comprendida entre la diagonal y la curva de Lorenz, dividido para el área bajo la diagonal. (INEC, 2014).

En el estudio todos los factores analizados son apreciados como variables a fin de que puedan medirse. Una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

### **3.4 ÁMBITOS GEOGRÁFICOS**

Debido a que el turismo es un fenómeno mundial, se pueden recoger experiencias de datos macroeconómicos e investigaciones previas al respecto. Las entidades dedicadas a prestar servicios turísticos se ven beneficiadas de esta información al igual que los turistas. El sistema de información geográfica como herramienta tiene muchos potenciales cuando se aplica al campo del turismo. Existe una gran cantidad de

aplicaciones que informan a los visitantes atracciones, itinerarios y consultas. (Varjú, Suvák & Dombi, 2014). De esta manera quien decide su destino turístico puede consultar las opciones ofrecidas desde estas aplicaciones.

### **3.4.1. ÁMBITO INTERNACIONAL**

A nivel mundial, en 2011 los ingresos por turismo alcanzaron 1.2 trillones de dólares (OMT, 2011); el turismo se constituye en un importante sector que promueve intercambios culturales. Y permite a las personas de zonas alejadas comerciar con su patrimonio geográfico y promover su patrimonio cultural.

En América Latina representa el 8,9% de exportación de bienes y servicios; genera un 6,4% del total de empleo directo e indirecto (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2009). Es importante destacar que a la actividad turística progresivamente se la incluye como estrategia para la reducción de la pobreza en los planes nacionales de desarrollo de distintos países de Latinoamérica, esto permite incluir a las comunidades en los beneficios percibidos (CODESPA 2013).

### **3.4.2. ECUADOR**

El aporte de la actividad turística en el Ecuador, comparado con los ingresos según la balanza de pagos, lo ubica en tercer lugar en 2010 y en quinto lugar en 2011, tras el petróleo crudo, banano, camarón, y derivados de petróleo. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2012). Estas cifras muestran la importancia que tiene el sector turístico en la economía nacional.

En 2013 las divisas por concepto de turismo fueron de 1251 millones de dólares. (Ministerio de Turismo, 2014). El personal que labora en actividades turísticas asciende a 205.452 personas (INEC, 2010).

En el primer trimestre del año 2015 el sector turístico contaba con 405.819 empleados; que representan el 5.7% del total de empleados de la economía y corresponde al segundo incremento más importante registrado, de 16,3% con relación al año 2013. En el año 2014 por cada dólar que salió del país por concepto de turismo, ingresó \$ 1,46 dólares del extranjero (Ministerio de Turismo, 2015); es decir que es mayor el dinero que ingresa por concepto de turismo, comparado con el que sale.

### **3.4.3. TUNGURAHUA**

En Tungurahua existen 1589 establecimientos dedicados al turismo (Ministerio de Turismo, 2015). En 2010 se firmaron convenios interinstitucionales, entre Los gobiernos autónomos descentralizados y el Ministerio de Turismo, mismos que han servido para mejorar la infraestructura turística de la provincia (Velásquez, 2011) y promover el desarrollo para este importante sector de la economía.

La universidad tiene un rol en el desarrollo regional en el ecoturismo de Tungurahua, como necesidad identificada en el cambio de la matriz productiva, catalizar intereses diversos y garantizar una visión conjunta en un área interdisciplinaria como el turismo (Martí, Melo y Diez, 2016).

Tungurahua posee dos zonas estratégicas de desarrollo turístico: consolidado constituido por Baños y Ambato; y en crecimiento constituido por Píllaro, Patate, Pelileo, Cevallos, Quero, Tisaleo y Mocha.

#### **3.4.3.1. ZONA CONSOLIDADA**

Esta zona está conformada por dos cantones, Baños y Ambato, que son los que más flujo de visitantes tienen en la provincia; concentran el 93% de la actividad turística (Ministerio de Turismo, 2015).

Baños tiene un clima cálido y soleado; y una altura de 1800 metros sobre el nivel del mar. Cuenta con actividades de aventura y relajación, es muy popular entre turistas locales y extranjeros; está bien establecido: ofrece deportes extremos; las famosas aguas termales (Ecuador Turístico, 2014) ricas en minerales pueden aliviar el dolor muscular; también se pueden realizar paseos en tarabita; caminatas por cascadas; rentar cuadrones; visitar la iglesia de la Virgen de Baños de Agua Santa (Ministerio de Turismo, 2013); y actividades relacionadas con el volcán Tungurahua. Es excelente para empezar a explorar la selva; el turismo temprano en el alto Amazonas entre 1970 y 1980 fue principalmente organizado por agencias de Baños (Hutchins, 2007).

Ambato es una ciudad que se encuentra en el centro de Ecuador y tiene una festividad tradicional en la temporada de Carnaval llamada la Fiesta de las Flores y de las Frutas (CODESO, s.f.); además cuenta con riqueza arquitectónica, gastronómica, cultural y botánica (Ecuador Turístico, 2015). Una de las parroquias, Quisapincha se especializa

en la producción de prendas en cuero (La Hora, 2012). En el mes de noviembre de 2016 se lanzó una campaña para el fomento del turismo, en que 150 empresas y establecimientos ofertaron productos con la promoción del segundo artículo a mitad de precio. (Ministerio de Turismo, 2016), la ciudad de Ambato los últimos años ha realizado esfuerzos por promover su turismo.

#### **3.4.3.2. ZONA EN CRECIMIENTO**

Las actividades turísticas de la zona estratégica en crecimiento, son muy variadas: en Cevallos existe una riqueza de su producción frutal, gastronomía y zapatos de cuero; en Mocha hay corridas de toros; en Patate hay atractivos gastronómicos y producción frutal; en Pelileo se producen pantalones en tela de mezclilla; en Píllaro hay producción de cuero y corridas de toros; en Quero se puede apreciar el volcán Tungurahua; en Tisaleo existen senderos naturales; en Salasaca cerca de Pelileo hay artesanías indígenas y confecciones en lana. (CODESO, s.f.)

Finalmente, se puede indicar dentro del Ecuador, la provincia de Tungurahua es un importante foco turístico, especialmente por la ciudad de Baños que es conocida a nivel nacional e internacional como destino turístico. Y que posee una gran cantidad de actividades que pueden ser realizadas por los visitantes. La ciudad de Ambato tiene un buen patrimonio cultural y los otros cantones se destacan por su producción económica, su gastronomía.



## **4. METODOLOGÍA**

### **4.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN**

Mediante el enfoque cuantitativo se han generalizado los resultados ampliamente. Se ha tenido un control sobre los fenómenos observados, así como un punto de vista de conteo y magnitudes de las variables. Se posibilitó la réplica y el centrarse en puntos específicos de los fenómenos, se ayudó a la comparación entre estudios similares. Este es el método más usado en ciencias exactas. El proceso de investigación fue secuencial y lógico (Pacheco, 2011).

El proceso partió de una idea que fue acotándose y una vez delimitada se derivaron objetos y preguntas de investigación, se hicieron consultas bibliográficas para definir una postura teórica. Se midieron variables usando métodos estadísticos y se establecieron conclusiones respecto de una hipótesis (Pacheco, 2011, p. 76)

Dentro de las características del enfoque mixto el investigador planteó un problema, ofreció una hipótesis, recolectó datos para probarla; fue lo más objetivo posible; se pretendió generalizar los resultados para posteriormente explicar y predecir el fenómeno (Pacheco, 2011, p. 78).

Se detallo la investigación cuantitativa como una investigación empírica, es decir fundada en la experiencia, sistemática de fenómenos sociales a través de técnicas estadísticas, matemáticas o informáticas. Se buscó el tratamiento de hipótesis de los fenómenos mediante la teoría y modelos matemáticos (Zarzar, 2015).

### **4.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Para el presente trabajo se realizó investigación bibliográfica y de campo, se tomó en cuenta lo siguiente:

Mediante la investigación bibliográfica se consultó las fuentes de información identificadas como pertinentes y los documentos primarios. El papel de la investigación bibliográfica y de campo fue una valuación detenida dentro de una estrategia informativa del objeto de evaluación. La meta fue concebir la actividad de

investigación como una respuesta, posiblemente entre varias, que se dio a la problemática para informar sobre el sistema objeto de evaluación (Crowther, 1993)

Dentro de los métodos teóricos se utilizó el análisis-síntesis, este método permitió disciplinar al investigador, que pudo escoger los diferentes elementos o partes de un fenómeno y se relacionó con la capacidad sensorial. La síntesis fue un esfuerzo psicológico mayor que requirió resumir, concentrar y por lo tanto abstraer de esas partes los elementos comunes que permitieron expresar en una sola categoría o expresión lingüística. Es la capacidad de síntesis la que puso a prueba todo el razonamiento lógico que el investigador desarrolló para educar sus propios pensamientos. (Centty, 2010) Estos métodos fueron usados de manera complementaria.

#### **4.3. POBLACIÓN**

Se entendió por población el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales fueron extensivas las conclusiones del estudio. Es decir, se utilizó un conjunto de personas con características comunes, la población objetivo quedó delimitada con claridad y precisión para el problema de investigación y para el objetivo general del estudio (Arias, 2006)

La población para este estudio, y que representa la cifra de prestadores de servicios turísticos de la zona consolidada de la provincia de Tungurahua fue de 1471 establecimientos esta cifra corresponde a los cantones Ambato y Baños y a los servicios de alojamiento; comidas y bebidas; intermediación, agencias de servicios turísticos, y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; operación cuando las agencias de viajes proveen su propio transporte; termas balnearios, boleras, centros de recreación, transporte turístico (Ministerio de Turismo, 2015), entre otros servicios turísticos prestados.

#### **4.4. MUESTRA**

Se entendió por muestra al subconjunto representativo y finito que se extrajo de la población accesible. Es decir, representó una parte de la población objeto de estudio. De allí es importante destacar que se verificó que los elementos de la muestra fueron

lo suficientemente representativos de la población para hacer generalizaciones (Castro, 2003). Para ello se utilizó el cálculo basado en la fórmula.

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

En donde:

(Población) **N** = 1471

(Nivel de confianza) **Z** = 1,96

(Probabilidad de éxito) **P** = 0,50

1-P **Q** = 0,50

(Error máximo admisible) **E** =0,065

Se obtiene,

$$\mathbf{n= 197}$$

Que corresponde a 197 establecimientos prestadores de servicios turísticos.

## **4.5 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN**

Para la realización de la investigación científica se consultó fuentes bibliográficas, documentales propiamente dichas y estadísticas; para el ordenamiento de los datos recolectados se leyó, seleccionó y registró (Pacheco, 2011).

### **4.5.1. INSTRUMENTO**

El instrumento que se aplicó para realizar esta investigación fue la encuesta, misma que permitió obtener información directa. En la encuesta se consultó los principales datos que sirvieron para medir variables y realizar cálculos estadísticos.

La encuesta fue un procedimiento de investigación que permitió explorar cuestiones de subjetividad (y objetividad en ciertos casos) y al mismo tiempo obtener información de un número considerable de personas. Así por ejemplo permitió explorar sobre valores monetarios, temas laborales y demográficos de la población objeto de estudio. (Grasso, 2006)

La encuesta consistió en entregar a las personas un cuestionario que fue llenado por ellas libremente; el cuestionario contenía un listado de preguntas elaboradas técnicamente con el objeto de lograr información de un sector amplio de la población sobre un tópico (Pacheco, 2011).

#### **4.5.2. PROCESO**

Debido a la pluralidad de establecimientos que prestan servicios turísticos y que estos realizan diversas actividades, se realizó un:

Muestreo aleatorio estratificado de los cantones: Se buscó obviar dificultades que presentan otros muestreos, simplificó los procesos y redujo el error muestral. Consistió en considerar estratos homogéneos, de Baños y Ambato en este caso, según las características compartidas. Se pretendió que todos los estratos de interés estén representados adecuadamente en la muestra. (Larios, 2014)

Esto permitió considerar a todos los estratos que componen la población.

#### **4.6. PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN**

En estadística descriptiva se usó tablas de distribución de frecuencias, representaciones gráficas, medidas de tendencia central, entre otras para describir los escenarios; así como pruebas estadísticas que comprueben los resultados (Cerón, 2012).

Después de recolectar los datos, estos se procesaron con verificación de su calidad. Se definió los objetivos de la encuesta, la variable y la población de interés, los esquemas de medición, se obtuvo la muestra y se revisó el proceso de muestreo al completar la recolección. La estadística se apoyó en la tecnología para cálculos estadísticos numéricos, para construir gráficos y formular inferencias; por lo que se usó computadores y calculadoras (Johnson & Kuby, 2012).

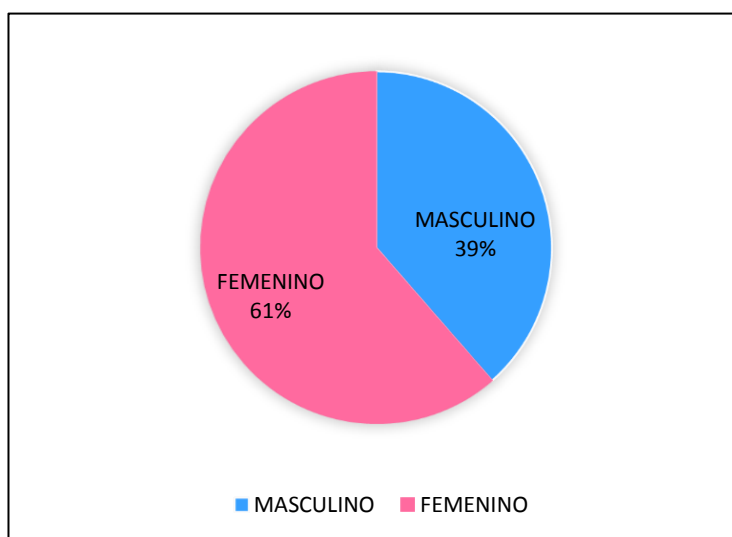
En el diseño del procesamiento de la información se tomó de base lo previamente establecido como la planeación, la fundamentación teórica, el diseño de la muestra; se aprovechó en lo posible los avances tecnológicos más reciente para ser más eficientes, y reducir tiempos y costos (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2012).

## 5. RESULTADOS

### 5.1. EMPRESARIOS TURÍSTICOS

Se han considerado algunas características demográficas que permiten describir a la población de estudio, es decir, los empresarios turísticos, como: el género, la edad, número de dependientes económicos directos.

#### 5.1.1. Género



**Figura 4** Género de empresarios turísticos.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

El 61% de empresarios dedicados a la actividad turística en la zona consolidada de la provincia de Tungurahua pertenecen al género femenino. Aproximadamente dos tercios son mujeres, lo que indica que es una actividad que muestra gran apertura y oportunidades para este género, en especial en el alojamiento y la alimentación. Según OMT (2010), el Ecuador es el cuarto país con mayor número de empleadoras en hoteles y restaurantes a nivel mundial con una cifra de 60,1%. Mostrando que el país tiene una gran apertura para el establecimiento de negocios por parte de la mujer, en este ámbito de la economía. El turismo en la zona consolidada es una actividad dominada por el género femenino; sus habilidades desarrolladas y políticas determinan las características del sector.

### 5.1.2. Edad

**Tabla 1** Edad promedio de empresarios turísticos.

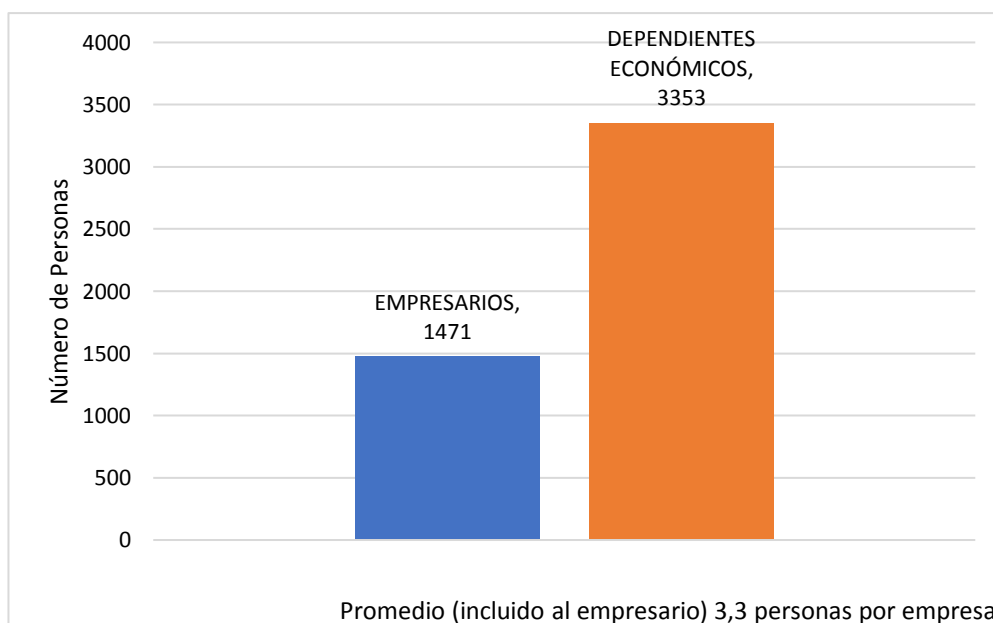
	EDAD
Masculino	39 años
Femenino	37 años
Promedio general	38 años

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

La edad promedio de los hombres dedicados a la actividad turística en la zona consolidada es de 39 años; la edad promedio de las mujeres es de 37 años; y el promedio general es de 38 años. La diferencia del promedio de edad, con relación al género, es de 2 años; las mujeres son más jóvenes que los hombres. El promedio general se encuentra 8 años por encima de la edad promedio de la población de la provincia de Tungurahua que es de 30 años (INEC, 2010). Es decir, que los empresarios dedicados al turismo pertenecen a un grupo etario maduro, con experiencia en la realización y mantenimiento de negocios.

### 5.1.3. Dependientes económicos directos



**Figura 5** Dependientes económicos.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

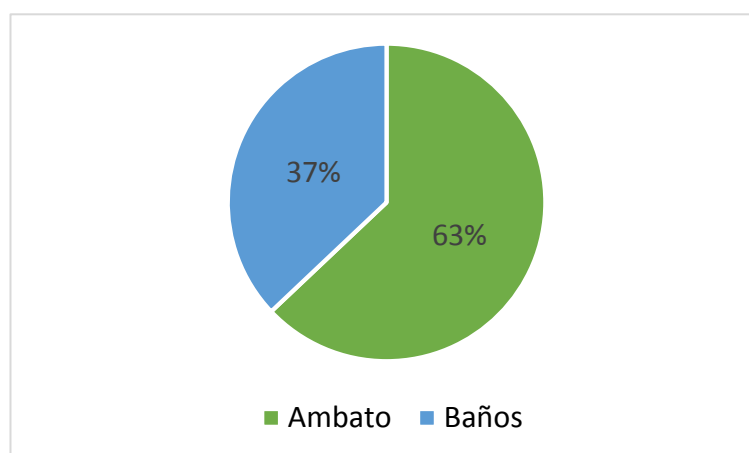
**Fuente:** Encuesta aplicada.

Los propietarios de empresas dedicadas a la actividad turística tienen 3 dependientes económicos directos en su hogar (incluido ellos). Representan un total de 4824 individuos. Esta cifra constituye un elemento del cálculo de la población total beneficiada directamente por el turismo en la zona consolidada. Se entiende aquí a los dependientes económicos como los cónyuges y los hijos menores o mayores y otros familiares (Robles, 2015). Esto implica que los beneficios del turismo van mucho más allá de los agentes económicos involucrados directamente, sino que se extienden a las familias, quienes participan de los beneficios generados, a quienes ofrecen mejores condiciones de vida y mejores posibilidades para la satisfacción de sus necesidades.

## 5.2. EMPRESAS TURÍSTICAS

Para describir a las empresas turísticas se han elegido principalmente dos criterios: el porcentaje de empresas que existen en cada ciudad y la actividad turística principal que realizan.

### 5.2.1. Localización geográfica



**Figura 6** Localización de empresas turísticas.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

El 63% de las empresas de prestación de servicios turísticos se concentra en Ambato; constituyen aproximadamente dos tercios del total de la zona consolidada; esto se debe a la mayor cantidad de habitantes del cantón que para el 2017 serían 366.089; mientras que en Baños serían 22.217 habitantes (INEC, 2010). Es decir, que Baños tiene cerca del 6% del número de habitantes que tiene Ambato. La mayor cantidad de empresas turísticas per cápita en Baños, 9.7 veces el valor de Ambato, hace que en la ciudad de

“Agua Santa” el turismo sea más visible y de mayor importancia económica que en la capital provincial; donde aparte del turismo, tienen importancia otros sectores como el comercio y la producción. El turismo se hace visible con intensidad en Ambato solamente durante ciertos meses del año.

### 5.2.2. Actividad turística principal

**Tabla 2** Empresas dedicadas a la actividad turística.

ACTIVIDAD TURÍSTICA	PORCENTAJE
Alojamiento	15,23%
Alimentos y bebidas	32,99%
Transporte	6,60%
Agencias de viajes	5,08%
Operador turístico	0,51%
Artesanías	11,68%
Autóctonas	7,61%
Diversión y entretenimiento	16,24%
Guías de turismo	4,06%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

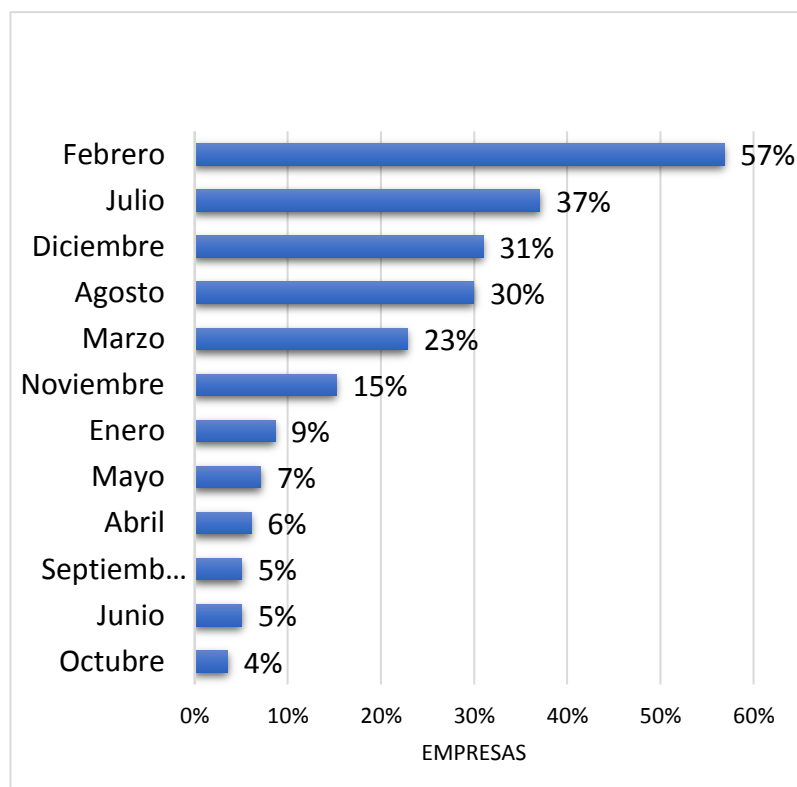
El 33% de empresas se dedican a la alimentación, son el mayor porcentaje; seguido del entretenimiento con 16%; y del alojamiento con 15%; mientras que alquiler de equipos, operadores turísticos, museos, centros deportivos y centros culturales, tienen valores inferiores al 1%. El grupo más importante en el sector turístico es el dedicado a la alimentación, conformado por restaurantes, fuentes de soda, cafeterías, bares, pastelerías y heladerías (Salazar, 2016); la variedad de este tipo de establecimientos se adecua a las preferencias de los visitantes y a distintos niveles de gasto turístico. La oferta de servicios turísticos se centra en alimentación y alojamiento que satisfacen necesidades fisiológicas apremiantes de los visitantes, el consumo de alimentos y la pernoctación respectivamente; complementariamente a esto se encuentra el entretenimiento que atrae a las personas a visitar los destinos turísticos y ofrece alternativas para distintas edades.



### 5.3. LA DEMANDA TURÍSTICA

Para comprender la demanda turística se han tomado en cuenta las variaciones de temporada en la provincia de Tungurahua, el número de turistas atendidos en cada negocio y el gasto turístico promedio.

#### 5.3.1. Temporada turística



**Figura 7** Meses de temporada alta en Tungurahua.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

El 57% de los empresarios considera temporada alta el mes de febrero; el 37% el mes de julio; el 31% diciembre y el 30% agosto; a estos meses se los puede considerar temporada alta en la provincia; marzo noviembre y enero temporada media; finalmente, abril, mayo, junio, septiembre, y octubre temporada baja. Esto muestra que la Fiesta de la Fruta y de las Flores de Ambato, así como en vacaciones escolares de la región Sierra y la Navidad son temporada alta en la zona consolidada, durante esta temporada se concentra la demanda turística y los precios son más altos (Bigné, Font y Andreu, 2000), se generan mayores visitas y altas ganancias para las empresas.

### 5.3.2. Turistas atendidos

**Tabla 3** Turistas atendidos en la zona consolidada de Tungurahua.

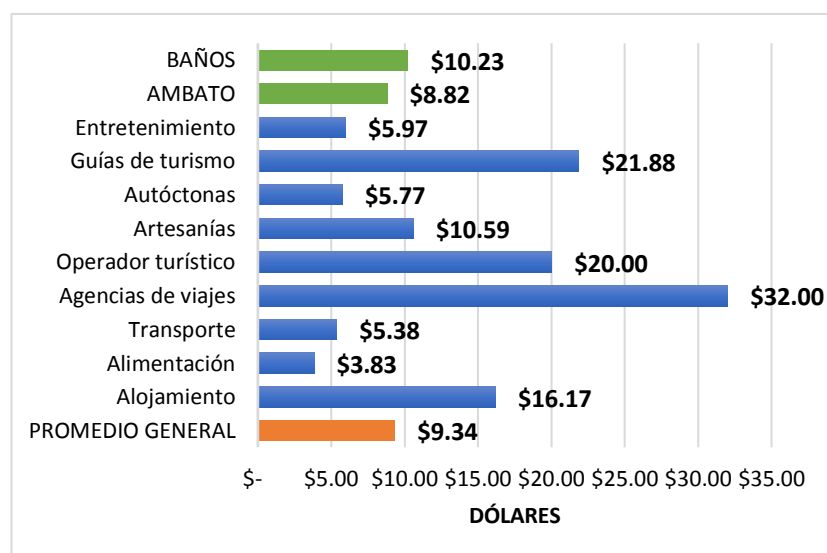
TURISTAS	
Promedio semanal	147
Promedio mensual	629
Total semanal	215789
Total mensual	924810

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

En promedio se atienden 629 turistas al mes por empresa, constituyen un total de 924.810 turistas al mes en la zona consolidada de la provincia de Tungurahua. El casi un millón de turistas que son atendidos al mes en Baños y Ambato, constituyen el 5,9% de la demanda nacional y 15.1% de la demanda extranjera que eligen como destino a la provincia para vacacionar. (Ministerio de Turismo, 2012). Se debe tomar en cuenta la importancia económica porque el turista es un consumidor (Muñoz, 2017). Los negocios que más visitantes atendidos registran son en primer lugar las empresas de transporte y en segundo lugar las de alimentación; esto debido a la facilidad de adquisición de los servicios y al bajo coste de los mismos.

### 5.3.3. Gasto turístico



**Figura 8** Gasto turístico.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

El promedio general de gasto turístico es de \$ 9,34 dólares americanos. En los promedios por ciudad se tiene a Ambato con \$ 10,23 y a Baños con \$ 8,82. Dentro de los promedios de gasto turístico por actividad, el mayor valor es de \$ 32,00 correspondiente a las agencias de viajes; y el menor valor promedio es de empresas dedicadas a la alimentación con \$ 3,83. Se considera a este gasto como la suma pagada para adquirir bienes o servicios durante los viajes turísticos (OMT, 2010). El mayor gasto turístico se da en agencias de viajes, debido a que estas ofrecen paquetes que incluyen varios servicios como la alimentación y el hospedaje por un determinado número de días y noches. El gasto turístico identifica como se reparten los ingresos por ventas en cada tipo de negocio, la alimentación tiene un bajo nivel de gasto.

#### **5.4. INGRESOS DE LOS EMPRESARIOS**

Los ingresos de los empresarios permiten comprender las variaciones estacionales en el turismo; contrastan el monto de ingresos que obtienen en temporada alta, con el monto que obtienen en temporada baja.

##### **5.4.1. Ingresos en “temporada alta”**

**Tabla 4** Ingresos de empresarios turísticos en temporada alta.

	USD
TOTAL	\$ 2'626.332,36
PROMEDIO	\$ 1.785,41

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

En temporada alta ascienden a \$ 2'626.332,36 los ingresos mensuales aproximadas de los empresarios turísticos de la zona consolidada de Tungurahua; con un promedio de \$ 1.785,41 por negocio. La gran cantidad de ingresos de los empresarios turísticos se debe a que en esta época se concentran las visitas de nacionales y extranjeros; muchos turistas estadounidenses visitan el país. (St. Louis, Grosberg, Benchwick, & Waterson, 2016). Los ingresos en temporada alta permiten a las empresas turísticas mantenerse a flote, a pesar de la reducción de ingresos en otros periodos del año; los ingresos en estos meses ascienden a dos veces y media los obtenidos en temporada baja.

## 5.4.2. Ingresos en “temporada baja”

Tabla 5 Ingresos de los empresarios turísticos en temporada baja.

	USD
TOTAL	\$ 997.367,87
PROMEDIO	\$ 678,02

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

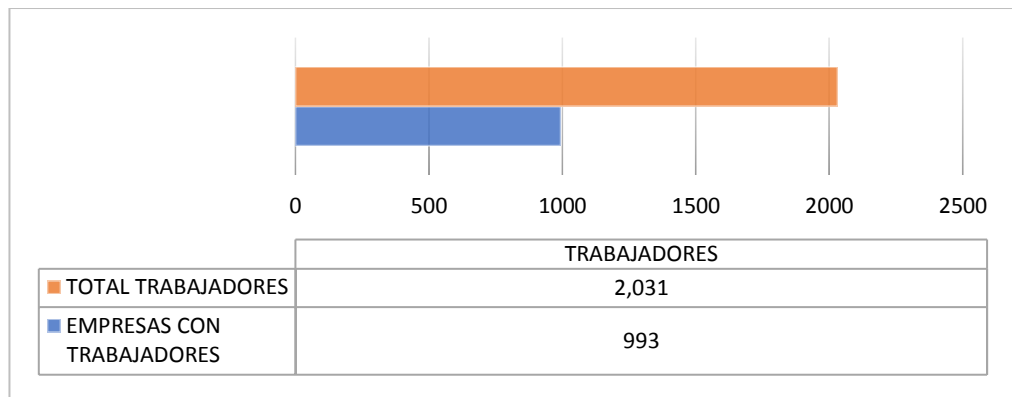
**Fuente:** Encuesta aplicada.

En temporada baja ascienden a \$ 997.367,87 los ingresos mensuales aproximados de los empresarios turísticos de la zona consolidada de la provincia de Tungurahua; con un promedio de \$ 678,02 por negocio. Estas cifras representan tan solo un 38% de los valores obtenidos por los empresarios en temporada alta; y para algunas empresas la temporada baja implica pérdidas, por tanto, prefieren cerrar sus puertas para ahorrar los costos de operación. El valor de ingresos obtenidos en temporada baja constituye un descenso importante contra lo que las empresas turísticas tienen que enfrentarse; para ello, han optado por reducir los precios en temporada baja para hacerlo más equitativo según la demanda, atraer un mayor número de visitantes al destino turístico y evitar potenciales perjuicios para sus respectivos negocios (Sales, do Nascimento, da Silva y de Farías, 2017). Estos ingresos más bajos se deben a la falta de visitantes y afectan negativamente a las empresas debido a que, durante esta temporada, los destinos turísticos no ofrecen condiciones de gran interés para las personas, ya sea por condiciones climatológicas o porque los mismos turistas tienen ocupaciones que no pueden abandonar en gran parte del año.

## 5.5. TRABAJADORES DEL TURISMO

Los trabajadores del turismo son partícipes de los beneficios económicos generados, ya que ellos perciben ingresos que están directamente vinculados a los servicios turísticos prestados por las empresas de este sector. Para describir a este grupo se han tomado en cuenta, el número de trabajadores fijos, las empresas que contratan trabajadores adicionales en temporada alta, el número de los trabajadores adicionales de temporada, la remuneración recibida y los incentivos económicos adicionales que pagan algunas empresas cuando el flujo de turistas es elevado y la demanda de sus servicios aumenta.

### 5.5.1. Trabajadores de las empresas turísticas



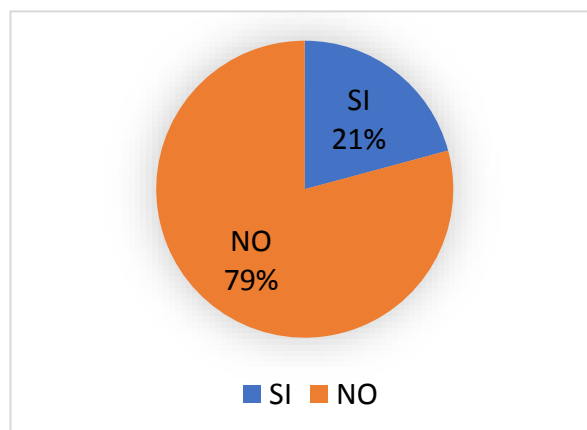
**Figura 9** Trabajadores de la actividad turística.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

Son 2031 trabajadores fijos los que se encuentran empleados durante todo el año en el sector turístico, distribuidos en 993 empresas de Ambato y Baños. Con un promedio de aproximadamente 2 trabajadores contratados por empresa. Debido a la variedad de actividades a realizar y el volumen de personas atendidas, las empresas de la actividad turística contratan para operar: a camareros, recepcionistas y otras personas a quienes emplean (Richards, 2016). De esta manera se genera empleo directamente por causa del turismo, se ofrecen oportunidades a trabajadores para que obtengan ingresos en sus lugares de residencia, debido a las condiciones naturales y atractivos del destino turístico, sin necesidad de migrar a centros urbanos.

### 5.5.2. Empresas con trabajadores de temporada



**Figura 10** Empresas que contratan trabajadores adicionales en temporada alta.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

Solamente el 21% de las empresas, aproximadamente un cuarto de ellas, contratan trabajadores adicionales en temporada alta para satisfacer la demanda que crece en determinados meses; el resto de empresas se dan abasto con su personal fijo o les ofrecen a estos incentivos económicos para aumentar su productividad. “Emplear directamente la mano de obra estacional permite tener una gestión más rápida y acorde a las necesidades específicas de la empresa” (Garrapa, 2017, p. 249). Los trabajadores adicionales constituyen un grupo más de población beneficiada por el turismo, les brinda empleo estacional, convirtiéndolos en perceptores económicos temporales y los ingresos obtenidos son aprovechados por ellos y sus familias.

### 5.5.3. Trabajadores de temporada alta

**Tabla 6** Trabajadores adicionales de temporada alta

TRABAJADORES ADICIONALES	
TOTAL	418
MESES	
Enero	36
Febrero	238
Marzo	96
Abril	25
Mayo	30
Junio	21
Julio	155
Agosto	125
Septiembre	21
Octubre	15
Noviembre	64
Diciembre	129

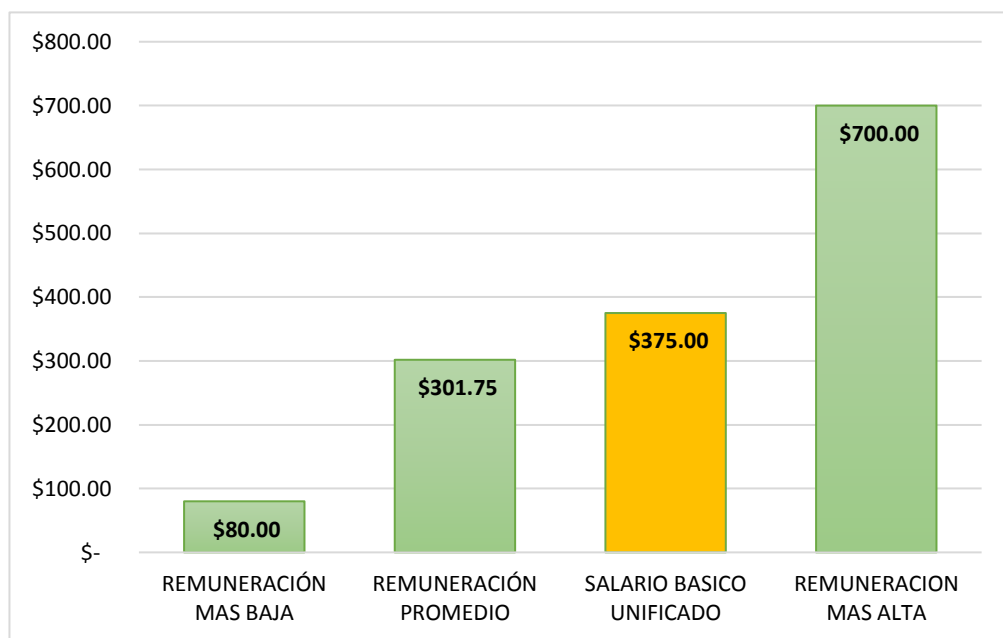
**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

Son 418 trabajadores adicionales los contratados por las empresas dedicadas a la actividad turística de la zona consolidada dentro del año; y 955 las contrataciones mensuales de temporada registradas al año, es febrero con 238 trabajadores de temporada, el mes de más contrataciones con el 25%, seguido de julio con 155 trabajadores adicionales que constituyen el 16% de contrataciones. Los trabajadores

de temporada están más interesados en conocer gente y en la experiencia (Cardona, 2014). El sector turístico extiende sus efectos económicos en temporada alta, genera nuevas plazas de trabajo en los meses de más afluencia turística; esto permite que el sector crezca año a año, a través de las personas que visualizan estas nuevas oportunidades.

#### 5.5.4. Remuneraciones



**Figura 11** Remuneraciones del sector turístico.

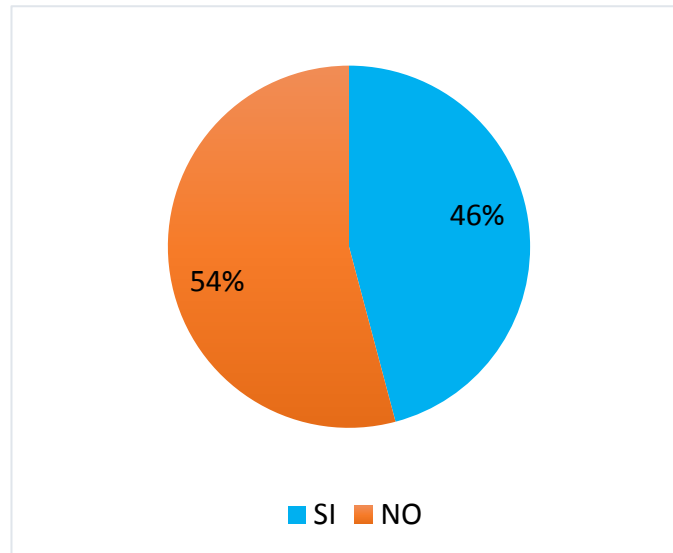
**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

La remuneración promedio que pagan las empresas turísticas es de \$ 301,75. La remuneración más alta registrada es de \$ 700 correspondiente al servicio de transporte y la más baja es de \$ 80 correspondiente al servicio de alimentación. La remuneración promedio está por debajo del salario básico unificado (SBU) que para 2017 se encuentra en un valor de \$ 375 dólares americanos (Ministerio de Trabajo, 2016), el 54% de las empresas pagan una remuneración inferior a esta, generalmente a personas que ocupan trabajos no cualificados (Rodríguez, Romero e Hidalgo, 2015), porque como se puede ver en el caso del transporte, donde los trabajadores necesariamente deben ser choferes profesionales, las remuneraciones son más elevadas. Los salarios inferiores al SBU se deben a contrataciones a tiempo parcial, por horas, por jornada o por tareas; también a que es una forma de trabajo informal. Estas condiciones de

contratación se dan en negocios turísticos por sus características temporales de funcionamiento que dependen del tipo de servicios prestados por cada negocio, como el caso de entretenimiento en bares donde la contratación es fines de semana y en jornada nocturna.

#### 5.5.5. Empresas que pagan incentivos económicos



**Figura 12** Empresas que pagan incentivos adicionales a trabajadores.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

El 46% de empresas turísticas pagan incentivos económicos adicionales en temporada alta a sus trabajadores. Estos incentivos económicos son muy importantes, pues permiten a las empresas atender el aumento de demanda turística, el incremento en la cantidad de productos o servicios que los individuos adquieren dependiendo de su precio (Arroyo, 2014). En los meses de mayor afluencia aumenta la carga laboral y las empresas junto con sus trabajadores extienden sus horarios de atención, estos incentivos permiten mantener alta la moral del personal. Debido a la estacionalidad, los trabajadores residentes buscan cubrir sus gastos anuales trabajando en turismo, es decir que deben ganar en temporada alta lo suficiente para todo el resto del año (Cardona, 2014), porque en temporada baja, la poca afluencia de visitantes produce escasez de oportunidades de trabajo. Estos incentivos económicos logran que los trabajadores se sientan retribuidos justamente por el aumento en la carga laboral, para ellos constituye también un tiempo de bonanza que les permitirá posteriormente satisfacer sus necesidades.



### 5.5.6. Monto de incentivos económicos

**Tabla 7** Incentivos económicos de temporada alta.

INCENTIVOS	USD
Más alto	\$ 125,00
Más bajo	\$ 10,00
Promedio	\$ 45,42

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

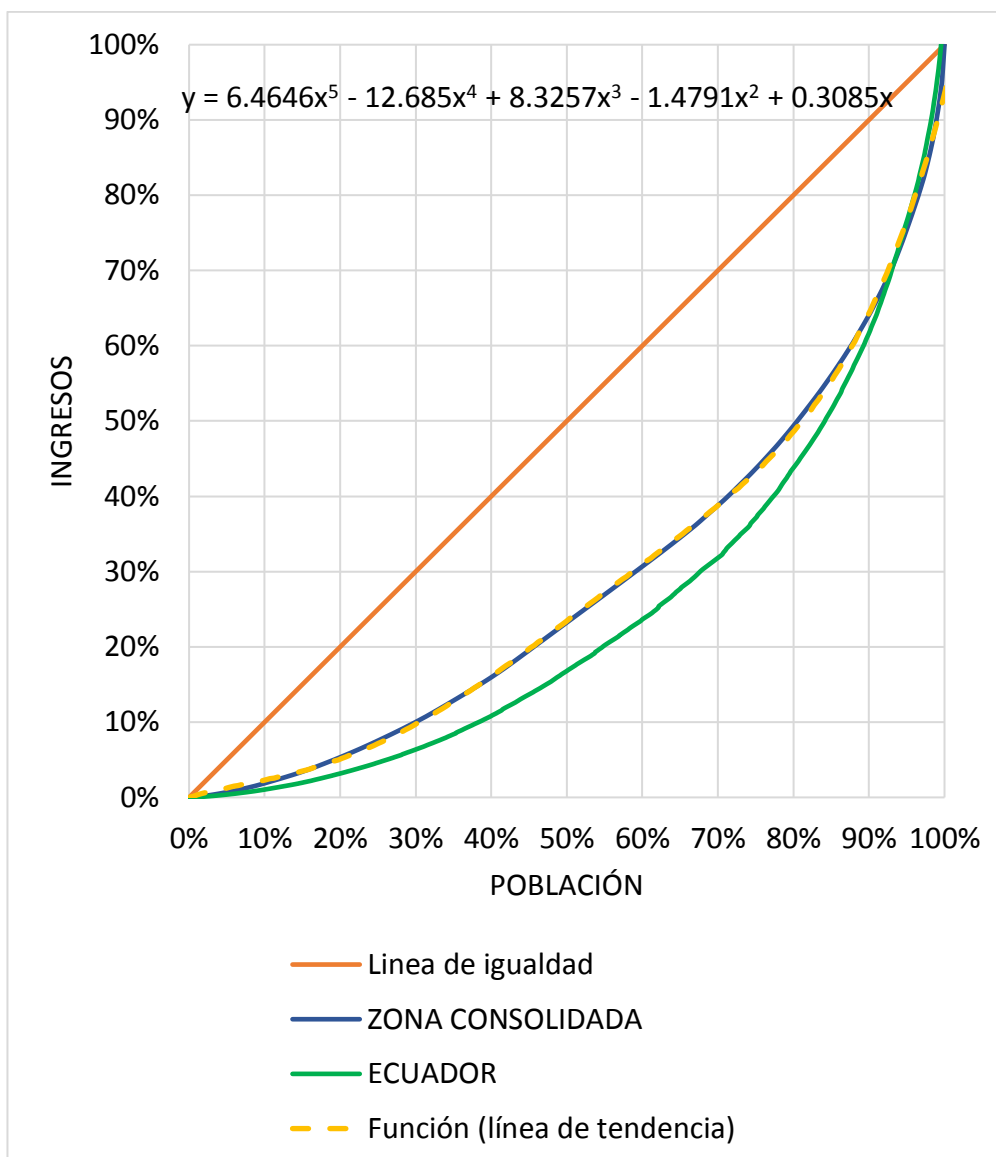
**Fuente:** Encuesta aplicada.

Asciende a \$ 45,42 el incentivo económico promedio, adicional a la remuneración, en las empresas turísticas por temporada alta; el incentivo más alto registrado es de \$ 125 correspondiente al servicio de transporte y el incentivo más bajo es de \$ 10 correspondiente al servicio de alimentación. Se evidencia que el ingreso de los trabajadores turísticos se incrementa en temporada alta y la bonanza económica del sector también los beneficia, pues permite la distribución de los ingresos (Ulloa, 2016). El incentivo económico de temporada en el caso de transporte es alto de la misma manera que las remuneraciones de las empresas que brindan este servicio. El aumento en los ingresos, ayuda a los trabajadores ante gastos familiares próximos como son el inicio de clases en la región Sierra y la Navidad; además, permite que el excedente de dinero pueda ser ahorrado o se guarde para afrontar la temporada baja que también les afecta.

## 5.6. MEDICIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO

### 5.6.1. Curva de Lorenz

Para el cálculo de la población se ha considerado: a empleadores, trabajadores fijos, trabajadores adicionales y los dependientes económicos de todos; para el cálculo de los ingresos se ha considerado: las variaciones de temporada, remuneraciones e incentivos adicionales. En el anexo 2 se puede observar más detalladamente la metodología del cálculo empleado. Los porcentajes de población se han ordenado de los más pobres a los más ricos y se han representado en el eje horizontal; mientras que los porcentajes del ingreso disfrutado por el x% de la población se ha representado en el eje vertical (Sen, 2016).



**Figura 13** Curva de Lorenz de la zona consolidada del turismo de Tungurahua.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada, (INEC, 2016).

Se puede observar en la línea azul, perteneciente a la zona consolidada del turismo de la provincia de Tungurahua, que el 10% más pobre tiene el 1,87% de los ingresos; la mitad más pobre tiene el 23,25% de los ingresos; y el 10% más rico concentra el 36,06% de los ingresos. Es decir que la mitad más pobre tiene dos tercios de los ingresos del diez por ciento más rico; el individuo con más ingresos obtiene 222 veces más que el de menores ingresos. Aún así, esta distribución del ingreso es mucho más igualitaria que la distribución del ingreso del Ecuador. La distribución lograda por el turismo está más cerca de la igualdad perfecta o equidistribución, representada como

la bisectriz del primer cuadrante en línea roja, que la de la población en general en línea verde, cuya curva es más cóncava y está más alejada de la equidistribución.

Se puede ver gráficamente como se reparten los ingresos (Molina, Mulero, Nuedo y Pascual, 2014). Los grupos de ingresos más bajos tienen una porción del ingreso menor (Sen, 2016). En línea naranja entrecortada superpuesta sobre la línea azul, se encuentra la función generada a través de la línea de tendencia, cuya ecuación es la siguiente:  $Y = 6.4646x^5 - 12.685x^4 + 8.3257x^3 - 1.4791x^2 + 0.3085x$ ; donde “Y” es el ingreso, “X” es las personas y existe la condición de que “ $0 \leq X \leq 1$ ”. Se observa que la ecuación tiene una forma polinomial de quinto grado, y se tiene que el porcentaje de ingreso acumulado depende de la población acumulada. Visualmente se aprecia que la distribución del ingreso entre la población del sector turístico aventaja en equidad a la de la población del Ecuador.

### 5.6.2. Coeficiente de Gini

El coeficiente de Gini está estrictamente ligado a la representación mostrada a través de la curva de Lorenz; mide el grado de desigualdad en la distribución del ingreso (Fu-Lai, Wai & Kwan 2014). Muestra numéricamente el fenómeno representado gráficamente en esta curva. Cuanto más cercano es su valor a 1, significa que la concentración del ingreso y la desigualdad es mayor; y cuanto más cercano es a cero significa que la distribución del ingreso es más igualitaria, pues la curva de Lorenz estaría más próxima a la equidistribución. La fórmula utilizada es: (Nobre, 2015):

$$G = 1 - \frac{\sum q_i}{\sum p_i}$$

G: Coeficiente de Gini

q: Porcentaje de la población acumulada

p: Porcentaje del ingreso acumulado

Se ha calculado el coeficiente de Gini tanto de la zona consolidada en general, como individualmente de la ciudad de Baños y de la ciudad de Ambato, Se ha obtenido la siguiente tabla donde se pueden apreciar las diferencias de este indicador y como la influencia del turismo claramente afecta los valores del coeficiente de Gini:

**Tabla 8** Coeficientes de Gini del Ecuador y del turismo en la zona consolidada.

LUGAR	COEFICIENTE DE GINI
Ecuador	0,466
<b>Sector turístico zona consolidada de la provincia de Tungurahua</b>	<b>0,403</b>
Sector turístico Baños	0,425
Sector turístico Ambato	0,382

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

Es de 0,403 el coeficiente de Gini del Sector Turístico en la zona consolidada de la provincia de Tungurahua, valor que es mucho menor al 0,466 que es el coeficiente de Gini del Ecuador (INEC, 2016). Esto significa que, al ser menor, su valor se acerca más a cero y por lo tanto la distribución del ingreso es más igualitaria entre el conjunto de la población. Hay menos acaparamiento de los recursos por parte de los individuos que reciben más ingresos, y los individuos con menos ingresos reciben mucho más de lo que recibirían en ausencia del turismo.

En la ciudad de Baños es de 0,425; mientras que en Ambato es de 0,382. El sector turístico en Ambato tiene un coeficiente de Gini menor que en Baños debido a que hay aproximadamente el doble de empresas turísticas; sin embargo, en Baños, que tiene el 6,1% de la población que tiene Ambato (INEC, 2010), el sector turístico tiene más relevancia económica. Porque la distribución igualitaria aportada por el turismo a la comunidad se distribuirá entre un menor número de población por lo que su efecto tendrá mayor fuerza al reducir la brecha entre los individuos con menores ingresos y los que tienen mayores ingresos. Es económicamente beneficioso reducir la brecha de desigualdad para asegurar que todas las personas tengan igual oportunidad de satisfacer sus proyectos de vida independientes (Atkinson, 2016) y sus necesidades.

Se evidencia que el turismo contribuye a reducir la desigualdad; pues, su influencia sobre la comunidad donde opera, crea unas condiciones económicas que benefician a gran cantidad de individuos; tanto a los involucrados directamente como a sus familias. Además; su efecto económico en la distribución del ingreso se extiende a lo largo y ancho del destino turístico pues las atracciones del destino pueden estar en el espacio urbano y rural, ambas presentan atractivos para el turista por las diferencias y por las características naturales.

## 6. CONCLUSIONES

La actividad turística genera efectos beneficiosos, directos, parciales sobre la economía en Tungurahua. Permite la distribución del ingreso de manera más equitativa y posiciona el coeficiente de Gini del sector turístico en 0,403; es decir, por debajo del coeficiente de Ecuador en 0,063 puntos. Impide que se extiendan en el tiempo distorsiones y desequilibrios debido a que equipara las oportunidades y mejora el nivel de vida de sus habitantes. Esta distribución del ingreso genera en la provincia un bienestar económico para toda la población beneficiada, permitiéndoles satisfacer mejor sus necesidades.

Se ha identificado como beneficio económico del turismo: su potencial para generar empleo como propone (Belliggiano & De Rubertis, 2016) debido a que ofrece tanto 2031 plazas fijas, como 418 adicionales de temporada; para mejorar la distribución del ingreso y reducir la pobreza como lo indica (Thomas, 2014). Además de beneficios como generar mayores ingresos (Robin et al., 2016), y entrada de divisas por concepto de turismo (Cervini, 2002).

Como características de la actividad turística se han identificado que: Ambato tiene aproximadamente el doble de empresas turísticas comparado con Baños. El grupo más grande es el sector alimenticio con el 33% de los negocios, seguido de entretenimiento con 16% y alojamiento con 15%; los meses de mayor auge de turistas para Baños son: julio y agosto; mientras que para Ambato son: febrero y diciembre. El promedio de turistas atendidos mensualmente por empresa es de 629; el promedio de gasto turístico es de \$9, 34 dólares americanos.

Se ha determinado como principales beneficios económicos en Tungurahua a la gran cantidad de ingresos generados por este sector, que en temporada alta ascienden a un total de \$2'626.332,36 dólares mensuales, y en temporada baja son de \$997.367,87 dólares mensuales. Genera también una mejor distribución de los ingresos entre el total de la población beneficiada, con un coeficiente de Gini en Baños de 0,425 y en Ambato de 0,382. Ofrece aproximadamente 2 plazas de empleo fijo por empresa, además de

empleos de temporada, con remuneraciones promedio es de \$301,75 e incentivos adicionales de un promedio de \$45,42 dólares.

Se ha podido determinar que a medida que aumenta la cantidad de empresas turísticas se reduce el coeficiente de Gini del sector, por lo que existe una relación inversamente proporcional. En Ambato es menor la desigualdad del sector que en Baños, pero su importancia económica es inferior por la cantidad de habitantes de la capital provincial; por otro lado, en Baños su coeficiente de Gini, aunque mayor, tiene más efecto sobre la distribución equitativa del ingreso de la población en general debido a la importancia económica del sector y al reducido número de habitantes del cantón.

Adicionalmente se identificó en las empresas dedicadas a la actividad turística de la zona consolidada, que es un sector que tiene una mayor participación de la mujer empresaria con el 61% de los negocios. El Ecuador se encuentra en el cuarto lugar a nivel mundial con mayor número de empleadoras en este sector. Verificándose que se ofrece apertura para el género femenino permitiéndoles independencia económica y equiparación de oportunidades.

## **7. RECOMENDACIONES.**

El gobierno central y los gobiernos seccionales, como representantes de la administración pública deben invertir en el fomento del turismo de la provincia de Tungurahua. Promocionarla como destino turístico, para que de esta manera se mejore el nivel de vida de los habitantes, se equiparen oportunidades y se reduzca la brecha entre ricos y pobres. Permitiendo así, un progreso común del sector turístico y de la comunidad, tanto en la zona consolidada como en la zona en crecimiento.

Los centros de estudios, instituciones públicas y universidades de Tungurahua deben realizar investigaciones más a fondo sobre otros efectos de la actividad turística como: la reducción de la pobreza, y la entrada de divisas por concepto de turismo. Además, investigaciones en la zona en crecimiento, para obtener datos complementarios sobre los efectos económicos en general y los beneficios en particular, que el turismo aporta a la economía provincial.

Las empresas turísticas de la zona consolidada deben invertir en publicidad para promocionar con mayor fuerza a Tungurahua como destino turístico en los meses de temporada baja. Para que los ingresos, de naturaleza estacional, se mantengan altos; se pueden utilizar festividades como las de noviembre y enero que directamente beneficiarían a Ambato e indirectamente a Baños. También se deben promocionar las festividades del resto de la provincia.

Los centros de estudios, instituciones públicas del ámbito laboral y universidades, deben emprender investigaciones más exhaustivas sobre la generación de empleo en el sector turístico y las condiciones en que este se desarrolla. Debido a que el 54% de las empresas pagan a los trabajadores una remuneración inferior al salario básico unificado; para comprender si este fenómeno se debe a la reducida carga horaria semanal o a salarios inferiores al establecido por ley.

Los habitantes de la zona consolidada que estén en condiciones de emprender un negocio o actividad económica deben considerar como una oportunidad interesante el iniciar una actividad relacionada con el turismo. Atendiendo a las buenas condiciones

que ofrece, la igualdad que genera y los beneficios económicos que proporciona a la provincia en general. Para esto deben considerar las actividades turísticas que tienen menos competencia y desechar de las opciones las que tienen exceso de oferta.

Las mujeres emprendedoras deben iniciar empresas dedicadas a la actividad turística por las oportunidades que estas prestan al género femenino. Para que puedan desarrollar sus habilidades como administradoras de negocios y empleadoras. Ofrecer un mejor futuro a sus respectivas familias; realizarse como seres humanos a través del trabajo; y generar empleos. También contribuir al desarrollo de la provincia y superar la exclusión que muchas veces encuentran en otros sectores económicos.



## **8. BIBLIOGRAFÍA:**

- Aguilar, J. (2015). Hoteles, hoteleros y hotelería. Enfoque conceptual y experiencial. Madrid, España: Universidad de Málaga.
- Alarco, G. (2016). Distribución factorial del ingreso y regímenes de crecimiento en América Latina, 1950-2012. *Revista Internacional del Trabajo*. 135(5), 79-103. doi:10.1111/ilrs.12003
- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica, Caracas, Venezuela: Episteme.
- Arroyo, E. (2014). Apuntes de microeconomía. Valencia, España: Universidad de Valencia.
- Atkinson, A. (2016). Desigualdad ¿Qué podemos hacer? México: Fondo de Cultura Económica.
- Averis, D. (2016). SACE 1 Economics Key Ideas Textbook, Bowden, Australia: Essentials Education.
- Backx, I. (2015). Percepciones e interpretaciones sobre humanismo en el Museo del Hombre Americano. *Memorias: Revista digital de Historia y Arqueología desde el Caribe*. (27), 72-106, doi: <http://dx.doi.org/10.14482/memor.27.7535>
- Banco Interamericano de Desarrollo (2009). Crecimiento de la Actividad Turística de América Latina y el Caribe, Washington D.C. USA: BID. Recuperado de <http://www.iadb.org/es/temas/turismo/crecimiento-de-la-actividad-turistica-en-america-latina-y-el-caribe,3853.html>
- Barrón, K., Gómez, C., Camelo, J., Moreno, L., López V., Marín, M., ..., González, A. (2014). Amor y Odio: Efectos ambientales, económicos y sociales del turismo, Bloomington, USA: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Bastidas R. y Amat O. (2014). Efectos económicos de la primera aplicación de las normas contables adaptadas a las NIC 32 en las cooperativas. *Revista de contabilidad*, 17(2), 201.211, doi: 10.1016/j.rcsar.2014.07.001

- Belliggiano, A. & De Rubertis, S. (2016) El farm tourism como oportunidad de desarrollo sostenible en las regiones del sur de Italia. Pampa (Santa Fe). (13) 11-30. Recuperado de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2314-02082016000100002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2314-02082016000100002&lng=es&tlng=es)
- Bernini, C., Cracolici, M. & Nijkamp, P. (2017). Placed-Based Attributes and Spatial Expenditure Behavior in Tourism. *Journal of Regional Science*, 57(2), 218-244, doi: 10.1111/jors.12308
- Bigné, E, Font, X y Andreu, L. (2000). Marketing de destinos turísticos. Análisis y Estrategias de desarrollo. Madrid, España: ESIC.
- Blacutt, M. (2013). El Desarrollo Local Complementario, Recuperado de <http://www.edumed.net/libros-gratis/2013/1252/beneficio-normal-economico.html>
- Bote, V. (1993). La necesaria revalorización de la actividad turística española en una economía tercerizada e integrada en la CEE. *Estudios Turísticos* (118), 5-26. Recuperado de <http://estadísticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-118-1993-pag5-26-70792.pdf>
- Boukas, N. & Ziakas, V. (2013). Impacts of the Global Economic Crisis on Cyprus Tourism and Policy Responses. *International Journal of Tourism Research*, 15(4), 329-345, doi: 10.1002/jtr.1878
- Briassoulis, H. (2017). Tourism destinations as multiplicities: The view from Assemblage Thinking. *International Journal of Tourism Research*, 19(3), 304-317, doi: 10.1002/jrt.2113
- Brida, J. & Scuderi, R. (2013). Determinants of Tourist Expenditure: A Review of Microeconomic Models, *Tourism Management Perspective*, 28-40, doi: 10.1016/j.tmp.2012.10.006
- Cabanellas, G. (2006). *Diccionario Jurídico Elemental: Nueva Edición actualizada, corregida y aumentada*. Buenos Aires, Argentina: Heliasta.

- Calderón, H., González, M., Fayos, T. y Osullivan, P. (2016). Turismo y moda: factores que afectan a la duración del viaje. *Universia Business Review*, (51), 34-51. doi: 10.3232/UBR.2016.V13.N3.01
- Cardona, R. (2014). Estacionalidad Turística e sus Potenciales Impactos. *Rosa dos Ventos*. 6(3). 446-468. Recuperado de [http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/viewFile/2595/pdf\\_271](http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/viewFile/2595/pdf_271)
- Castro, M. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*, Caracas, Venezuela: Uyapal.
- Cavero, J., Corrales, H., González, Y., Lorenzo, C., Prieto, M. y Zarzoza, P. (2011). *Material Docente de Econometría*. Valladolid, España: Universidad de Valladolid.
- Centro de Escritura Javeriano (Ed.). (2013). *Normas APA*. Cali, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de <https://www.um.es/documents/378246/2964900/Normas+APA+Sexta+Edici%C3%B3n.pdf/27f8511d-95b6-4096-8d3e-f8492f61c6dc>
- Centty, D. (2010). *Manual metodológico para el investigador científico*, Arequipa, Perú: UNAS.
- Cerón, H. (2012). *Procesamiento de Información Estadística*. México D.F., México: DGESE.
- Cervini, H. (2002). El costo de oportunidad de la divisa y la evaluación social de proyectos. *Análisis Económico*, 7(), 93-127, Recuperado de <http://oai.redalyc.org/articulo.oa?id=41303504>
- Chávez, J. (2008). *Turismo y Ecoturismo, Medio Ambiente y Desarrollo*, México: Trillas.
- CODESO (s.f.) *Turismo en Ambato*, Quito Ecuador: Recuperado de <http://www.codeso.com/TurismoEcuador/TurismoAmbato01.html>
- CODESPA (2013). *Programa Rutas: La apuesta por un turismo inclusivo en Latinoamérica*. Banco de Desarrollo de América Latina.

- Consejo Nacional de Planificación (2013). Plan Nacional del Buen Vivir, Quito, Ecuador: Senplades.
- Crowther, W. (1993). Manual de Investigación-Acción para la evaluación científica en el ámbito administrativo.
- D'Alcántada, G. & Gautier, A. (2013). The Postal Sector as a Vector of Financial Inclusion. *Annals of Public Cooperative Economics*, 84(2), 119-137, doi: 10.1111/apce.12006
- De Juan, C., de Prada M., Gray, A. Marcé, P, y Nieto, E. (2008). *Temas de Turismo, Manual para la preparación del Certificado de Superior de Español del Turismo de la Cámara de Comercio de Madrid, Madrid, España: Edinumen.*
- Ecuador Turístico (2014). Turismo en Ecuador Baños de Agua Santa, Quito, Ecuador: Recuperado de <http://www.ecuador-turistico.com/2014/01/turismo-en-ecuador-banos-de-agua-santa.html>
- Ecuador Turístico (2015). Lugares Turísticos de la ciudad de Ambato, Quito, Ecuador: Recuperado de <http://www.ecuador-turistico.com/2015/02/lugares-turisticos-de-la-ciudad-de-ambato.html>
- Edgington, D. (2014). Patterns and organization of Japanese tourism in Canada: 1960-2010. *The Canadian Geographer / Le Géographe canadien*, 58(3), 355-376, doi: 10.1111/cag.12083
- Escobar, D. (2017). Pobreza por consumo o ingreso: un cambio coyuntural o estructural en la economía social de Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 3(2). 275-290, doi: 10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.2.275-290
- Espinoza A. y Sánchez J. (2013). El mercado español del bacalao en salazón: una aproximación regional desde la geografía de las convenciones. *Estudios Geográficos* 76(275), 439-467, doi: 10.3989/estgeogr.201316
- Even, W., & Macpherson, D. (2014). The Effect of the Tipped Minimum Wage on Employees in the U.S. Restaurant Industry. *Southern Economic Journal*, 80(3), 633-655, doi: 10.4284/0038-2012.283

- Fabozzi, F., Focardi, S., Rachev, S. & Arshanapalli, B. (2014). *The Basics of Financial Econometrics: Tools, Concepts, and Asset Management Applications*. John Wiley & Sons Inc.
- Fourie, J., Rossellé, J. & Santana-Gallego, M. (2015). Religion, Religious Diversity and Tourism, *Kyklos*, 68(1), 51-64, doi: 10.1111/kykl.12066
- Fu-Lai, T., Wai, K. & Kwan, D. (2014). *International Economic Development: Leading Issues and Challenges*. New York, USA: Routledge.
- Galindo, M. y Ríos, V. (2015). “Desigualdad” en Serie de Estudios Económicos. México D.F. México. México ¿Cómo vamos?
- Ganuzza, J. & Hauk, E. (2006). Allocating Ideas: Horizontal Competition in Tournaments. *Journal of Economics & Management Strategy* 15(3), 763-787.
- García-Andreu, H., Ortiz, G. & Aledo, A. (2014). Causal Maps and Indirect Influences Analysis in the Diagnosis of Second-Home Tourism Impacts. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 501-510, doi: 10.1002/jtr.2017
- Garrapa, A. (2017). Corporate Food Regime y jornaleros inmigrantes en la recolección de fresas en California. *Norteamérica*. 12(1). 233-264. doi: <http://dx.doi.org/10.20999/nam.2017.a008>
- Garrocho, C. Jiménez-López, E. Álvarez-Lobato, J. (2016). Modelando la migración Interestatal de México: cadenas de Markov estáticas versus Cadenas de Markov dinámicas con medias móviles. *Papeles de Población* 22(90), 109-144. doi: <http://dx.doi.org/10.22185/24487147.2016.90.036>
- Gascón, J. (2014). Pro-Poor Tourism as a Strategy to fight Rural Poverty: A Critique. *Journal of Agrarian Change*, 15(4), 499-518, doi: 10.1111/joac.12087
- González, M. (2002). *Fundamentos teóricos y gestión practica de las agencias de viajes*, Madrid, España. Síntesis.
- Grasso, L. (2006). *Encuestas, Elemento para su diseño y Análisis*, Córdoba: Encuentro.
- Guano, E. (2015). Touring the Hidden City: Walking tour guides in deindustrializing Genoa. *City & Society*, 27(2), 160-182, doi: 10.1111/ciso.12062

- Hall R. & Lieberman M. (2012). *Microeconomics: Principles & Applications* Mason, USA: South-Western Cengage Learning.
- Hernández, R. (2004). Impacto Económico del Turismo: el papel de las importaciones como fugas del modelo. *Información Comercial Española ICE: Revista de Economía*. (817), 23-34. Recuperado de: [http://www.revistasice.com/cache/pdf/ice\\_817\\_23-34\\_b81c35a65ad11b8d459c2d981f9a6641.pdf](http://www.revistasice.com/cache/pdf/ice_817_23-34_b81c35a65ad11b8d459c2d981f9a6641.pdf)
- Hernández, R., Fernández, C., y Babiata, P. (2006). *Metodología de la investigación*, México D.F., México: McGraw Hill.
- Hinch, T. & Higham, J. (2001). Sport tourism: a framework for research. *International Journal of Tourism Research*, 3(1), 45-58, doi: 10.1002/1522-1970(200101/02)3:45::AID-JTR243>3.0.CO:2-A
- Horng, J. & Tsai, Ch. (2012). Culinary tourism strategic development: an Asia-Pacific perspective. *International Journal of Tourism*, 14(1), 40-55, doi: 10.1002/jtr.834
- Huerta, A. (2012). Los problemas económicos y su impacto en la seguridad nacional. *Economía Informa*, 376(1), 3-15.
- Hunziker, W. & Krapf K. (1942). *Outline of the general teaching of tourism*. Zurich: Polygraphischer Verlag.
- Hutchins, F. (2007). Footprints in the Forest: Ecotourism and Altered Meanings in Ecuador's Upper Amazon. *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, 12(1), 75-103, doi: 10.1525/jlca.2007.12.1.75
- Instituto de Estudios Turísticos (2009). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Madrid, España: Gobierno de España.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda. Fascículo Provincial de Tungurahua*. Recuperado de <http://www.eduacorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). Censo Nacional Económico, Quito, Ecuador, INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2012). Análisis Sectorial: Actividades Turísticas mantienen un crecimiento firme en todo el mundo, Infoeconomía, Quito, Ecuador, INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014). Metodología de pobreza y extrema pobreza por ingresos. Quito. Ecuador: INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015). Indicadores Laborales Marzo 2015. Quito, Ecuador: INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015). Metodología de construcción del agregado del consumo y estimación de línea de pobreza en el Ecuador, Quito, Ecuador: INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2016) Encuesta nacional de Desempleo y subempleo. Indicadores de Pobreza y Desigualdad diciembre 2016. Quito, Ecuador. INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía, (2012). Procesamiento de la Información. México: INEGI.
- Johnson, R. & Kubby, P (2012). Estadística Elemental, México: Cengage Learning.
- Khaksari A., Lee, T. & Lee, Ch. (2014). Religious Perceptions and Hegemony on Tourism Development: the Case of the Islamic Republic of Iran. *International Journal of Tourism Research* 16(1), 97-103, doi: 10.1002/jtr.1917
- Kimbu, A. (2011). The Challenges of Marketing Tourism Destinations in the Central African Subregion: the Cameroon Example. *International Journal of Tourism Research*, 13(4), 324-336, doi: 10.1002/jtr.853
- Kruger M. & Saayman M. (2014). The Determinants of visitor Length of Stay at the Kruger National Park. *Keodoe*, 56(2) p. 11.
- La Hora (2012). Ambato se benefició en este feriado, Noticias Tungurahua, Ambato, Ecuador: La Hora. Recuperado de

[http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101311476/-1/Ambato\\_se\\_benefici%C3%B3\\_en\\_este\\_feriado-html#.WRQGR\\_k1\\_IV](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101311476/-1/Ambato_se_benefici%C3%B3_en_este_feriado-html#.WRQGR_k1_IV)

- Larios, N. (2014). Proyecto de seguimiento a los cursos, Sonora, México: UNISON.
- Liberati, P. (2015). The Distribution of Income and its Inequality, 1970-2009. *Review of Income and Wealth*, 61(2), 248-273, doi: 10.1111/roiw.12088
- Lin, S. (2017). Identifying the Critical Success Factors and an Optimal Solution for Mobile Technology Adoption in Travel Agencies. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 127-144, doi: 10.1002/jtr.2092
- Lloret, M. et al. (2014). El Turismo y su incidencia en el desarrollo local de Villa Clara, Cuba, Villa Clara, Cuba: Universidad Central Marta Abreu de las Villas.
- Lubrano, M. (2016). The econometrics of inequality and poverty: Lorenz curves, the Gini Coefficient and parametric distributions. Marsella, Francia: GREQAM.
- Marrero, R., Rodríguez, P. & Ramos J. (2016). La flexibilidad laboral en el sector turístico: Un análisis a partir de las ofertas de empleo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(2) 143-163. Recuperado de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid\\_S1851-17322016000200003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid_S1851-17322016000200003&lng=es&tlng=es)
- Martí, J., Melo, D. y Diéz, D. (2016). El desarrollo regional como responsabilidad social de la universidad. Caso del ecoturismo en la provincia de Tungurahua. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 7(1), 96-113, recuperado de <https://dialnet.uniroja.es/servlet/articulo?codigo=5454151>
- Martínez, J. (2001). Los mercados de factores en la Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes, recuperado de <http://www.eumed.net/coursecon/7/index.htm>
- McConnell, C. (2016). *Just the facts 101: Economics, Principles, Problems, and Policies*, s.l., Content Technologies Inc.
- McEnaney, L. & Shannon, J. (2014). Museum Anthropology: Conversations in the Field. *Museum Anthropology*, 37(2), 87-101, doi: 10.1111/muan.12055
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2016). *Ingreso de Divisas por Turismo*. Lima, Perú: MINCETUR. Recuperado de: <http://www.mincetur.gob.pe/wp->



content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/INGRESO\_DE\_DIVISA  
S\_MINCETUR\_BCRP.pdf

Ministerio de Trabajo (2016). Acuerdo Ministerial No. MDT-2016 0300, Quito, Ecuador: Registro Oficial.

Ministerio de Turismo (2012). La experiencia Turística del Ecuador. Cifras Esenciales de Turismo Interno y Receptor. Recuperado de: <http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2014/02/La-Experiencia-Turistica-del-Ecuador.pdf>

Ministerio de Turismo (2013). La actividad turística de Baños de Agua Santa se desarrolla con normalidad, Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/disminuye-actividad-eruptiva-del-volcan-fungurahua/>

Ministerio de Turismo (2014). 21 de Febrero, día internacional del Guía de Turismo. Quito, Ecuador. Ministerio de Turismo. Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/21-de-febrero-dia-internacional-del-guia-de-turismo/>

Ministerio de Turismo (2014). Principales Indicadores de Turismo, Quito Ecuador: Coordinación General de Estadísticas e Investigación.

Ministerio de Turismo (2015). Boletín Trimestral: Información relevante de Turismo en El Ecuador I Trimestre del año 2015. Quito, Ecuador: Coordinación General de Estadística e Investigación.

Ministerio de Turismo (2015). Ecuador Potencia Turística. Quito, Ecuador. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portafolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/servicios-turisticos/247>

Ministerio de Turismo (2015). Nacionalidades Shuar y Waorani impulsan en Orellana el turismo cultural ancestral, Quito, Gobierno Nacional de la República del Ecuador, Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/nacionalidades-shuar-y-waorani-impulsan-en-orellana-el-turismo-cultural-y-ancestral>.

- Ministerio de Turismo (2016). Ambato, destino turístico con excelentes descuentos. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/ambato-destino-turistico-con-excelentes-descuentos/>
- Molina, M., Mulero, J., Nuedo, M. y Pascual, A. (2014). Estadística Aplicada a las Ciencias Sociales, Alicante, España: Universidad de Alicante.
- Montalvo D. (2014). Cinco casas patrimoniales se volvieron museos en Ambato. El Comercio. Recuperado de: <http://www.elcomercio.com/tendencias/Ambato-casaspatrimoniales-museos.html>
- Moreno, F. Zumaya, M y Ballesteros, A. (2015). El transporte motorizado como presión al bienestar en ciudades en expansión. Revista de Salud Pública. 17(2), 242-253. doi: 10.15446/rsap.v17n2.44511
- Muchapondwa, E. & Stage, J. (2013). The economic impacts of tourism in Botswana, Namibia and South Africa: Is poverty subsiding? Natural Resources Forum, 37(2), 80-89, doi:10.1111/1477-8947.12007
- Muñoz F. (2003). El turismo explicado con claridad, LibrosenRed.
- Muñoz, F. (2017). ¿Es el conocimiento del turismo una ciencia? Y si no lo es, ¿puede serlo? Turismo y Sociedad, 20, 27-48. doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n20.02>
- Nikaido, H. (2016). Mathematics in Science and Engineering: Convex Structures and Economic Theory, Osaka, Japan: Academic Press.
- Noboa B. (2008). Reglamento General de Actividades Turísticas, Quito, Ecuador: Registro Oficial.
- Nobre, V. (2015). Estadística Descritiva: Instrumento de decisão. s.l., Chambel Multimedia.
- Office of the Registrar of Indigenous Corporation (2016). Related party financial benefits. Australian: Commonwealth Australia.
- Olague, J. (2016). Efecto Determinante de la motivación de viaje sobre la imagen de destino en turistas de ocio a un destino urbano: el caso de Monterrey, México.

- Una aproximación por medio de mínimos cuadrados parciales (PLS). *Turismo y Sociedad*. 18, 61-77. doi: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n.18.04>:
- Organización de las Naciones Unidas (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics*. Economic & Social Affairs, New York, USA: United Nations Publications.
- Organización de las Naciones Unidas (2013). *Sustainable tourism: Contribution to economic growth and sustainable development*, Expert Meeting of Tourism's Contribution to Sustainable Development, Genova, UNCTAD.
- Organización Internacional del Trabajo (2011). *Hacia una Recuperación Sostenible: por una política de crecimiento basada en los salarios*. Boletín Internacional de Investigación Sindical 3(2). Ginebra.
- Organización Mundial del Turismo (1995). *Collection of Tourism Expenditure Statistics*. Technical Manual N°2, Madrid, Spain: UNWTO.
- Organización Mundial del Turismo (2007). *Entender el Turismo: Glosario Básico*. Madrid, España: UNWTO. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo (2010). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010*. Recuperado de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414789>
- Organización Mundial del Turismo (2010). *Recomendaciones Internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Naciones Unidas. Recuperado de [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm\\_83revis.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83revis.pdf)
- Organización Mundial del Turismo (2011). *Reporte anual*, Madrid, España, UNWTO.
- Pacheco, E. (2011) *Guía didáctica de Investigación Jurídica*. Loja, Ecuador: UTPL.
- Paci, R. & Marrocu, E. (2014). *Tourism and regional growth in Europe*. *Papers in Regional Science*, 93(S1), 525-550, doi: 10.1111/pirs.12085
- Pastor, M. (2003). *El patrimonio cultural como opción turística*. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 97-115, doi: 10.1590/s0104-71832003000200006

- Pearce, D. (2015). Destinations: Tourists' Perspectives from New Zealand. *International Journal of Tourism Research*, 17(1), 4-12, doi: 10.1002/jtr.1955
- Perdomo J., y Arzuza M. (2015). Beneficio económico de Transmetro sobre la reducción de la accidentalidad vial en el área metropolitana de Barranquilla, Colombia, *Lecturas de Economía*, 82, 219-245
- Pérez, J. y Merino, M. (2013) Definición de Producto Interno Bruto, Definición de recuperado de <http://definicion.de/producto-interno-bruto>
- Pérez-Carballo, J. (2015). *La gestión financiera de la empresa*, Madrid, España: ESIC.
- Pitkanen, K., Adamiak, C. & Halseth, G. (2014). Leisure Activities and Rural Community Change: Valuation and Use of Rural Space among Permanent Residents and Second Home Owners. *Sociología Ruralis*, 54(2), 143-166, doi:10.1111/soru.12023
- Portal, B., Espinoza, J. Y Carreño, M. (2014). Impacto de la demanda de un turismo social en la sustentabilidad de la actividad en el balneario de El Quisco, Provincia de San Antonio – Chile. *Investigaciones Geográficas*. (83), 102-115. doi: <https://dx.doi.org/10.14350/rig.34429>
- PROECUADOR (2013). *Análisis del Sector Artesanías. Inteligencia comercial e inversiones*. Quito, Ecuador: Ministerio de Comercio Exterior.
- Pulido Fernández J. & Sánchez Rivero M., (2010). Attitudes of the Cultural Tourist: A Latent Segmentation Approach. *Journal of Cultural Economics*, 34(2), 111-129.
- Pulido J., Cárdenas P. & Carrillo I., (2015). Trip Cultural Activities and Tourist Expenditure in Emerging Urban-cultural Destinations. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 286-296, doi: 10.1002/jtr.2074
- Qu, Ying. Qu, Hailin (2015) Nonutilitarian Tourism Destination Positioning: A Case Study in China. *International Journal of Tourism Research*, 17(4), 388-398, doi: 10.1002/jtr.2005

- Queiroz A. (2017). Planejamento e metropolização do lazer marítimo em Fortaleza-Ceará, Nordeste do Brasil. *EURE*, 43(128), doi: 10.4067/S0250-71612017000100007
- Ramallo, E. (2015). El Guía Turístico Diferencias y Similitudes entre Comunidades Autónomas. *Cuadernos de Turismo*, (35), 499-510. doi: 10.6018/turismo.35.221681
- Ramírez, C. (2003). *Gestión administrativa para empresas turísticas*. México: Trillas.
- Real Academia Española (2014). *Diccionario de la Lengua Española*, Madrid, Espasa Calpe.
- Richards, G. (2016). El turismo y la ciudad: ¿hacia nuevos modelos? *CIDOB. D' Afers Internacionals*. 113. 71-87.
- Rivas, J. y Magadán, M. (2012). *Estructura económica y política turística*, s.l., Septem.
- Robin, C., Valencia, J., Muñoz, G., Astroga, P & Martínez D. (2016). Attitude and behavior on hotel choice in fuction of the perception of sustainable practices. *Tourism & Managements Studies*, 12(1) 60-66 doi: 10.18089/tms-2016.12106
- Robles, E. (2015). Perfil de la Empresaria de Microempresas en Puerto Rico. *Revista Internacional de Administración & Finanzas*. 8(6). 95-106.
- Rodríguez, C. (2009). *Diccionario de Economía: Etimológico, conceptual y procedimental*. Mendoza, Argentina: s.p.i.
- Rodríguez, M. (2010). *Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la Etnia Aborigen Warao en el Estado Delta Amacuro, Venezuela (tesis de maestría)*. Colegio Universitario de Caracas y Universidad de la Habana, Caracas, Venezuela.
- Rodríguez, M., Romero, J. e Hidalgo, A. (2015). Los exiliados Económicos, la nueva emigración española a Ecuador (2008-2015). *OBETS Revista de Ciencias Sociales*. 10(2). 397-435. doi: 10.14198/OBETS2015.10.2.05
- Saayman A. & Cortés-Jiménez, I. (2013). Modelling Intercontinental Tourism Consumption in South Africa: A Systems-of-Equations Approach. *South African Journal of Economics*, 81(4), 538-560, doi: 10.1111/saje.12018

- Salazar, D. (2016). Comportamiento del sector de alimentos y bebidas y los elementos del marketing mix en la ciudad de Quito. *Turismo y Sociedad*, 19, 177-191. doi: <http://dx.doi.org/10.18601/0107555.n19.10>
- Sales, F., do Nascimento, E., da Silva, S. y de Farías, S. (2017). El efecto sobre la intención del consumidor al presentar los precios de los paquetes turísticos en los anuncios publicitarios. *Estudios y Perspectivas del Turismo*. 26(1). 150-169.
- Sánchez P., Díaz R. & Cruz M. (2015). Stakeholder Influence on the Implementation of Environmental Management Practices in the Hotel Industry. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 387-398, doi: 10.1002/jtr.2056
- Santos, E., Valentini, A., Scherer, L., Thomé-Ortiz, H., y Spindler, M., (2014). El papel del turismo en el espacio rural de São José dos Ausentes, BRASIL, *El Periplo Sustentable*, 27, 21-53.
- Scheyvens, R. (2011). The challenge of sustainable tourism development in the Maldives: Understanding the social and political dimension of sustainability. *Asia Pacific Viewpoint*, 52(2), 148-164 doi: 10.1111/j.1467-8373.2011.01447.x
- Schiller, B. (2017). *Essentials of Economics*, Content Technologies Inc.
- Scott, D., Gössling, S. & Hall, M. (2012). International tourism and climate change. *WIREs Clim Change*, 3(3), 213-232, doi: 10.1002/wcc.165
- Sen, A. (2016). *La desigualdad Económica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- SERNATUR (2008). *Glosario de términos técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile (Versión 1)*, Santiago, Chile: Departamento de Planificación.
- St. Louis, R., Grosberg, M., Benchwick, G. y Waterson L. (2016). *Ecuador y las islas Galápagos 6*. España: Grupo Planeta.
- Su, M & Wall G (2014). Community Participation in Tourism at World Heritage Site: Mutianyu Great Wall, Beijing China. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 146-156, doi: 10.1002/JRT.1909

- Suzuki, J. (2013). Land use regulations as a barrier to entry: Evidence from the Texas lodging Industry. *International Economic Review*, 54(2), 495-523, doi: 10.1111/iere.12004
- Tang, Ch., Zhong, L., Fan, W. & Cheng, S. (2015). Energy consumption and carbon emission for tourism transport in World Heritage Sites: a case of the Wulingyuan area in China. *Natural Resources Forum*, 39(2), 134-150, doi: 10.1111/1477-8947.12067
- Thomas, F. (2014). Addressing the measurement of tourism in terms of poverty reduction: Tourism Value Chain Analysis in Lao PDR and Mali. *International Journal of Tourism Research*, 16(4), 368-376, doi: 10.1002/jtr.1930
- Tsaur, S., Yen, Ch. & Hsiao, S (2013). Transcendent Experience, Flow and Happiness for Mountain Climbers. *International Journal of Tourism Research*, 15(4), 360-374, doi: 10.1002/jtr.1881
- Ulloa, C. (2016). Emergencia de populismo y ruptura de acuerdos políticos. *Revista de Estudios Sociales*. 56. 39-50. doi: <http://dx.doi.org/10.7440/res56.2016.03>
- University of San Francisco (s.f.). Cultural Centers. Community, Empowerment, Intersectionality, Growth, Solidarity, San Francisco, CA, USA: USFCA, Recuperado de <https://www.usfca.edu/student-life/student-activities/cultural-centers>
- Valdés, L., Aza, R. y Baños, J. (2010). Impacto económico del turismo en una región: el caso de Asturias. *Cuadernos de Economía*, 33(91). 183-208. Recuperado de: [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/9089/47909\\_7.pdf](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/9089/47909_7.pdf)
- Valdés, L., Valle, E. y Sustacha, I. (2011). El conocimiento del Turismo en el Ámbito Regional. *Cuadernos de Turismo*, (27) 931-952.
- Varjú, V., Suvák, A. & Dombi, P. (2014). Geographic Information System in the Service of Alternative Tourism – Methods with Landscape Evaluation and Target Group Preference Weighting, 16(5), 496-512, doi: 10.1002/jtr.1943

- Velásquez, P. (2011). Fomento turístico provincial: diagnóstico competencial, experiencias exitosas y propuesta de fortalecimiento institucional. Quito, Ecuador: CONCOPE.
- Verdoy, P., Beltrán, M. y Peris, M. (2015). Problemas resueltos de Estadística Aplicada a las Ciencias Sociales. Castello de la Plana, España: Universitat Jaume. doi:10.6035/sapientia100
- Villamil G. (s.f.). Políticas Públicas para el Turismo Comunitario en el Ecuador: Caso de la comunidad kichwa Añangú. Patrimonio Cultural y Turismo; Cuadernos, 19, 94-100.
- Wang, S., Yamada, N. & Brothers, L. (2011). A Case Study: Discussion of Factors and Challenges for Urban Cultural Tourism Development. *International Journal of Tourism Research*, 13(6), 553-569, doi: 10.1002/jtr.826
- Winchester, L. (2008). La dimensión económica de la pobreza y precariedad urbana en las ciudades latinoamericanas. Implicaciones para las políticas del hábitat. *EURE (Santiago)*. 34(103), 27-47. doi: 10.4067/s0250-71612008000300002
- Winters, P., Corral, L. & Moreda, A. (2013) Assessing the Role of Tourism in Poverty Alleviation: A Research Agenda. *Development Policy Review*, 31(2), 177-202, doi: 10.1111/dpr.12002
- Xosé A., López A. & Gómez B. (2006). Tourism and Quality Agro-Food Products: An Oportunity for the Spanish Countryside. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 82(2), 166-177, doi: 10.1111/j.1467-9663.2006.00510.x
- Yuan, Y., Gretzel, U. & Tseng, Y. (2015). Revealing the Nature of Contemporary Tourism Research: Extracting Common Subject Areas through Bibliographic Coupling. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 417-431, doi: 10.1002/jtr.2004
- Zarzar, C. (2015). *Métodos y Pensamiento Crítico 1*, México: Grupo Editorial Patria.
- Zheng, B., & Zhang, Y. (2011). Household Expenditures for Leisure Tourism in the USA, 1996 and 2006, *International Journal of Tourism Research*, 15(2), 197-208, doi: 10.1002/jtr.880



Zou, T., Huang, S. & Ding, P. (2014). Toward A Community-driven Development Model of Rural Tourism: the Chinese Experience. *International Tourism Research*, 16(3), 261-271, doi:10.1002/jtr.1925

## 9. ANEXOS

### ANEXO 1 ENCUESTA APLICADA



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA SOBRE “LA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA ZONA CONSOLIDADA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

No.: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Dirigido a: Empresas de Baños y Ambato dedicadas a actividades turísticas.

Género: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

#### OBJETIVO:

Medir el beneficio económico “distribución del ingreso” de la actividad turística en la zona consolidada de la provincia de Tungurahua.

#### INSTRUCCIONES:

1. Lea cuidadosamente las preguntas
2. Conteste marcando con una “X” dentro del paréntesis de la opción elegida, en el caso de preguntas que tienen opciones de respuesta; y llene con el valor numérico correspondiente en las preguntas abiertas.

#### CUESTIONARIO:

1. ¿Dónde se encuentra localizada su empresa?

a. Baños ( )

b. Ambato ( )

**2. ¿Cuál es la actividad turística principal que ejerce su empresa?**

- |                        |     |                     |     |
|------------------------|-----|---------------------|-----|
| a. Alojamiento         | ( ) | g. Artesanías       | ( ) |
| b. Alimentación        | ( ) | h. Autóctonas       | ( ) |
| c. Transporte          | ( ) | i. Guías de turismo | ( ) |
| d. Alquiler de equipos | ( ) | j. Deportivos       | ( ) |
| e. Agencias de viajes  | ( ) | k. Culturales       | ( ) |
| f. Operador turístico  | ( ) | l. Entretenimiento  | ( ) |

**3. ¿Aproximadamente cuantos turistas atiende semanalmente?**

Anote su respuesta aquí: \_\_\_\_\_

**4. ¿En promedio cuánto gasta cada turista en su negocio?**

Anote su respuesta aquí: \_\_\_\_\_

**5. ¿En qué meses considera usted “temporada alta”?**

- |            |     |               |     |
|------------|-----|---------------|-----|
| a. Enero   | ( ) | g. Julio      | ( ) |
| b. Febrero | ( ) | h. Agosto     | ( ) |
| c. Marzo   | ( ) | i. Septiembre | ( ) |
| d. Abril   | ( ) | j. Octubre    | ( ) |
| e. Mayo    | ( ) | k. Noviembre  | ( ) |
| f. Junio   | ( ) | l. Diciembre  | ( ) |

**6. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted en su hogar? (Incluido usted)**

Anote su respuesta aquí: \_\_\_\_\_

**7. ¿Con cuántos trabajadores cuenta en su empresa? (Aparte de usted)**

Anote su respuesta aquí: \_\_\_\_\_

**8. ¿Contrata “trabajadores adicionales” para atender el aumento de demanda de servicios y productos turísticos en “temporada baja”?**

- |       |     |
|-------|-----|
| a. Si | ( ) |
| b. No | ( ) |

9. Contestar solo en caso de que se haya respondido “Si” a la pregunta (8).

**¿A cuántos trabajadores adicionales contrata?**

Anote su respuesta aquí: \_\_\_\_\_

10. **¿A cuánto ascienden sus ingresos mensuales provenientes de la actividad turística en “Temporada alta”?**

Anote su respuesta aquí: \_\_\_\_\_

11. **¿A cuánto ascienden sus ingresos mensuales provenientes de la actividad turística en “Temporada Baja”?**

Anote su respuesta aquí: \_\_\_\_\_

12. **¿Cuál es la remuneración promedio de sus trabajadores?**

Anote su respuesta aquí: \_\_\_\_\_

13. **¿Reciben sus trabajadores algún incentivo económico adicional en “temporada alta”?**

a. Si ( )

b. No ( )

14. Contestar solo en caso de que se haya respondido “Si” a la pregunta (13).

**¿A cuánto ascienden los incentivos económicos adicionales para los trabajadores en “temporada alta”?**

Anote aquí su respuesta: \_\_\_\_\_

*¡¡¡Gracias por su colaboración!!!*

**ANEXO 2 EJEMPLO Y EXPLICACIÓN DE TABLA PARA EL CÁLCULO DEL COEFICIENTE DE GINI.**

**Tabla 9** Tabla de ingresos y población para el cálculo del coeficiente de Gini.

Población	Población acumulada	Ingresos	Ingreso anual per-cápita del hogar	Ingresos acumulados	P	Q	Diferencia
...	...	...	...	...	...	...	...
4	38	\$ 1,937.50	\$ 484.38	\$ 13,160.63	0.031	0.004	0.028
4	42	\$ 1,975.00	\$ 493.75	\$ 15,135.63	0.034	0.004	0.030
3	45	\$ 1,506.25	\$ 502.08	\$ 16,641.88	0.037	0.005	0.032
2	47	\$ 1,059.38	\$ 529.69	\$ 17,701.25	0.039	0.005	0.034
2	49	\$ 1,080.00	\$ 540.00	\$ 18,781.25	0.040	0.005	0.035
5	54	\$ 2,709.38	\$ 541.88	\$ 21,490.63	0.044	0.006	0.039
1	55	\$ 577.90	\$ 577.90	\$ 22,068.53	0.045	0.006	0.039
5	60	\$ 2,935.94	\$ 587.19	\$ 25,004.46	0.049	0.007	0.043
2	62	\$ 1,200.00	\$ 600.00	\$ 26,204.46	0.051	0.007	0.044
2	64	\$ 1,200.00	\$ 600.00	\$ 27,404.46	0.053	0.007	0.045
4	68	\$ 2,400.00	\$ 600.00	\$ 29,804.46	0.056	0.008	0.048
2	70	\$ 1,200.00	\$ 600.00	\$ 31,004.46	0.058	0.008	0.049
3	73	\$ 1,812.50	\$ 604.17	\$ 32,816.96	0.060	0.009	0.051
6	79	\$ 3,968.75	\$ 661.46	\$ 36,785.71	0.065	0.010	0.055
4	83	\$ 2,750.00	\$ 687.50	\$ 39,535.71	0.068	0.011	0.058
...	...	...	...	...	...	...	...

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Encuesta aplicada.

**Tabla 10** Explicación de la tabla para el cálculo del coeficiente de Gini.

<b>Nombre en la columna</b>	<b>Origen de datos</b>	<b>Utilidad</b>
p	Pregunta 6 de la encuesta (empleadores); pregunta 7, pregunta 9 e INEC (2010) información sobre dependientes económicos (trabajadores).	Permite obtener la población de cada observación.
Población acumulada	Frecuencia acumulada de la población.	Permite obtener el total de la población ordenada según el ingreso per cápita.
Ingresos	Pregunta 5, 10 y 11 de la encuesta (empleadores); pregunta 5, 12, 14, (trabajadores).	Permite obtener los ingresos de la población beneficiada.
Ingreso per cápita hogar	Se dividió los ingresos de cada hogar observado, sobre la población de cada hogar (perceptor + dependientes).	Permite ordenar de más pobres a más ricos.
Ingresos acumulados	Frecuencia acumulada de los ingresos.	Permite obtener el total del ingreso ordenado según el ingreso per cápita.
P	Porcentaje de la población acumulada.	Permite dibujar los valores del eje “X” en la curva de Lorenz y el coeficiente de Gini.
Q	Porcentaje del ingreso acumulado.	Permite dibujar los valores del eje “Y” en la curva de Lorenz y el coeficiente de Gini.
Diferencia	$P - Q$ .	Permite comprobar el cálculo del coeficiente de Gini.

**Elaborado por:** Fabián Bayas.

**Fuente:** Cálculo de resultados de encuesta aplicada.