

DIEGO FABRICIO BRAZALES HERRERA
Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE)
dfbrazales@espe.edu.ec

MAYRA FERNANDA QUIÑÓNEZ BEDÓN
Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE)
mfquinonez@espe.edu.ec

JUAN GABRIEL TAPIA PAZMIÑO
Universidad de las Fuerzas Armadas (ESPE)
jgtapia3@espe.edu.ec

Recibido: 09/01/2018

Aproado: 12/06/2018

Resumen

Conociendo las experiencias de los distintos países, se puede notar que el éxito del desarrollo turístico de un territorio depende en gran medida, de cómo se maneja esta industria a nivel estatal, de igual manera, de cómo instituciones privadas relacionadas directas e indirectamente con el turismo apoyan a este sector. De ahí la importancia de que cualquier gobierno debe invertir importantes recursos para los estudios de sus territorios, con el fin de evaluar el potencial turístico. Por consiguiente, la presente investigación hace referencia a la problemática de generar datos estadísticos reales y confiables de la actividad turística en un país, demostrando así la necesidad de desarrollar una herramienta de gestión del turismo. La metodología elaborada permite tener la presencia de indicadores de recopilación y procesamiento de datos sobre el turismo, con el uso de tecnologías de información y comunicación (descriptiva exploratoria). En este sentido, la novedad de la investigación se expresó en la mejora continua de lo que se trata en sí el concepto de observatorio turístico, se elaboraron y sistematizaron los indicadores agrupados en 5 ejes: demanda, oferta, destinos turísticos, eficiencia laboral y sostenibilidad que definen la estructura de la base de datos del mismo.

Palabras clave: observatorio, indicadores, sostenibilidad, desarrollo, gestión.

PROPOSAL OF INDICATORS FOR A TOURISM OBSERVATORY FOCUSED ON THE PROVINCES OF SOME AREAS OF ECUADOR

Abstract

Knowing the experiences of the different countries, it can be noted that the success of the tourist development of a territory depends at most, how this industry is managed at state level, in the same way, how private institutions related directly and indirectly with the tourism support to this sector. These data indicate that the importance that any government has to invest significant resources to study their territories to evaluate the tourism potential. Consequently, the present research refers to the problem of generating real reliable statistical data of the tourism activity in a country, demonstrating the need to develop a tool for tourism management. The methodology developed allows having the presence of indicators of compilation and processing of data on tourism, with the use of information and communication technologies (descriptive exploratory). In this sense, the novelty of the research is expressed in the continuous improvement of what is in itself the concept of a tourism observatory, elaborated and systematized the indicators that are grouped into 5 axes: demand, supply, tourist destinations, labor efficiency and sustainability that define the structure of the database of the same.

Key words: observatory, indicators, sustainable, development, management.

Introducción

El desarrollo del turismo proporciona la capacidad, a muchos países del mundo, de generar capital y recursos financieros para el presupuesto general del estado, por consiguiente mejoran los ingresos monetarios en los sectores estratégicos del país gracias al efecto multiplicador del turismo, que en conjunto con políticas públicas y programas de desarrollo sostenibles promueven el crecimiento de negocios turísticos, creación y potencialización de centros turísticos, la mejora de la infraestructura de los destinos turísticos al igual que el nivel de vida de los pobladores. En virtud de las afirmaciones anteriores, el estado debe ser quién regule la actividad turística en un país de una manera prioritaria, vinculando el concepto de gestión sostenible del mismo, que desde una visión estratégica dependerá el éxito o fracaso del desarrollo de su actividad turística.

En relación con lo antes mencionado, se puede expresar que en el mundo existen varios modelos de gestión del turismo, desde modelos con entes reguladores independientes (con autonomía, descentralizados o mixtos) hasta modelos de gestión nacional directamente subordinados al gobierno. Por otro lado, en algunos países la gestión de las actividades turísticas es dirigida solo por el Estado, en cambio en otros, el Estado no tiene ninguna influencia en la administración del turismo en su territorio.

La diversidad de estos modelos se explica en la complejidad de las condiciones socio-económicas y políticas de desarrollo de los estados, del grado de importancia del turismo en la economía del país, generación de empleo e ingresos monetarios al PIB nacional, del nivel de relaciones internacionales con mercados emisores/receptores turísticos potenciales.

Cabe señalar que para el cumplimiento de sus funciones, la estructura estatal, en materia de turismo debe establecer relaciones con los ministerios de economía, finanzas, comercio, cultura, educación, agricultura, transporte, entre otros. No obstante, es muy difícil llegar a un compromiso entre la organización eficaz de la coordinación interinstitucional y el nivel necesario de descentralización de los mismos.

Como complemento, Galasjuk (2010), define que en la práctica internacional existen 4 clases de modelos regulatorios gubernamentales de la actividad turística, las mismas que se determinan de acuerdo al grado de intervención del Estado en el sector turístico, los cuales se explican de la siguiente manera:

- Primer modelo: se le conoce como latinoamericano, por ser el más usado en dicho continente, el mismo que propone la presencia de un ministerio como ente regulatorio con un gran control sobre el turismo.
- Segundo modelo: supone la existencia de un ministerio, que además de administrar la actividad turística dentro de su país, lleva a cabo una gestión de otras actividades de la matriz productiva.
- Tercer modelo (europeo): se caracteriza por la creación de una entidad autónoma y especializada en turismo, denominada Administración Turística Nacional, por la razón de que el turismo es el mayor generador de ingresos de estos países. El estado interfiere en la gestión del sector turístico en un muy poco porcentaje.
- Cuarto modelo: resume la carencia de un órgano central de regulación turística, por diferentes motivos y factores, tales como desinterés del gobierno en el desarrollo del turismo en el país, inesta-

bilidad política, insuficiente nivel de desarrollo económico, etc.

- Sobre las bases de las ideas expuestas se evidencia que la República de Ecuador forma parte del primer modelo regulatorio gubernamental de la actividad turística, debido a que el turismo en el país juega un papel crucial, ya que sin duda se ha convertido en la tercera fuente de ingresos no petroleros del PIB del país (cediendo a la industria petrolera, la exportación de banano y camarones), lo que implica una importante incidencia en los ámbitos de desarrollo económico, social y cultural.
- Por lo tanto, para garantizar el crecimiento sostenible del sector turístico en Ecuador, específicamente en la Zona 3, que comprenden las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza, el Estado, encabezado por la administración de la Agenda Zonal 3, debe desarrollar estrategias, métodos, instrumentos de investigación, análisis, y control de la actividad turística en conjunto con instituciones u órganos privados que están relacionadas directa e indirectamente con el turismo para el desarrollo de dicho sector.
- Hasta la presente, la administración de la Zona 3 del Ecuador no cuenta con una metodología o instrumento adecuado, ni tampoco con una base de indicadores que abarquen de manera global y completa el análisis del sector turístico. Si bien es cierto, la información estadística de la actividad turística de la zona y la gestión de la misma se basa en métodos y herramientas, tales como el barómetro turístico y cuenta con satélite nacionales, que

no son muy efectivos a la hora de conocer la incidencia del sector o el perfil del turista y otros parámetros que podrían traer gran beneficio al sector. La toma de decisiones para el desarrollo del sector turístico ha sido siempre de forma empírica y se basa en la experiencia de otros modelos de gestión exitosos en varias regiones del mundo, pero que no pueden ser aplicadas a la nuestra.

La problemática parte o hace referencia a la carencia de datos estadísticos reales y confiables de la actividad turística en la Zona 3, la misma que se puede expresar en forma de las siguientes inquietudes:

- ¿Cuál es el aporte real del PIB turismo de la zona 3 al PIB nacional?
- ¿Cómo afecta el turismo interno al turismo receptor?
- ¿Cómo se distribuye cada dólar gastado por los turistas?
- ¿Cuál provincia, cantón, ciudad de la Zona 3 contribuye de manera importante en el PIB turismo?
- ¿Cuáles atractivos son prioritarios para ser reconstruidos, mejorados o potencializados?
- ¿Existe el personal calificado trabajando de acuerdo con sus competencias laborales en el sector turístico?
- ¿En cuál sector, cantón, ciudad es más rentable el turismo para su comercialización y potencialización?

Sobre la base de las ideas expuestas, la hipótesis de la investigación considera que el éxito de un desarrollo sostenible del turismo de la Zona 3 del Ecuador es posible, siempre y cuando se genere y aplique un observatorio turístico, el cual garantiza una eficiencia

máxima de gestión del turismo, por medio del acceso a nueva información real y verídica del mismo, para la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico.

En el mundo existen diversos modelos de observatorios turísticos nacionales, así como regionales y locales. Se identificaron 126 observatorios en todo el mundo, pero solo son 18 registrados oficialmente en la UNWTO (siglas oficiales de la Organización Mundial del Turismo) desde el 2004, los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

- 8 en China: Yangshuo, Huangshang Xidi Hongcun, Xishuangbanna, Changshu, Henan, Kanas, Chengdu, Zhangjiajie.
- 1 en Nueva Zelanda: Waikato Region.
- 2 en USA: Sonoma-California. Pinella/Manatee Country-Florida.
- 3 en Indonesia: Sleman, Lombok, Pangandaran.
- 1 en Brasil: Sao Paulo.
- 1 en Croacia: Adriatic Coast.
- 1 en México: Guanajuato.
- 1 en Grecia: Aegean Islands. (UNWTO, 2017)



Gráfico 1. Registro de los observatorios turísticos en el mundo

Fuente: UNWTO, 2017.

Antes de entrar consideración de lo que representa un observatorio turístico, cabe resaltar que la base para realizar los observatorios es el análisis y manejo del mercado turístico y del estudio de los recursos, tanto naturales como patrimoniales, que en conjunto forman un potencial turístico. En virtud de lo antes mencionado, para la satisfacción de las necesidades turísticas de los individuos se utilizan los servicios del mercado turístico. El mercado

turístico, como y cualquier otro mercado (a excepción del mercado de la bolsa, ferias y mercados de productos agroalimentarios de las localidades), es un espacio abstracto que se caracteriza por la oferta y demanda de productos y servicios turísticos, es decir, un área de compra y venta de productos y servicios antes mencionados.

Por otro lado, actualmente hay tendencias básicas en la definición de la noción del potencial turístico. Es así, que Glăvan (2016) determina al potencial turístico como la suma de posibilidades, que el ambiente, natural y social, pone a disposición de la actividad turística.

En concordancia con Hall (2004), por el potencial turístico se entiende como las condiciones básicas del desarrollo, por otro lado Muntele e Iatu (2006) definen al potencial turístico como la suma de las condiciones objetivas y subjetivas de un territorio.

Esquemáticamente Tetenkina (2013) representa al atractivo turístico como el resultado del trabajo conjunto de la oferta y demanda turística, el mismo que se presenta en el siguiente gráfico.

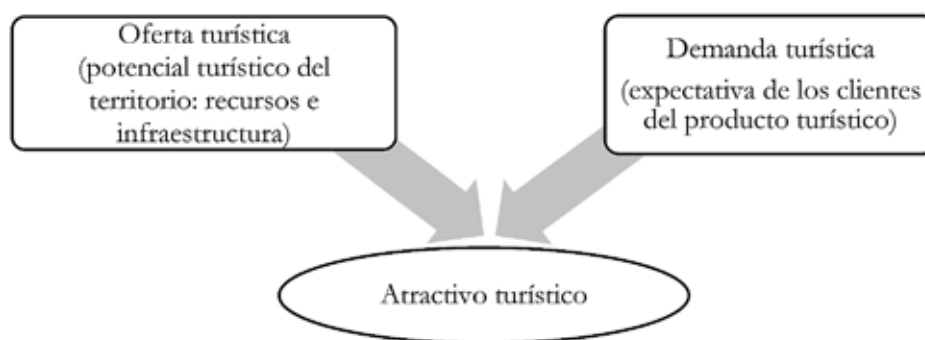


Gráfico 2. Correlación entre los términos atractivo turístico y potencial turístico

Fuente: Tetenkina, Rusia, 2013.

Vinculando al concepto de observatorio turístico, Conde, Schmidt y Covarrubias (2013) representan sistemas complejos informativos de estudio, investigación y monitoreo de la actividad del sector turístico.

Como complemento, según Santágata (2011) -citando a Torres (2012)- plantea en su trabajo que, un observatorio turístico, ante todo, refleja un informe coyuntural de los resultados de actividades humanas específicas como apoyo a la hora de tomar decisiones, y a la vez como un instrumento de desarrollo de la planificación de la actividad humana.

Importancia del problema

El sector turístico en su gestión a nivel público y privado se ha visto forzado en muchas ocasiones a tomar decisiones estratégicas y a abordar líneas de actuación sin disponer previamente de los conocimientos indispensables para prever y valorar adecuadamente las implicaciones de las resoluciones en el ámbito turístico. En este sentido el turismo en Ecuador se ha desarrollado, en muchos de los casos de forma empírica sin la ayuda de estudios e investigaciones especializadas o indicadores de logros económicos rigurosos, ni tampoco con una planificación sectorial, a lo que podemos sumar la falta de socialización y difusión de los valores cognoscitivos que caracterizan a esta actividad única del ser humano, que en consecuencia no ha podido constituir todavía un cuerpo teórico científico por la falta de conocimiento, comparación y confrontación analítica.

Sin duda la presente investigación es relevante, ya que llama la atención la ausencia de un sistema integrado de análisis y recopilación de información veraz y oportuna del sector turístico de la Zona 3 de la República de Ecuador, que a este respecto, surge la necesidad de generar una herramienta (instrumento) que compile todos los datos que arrojen los indicadores de las actividades turísticas en una sola base de datos, para la toma de decisiones estratégicas en función de la gestión de un turismo sostenible. Dentro de este marco se hace necesaria la generación de un observatorio turístico para la Zona 3 del país. De modo que el significado práctico de la investigación se refleja en que los indicadores desarrollados pueden ser utilizados por los órganos reguladores y entidades gubernamentales de la Zona 3 para su puesta en marcha por el desarrollo del turismo sostenible en la zona antes mencionada.

Este enfoque atestigua la importancia de la participación de cada uno de los miembros que conforman el sector turístico (entidades estatales, privadas y públicas), puesto que permite, en vista de sus exigencias, encontrar la manera más efectiva de un desarrollo equitativo del turismo en el sector y elaborar recomendaciones para su correcto funcionamiento.

Metodología

La metodología elaborada permite tener la presencia de indicadores de recopilación y procesamiento de datos sobre el turismo, con el uso de tecnologías de información y comunicación, como un portal Web para la sistematización de la información basada en su análisis, tabulación, la clasificación e interpretación, así como dicha metodología faculta identificar las variables que permiten analizar los cambios en el sector turístico de la Zona 3 del país. La definición de los segmentos, las categorías, los elementos y los indicadores medi-

dores del turismo, con el fin de recopilar datos sobre los factores políticos, administrativos, socioculturales, ecológicos y económicos que influyen directamente o indirectamente en la industria turística, es la base de la estructuración del modelo del observatorio turístico para la Zona 3 de Ecuador.

Resultados

El observatorio turístico de la Zona 3 del Ecuador es una herramienta estratégica para el análisis, observación, interpretación, control, monitoreo y generación de información estadística oportuna, precisa y clara del sector turístico de la zona, por medio de indicadores medidores de la actividad turística, cuyos resultados permiten elegir la mejor estrategia de competencia de productos turísticos en el mercado turístico nacional e internacional.

De igual manera permite identificar las debilidades y fortalezas del sector turístico y tomar decisiones estratégicas, elaborar los mejores productos turísticos en función del perfil de los turistas y aplicar las políticas en turismo para el desarrollo sostenible del mismo. El observatorio turístico de la Zona 3 del país se compone de los siguientes ejes: demanda, oferta, destinos turísticos, eficiencia laboral y sostenibilidad. Cada uno de los ejes contiene sus respectivos indicadores, los mismos que se detallan a continuación.

a) Demanda:

La demanda evalúa el comportamiento de los turistas y su impacto en el destino turístico. El propósito del análisis de los indicadores de la demanda es el conocimiento exacto del perfil del turista, y de sus características psicológicas de comportamiento en el territorio. Por su parte dentro de los parámetros que caracterizan la estructura de la demanda de turismo, se pueden distinguir cinco grupos de criterios o seg-

mentos: socio-demográficos, geográficos, distribución del gasto del turista, parámetros de satisfacción de las expectativas de los turistas y valoración de los productos/servicios turísticos. En consecuencia, se conforman indicadores que están diferenciados para los 2 tipos de turismo a medir: turismo interno (turismo receptor, turismo internacional) y turismo nacional (turismo receptor, turistas-residentes).

1. Socio-demográficos:

1.1. Lugar de nacimiento.

1.2. Nacionalidad.

1.3. País de residencia.

1.4. Tipo de viajero: solo, novios, amigos, pareja con hijos, pareja sin hijos, jubilado.

1.5. Personas acompañantes: 0, 1, 2, 3, 4, 5, >6.

1.6. Relación del turista – acompañante: amigos, familia, familiares, de trabajo, estudiante, grupo organizado por agencias turísticas.

1.7. Género: masculino, femenino.

1.8. Edad.

1.9. Nivel de educación: no tiene, primaria, secundaria, tercer nivel, cuarto nivel.

1.10. Profesión.

1.11. Estado civil: soltero/soltera, casado/casada, divorciado/divorciada, viuda/viudo, en una relación.

1.12. Frecuencia de viaje a la zona: 2,3,>3.

1.13. Tipo de turista: extranjero, nacional, excursante, visitante.

1.14. Ingresos mensuales: < 100; 101-200; 201-400; 401-800; 801-1200; 1201-2000; 2001-3000; 3001-5000; 5001-8000; >8001 dólares.

1.15. Organización del viaje y método de reserva del viaje:

• Modo de viaje: con paquete turístico, sin paquete turístico.

• Método de reserva del establecimiento de alojamiento: agencia turística, online en la página del establecimiento de alojamiento, online-reservas por internet, redes sociales, vía telefónica, mail, in situ.

• Método de reserva del establecimiento de A&B: agencia turística, online en la página del establecimiento de A&B, online-reservas por internet, redes sociales, vía telefónica, mail, in situ, organizado de eventos.

• Método de reserva del tour: agencia turística, online en la página del establecimiento de A&B, online-reservas por internet, redes sociales, vía telefónica, mail, in situ, organizado de eventos.

• Método de reserva del transporte/movilización: agencia turística, online en la página del establecimiento de A&B, online-reservas por internet, redes sociales, vía telefónica, mail, in situ, organizado de eventos.

1.16. Fuentes de información a la hora de elegir el destino zona 3: noticias, reportajes, documentales, TV, radio, periódicos, revistas, volantes, carteles, ferias/exposiciones, eventos internacionales, internet, amigos, familiares, agencias turísticas, guías turísticas, conocimiento propio, otras fuentes (cuáles)

1.17. Parámetros de elección a la hora de elegir el destino zona 3: le recomendaron, cercanía al lugar de residencia, precio, disponibilidad de tiempo, gran variedad de eventos y actividades en la zona, curiosidad, visitar a la familia/amigo, por trabajo, clima, recreación ocio, por costumbre, tranquilidad, región ecológica, región colonial, región moderna, recursos patrimoniales/culturales, recursos naturales, otros (cuáles).

1.18. Motivos de viaje a la zona 3:

• Por motivos personales: descanso/placer, vacaciones, recreación/ocio/entretenimiento, shopping, estudios/formación, visita a amigos/familiares, ciencia, eco-

gía, religión/peregrinación, tránsito, gastronomía, salud, otros (cuáles).

- Por motivos de trabajo: profesión, cita de negocios, visitas programadas, otros (cuáles).

- Por motivos deportivos: turismo activo, turismo pasivo, turismo acuático, caza y pesca, golf, tenis, turismo alternativo.

- Por negocios: viaje de negocios, congresos, feria-exposición, política, otros (cuáles).

- Por motivos sociales: turismo de jubilados, turismo juvenil, turismo familiar.

- Por motivos culturales: turismo histórico, turismo étnico, folclore, turismo literario, de museos, fiestas populares.

- En busca de aventura: Soft: trekking, crucero, canotaje, ascensionismo, cabalgatas. Hard: bungee jumping, ala delta, turismo espeleológico, paseo en lancha, alpinismo.

1.19. Causa principal de llegada a la zona 3: elección voluntaria del destino, lugar obligatorio de tránsito.

1.20. Tipo preferido de alojamiento: hostel, apartamento, villa, posada, hotel, residencial, motel, hostería.

1.21. Tipo preferido de establecimiento de A&B:

- Para el desayuno: restaurante (luxe), restaurante temático, restaurante de comida internacional, restaurante de comida ecuatoriana, restaurante familiar, restaurante de comida rápida, café, restaurante del establecimiento de alojamiento, bar, pub, otro (cuáles).

- Para el almuerzo: restaurante (luxe), restaurante temático, restaurante de comida internacional, restaurante de comida ecuatoriana, restaurante familiar, restaurante de comida rápida, café, restaurante del establecimiento de alojamiento, bar, pub, otro (cuáles).

- Para la merienda: restaurante (luxe), restaurante temático, restaurante de comida internacional, res-

taurante de comida ecuatoriana, restaurante familiar, restaurante de comida rápida, café, restaurante del establecimiento de alojamiento, bar, pub, otro (cuáles).

1.22. Medio de transporte preferido del turista: vehículo propio, vehículo de alquiler, sistema de transporte público, vehículo de la agencia de viajes, taxi, bicicleta, moto, a pie, otros (cuáles).

1.23. Lugares preferidos de visita del turista en la zona 3.

- Provincia preferida: Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pastaza.

- Ciudad preferida: Latacunga, Ambato, Baños de Agua Santa, Riobamba, Puyo.

- Rutas turísticas preferidas: Qhapaq Ñan, Ruta de los Volcanes, Yaku Ñamby, Ferrocarril de Alfaró.

- Atractivos turísticos:

Cotopaxi: Parque Nacional Cotopaxi, lagunas de Yambo, Quillotoa, fuentes de Tesalia, ruinas de Pachusala, hacienda monasterio Tilipulo, Iglesia de San Agustín, Museo Etnográfico y Arqueológico de Cotopaxi, comunidad Zimbahue, reserva Los Illinizas, laguna Limpipungo, hacienda de Tilipulo, Volcán Cotopaxi,

Tungurahua: Quinta de Juan León Mera, Casa de Juan Montalvo, Feria de las Flores y Frutas de Ambato, Balnearios y piscinas de Baños de Agua Santa, Laguna de Pisayambo, Artesanías en cuero de Quisapincha, Cascada de Agoyán, Volcán Tungurahua

Chimborazo: nevado Chimborazo, laguna de Colta, Parque Nacional Sangay. Monumentos arqueológicos: Tolas de Macají, Pucarás de Atapo y Galpe en Paluma y Achupalla; catedral de Riobamba y valle de Pallatanga, Ozogoche, laguna de Atillo.

Pastaza: valle de Santa Clara, parques nacionales Llanganates y Yasuní, cascadas de Mangayacu, Kilo y Tigre, parque Nacional Sumaco Napo-Galeras, balneario

del río Alpayacu, parque acuático Morete Puyo, parque etnobotánico Omaere, cascada Hola Vida, Zoocriadero Fátima, dique de Mera, Jardín Botánico Las Orquídeas, comunidad de Cotococha, Museo Arqueológico y Etnográfico de Pastaza, Cueva de los Tayos, ríos Pastaza y Cononaco.

• Gastronomía típica:

Cotopaxi: chugchucaras, hallullas, queso de hoja, llapingachos.

Tungurahua: pan de Ambato; llapingachos, chicha aloja, hornado, morocho, cuy asado, tortillas de papas, tamales de dulce, dulces de sambo y manzana.

Chimborazo: cholitas de Guano, llapingachos, yahuarlocro, hornado, cariucho, fritada, chicha.

Pastaza: mayto, chicha de yuca.

1.24. Tipo de souvenir preferido del turista: tejidos, figuras de tagua, utensilios caseros, sombreros de paja toquilla, artesanías, camisetas.

1.25. Actividad favorita del turista durante su estancia en la zona 3: paseo, excursión, alpinismo, escalada, intercambio, cabalgatas, pesca deportiva, camping, deportes de aventura, fotografía, observación de fauna y flora, observación de especies endémicas, museos, zoológicos, iglesias, parques temáticos, peregrinación, shopping, aquaparks, aguas termales, degustación de comida ecuatoriana, conciertos, clubs/discotecas, motos, investigación, fiestas populares, citas de negocios, ocio/recreación, monumentos.

1.26. Otras alternativas de viaje que no sea el destino de la zona 3:

- País: Colombia, Perú, Chile, Argentina, otro.
- Provincias: Guayaquil, Pichincha, Azuay, Orellana, Galápagos.

2. Cantidad de turistas que entran a la zona 3.

2.1. Primera vez que visita la zona 3: SÍ, NO.

2.2. En un año cuántas veces ha llegado a la zona 3.

2.3. Tipo de turista: extranjero residente, extranjero no residente, ecuatoriano residente, ecuatoriano no residente.

2.4. País o ciudad de procedencia.

2.5. Tipo de transporte de arribo a la zona 3: avión, transporte público, vehículo propio, vehículo de la agencia, taxi, moto, bicicleta, otro (cuál).

2.6. Temporada de arribo: entresemana, fin de semana, feriados, vacaciones.

3. Distribución de los gastos del turista durante su estancia en la zona 3.

3.1. Cantidad de pernoctaciones del turista (extranjero residente, extranjero no residente, ecuatoriano residente, ecuatoriano no residente) en la zona 3.

3.2. La duración media de pernoctaciones del turista (extranjero residente, extranjero no residente, ecuatoriano residente, ecuatoriano no residente) en la zona 3.

3.3. Cantidad de días de estancia de un turista (extranjero residente, extranjero no residente, ecuatoriano residente, ecuatoriano no residente) en la zona 3.

3.4. Gasto del turista al día del turista (extranjero residente, extranjero no residente, ecuatoriano residente, ecuatoriano no residente):

3.5. Suma total aproximado de gastos del turista (extranjero residente, extranjero no residente, ecuatoriano residente, ecuatoriano no residente).

- La media de gastos del turista (extranjero residente, extranjero no residente, ecuatoriano residente, ecuatoriano no residente) por diferentes tipos de productos/servicios en un rango de: : < 10, 10-30, 30-70, 70-100, 100-200, 200-500, 500-1000, 1000-3000, 3000-5000, 5000-10000, > 10000 dólares. Gasto en: productos alimenticios y bebidas; establecimientos de alojamiento; paquetes turísticos;

transporte público; renta car; museos; zoológicos; parques nacionales; bares, discotecas y otros sitios de diversión; conciertos, exposición; souvenir; shopping/compras.

4. Grado de satisfacción del cliente.

4.1. Nivel de satisfacción del turista de la zona 3: por completo insatisfecho, descontento, sin comentarios, satisfecho, completamente satisfecho.

4.2. Cumplimiento de las expectativas del turista: Sí, no, más o menos.

4.3. Nivel de satisfacción del turista por segmentos:

- Nivel de calidad de servicios: muy satisfactorio, satisfactorio, poco satisfactorio, nada satisfactorio.
- Nivel del precio de productos y servicios: muy alto, alto, medio, bajo, muy bajo.
- Nivel de hospitalidad: muy satisfactorio, satisfactorio, poco satisfactorio, nada satisfactorio.
- Tiempo de espera de entrega del producto/servicio: a tiempo, rápido, lento, muy lento.
- Nivel de seguridad, higiene, limpieza del establecimiento de alojamiento: muy satisfactorio, satisfactorio, poco satisfactorio, nada satisfactorio.
- Nivel de seguridad, higiene, limpieza del establecimiento de A&B: muy satisfactorio, satisfactorio, poco satisfactorio, nada satisfactorio.
- Nivel de seguridad, higiene, limpieza de los recursos/atractivos turísticos: muy satisfactorio, satisfactorio, poco satisfactorio, nada satisfactorio.

4.4. Disposición de recomendar la zona 3: Sí, No, Sin comentarios.

4.5. Factores que impiden un posible regreso del turista a la zona 3: precios altos, inseguridad, robos/asaltos, presencia de drogas, alcoholismo y prostitución, clima/posición geográfica, crisis, inestabilidad política, inflación, fenómenos naturales, epidemias,

tráfico, suciedad, ruido, vías en mal estado, comida, falta de zonas verdes.

4.6. Servicios que no encontró en la zona 3 durante su estancia: garaje, alimentación, habitaciones libres, baños públicos, tures, señal ética, excursiones, contenedores de basura, seguridad, alquiler de equipos para turismo, puntos de información, atractivos turísticos, planta turística.

5. Valoración de los productos/servicios turísticos

5.1. Trato del personal de servicios turísticos a los consumidores: atento, desatento, regular.

5.2. Trato de los habitantes de la zona 3 al turista: atento, desatento, regular.

5.3. Condiciones urbanísticas, que se miden en las siguientes rangos: excelente, buena, mala, regular, no hay: iluminación, higiene, seguridad, zonas verdes, vías de acceso, centro turístico.

5.4. Qué acciones debe tomar la administración de la Zona 3 para desarrollar el turismo en la zona: luchar contra la delincuencia, incentivar el turismo en la zona, estimular el desarrollo del turismo, mantener el orden y la seguridad, crear puntos de información turística, elaborar publicidad turística en 2 idiomas diferentes al español, construcción y remodelación de vías de acceso, llevar a cabo festivales, eventos culturales, elaboración de folletos y guías turísticas, crear nuevos productos turísticos, apoyo a la industria y a sectores estratégicos vinculados directa e indirectamente al turismo, realizar cursos de capacitación en diferentes ámbitos a los prestadores de servicios turísticos/hoteleros, marketing internacional, higiene y limpieza de los atractivos turísticos, acuerdos y alianzas estratégicas con entidades potenciales de inversión turística.

b) Oferta:

La oferta turística es todo lo que puede ser usado para satisfacer la demanda turística, por tal motivo, los indicadores de este eje miden el nivel de desarrollo, formación profesional y las competencias de las empresas de la industria del turismo, que por consiguiente refleja la situación actual y real de empresas de la planta turística de la zona 3. En este sentido, el eje de la oferta incluye los siguientes indicadores:

1. Catastro de la planta turística de la zona 3.
2. Matriz y gráfico coyuntural de establecimientos de alojamiento por provincia, cantones, categorías y feriados.
3. Matriz y gráfico del porcentaje de ocupación de los establecimientos de alojamiento, por provincia, cantones y categorías.
4. Matriz y gráfico de empresas de A&B por tipo y categoría.
5. Matriz gráfico de empresas turísticas de acuerdo con su clasificación.
6. Matriz y gráfico estadístico de turistas que llegan a la zona 3 en feriados por provincia, cantones y ciudades.
7. Matriz y gráfico de negocios con distintivos de calidad turística.

c) Destino turístico:

Los indicadores del eje destino turístico permiten analizar, investigar y elaborar inventarios turísticos, mapas y gráficos de los recursos, atractivos y otras manifestaciones de la provincia. Por consiguiente, se compone de los siguientes indicadores:

1. Inventario y mapeo de atractivos turísticos geo-referenciados (culturales, naturales, artificiales) de la zona 3 por provincias, cantones, ciudades.
2. Inventario y mapeo de productos turísticos de la zona 3.
3. Catastro turístico de la planta turística.

4. Catastro de fiestas y actividades culturales, paganas y religiosas de la zona 3.

5. Mapas turísticos con información del flujo de turistas en la zona 3.

6. Mapeo y geo-referenciación de las rutas turísticas.

d) Eficiencia laboral:

Los indicadores de productividad o eficiencia laboral miden los procesos y los resultados que generan nuevos puestos de trabajo y promuevan la cultura del turismo, para que cada uno de los habitantes pueda promover y desarrollar su emprendimiento y la vez formar parte del sistema turístico. Planteado lo anterior surgen los siguientes indicadores:

1. Matriz de la cantidad de personas ocupadas en el sector turístico en la zona 3 en general, por tipo de contrato.

2. Matriz de trabajadores ocupados en el sector turístico con certificado en competencias laborales por segmentos, provincias, cantones y ciudades.

3. Indicadores básicos de impacto del turismo («2008_06_ind_economicoturismos_vf.pdf», s.f.)

- Importancia del consumo turístico receptor en el: PIB Conturec/PIB * 100.

- Importancia del consumo turístico emisor en el PIB Conturem/PIB * 100.

- Balanza turística como proporción al PIB (Conturec-Conturem)/PIB * 100.

- Grado de apertura turística (Conturec+Conturem)/PIB * 100.

- Grado de cobertura turística Conturec/Conturem*100.

- Porcentaje del consumo turístico receptor/exportación de bienes Conturec/Xb *100.

- Porcentaje del consumo turístico receptor/ exportación de servicios Conturec/Xs *100.

- Porcentaje del consumo turístico receptor/ exportación de bienes y servicios $\text{Conturec}/\text{Xbys} * 100$.
- Porcentaje del consumo turístico receptor/total créditos cuenta corriente $\text{Conturex}/\text{Cr cta cte} * 100$.
- Porcentaje del consumo turístico emisor/ importación de bienes $\text{Conturem}/\text{Mb} * 100$.
- Porcentaje del consumo turístico emisor/ importación de servicios $\text{Conturem}/\text{Ms} * 100$.
- Porcentaje del consumo turístico emisor/ importación de bienes y servicios $\text{Conturem}/\text{Mbys} * 100$.
- Porcentaje del consumo turístico emisor/total débitos cuenta corriente $\text{Conturem}/\text{Db cta cte} * 100$.
- Porcentaje del consumo turístico receptor/remesas $\text{Conturec}/\text{Remesas} * 100$.

Gráfico 3. Siglas utilizadas en los indicadores básicos de impacto del turismo

Siglas	Variables
Conturem	Consumo turístico emisor
PIB	Producto interno bruto
Xb	Exportación de bienes
Xs	Exportación de servicios
Xbys	Exportación de bienes y servicios
Cr cta cte	Total créditos en cuenta corriente
Mb	Importación de bienes
Ms	Importación de servicios
Mbys	Importación de bienes y servicios
Db cta cte	Total débitos en cuenta corriente
Remesas	Remesas de emigrantes

Fuente: CEPAL, 2007.

e) Sostenibilidad:

Por último, el segmento de la sostenibilidad turística está en relación con los planes y las actividades que contemplan la rehabilitación y las medidas correctoras para reducir los efectos negativos del turismo a un mínimo, tratando de no perturbar el equilibrio de los sistemas (turismo, ecología, economía) y aumentar los ingresos por el turismo. Santelices y Rivas (1999) proponen los indicadores forman parte de dicho segmento

y son indicadores ambientales y de uso del territorio, económico, sociocultural, así como de gestión y participación.

1. Ambientales y de uso del territorio:

- Nivel de contaminación del agua de los ríos: >1000 bacterias coliformes fecales en 100 ml. el agua está contaminada.
 - Contaminación acústica de vehículos percibida por turistas: $\text{turistas que perciben ruidos de vehículos} / \text{total de muestra} * 100$.
 - Molestias por el polvo en suspensión en el aire: $\text{cantidad de turistas con molestias del polvo} / \text{total de muestra} * 100$.
 - Erosión en laderas de volcanes: $\text{superficie erosionada en ladera de volcán} / \text{superficie total de ladera de volcán} * 100$.
 - Grado de erosión en áreas protegidas: $\text{superficie total erosionada} / \text{superficie total área protegida} * 100$.
 - Presencia de especies endémicas: $\text{total de especies endémicas presentes en área de estudio} / \text{total de especies en el área de estudio} * 100$.
 - Percepción de la calidad visual: $\text{turistas que perciben mala calidad} / \text{total de turistas que visitan el área de estudio (total muestra) visual} * 100$.
 - Exceso de visitantes en sitios arqueológicos e históricos: $\text{llegada real de visitantes} - \text{llegada deseable de visitantes} / \text{llegada deseable de visitantes al sitio} * 100$.
- #### 2. Económico:
- Volumen de turistas en período de alta demanda: $\text{llegadas de turistas en alta temporada} / \text{total de llegadas de turistas anuales} * 100$.
 - Grado de dependencia del mayor mercado turístico: $\text{llegadas de turistas principal mercado turístico al área de estudio} / \text{llegada total de turistas al área de estudio} * 100$.

- Ocupación de alojamientos turísticos: total de camas ocupadas en un período (t) / total de camas ofertadas en un periodo (t) * 100.
- Participación de los ingresos generados por turismo: total de ingresos generados por turismo / valor de la producción del conjunto de actividades económicas * 100.
- Ingreso promedio generado por empleo turístico: ingreso promedio de la población empleada en turismo / ingreso promedio de la población empleada en otro rubro.
- Variación del empleo: total de empleados en actividades características del turismo en temporada alta / total de empleados en actividades características del turismo en temporada baja.
- Diversificación del producto turístico: total de actividades turísticas actuales en el destino / total de actividades turísticas potenciales en el destino * 100.
- Grado de satisfacción en servicios turísticos: turistas que declaran un nivel satisfactorio de calidad / total de turistas en el área de estudio (total muestra) * 100.

3. Sociocultural:

- Relación visitantes / población residente: total llegadas de visitantes en periodo (t) / total población residente en periodo (t) * 100.
- Percepción de la comunidad acerca de la actividad turística: población que se muestra satisfecha con presencia de visitantes / total población local (total muestra) * 100.
- Nivel de capacitación de los trabajadores de la actividad turística: total de trabajadores capacitados / total de trabajadores en actividades características del turismo * 100.
- Acceso de la población a servicios básicos: población local conectada a agua potable / total de población local

* 100. Población local conectada a alcantarillado/ total de población local * 100. Población local conectada a electricidad / total de población local * 100.

4. De gestión y participación:

- Integración del turismo en la planificación del municipio: presupuesto asignado a proyectos turísticos en periodo (t) / total de presupuesto municipal en periodo (t) * 100.
- Relación entre imagen turística establecida y gestión desarrollada por el municipio: proyectos vinculados a la imagen turística del municipio / total de proyectos impulsados por el municipio *100.
- Proporción del presupuesto asignado a proyectos ambientales: presupuesto asignado a proyectos ambientales / total presupuesto municipal * 100.
- Capacidad de gestión de la autoridad local: proyectos turísticos aprobados al municipio en un periodo (t) / total de proyectos turísticos presentados por el municipio en un periodo (t) * 100.
- Planificación turística participativa: percepción de los representantes de la comunidad respecto a su participación en la planificación de la actividad turística.
- Participación del sector privado turístico en el desarrollo de la actividad turística: presupuesto total asignado por sector privado a proyectos turísticos locales / presupuesto total invertido en proyectos turísticos *100.

Conclusión

En efecto, Ecuador posee una inconfundible gama de recursos turísticos de todas las categorías (inclusive categoría V como son las Islas Galápagos), atractivos turísticos únicos que son complementados con facilidades turísticas mediante una oferta de productos y servicios turísticos de la más alta calidad, y la Zona 3 no es la excepción con la presencia de patri-

monio y riqueza cultural, volcanes, lagunas, parques nacionales entre otros.

Por consiguiente para el crecimiento sostenible del sector turístico el gobierno nacional, en conjunto con las entidades gubernamentales de gestión del turismo de la Zona 3 de Ecuador, debe tomar las siguientes iniciativas:

- Una clara estrategia de desarrollo del turismo.
- Métodos y herramientas de investigación, análisis y control.
- Gestión de alianzas estratégicas entre organismos especializados en turismo tanto del sector público como privado.

El turismo es una actividad económica determinada por la oferta y la demanda. De aquí, parte que el análisis económico, exige la cuantificación de la demanda y oferta agregada, es decir medir los índices relativos económicos que influyen al turismo en general.

Por lo tanto el Observatorio Turístico es un instrumento estratégico de la investigación científica, que permite recopilar y generar información estadística oportuna, precisa y clara sobre el sector turístico, a través de indicadores de turismo que nos permite:

- Identificar las debilidades y fortalezas del sector turístico.
- Elegir la mejor estrategia de competencia de productos turísticos en mercados tanto nacional como internacional.
- Tomar decisiones estratégicas en el ámbito del turismo.
- Diseñar productos turísticos específicos en función del perfil del turista.

El Observatorio Turístico no aspira interferir ni mucho menos crear un ambiente de conflicto con las entidades que recogen datos estadísticos del sector turístico, al

contrario, el observatorio turístico coopera, coordina y trabaja en conjunto con dichas entidades para promover y promocionar el turismo a la localidad, zona y/o territorio.

Referencias

- CEPAL y OMT (2007). *Indicadores económicos del turismo*. Recuperado de https://www.cepal.org/publicaciones/xml/3/33603/2008_06_ind_economicosturismos_vf.pdf
- Glăvan, V. (2016). *Tourism potential and its development*. Bucharest, Romania: Fundației României de Măine.
- Hall, C. M. y Page, S. J. (2004). *The Geography of Tourism and Recreation*. New York, Estados Unidos: Routledge.
- Muntele, I. y Iașu, C. (2006) *Tourism geography-Concepts, methods, spatial patterns*. Sedcom Libris.
- Drozov, A. V. (1999). Ecoturismo: turismo, principios, signos, formas. *Memorias de la conferencia práctico-científica "Perspectivas de desarrollo del turismo en el sur de Moscú"*, 1-7. Recuperado de <http://www.twirpx.com/file/1074648/>
- Santágata, H. G. (2011). La importancia de un observatorio turístico en provincia de Buenos Aires como instrumento de orientación en la toma de decisiones y en la planificación. *Notas en Turismo y Economía* (3), 10. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25780/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Santelices, O., & Rivas, H. (1999). Planificación integral en áreas rurales: un desafío para la competitividad de los destinos de ecoturismo. Theme A-Ecotourism Policies and.
- Tetenkina, O. L. (2013). A la pregunta sobre la definición del concepto: atractivo turístico de una región. *Economía y gestión moderna: teoría y práctica. Memorias de la XXVII conferencia internacional de la ciencia y práctica*, 200-201. Recuperado de <https://sibac.info/conf/econom/xxvii/33438>
- Torres, G. A. (2012). *Diseño de un observatorio turístico cultural para la planificación y gestión del turismo sostenible del cantón Riobamba* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/2233/1/23T0333%20.pdf>