



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE ECONOMISTA**

TEMA:

**“LA OFERTA TURÍSTICA Y SU RELACIÓN CON EL NIVEL DE
INGRESOS DE LOS OPERADORES TURÍSTICOS DEL CANTÓN
BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**

AUTORA:

VALVERDE SARANGO ALEJANDRA ANABEL

TUTOR:

ECO. NELSON LASCANO

AMBATO – ECUADOR

2015

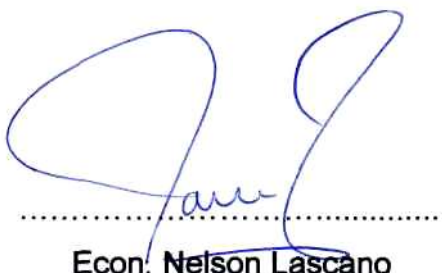
APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña, con C.I. N°180219896-8 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación con el tema **“LA OFERTA TURÍSTICA Y SU RELACIÓN CON EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS OPERADORES TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”** desarrollado por la SRTA. ALEJANDRA ANABEL VALVERDE SARANGO, estudiante de la Carrera de Economía, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, modalidad de trabajo estructurado de manera independiente, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de trabajos de investigación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación de la misma ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el Honorable Consejo Directivo.

Ambato, Mayo 2015

TUTOR



Econ. Nelson Lascano

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal de grado, aprueba el trabajo de graduación, sobre el Tema: **“LA OFERTA TURÍSTICA Y SU RELACIÓN CON EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS OPERADORES TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, elaborado por la Srta. ALEJANDRA ANABEL VALVERDE SARANGO, estudiante de la carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Mayo 2015

Para constancia firman



Dra. Lilian Morales

PROFESORA CALIFICADORA



Econ. Álvaro Vayas

PROFESOR CALIFICADOR



Econ. Diego Proaño

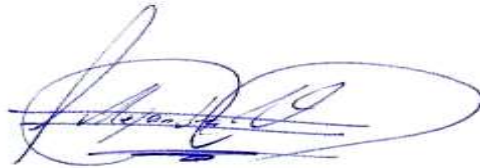
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADO

Yo, Alejandra Anabel Valverde Sarango con C.I. N° 160056478-3, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Trabajo de Graduación: **“LA OFERTA TURÍSTICA Y SU RELACIÓN CON EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS OPERADORES TURÍSTICOS DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**, como también los contenidos presentados, ideas, análisis y síntesis son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Trabajo de Graduación.

Ambato, Mayo de 2015.

LA AUTORA



.....
Valverde Sarango Alejandra Anabel

C.C. 160056478-3

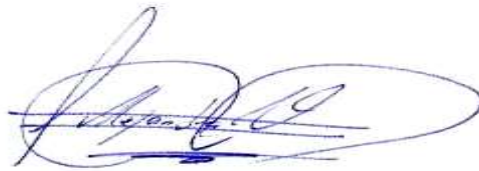
DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de ésta tesis o parte de ella, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

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

Ambato, Mayo del 2015.

LA AUTORA



.....
Valverde Sarango Alejandra Anabel

C.C. 160056478-3

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a Dios y a mi Virgen de Agua Santa por guiar mi camino y enseñarme que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible. Gracias por bendecir mi vida.

A mi padre, mi pilar más importante, mi guía, mi todo, quién supo apoyarme en cada momento, gracias a ti soy quien soy y estoy donde estoy.

A Mercy y Wilmon, a quien quiero como unos padres, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuestos a escucharme y ayudarme en cualquier momento, les doy las gracias infinitas por tanto amor, apoyo y comprensión incondicional.

A Andrea quien siempre ha estado junto a mí brindándome su apoyo, te amo infinitamente hermanita.

A mi familia en general porque sin ustedes nada de esto hubiese sido posible.

AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos a la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría y profesores de carrera quienes permitieron que me forme como profesional para alcanzar los objetivos planteados durante toda mi vida estudiantil.

A mi director de tesis Econ. Nelson Rodrigo Lascano Aimacaña, quien con sus conocimientos, apoyo y paciencia supo guiarme desde el inicio hasta la conclusión de la misma.

A mis amigas y amigos, que han estado incondicionalmente conmigo, gracias por tanto.

Y a los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa por la apertura que se me dio para la realización del presente trabajo.

A todos ustedes, mi mayor reconocimiento y gratitud.

ÍNDICE GENERAL

Contenido	
Portada.....	i
Aprobación del Tutor	ii
Aprobación del Tribunal de Grado	iii
Autoría del Trabajo de Grado	iv
Derechos de Autor.....	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice General	viii
Índice de Gráficos.....	xiii
Índice de Cuadros.....	xv
Introducción	1

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1. Tema	3
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.2.1. Contextualización.....	3
1.2.1.1. Macrocontextualización.....	3
1.2.1.2. Mesocontextualización.....	5
1.2.1.3. Microcontextualización.....	6
1.2.2. Análisis Crítico	8
1.2.3. Prognosis.....	9
1.2.4. Formulación del Problema	10
1.2.5. Interrogantes.....	10
1.2.6. Delimitación del Objeto de la Investigación	11
1.3. Justificación	11
1.4. Objetivos.....	12
1.4.1. General.....	12

1.4.2. Específicos	12
--------------------------	----

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos	13
2.2. Fundamentación Filosófica	18
2.2.1. Fundamentación Epistemológica	19
2.2.2. Fundamentación Ontológica	19
2.2.3. Fundamentación Axiológica	20
2.2.4. Fundamentación Económica.....	20
2.3. Fundamentación Legal	21
2.4. Categorías Fundamentales.....	27
2.4.1. Visión Dialéctica de Conceptualizaciones	27
2.4.1.1. Marco Conceptual Variable Independiente.....	27
2.4.1.2. Descripción Conceptual de la Variable Dependiente.....	29
2.4.2. Gráficos de Inclusión Interrelacionados	34
2.4.2.1 Súper Ordinación Conceptual	34
2.4.2.2 Sub-Ordinación Conceptual	34
2.4.3. Constelación de Ideas Variable Independiente	35
2.4.4. Constelación de Ideas Variable Dependiente.....	36
2.5. Hipótesis.....	37
2.6. Señalamiento de Variables	37
2.6.1. Variable Independiente	37
2.6.2. Variable Dependiente	37

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque de la Investigación	38
3.2. Modalidad de la Investigación.....	40
3.2.1. Investigación de Campo.....	40
3.2.2. Investigación Bibliográfica-Documental.....	41
3.3. Tipo o Nivel de Investigación	42

3.3.1. Investigación Exploratoria	42
3.3.2. Investigación Descriptiva	43
3.3.3. Investigación Correlacional	44
3.4. Población y Muestra	45
3.4.1. Población	45
3.4.2. Muestra.....	48
3.5. Operacionalización de Variables.....	50
3.5.1. Operacionalización de Variable Independiente	50
3.5.2. Operacionalización de Variable Dependiente.....	51
3.6. Plan De Recolección de Información	52
3.6.1. Plan para la Recolección de Información	52
3.7.1 Plan de Procesamiento de Información.....	53

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e Interpretación de Resultados	54
4.2. Verificación de Hipótesis.....	77
4.2.1 Planteo de Hipótesis	77
4.2.1.1. Variables de la Hipótesis.....	77
4.2.2. Estimador Estadístico	77
4.2.3. Calculo chi Cuadrado - X^2 - datos Obtenidos Investigación.....	78
4.2.3.1. Frecuencias Esperadas	78
4.2.3.2. Frecuencias Observadas	80

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones	82
5.2. Recomendaciones	83

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. Datos Informativos.....	85
------------------------------	----

6.1.1. Tema	85
6.1.2. Institución Ejecutora:.....	85
6.1.3. Beneficiarios	85
6.1.4. Ubicación	85
6.1.5. Tiempo de Ejecución	85
6.1.6. Responsables	85
6.1.7. Costo Estimado	86
6.2. Antecedentes	86
6.3. Justificación	87
6.4. Objetivos.....	88
6.4.1. Objetivo General	88
6.4.2. Objetivos Específicos.....	88
6.5. Análisis de Factibilidad	88
6.5.1. Organizacional.....	88
6.5.2. Tecnológico	89
6.5.3. Económico – Financiero.....	89
6.5.4. Legal.....	89
6.6. Fundamentación Teórica	89
6.7. Modelo Operativo	92
6.7.1. Análisis Estratégico.....	94
6.7.1.1. Diagnóstico de la Situación	94
6.7.1.2. Misión	96
6.7.1.3. Visión.....	96
6.7.1.4. Objetivos.....	96
6.7.1.5. Principios Y Valores	96
6.7.2. Formulación Estratégica	99
6.7.2.1. Análisis del Macroambiente	99
6.7.2.2. Análisis del Microambiente	104
6.7.2.3. Análisis Foda	114
6.7.2.4. Plan De Acción	117
6.7.2.5. Planificación.....	118
6.8. Administración de la Propuesta	130

6.9. Plan de Monitoreo y Evaluación.....	130
Bibliografía.....	133
Anexos	138

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico No. 1 Árbol de Problemas	8
Gráfico No. 2 Red de Inclusiones Conceptuales	34
Gráfico No. 3 Constelación de Ideas Oferta Turística	35
Gráfico No. 4 Constelación de Ideas Nivel de Ingresos	36
Gráfico No. 5 Género.....	54
Gráfico No. 6 Edad	55
Gráfico No. 7 Grado de instrucción.....	56
Gráfico No. 8 Años de Servicio	57
Gráfico No. 9 Cargas Familiares.....	59
Gráfico No. 10 Actividad turística de mayor acogida.....	60
Gráfico No. 11 Servicios ofertados	61
Gráfico No. 12 Convenios con otros servicios turísticos	62
Gráfico No. 13 Ofertas con otro tipo de proveedores	63
Gráfico No. 14 Servicios complementarios	64
Gráfico No. 15 Alternativas adicionales	65
Gráfico No. 16 Promoción de servicios.....	66
Gráfico No. 17 Demanda	67
Gráfico No. 18 Precios de la oferta turística.....	68
Gráfico No. 19 Turistas.....	69
Gráfico No. 20 Informalidad turística.....	70
Gráfico No. 21 Otra fuente de ingresos.....	71
Gráfico No. 22 Festividades que generan mayores ingresos	72
Gráfico No. 23 Actividad que genera mayor ingreso	74
Gráfico No. 24 Ingreso mensual	75
Gráfico No. 25 Plan turístico (opinión)	76
Gráfico No. 26 Zona de aceptación hipótesis alternativa	80
Gráfico No. 27 Modelo Operativo.....	92
Gráfico No. 28 Mindo.....	110
Gráfico No. 29 Puyo	110
Gráfico No. 31 Isla Galápagos	111

Gráfico No. 32 Montañita	111
Gráfico No. 33 Vilcabamba	112

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Tabla No. 1 Población operadoras turística Baños de Agua Santa	46
Tabla No. 2 Variable Independiente: Oferta Turística	50
Tabla No. 3 Variable Dependiente: Nivel de Ingresos	51
Tabla No. 4 Recolección de información.....	53
Tabla No. 5 Género	54
Tabla No. 6 Edad.....	55
Tabla No. 7 Grado de Instrucción	56
Tabla No. 8 Años de Servicio	57
Tabla No. 9 Cargas Familiares	58
Tabla No. 10 Actividad turística de mayor acogida	60
Tabla No. 11 Servicios ofertados	61
Tabla No. 12 Convenios con otros servicios turísticos	62
Tabla No. 13 Ofertas con otro tipo de proveedores:.....	63
Tabla No. 14 Servicios complementarios.....	64
Tabla No. 15 Alternativas adicionales	65
Tabla No. 16 Promoción de servicios.....	66
Tabla No. 17 Demanda.....	67
Tabla No. 18 Precios de la oferta turística	68
Tabla No. 19 Turistas	69
Tabla No. 20 Informalidad turística	70
Tabla No. 21 Otra fuente de ingresos	71
Tabla No. 22 Festividades que generan mayores ingresos.....	72
Tabla No. 23 Actividad que genera mayor ingreso	74
Tabla No. 24 Ingreso mensual	75
Tabla No. 25 Plan turístico (opinión)	76
Tabla No. 26 Servicios ofertados	78
Tabla No. 27 Ingreso mensual	79
Tabla No. 28 Matriz de frecuencias esperadas	79
Tabla No. 29 Matriz de frecuencias observadas	80
Tabla No. 30 Descripción de Costos.....	86

Tabla No. 31 Flora del cantón Baños de Agua Santa	101
Tabla No. 32 Fauna (Animales) del cantón Baños de Agua Santa.....	102
Tabla No. 33 Servicios Básicos	103
Tabla No. 34 Destinos turísticos que sustituyen a Baños	109
Tabla No. 35 Actividades Turísticas.....	112
Tabla No. 36 Productos Turísticos.....	113
Tabla No. 37 Análisis FODA	114
Tabla No. 38 Plan de Acción	117
Tabla No. 39 Plan de capacitación para operadores turísticos del GADBAS	123
Tabla No. 40 Plan De Acción.....	129

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad en el cantón Baños existe una oferta turística que no atiende las expectativas del turista, debido a la informalidad que existe en el sector, ha creado competencia desleal afectando directamente a los usuarios de los servicios y a los propios operadores turísticos; teniendo que el 90 % de su población vive directa e indirectamente del turismo, lo que impide un crecimiento sostenible en el sector turismo; a esto también le acompañan que no existen oportunidades de trabajo formal en el cantón, la variabilidad de precios que existe por parte de la oferta turística.

En el presente trabajo investigativo se analiza la situación actual de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, en base a los ingresos que obtiene por la actividad económica que realizan, se identifica como problema central la informalidad del sector turismo a esta problemática se plantea como alternativa de solución la creación de un plan turístico organizacional, que mediante planes de acción desarrollara la inclusión de informales al sector formal, generando mayor organización en los operadores turísticos al ofertar el servicio.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo general analizar la oferta turística y su influencia en el nivel de ingresos de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa para el incremento de sus ingresos económicos.

En el capítulo I.- El Problema; una vez planteado el árbol de problemas se identificó como problema, la informalidad de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa.

En el capítulo II.- Marco teórico; permite desembocar en investigaciones anteriores como, libros, revistas, noticias, informes de investigación que mantengan el mismo problema a estudiar con la finalidad de poseer toda la información con respecto al trabajo de investigación.

Es un capítulo en el cual se detalla y se fundamenta con conceptos tanto la variable independiente, la oferta turística, como la dependiente, el nivel de ingresos, con el objeto de conocer a fondo la magnitud de la investigación.

En el capítulo III.- Metodología; se lo realiza en función al enfoque mixto siendo la presente investigación de carácter predominantemente cualitativa.

A través de la misma se logró identificar a la población con un total de 54 operadores turísticos, de los cuáles se determinó una muestra aleatoriamente de 49 operadores turísticos para el presente estudio.

En el capítulo IV.- Análisis e interpretación de resultados; refleja las encuestas realizadas a los 49 operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, con la finalidad de conocer las variables de investigación.

El instrumento que se utilizó para la verificación de la hipótesis es el Chi Cuadrado, que al calcularse se aceptó la hipótesis alternativa.

En el capítulo V.- Conclusiones y Recomendaciones; capítulo en donde deja constancia de los resultados obtenidos en el análisis e interpretación de resultados luego de haber ejecutado la encuesta respectivamente, respondiendo a los objetivos planteados en el capítulo I.

En el capítulo VI.- Propuesta; Como su nombre lo indica es la solución al problema de investigación analizado.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Tema

“La oferta turística y su relación con el nivel de ingresos de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.”

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Macrocontextualización

Durante años, el turismo ha presentado un continuo crecimiento y varios cambios, lo que ha provocado que sea uno de los sectores económicos que se desarrolla rápidamente en todo el mundo. Según la Organización Mundial del Turismo (s.f.), el turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos, esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Tal como lo menciona Kotler, Bouven, & Makens (1997) el turismo se ha convertido en un negocio mundial cuyo mercado en expansión no deja ningún lugar sin explotar. Lo que provoca que la competencia entre destinos turísticos sea alta, ya que a pesar de que algunos destinos son únicos en el mundo, el turista valora mucho más la calidad que ofrecen los lugares; es por eso que se debe potenciar el desarrollo turístico en las localidades.

Aguiló (1996), indica que las tendencias que caracterizan el desarrollo del sector turístico y hotelero, con cambios en la intensidad y distribución de los flujos turísticos, han variado el entorno y la forma de competir.

López Fernández & Serrano Bedia (2001), aseguran que este escenario obliga a las empresas del sector turístico a reenfocar su estrategia competitiva del mercado, pasando de una centrada en precios a otra enfocada a la obtención de elementos de diferenciación.

Dentro de datos de la Organización Mundial del Turismo (s.f.), determinan que el peso de la industria turística iguala o ha superado a las exportaciones petroleras, productos alimenticios o los automóviles.

Es por eso que el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y constituye una fuente importante de ingresos de varios países en vías de desarrollo, el crecimiento del sector turístico se da gracias al incremento de destinos y la competencia en los mismos.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de los rendimientos que el turismo ofrezca.

La OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y de las tres dimensiones del desarrollo sostenible, la social, la económica y la ambiental.

De acuerdo a estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (s.f.), las llegadas de turistas internacionales en el mundo crecieron un 5% en 2013 hasta alcanzar a los 1.087 millones; el turismo internacional en 2012 generó 1.3 billones de dólares EE.UU. en ingresos por exportación; mientras que para el 2014 prevé un crecimiento en llegadas de turistas internacionales de entre 4% y 4,5%.

1.2.1.2. Mesocontextualización

El Ecuador a pesar de no ser un país en extensión grande, contiene una amplia riqueza natural y cultural; el territorio ecuatoriano se encuentra dividido en cuatro regiones que son Costa, Sierra, Amazonía y las islas Galápagos.

Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km² del mundo. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado, que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna.

La llegada de turistas internacionales al Ecuador según cifras del Ministerio de Turismo (2014), en el año 2013 fueron de 1`366.269 personas de los cuales el 58% son visitantes de América del Sur, América Central y el Caribe; mientras que el 16 % fueron visitantes europeos. Las divisas por concepto de turismo fueron de 1.251,3 millones de dólares en el año 2013.

Durante el mes de Abril del 2014, se mantiene un sostenido crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador que son 509.781 visitantes, que se refleja en el 32 % de incremento con respecto a los visitantes recibidos en Abril de 2013 que fueron 437.640 visitantes.

Ministerio de Turismo (2014), indica que los 1.038,7 millones de dólares que el país recibió durante el año 2012 y los 1.251,3 millones que se contabilizaron en el 2013, ubican al turismo en una cuarta posición económica después del banano y plátano, camarón y otros elaborados productos del mar, según el registro del ingreso de divisas por exportación de productos principales del país.

Por lo que el turismo en el país se considera como una actividad de vital importancia en el desarrollo económico y social.

La provincia de Tungurahua cuenta con muchas plazas turísticas por explotar. Está dividida en nueve cantones que son: Ambato, Baños, Cevallos, Mocha, Patate, Quero, Pelileo, Píllaro y Tisaleo; cada uno de estos cantones destaca mayormente en la actividad agrícola.

El cantón Baños se destaca en la provincia y en el país, por sus actividades turísticas y los recursos basados en visitantes extranjeros y nacionales.

1.2.1.3. Microcontextualización

La revista Banios (s.f.), describe que Baños de Agua Santa se encuentra en la provincia de Tungurahua solamente a 180 Km de Quito y 35 Km de Ambato.

La ciudad turística de Baños está ubicado en un valle con cascadas y aguas termales a lado del volcán Tungurahua que tiene una altura de 5.016 metros.

Según INEC (2010) Baños tiene una población con 20.018 habitantes, está a una altura de 1.826 metros y posee temperaturas promedios de 18°C, ubicado en las faldas del volcán Tungurahua.

Con una diversidad de climas y su ubicación geográfica rodeada por montañas, le dotan de una diversidad de paisajes y las condiciones del ambiente que hacen de Baños un lugar propio para el descanso.

Por el conjunto de atractivos turísticos que reúne el cantón y por el desarrollo que ha alcanzado en el mismo, Baños es representación del

turismo nacional.

El Cantón también es conocido como: “Baños, pedacito de cielo”, “La puerta del Dorado”, y ofrece muchas atracciones: la Basílica de la Reina del Rosario de Agua Santa, sus piscinas de aguas termales y spas, aventura para toda la familia o deportes extremos como rafting, escaladas, canyoning, canopy, trekking, mountain biking o puenting (bungee jumping).

Lo que hace posible la variedad de negocios que existe en el cantón, como: hosterías, hoteles, hostales, restaurantes, cafeterías, establecimientos de diversión, operadores turísticos, comerciantes de dulces y artesanías.

Fiestas y feriados principales: Carnaval en Febrero, Semana Santa, 24 de Mayo (Batalla de Pichincha), 10 de Agosto (Primer grito de independencia), Fiestas de la Virgen en Octubre, 2 de Noviembre (Día de los fieles difuntos) y la fiesta de Cantonización en Diciembre.

1.2.2. Análisis Crítico

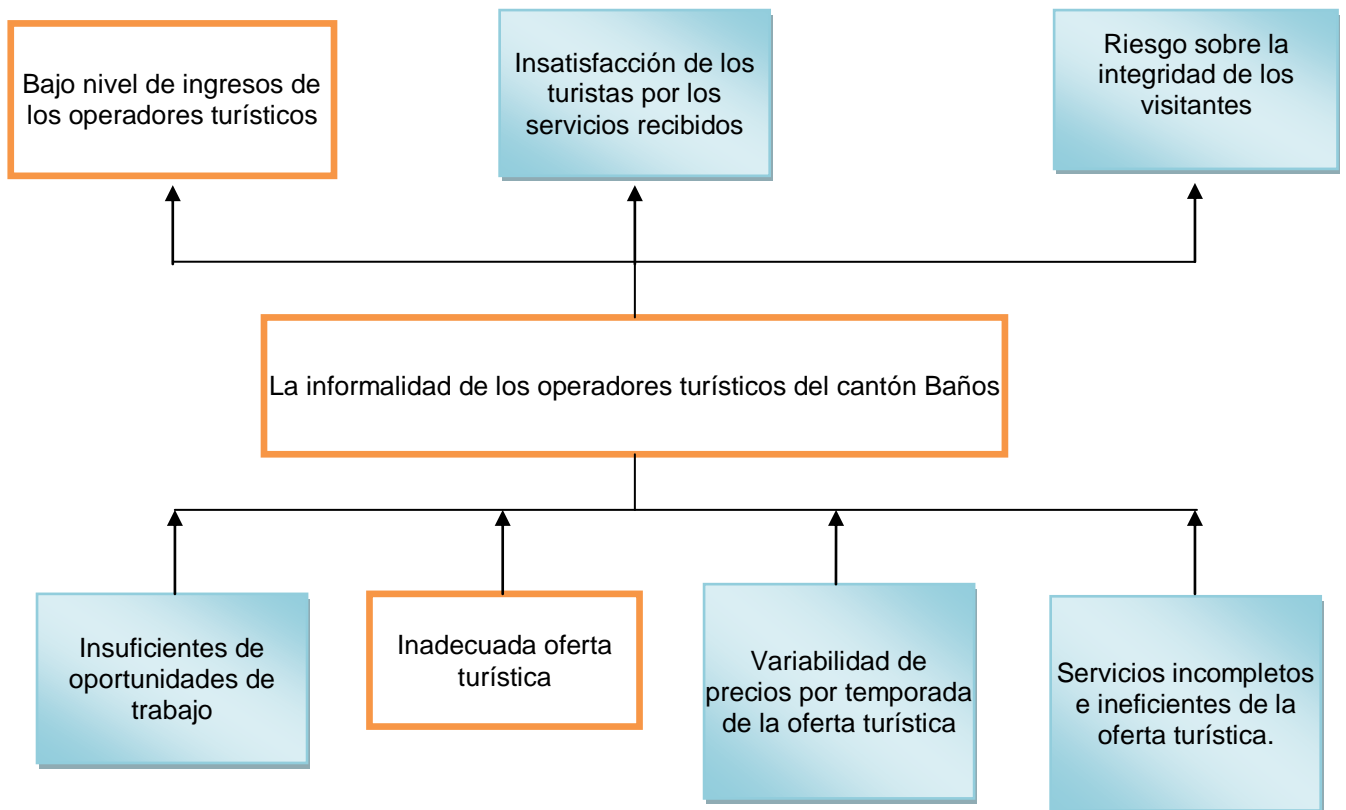


Gráfico No. 1 Árbol de Problemas
Elaborado por: Valverde A. (2014)
Fuente: Elaboración propia

- **Relación causa – efecto**

Teniendo en cuenta el árbol de problemas el mismo que tiene como problema principal la informalidad de los operadores turísticos del cantón Baños en el cual se identifica que la principal causa es la inadecuada oferta turística y el principal efecto es el bajo nivel de ingresos. La informalidad que existe en los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa se da porque, en el corto y hasta mediano plazo la economía del cantón y la oferta laboral, han sido incapaces de generar empleos formales y bien pagados para los trabajadores en general que se incorporan cada año al mercado laboral. Para los trabajadores que se encuentran en una economía informal este ha sido el único medio para satisfacer sus necesidades más básicas.

En la actualidad en el cantón Baños existe una oferta turística que no es la adecuada para los visitantes, sabiendo que el cantón es netamente turístico, lo que impide un crecimiento sostenible en el sector turismo; a esto también le acompañan que no existen oportunidades de trabajo formal en el cantón, la variabilidad de precios que existe por parte de la oferta turística ya que se han impuesto los llamados precios por temporada, ya sea alta o baja, que depende directamente de la temporada o fecha en la que se encuentre el turista en el cantón, y, los servicios incompletos e ineficientes por parte de los operadores turísticos, a que muchas de las veces convencen al turista de contratarlos para determinado recorrido y lo pactado no llega a cumplirse y de la misma manera el turista no recibe un buen trato, ya que el operador turístico lo que le interesa principalmente es aumentar su nivel de ingresos a través del número de personas que lo contraten.

De la misma manera el principal efecto de la informalidad de los operadores turísticos es el bajo nivel de ingresos de los mismos, ya que existe una competencia desleal en el sector turístico del cantón, esto con lo referente a los operadores turísticos, pero por otra parte la informalidad con lleva efectos en los usuarios de sus servicios como son insatisfacción con el servicio contratado por ser incompletos y no como se acuerda en un principio entre ambas partes, también afecta a la integridad de quienes visitan el cantón por no contar con movilización adecuada, seguridades en deportes extremos.

1.2.3. Prognosis

Si el problema no se soluciona y los ingresos de los operadores turísticos siguen siendo bajos debido a la que la oferta turística es mínima, puede traer efectos negativos como:

Los empresarios turísticos de manera paulatina cerrarán sus negocios,

contrayendo deudas, y la competencia interna se tornará desleal en los operadores y paquetes turísticos.

El desarrollo económico del sector se verá estancado por la falta de iniciativa e innovación, y ausencia de capacitaciones y profesionales; ya que no existe una planificación ni coordinación de los actores involucrados en este importante sector.

La falta de una visión empresarial que fortalezca los estándares de calidad dentro del turismo ecológico que ofrece el cantón Baños, no permitirá un incremento en las ventas, lo que llevaría al sector a un estancamiento, con pérdidas permanente, de esa manera desembocaría en el cierre de varios negocios.

El flujo de visitantes decaerá totalmente impidiendo que se logre un turismo de forma sostenible, ordenada y acertada; logrando que la economía del cantón entre en una etapa de dificultades.

1.2.4. Formulación del Problema

¿Es la Oferta turística y la presencia informal de los operadores turísticos lo que influye en el nivel de ingresos del cantón Baños de Agua Santa de la provincia de Tungurahua?

1.2.5. Interrogantes

- ¿Cuál es la situación actual de la oferta turística del cantón Baños de Agua Santa?
- ¿Cuál es el nivel de ingresos de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa?
- ¿Qué propuesta sería adecuada para optimizar el desarrollo de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa?

1.2.6. Delimitación del objeto de la investigación

Campo: Economía

Área: Microeconomía

Aspecto: Formalidad de los operadores turísticos

Espacial: Este trabajo investigativo se desarrollará en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.

Temporal: La presente investigación se llevará a cabo en el segundo semestre del 2014.

Poblacional: Los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa.

1.3. Justificación

El presente trabajo de investigación justifica su desarrollo porque es importante conocer los resultados que se obtendrá, ya que son de gran ayuda para resolver la problemática planteada en el cantón Baños, como los niveles de ingresos de los operadores turísticos pueden incrementarse a través de la oferta turística.

La siguiente investigación debe ser realizada porque se hará en base a un profundo análisis, y de manera objetiva, de forma que los resultados que se arrojen en la investigación sean datos reales y confiables que colaborarán en el desarrollo económico del cantón Baños.

El proyecto será factible ya que tendrá la apertura de la comunidad al ser de interés y beneficio para los mismos. Los expertos que se verán involucrados dentro del estudio nos colaborarán con su experiencia e información del caso de estudio. Será viable ya que se cuenta con el tiempo para su desarrollo y acceso a las fuentes de información, la posibilidad de aplicar los diferentes instrumentos de investigación, y la disponibilidad de recursos monetarios, materiales y tecnológicos.

La utilidad de la presente de la investigación, permite obtener soluciones prácticas al caso de estudio y un análisis de la situación económica dentro del cantón, y por ende el incremento del nivel de ingresos de los habitantes que se dedican al servicio turístico en el cantón.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

- Analizar la oferta turística y el nivel de ingresos de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa para el incremento de sus ingresos económicos.

1.4.2. Específicos

- Analizar la situación actual de la oferta turística existente en el cantón Baños de Agua Santa, para establecer planes de acción que permitan mejorar la misma.
- Determinar el nivel de ingresos de los operadores turísticos y la actividad económica que le genere los mayores niveles de ingresos económicos.
- Proponer un plan turístico organizacional con la finalidad de establecer parámetros de control que garanticen la salvaguardia de operadores turísticos y usuarios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

Para desarrollar el presente trabajo, se realizó una investigación que suministrara el conocimiento de la existencia o no de proyectos similares al aquí propuesto. En los últimos años se han efectuado trabajos investigativos que tienen mucha relación con el tema propuesto, así por ejemplo:

En el trabajo investigativo de Camuendo & Cholota (2013) denominado “Fortalecimiento de la identidad cultural para el desarrollo turístico sostenible en la provincia de Tungurahua”, las autoras llegaron, entre otras a las siguientes conclusiones: a) “Las comunidades indígenas de la provincia de Tungurahua están aprovechadas para realizar actividades relacionadas con el turismo ubicadas en lugares privilegiados, cada una posee riqueza cultural y en conjuntos todos estos factores pueden ser comunitario, rural, cultural o agroturismo”; b) “La escasez de fuentes de trabajo y pocos ingresos para cada familia, son las causas fundamentales para que los indígenas de la provincia de Tungurahua migren a otros lugares en busca de mejores oportunidades”; c) “Se debe rescatar el turismo cultural de las comunidades indígenas del Tungurahua porque representa la segunda opción con el 27% como motivo de turismo”.

La investigación mencionada va a ser un aporte para el trabajo que se está realizando en cuanto, nos da una base del desarrollo del sector turismo en la provincia de Tungurahua, y línea para potenciar los atractivos de la provincia que son muy pocos explotados actualmente.

La investigación de Maldonado (2008) denominada “Descentralización del turismo en Ecuador, el caso de los municipios de Ibarra y Manta” la autora llega, entre otras a las siguientes conclusiones: a) “Independientemente del rol que cumplan las administraciones nacionales y locales del turismo, esta actividad ha sido tradicionalmente el fruto de la iniciativa privada. Por este motivo es clave orientar y articular las iniciativas del sector para que redunden en el beneficio de la colectividad”; b) “Por otro lado es igualmente importante reflexionar sobre la importancia del turismo para las economías locales. Seguramente llame la atención que se diga que en el Ecuador el desarrollo del turismo es aún primario pero ésta es una conclusión necesaria para la adecuada gestión del sector. No basta con tener paisajes de belleza inigualable y gente amable ni la vida en su estado más puro como rezan gran parte de los anuncios promocionales, el reto está en hacer que todo esto sea real, posible y productivo”; c) “El turismo, como las demás actividades productivas de la actualidad, consta de una altísima complejidad que hasta el momento no se ha evidenciado en los planes ni locales ni nacionales que le competen.

La promoción de la idea de que no todos pueden ni deben invertir sus esfuerzos en esta actividad es fundamental para el desarrollo del país. Incluso orientando todos los esfuerzos a este sector, se requiere de otros tipos de actividades productivas para soportarlo por lo que puede resultar más beneficioso ser un actor de segunda o incluso tercera línea en este sistema. Es justamente en esto que debería radicar el trabajo del MINTUR como autoridad nacional del turismo y no en fomentar indiscriminadamente esta actividad”.

La presente investigación será de gran aporte en el estudio, ya que es una fuerte base para el estudio del desarrollo del sector turismo en la economía Ecuatoriana, de la misma manera nos presenta una alternativa para sanamente potenciar el turismo en el país con el Ministerio competente.

En el trabajo investigativo de Cáceres (2012) denominado “El turismo generador de desarrollo local”, la autora llega, entre otras a las siguientes conclusiones: a) “Entre los problemas más relevantes del sector empresario se destacan los altos costos fijos vinculados a las cargas laborales, impuestos (excepto Ingresos brutos provinciales) y la estacionalidad que lentamente deja de ser tan marcada en la temporada invernal y de verano. Todo esto se encuentra marcado en la falta de asociativismo empresario y la competencia desleal.

Si bien existe una Cámara empresaria y un ente municipal mixto de turismo, no logra ser representativo del sector ni resolver los problemas de los empresarios”; b) “La toma de decisiones en el destino se realiza generalmente mediante la intuición acorde a las experiencias previas y con una planificación a corto plazo, considerando especialmente variables exógenas macro económicas que afectan al destino y los ciclos turísticos (basados en la demanda y variables macro económicas) que tuvo el destino desde 1970.”; c) “Se observa el trabajo en conjunto de los actores sociales y empresariales en PI (Puerto Iguazú), solamente ante situaciones de crisis o de variables exógenas, sin ser percibidas en tiempos de prosperidad o de gran afluencia turística. La participación activa de los empresarios, comerciantes y de la propia comunidad en el municipio crearía condiciones favorables para la elaboración de un plan integrado de Turismo.”

La presente investigación será de gran aporte al trabajo investigativo, ya que presenta un estudio con características similares al caso que se expone en la ciudad de Baños de Agua Santa, con los aportes antes mencionados de la autora, son consideraciones generales del caso de estudio, con el fin de aportar a un mejor nivel de vida socio económico, y por ende a la generación de desarrollo en la localidad con la intervención de la población en el mejoramiento de su principal fuente de ingresos, el turismo.

En la publicación de Such Devesa, Zapata, Risso, Brida, & Pereyra (2009), denominado “Turismo y crecimiento económico: Un análisis empírico de Colombia”, se estudió en primera instancia, la contribución del turismo al crecimiento económico de Colombia, luego se analizan los efectos del gasto en turismo utilizando datos trimestrales y el test de cointegración de Johansen. En la metodología que aborda se presenta evidencia empírica sugiriendo la existencia de un vector de cointegración entre PIB per cápita, el gasto en turismo en Colombia y la tasa de cambio real, donde las últimas dos variables son débilmente exógenas al modelo. El test de causalidad de Granger sugiere que la causalidad se genera positivamente en el sentido del turismo hacia el PIB real per cápita.

El presente trabajo de investigación es significativo para el estudio, ya que con los resultados obtenidos se concluyó que el turismo en Colombia genera impactos positivos tanto en lo económico como en lo sociocultural, el caso se adapta para específicamente la ciudad de Baños de Agua Santa, su población se beneficia directa e indirectamente del turismo, ya que contribuye a mejorar la economía del destino turístico Baños de Agua Santa.

En el trabajo investigativo de Combariza González (2012) denominado “El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa (Cundinamarca)” la autora concluyó, entre otras, lo siguiente:

En el tema de turismo la investigación lo asumió como: un sistema, el cual tiene como propósito la satisfacción de los deseos y necesidades de la demanda turística y el mejoramiento del nivel de desarrollo de la población del sitio turístico (Propósito de la transformación del sistema). Todos los elementos del sistema deben compartir normas y valores centrados en el respeto mutuo de la cultura e identidad del huésped y del anfitrión y en la preservación y cuidado de los recursos naturales y sociales del medio donde se ejecutan las actividades turísticas. Con respecto a la dinámica del sistema, debe existir el desplazamiento de la demanda en periodos de ocio y descanso de menos

de un año y de forma consecutiva hacia el territorio donde se encuentra la oferta. La oferta haciendo uso de los recursos sociales, naturales y artificiales escasos con los que cuenta su territorio, realiza actividades y brinda experiencias al turista para la satisfacción de sus necesidades y deseos, a la vez que obtiene beneficios económicos y sociales para alcanzar el nivel de desarrollo humano sostenible que anhelan tener los habitantes de este territorio.

En el artículo de Brida, Pereyra, Such Devesa, & Zapata Aguirre (2008) denominado “La contribución del turismo al crecimiento económico” se presenta una metodología que consiste, en el desglose del crecimiento económico generado por el turismo y el crecimiento económico generado por el resto de las actividades económicas, el método es aplicado al caso de España, Francia, Italia, Reino Unido y Estados Unidos y los resultados se compararon con algunos países de América Latina. El método propuesto mide el crecimiento económico de un país mediante la tasa de crecimiento del PIB real per cápita. Desagregando la economía en sus diversos sectores podemos medir la contribución de cada uno de éstos al crecimiento de la economía. En particular, medir la variación del PIB real per cápita producida por el sector turístico si calculamos el porcentaje de cambio del producto debido al sector turismo de un período al siguiente.

El presente trabajo investigativo es de gran aporte para el estudio ya que muestra una metodología para medir la contribución del turismo en el crecimiento económico de un país, y se determina que los principales impactos que tiene el turismo sobre la economía del destino turístico son ingresos por divisas y generación de empleo en la localidad; estos efectos positivos son elementales en países como el Ecuador con un alto potencial turístico.

En el artículo de Brida, Pereyra, Such, & Pulina (2012) denominado “Causalidad entre turismo y crecimiento económico de largo plazo: una revisión crítica de la literatura econométrica” contiene una revisión crítica

de los principales estudios econométricos que se han ocupado del análisis de la relación de causalidad entre el turismo y el crecimiento económico de largo plazo. Estos estudios han empleado una variedad de metodologías, como por ejemplo los modelos VAR, VECM, ARDL, ARCH, GARCH, sección cruzada y datos de panel. En general realizan un test de cointegración de variables económicas como forma de testear la causalidad según Granger. Este trabajo muestra que en los casos revisados existe una fuerte evidencia empírica a favor de la hipótesis del turismo como generador del crecimiento económico de largo plazo. No obstante, esto no permite extraer conclusiones de carácter general sobre las implicaciones políticas y de planificación. Adicionalmente, el trabajo muestra que los valores de la elasticidad del crecimiento económico respecto al turismo son significativos, existiendo diferencias entre los distintos países estudiados.

2.2. Fundamentación Filosófica

Parafraseando a González Morales (2003), explica que el paradigma naturalista estudia las situaciones ubicándolas en el mundo real, tal y como se desenvuelven naturalmente; hay una actitud no manipuladora, no obstrusiva y abierta a lo que surja, sea lo que sea hay una ausencia de restricciones o resultados predeterminados.

Hablar de un paradigma es establecer los criterios en los que se ve el mundo, descubrir y comprender los fenómenos que interactúan al alrededor del mismo; por lo tanto, la presente investigación, se fundamenta en el paradigma naturalista, convirtiéndose en partes integrantes del fenómeno, al investigar.

Este paradigma intenta sustituir las nociones científicas de explicación, predicción y control del paradigma positivista por las bases de comprensión, significado y acción, que aporten con un cambio

significativo a quien hará uso de la investigación.

2.2.1. Fundamentación Epistemológica

En palabras de Ceberio y Watzlawick (1998), citado por Jaramillo (2003), *“el término epistemología deriva del griego episteme que significa conocimiento, y es una rama de la filosofía que se ocupa de todos los elementos que procuran la adquisición de conocimiento e investiga los fundamentos, límites, métodos y validez del mismo.”*

Es por eso que el conocimiento va más allá de la información porque busca transformar sujetos y objetos. Se aspira a que el sujeto se caracterice, por ser proactivo, participando activamente, fortaleciendo su personalidad y su futura actividad creadora. Esto le llevará hacia una positiva asimilación proyectiva de su identidad como habitante del cantón Baños.

2.2.2. Fundamentación Ontológica

Según Gallardo (2011) *“La epistemología se interroga acerca de cómo la realidad puede ser conocida, acerca de la relación entre quien conoce y aquello que es conocido, acerca de las características, de los fundamentos, de los presupuestos que orientan el proceso de conocimiento y la obtención de los resultados, acerca de la posibilidad de que ese proceso pueda ser compartido y reiterado por otros a fin de evaluar la calidad de la investigación y la confiabilidad de esos resultados”.*

Este trabajo se fundamenta en que la realidad está en continuo movimiento y cambio por lo que la ciencia con sus verdades científicas tiene un carácter perfectible.

Bajo esta investigación se pretende solucionar los problemas existente entre las variables, la oferta turística y el nivel de ingresos de los operadores turísticos en el cantón Baños.

2.2.3. Fundamentación Axiológica

Dicho trabajo de investigación está apegado a los valores que la sociedad lo ha exigido como la ética, honestidad y sobretodo la responsabilidad. En relación con los valores científicos y académicos que se ha ido desarrollando con el pasar del tiempo se puede rescatar los siguientes:

- Honradez académica
- Responsabilidad Metodológica
- Exactitud Científica
- Exactitud Matemática

2.2.4. Fundamentación Económica

El presente trabajo de investigación se enmarca en economía ya que al estudiar las variables, la oferta turística y el nivel de ingresos de los operadores turísticos del cantón Baños, se determinara la relación existente entre las mismas con el fin de plantear una alternativa de solución para mejorar el nivel de ingresos de los operadores turísticos del cantón, siendo los operadores un importante grupo económico del sector al mejorar su nivel de ingresos de una manera adecuada contribuirán al desarrollo económico del cantón.

El concepto de desarrollo (económico) fue asociado al crecimiento, como lo citan Solari, Franco y Jutkowitz (1976), *“El desarrollo económico es un proceso continuo cuyo mecanismo esencial consiste en la aplicación reiterada del excedente en nuevas inversiones, y que tiene como resultado la expansión incesante de la unidad productiva de que se trate.*

Esta unidad puede ser desde luego una sociedad entera”.

2.3. Fundamentación Legal

Para establecer los lineamientos legales de la presente investigación se recurre en primer lugar, a la Carta Magna de la República, dentro de ella a los artículos relacionados al tema de la oferta turística y el nivel de ingresos, que a continuación se detallan:

Según, la **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR** (2008), Título I Elementos Constitutivos Del Estado, Capítulo Primero Principios Fundamentales, Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.
2. Garantizar y defender la soberanía nacional.
3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.
4. Garantizar la ética laica como sustento del quehacer público y el ordenamiento jurídico.
5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.
6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.
7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.
8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

Según la **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR** (2008), Título VI Régimen De Desarrollo, Capítulo Primero, Principios Generales: Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del *sumak kawsay*.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los

beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.

5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.

6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.

7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 277.- Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

1. Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza

2. Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo

3. Generar y ejecutar las políticas públicas, y controlar y sancionar su Incumplimiento

4. Producir bienes, crear y mantener infraestructura y proveer servicios Públicos

5. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la Ley.

6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

LEY DEL TURISMO

Según la, **LEY DEL TURISMO** (2002), Capítulo I, Generalidades, Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Según la, **LEY DEL TURISMO** (2002), Capítulo II, De Las Actividades Turísticas Y De Quienes Las Ejercen, Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Según la, **LEY DEL TURISMO** (2002), Capítulo IV, Del Ministerio De Turismo, Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO

El **REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DE TURISMO** (2004), Título Segundo De Las Actividades Turísticas, Capítulo I, De Las Actividades Turísticas Y Su Categorización, Art. 43.- Definición de las actividades de

turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

El REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DE TURISMO (2004), Título Segundo De Las Actividades Turísticas, Capítulo I, De Las Actividades Turísticas Y Su Categorización, Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

2.4. Categorías Fundamentales

2.4.1. Visión dialéctica de conceptualizaciones

2.4.1.1. Marco conceptual variable independiente

TURISMO

Según Organización Mundial del Turismo (OMT) (1995), detalla que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.”

FLUJO TURÍSTICO

Tipología de los flujos turísticos

Según INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2004) los visitantes se pueden clasificar bajo el aspecto económico en los siguientes:

a) “Duración del viaje: según se hospeden o no en el lugar visitado, los visitantes se clasifican en: Turistas: cuando se hospedan fuera del entorno habitual; y excursionistas, cuando no se hospedan”, b) “Motivo del viaje: se considera una visión amplia de motivos como: ocio, recreo y vacaciones; visitas a parientes y amigos; negocios y motivos profesionales; tratamientos de salud; religión, peregrinaciones; otros motivos. Incluyéndose como viajeros todos los que viajan o visitan un lugar con una finalidad diferente a la del ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”, y c) “Lugar de residencia del viajero: entendida desde un punto de vista de residencia económica, la combinación de la residencia del viajero con el territorio visitado da lugar a distintas categorías de flujos turísticos”.

RECURSO TURÍSTICO

Según Organización Mundial del Turismo (OMT) (2008, pág. 186) el recurso turístico comprende “todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”.

Clasificación de los Recursos Turísticos

El método expuesto por Clawson & Knestch (1966), incluye tres categorías de recursos de acuerdo a la relación existente entre el tipo de usuarios y las características físicas y ecológicas del recurso:

- a) “Recursos orientados hacia el usuario: son aquellos que el propio hombre define como esparcimiento cercano a los núcleos habituales de residencia (parques urbanos, parques recreativos, etc.), es decir, los que realmente no podrían considerarse un recurso turístico en sentido estricto”, b) “Recursos recreativos de tipo intermedio: son de mayor tamaño que los anteriores ya que exigen un desplazamiento fuera de los núcleos habituales de residencia y que, además, requieren una menor intervención del hombre en su creación y desarrollo (parques nacionales ingleses, zonas protegidas en España, espacios naturales importantes, etc.)”, y, c) “Esparcimiento y ocio basado en el recurso: se corresponde con zonas especialmente valiosas desde el punto de vista ecológico o paisajístico, cuya ubicación es totalmente independiente de la localización de los núcleos urbanos. Su uso debe ser controlado y medido”.

OFERTA TURÍSTICA

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2008, pág. 51), se define a la oferta turística como: “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

Tipos de Oferta Turística

Según Quesada (2007) , menciona que hay dos tipos de oferta turística:

- a) “La oferta turística básica: Compuesta por aquellos bienes y servicios que tienen carácter exclusivamente turístico. Ejemplos de ella son el alojamiento, agencias de viajes o cruceros”, b) “La oferta turística complementaria: Compuesta por aquellos bienes que no son exclusivos del turismo, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final. Los deportes, el comercio o carreteras son ejemplos de este tipo de oferta”.

Componentes de la Oferta Turística

Carbacos (2006), menciona que la oferta turística se compone de:

- a) “Oferta hotelera: Referida como la unidad productiva de servicios de alojamiento (hoteles, pensiones, hostales y moteles)”, b) “Oferta extra hotelera: Establecimientos de hospedaje muchas de naturaleza no reglada (bungalows, departamentos turísticos o villas)”, c) “Agencias de viajes: Mayoristas o tour-operadoras y las minoristas”, d) “Empresas de restauración: Establecimientos que brindan al cliente la satisfacción de una necesidad básica del cliente: el de alimentación y bebida”, y, e) “Otros: Discotecas, campos de golf, demás instalaciones deportivas, etc”.

2.4.1.2. Descripción Conceptual de la Variable Dependiente

ECONOMÍA

Según Robbins (1932), define que “la ciencia económica es el estudio de la conducta humana como una relación entre fines y medios que son escasos y susceptibles”.

Puesto que los recursos son escasos en relación a los fines o necesidades humanas, y las opciones de uso de los recursos son

diversas, se debe estudiar el comportamiento de la humanidad, individual y colectivamente, en cuanto a la forma en que deciden cómo utilizar los recursos.

MICROECONOMÍA

En el libro de Parkin & Loría (2006), definen a la microeconomía como *“el estudio de las elecciones que hacen los individuos y las empresas, la manera en que dichas elecciones interactúan en los mercados y la influencia que los gobiernos ejercen sobre ellas”*.

De la misma manera en el libro de Pindyck & Rubinfeld (2009) , define a la microeconomía como la rama de la teoría económica que *“que se ocupa de la conducta de unidades económicas individuales. Estas unidades son los consumidores, los trabajadores, los inversores, los propietarios de tierra, las empresas: en realidad, cualquier individuo o entidad que desempeñe algún papel en el funcionamiento de nuestra economía. La microeconomía explica cómo y por qué estas unidades toman decisiones económicas.”*

Las personas tienen necesidades elementales y específicas que cubrir (alimentación, vestido, medicinas, vivienda, otros), y existen múltiples factores que influyen en la capacidad de generar recursos para satisfacer dichas necesidades, tales como trabajo, materia prima o capital. El equilibrio y óptima distribución de estos recursos, es materia microeconómica.

NIVEL SOCIOECONÓMICO

En el trabajo investigativo de Vera Romero & Vera Romero (2013) se refiere a nivel socioeconómico como *“la posición de un individuo/hogar dentro de una estructura social jerárquica”*, también toma la definición de

La National Center for Educational Statistics, se define como *“una medida de la posición relativa económica y social de una persona/hogar”*.

Según Gottfried (1985) y Hauser (1994) citado por Vera Romero & Vera Romero (2013), señala que: *“incluye tres aspectos básicos: los ingresos económicos, nivel educativo y ocupación de los padres”*

En la presente investigación se toma en cuenta algunos factores para determinar el nivel socio económico, como el nivel de ingresos que tiene mensualmente un operador turístico, el grado de escolaridad del mismo, las cargas familiares que tiene, su estado civil, y finalmente el género para determinar quienes se dedican mayormente a la actividad turística.

NIVEL DE INGRESO

Según Abel & Bernanke (2004), “el ingreso personal incluye todo los ingresos recibidos, percibidos o no percibidos. Es probable que difiera del ingreso nacional (ingreso percibido) debido a que parte del ingreso percibido, impuestos de seguridad social (impuesto a la nómina), impuesto a la renta corporativa y utilidades corporativas no distribuidas no es recibido efectivamente por las familias. Y viceversa, parte del ingreso recibido, pagos de transferencia no se gana efectivamente”. (...) “Los ingresos en términos económicos hacen referencia a todas las entradas económicas que percibe una persona, una familia una empresa, una organización, un gobierno, etc. El tipo de ingresos que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (trabajo, negocio, una venta, etc.)”.

Ingreso Disponible

Según Campbell & Stanley (1997), “el ingreso disponible es el ingreso personal menos los impuestos personales, el ingreso disponible es el

monto de ingreso que las familias pueden gastar como deseen". Puesto que los economistas definen el ahorro como "la parte del ingreso disponible que no se gasta en bienes de consumo".

Clasificación del Ingreso

a) Ingreso Marginal: Generado por el aumento de la producción en una unidad.

b) Ingreso Medio: Ingreso que se obtiene, en promedio, por cada unidad de producto vendida; es decir, es el ingreso total dividido en el total de unidades vendidas.

c) Ingreso del Producto Marginal:

Ingreso generado por la utilización de una unidad adicional de algún factor de producción (trabajo, capital), por ejemplo, la utilización de un trabajador más, etc.

De forma general, las personas, las familias, las empresas, etc., desean incrementar sus ingresos; si éstos se elevan, su consumo y su ahorro pueden aumentar, por ende se incrementara el nivel de vida, e ingresos económicos.

Los ingresos públicos, se denominan así porque son los que recibe el Estado.

El Estado recibe ingresos por concepto de cobro de impuestos, por la venta de bienes producidos por empresas públicas, por utilidades que generan éstas mismas, por ventas o alquileres de propiedades, por multas impuestas, por emisión de bonos u obtención de créditos, entre otros.

Cuando los ingresos provienen de impuestos se denominan ingresos tributarios, por el contrario, cuando provienen de fuentes distintas a los

impuestos se denominan ingresos no tributarios. Con los ingresos, los gobiernos pueden realizar sus gastos, sus inversiones, etc.

d) Los Ingresos Ordinarios son aquellos que se obtienen de forma habitual y cotidiana; por ejemplo el salario o sueldo de un trabajador, o las ventas de una empresa a un cliente que compra periódicamente o de forma habitual.

e) Los Ingresos Extraordinarios son aquellos que provienen de acontecimientos especiales; por ejemplo un negocio inesperado por parte de una persona o una emisión de bonos por parte de un gobierno.

2.4.2. Gráficos de Inclusión Interrelacionados

2.4.2.1 Súper Ordinación Conceptual

2.4.2.2 Sub-Ordinación conceptual

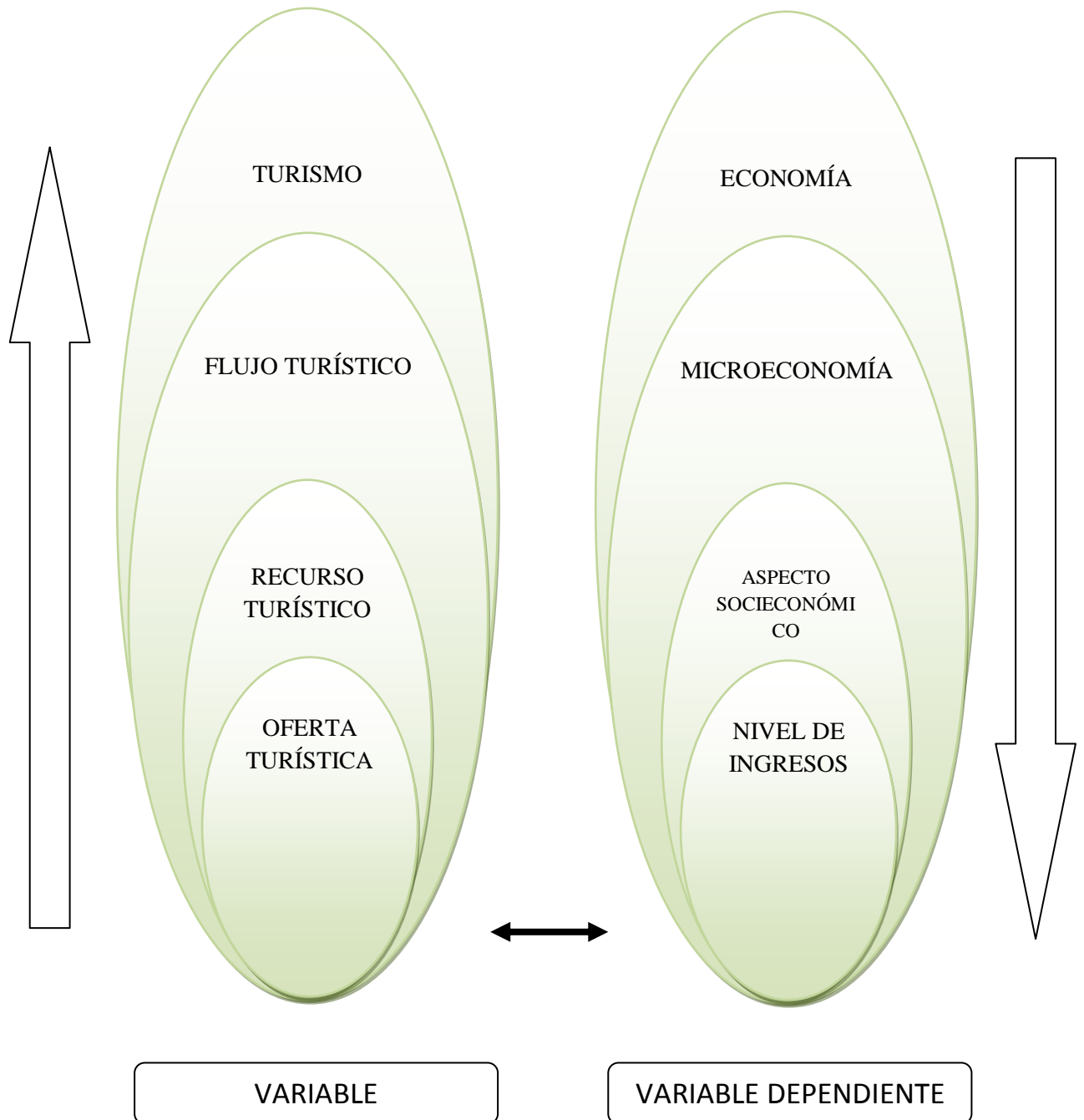


Gráfico No. 2 Red de Inclusiones Conceptuales

Elaborado por: Valverde, A. (2014)

Fuente: Elaboración propia

2.4.3. Constelación de Ideas Variable Independiente

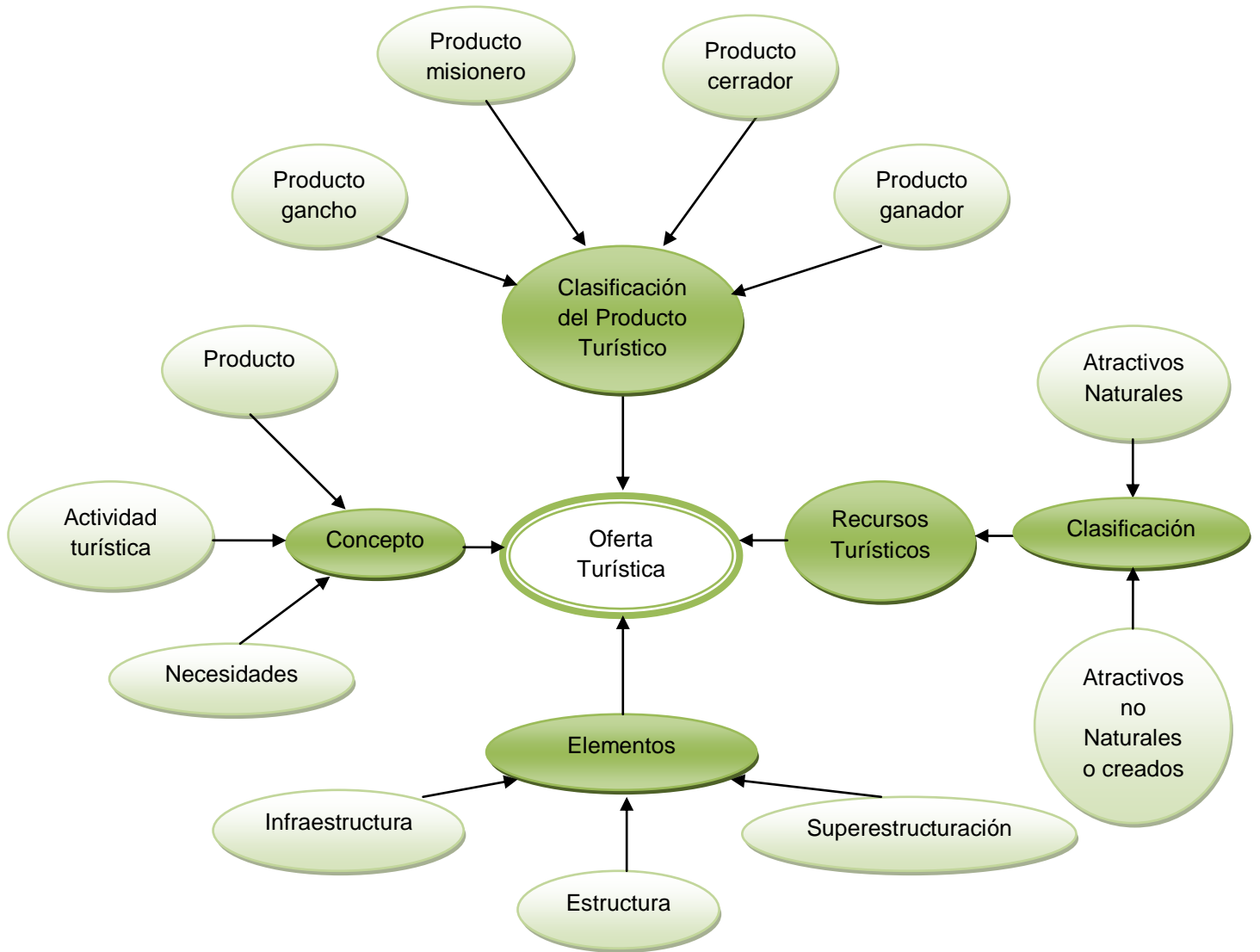


Gráfico No. 3 Constelación de Ideas Oferta Turística
 Elaborado por: Valverde A. (2014)
 Fuente: Elaboración propia

2.4.4. Constelación de Ideas Variable Dependiente

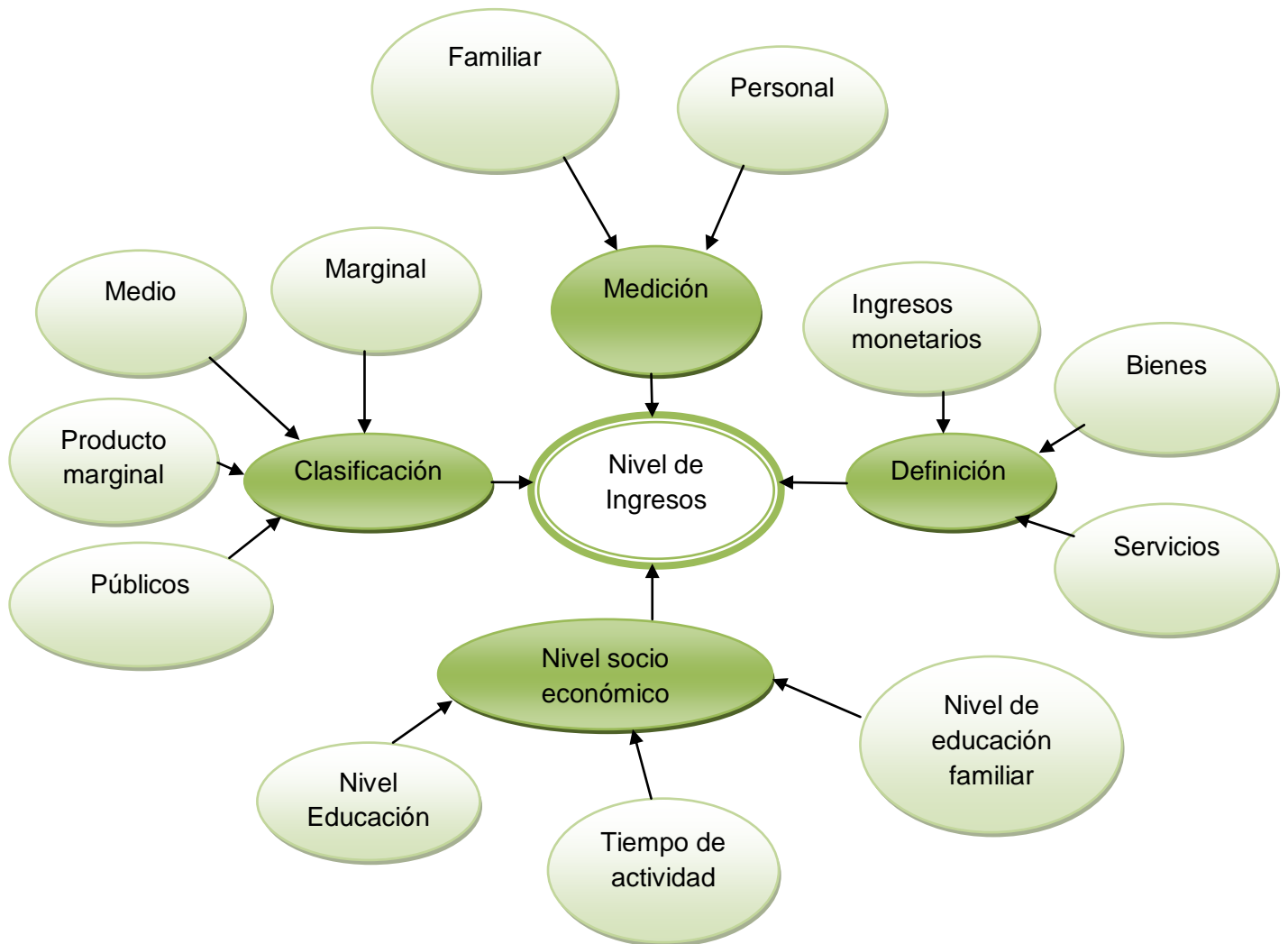


Gráfico No. 4 Constelación de Ideas Nivel de Ingresos
Elaborado por: Valverde A. (2014)
Fuente: Elaboración propia

2.5. Hipótesis

La Oferta turística y su influencia en el nivel de ingresos de los operadores turísticos del cantón Baños.

2.6. Señalamiento de Variables

2.6.1. Variable Independiente

Oferta turística

2.6.2. Variable Dependiente

Nivel de ingreso

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque de la Investigación

El presente trabajo se enmarca en un enfoque mixto, en el que predomina el enfoque cualitativo ya que, el problema a estudiar permitirá un acercamiento con la sociedad, por lo cual las observaciones y datos podrán modificarse en el tiempo; y un enfoque cuantitativo ya que en la investigación se obtendrán datos numéricos, con el fin de probar las hipótesis planteadas para aceptarlas o rechazarlas.

Según señalan los autores Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010, pág. 17), *“la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas, que aportan un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad”*. Los autores también mencionan que *“el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”*.

El enfoque cualitativo se antepone en la investigación ya que la realidad puede cambiar a medida que se recolecta datos e información necesaria para la realización de la presente investigación, por eso describe e interpreta los datos obtenidos en la investigación, y finalmente el enfoque permite generar hipótesis en el trabajo investigativo.

Según Herrera & Medina (2004), *“la investigación cualitativa recoge*

información a través de cuestionarios estructurados que dan la posibilidad de análisis estadísticos en función de una muestra representativa de la población a estudiar”.

La recolección de datos permite describir e interpretar la realidad del problema investigativo con el fin de dar una solución al problema identificado para los pobladores del cantón Baños de Agua Santa.

Por otra parte el trabajo investigativo también se fundamenta en el enfoque cuantitativo ya que como mencionan Pita Fernández & Pértegas Díaz (2002), la investigación cuantitativa *“es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables, trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la toda muestra procede”.*

Con el enfoque cuantitativo, se puede obtener mayor información sobre la variable independiente y dependiente del trabajo investigativo, lo que a su vez permite obtener mejores resultados en el problema de investigación planteado.

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010, pág. 4), el enfoque cuantitativo representa:

Un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y no se puede eludir pasos; parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco y una perspectiva teórica, luego de la preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas, y se establecen una serie de conclusiones respecto de las hipótesis.

En el enfoque cuantitativo se busca identificar causas y posibles soluciones a la problemática del trabajo investigativo, la misma que sigue una orden de pasos sistemáticamente con el fin de analizar las variables y probar las hipótesis, y concluir respecto a los resultados obtenidos en la investigación.

3.2. Modalidad de la Investigación

3.2.1. Investigación de Campo

Dentro de las modalidades que se seleccionó para el trabajo investigativo se encuentra la investigación de campo que según **Tamayo y Tamayo**, (2003, pág. 110) es aquella cuando *“los datos se recogen directamente de la realidad, por lo cual los denominamos primarios, su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas”*.

La investigación de campo permite estar en contacto con la realidad que se quiere investigar, es así que esta modalidad permite recoger y analizar datos e información del desarrollo económico de los habitantes del cantón Baños, con el empleo de diferentes técnicas que permiten ponerse en relación con el lugar y las personas, para tener una mejor percepción del problema de estudio.

Según señala Graterol (2009):

La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular. Se puede definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien

estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada). Este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio. Ello permite el conocimiento más a fondo del investigador, puede manejar los datos con más seguridad y podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes (efectos).

La modalidad de campo permite un estudio de los hechos en el lugar en el que se producen, ya que permite que el investigador se contacte con la problemática de estudio por medio de la utilización de técnicas como la encuesta y observación.

3.2.2. Investigación Bibliográfica-Documental

La investigación bibliográfica es de suma importancia ya que tenemos que conocer todo acerca de las dos variables de estudio basadas en fuentes secundarias como son libros, revistas entre otros, Herrera & Medina (2004) señalan que *“la investigación bibliográfica documental tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias)”*.

La investigación bibliográfica permite profundizar y analizar de mejor manera las variables de estudio, ya que se apoya en fuentes referentes al tema como son libros, tesis de grados, leyes, páginas web, entre otros.

Según Tamayo y Tamayo (2003, pág. 109), la investigación bibliográfica es aquella:

La que se recurre a la utilización de datos secundarios, es decir aquellos que han sido obtenidos por otros y nos llegan elaborados y procesados de acuerdo con los fines

de quienes inicialmente los elaboran y manejan, y por lo cual decimos que es un diseño bibliográfico. Conviene ante este diseño comprobar la confiabilidad de datos que maneja mediante fuentes bibliográficas sean garantía para su diseño.

Esta modalidad de investigación será fundamental durante el trabajo investigativo ya que usa diferentes fuentes secundarias, que permitirán interpretar, concluir y recomendar, acerca de desarrollo económico de los pobladores del cantón Baños y el turismo ecológico que se genera en la zona.

3.3. Tipo o Nivel de Investigación

3.3.1. Investigación Exploratoria

Naghi (2008, pág. 89) citado por Raza (2013) en su investigación señala que *“el objetivo principal de la investigación exploratoria es captar una perspectiva general del problema. Este tipo de estudios ayuda a dividir un problema muy grande y llegar a unos sub-problemas, más precisos hasta en la forma de expresar las hipótesis (...) el estudio exploratorio también es útil para incrementar el grado de conocimiento del investigador respecto al problema”*.

Este tipo de investigación permite conocer todo acerca de las variables de estudio, y mejora la visión del problema, por lo cual la investigación será más precisa tanto en el planteo de las hipótesis como en las finales conclusiones y recomendaciones.

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010, pág. 79) señalan que:

Los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una

investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados (...) los estudios exploratorios en pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, generalmente determinan tendencias, identifican áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudio, relaciones entre variables; o establecen el tono de investigaciones posteriores más elaboradas y rigurosas; estas indagaciones se caracterizan por ser más flexibles en su método en comparación con las descriptivas, correlacionales o explicativas, y son más amplias y dispersas.

Es conveniente aplicar la investigación exploratoria porque permite obtener en primer plano un conocimiento del problema de investigación, y permite palpar la realidad de la problemática de estudio y de esta manera explorar todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico en el cantón Baños y el turismo ecológico.

3.3.2. Investigación Descriptiva

Según Van Dalen & Meyer (2006):

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Según Tamayo y Tamayo (2003, pág. 46), la investigación descriptiva comprende *“la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El*

enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentamos una interpretación correcta”.

El autor también señala que la tarea del investigador en este tipo de investigación tiene las siguientes etapas:

1. “Descripción del problema”, 2. “Definición y formulación de hipótesis”, 3. “Supuestos en que se basan las hipótesis”, 4. “Marco teórico”, 5. “Selección de técnicas de recolección de datos”, a) “Población”, b) “Muestra”, 6. “Categorías de datos, a fin de facilitar relaciones”, 7. “Verificación de validez de instrumentos”, 8. “Descripción, análisis e interpretación de datos”.

La investigación descriptiva se usará para la presente investigación, analizando la relación existente entre el turismo ecológico y el desarrollo económico de los pobladores del cantón Baños, a partir de los resultados se elaborarán las conclusiones y recomendaciones que generen resultados con impacto social positivo.

3.3.3. Investigación Correlacional

Según Salkind citado por Bernal Torres (2006, pág. 113), *“la investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables (...) uno de los puntos más importantes respecto de la investigación correlacional es examinar relaciones entre variables o sus resultados, pero en ningún momento explica que una sea la causa de la otra.*

La correlación examina asociaciones pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro”.

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010, pág. 81), *“el estudio correlacional tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un concepto en particular”*.

Pazmiño Cruzatti (2008, pág. 29), explica que:

Además de ser imprescindible la intervención de dos o más variables en relación, es necesaria la determinación del grado en que una o más variables afectan a otra u otras, así, este proceso determina que las pruebas estadísticas también se extiendan (...) algunos estadígrafos correlacionales y de significación son: coeficiente Ji cuadrado, coeficiente phi, coeficiente de contingencia, prueba “T” de student, coeficiente “r” de Pearson.

La finalidad de la investigación correlacional es conocer el comportamiento de una variable con respecto a otra, y medir el grado de correlación que existe entre el desarrollo económico de los pobladores y el turismo ecológico del cantón Baños, con el fin de determinar si la variable independiente influye en la otra, la variable dependiente, y determinar la asociación de las mismas.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

Según Garcés Paz (2000, pág. 83), *“la población constituye el conjunto de elementos que tienen una característica similar y que se hallan dentro de una circunscripción territorial, en otras palabras constituyen la población todos los sujetos que van a ser investigados sobre un tema dado”*.

La población de la siguiente investigación está conformada por los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa de la provincia de

Tungurahua, que según el Departamento Turístico del cantón Baños de Agua Santa, operan actualmente 54 operadoras turísticas.

Tabla No. 1 Población operadoras turística Baños de Agua Santa

OPERADORAS TURÍSTICAS:

ADRENALINA EXPEDICIONES ADEXPE CIA. LTDA.

ADVENTURE EQUATORLANDS

ANINGATRAVEL

AVENTURA TRAVEL HERE ANTONIO

ALEXANDER TOURS CIA. LTDA. PRINCIPAL

ALEXANDER TOURS CIA. LTDA. SUCURSAL 1

AVENTURANDES CIA. LTDA. PRINCIPAL

BAÑOS XTREME SPORTS

CAROLINES TOUR

CARRILLO HNOS. CIA. LTDA.

CASAHURCO TRAVEL CIA. LTDA.

CHEBASTOUR

CORDOVA TOURS

DISTRACTURS PRINCIPAL

DREAM PARADISE

EXPEDICIONES AMAZÓNICAS PRINCIPAL

EXPEDICIONES AMAZONICAS SUCURSAL 1

EXTREME EXPERIENCE EXPEDICIONES

EXTREME EXPERIENCE EXPEDICIONES SUCURSAL

EXPLORJUNGLA EXPEDICIONES

EXPLORJUNGLE EXPEDICIONES SUCURSAL 1

EXPLORSIERRA EXPEDICIONES CIA. LTDA

FANATIES SPORT TRAVEL AGENCY

GEOTOURS CIA.LTDA

IMAGINE ECUADOR

IVAGA TOURS CIA. LTDA PRINCIPAL

IVAGA TOURS CIA. LTDA SUCURSAL

JOSE Y DOS PERROS

LAS ESTANCIAS TOURS CIA.LTDA

LAS ESTANCIAS TOURS CIA.LTDA SUCURSAL 1

LLANGANATES EXPEDICIONES CIA. LTDA

LLANGANATES EXPEDICIONES SUCURSAL CIA. LTDA

MARBERKTOUR CIA. LTDA.

MEGAVENTURA TOUR OPERATOR

MAYOTRAVEL CIA. LTDA.

MOTOSPORT ADVENTURE CIA. LTDA.

NATURAL GEOGRAPHIC EXPEDITIONS

NATURAL MAGIC EXPEDITIONS TRAVEL AGENCY

PAILÓN TRAVEL PRINCIPAL

PEREZ TOUR EXPEDITIONS CIA. LTDA.

PUERTAS DEL CIELO TRAVEL EXTREMA ADVENTURA

RAIN FOREST TOUR CIA. LTDA.

REHBOOT EXPEDICIONES TRAVEL AGENCY

RUTAS DORADAS EXPEDICIONES CIA. LTDA

SEBASTIAN MOYA EXPEDICIONES CIA.LTDA

SIERRA SELVA AVENTURAS SISEAVE CIA. LTDA.

TORRES SILVA CIA. LTDA.

TEAM ADVENTURE CIA. LTDA.

TOP SPORT ADVENTURE CIA.LTDA

TUNGURAHUA EXPLORER CIA.LTDA.

TURIS AMAZONAS/TURISMON CIA.LTDA.

ULTRAMOTOS EXPEDITIONS TRAVEL AGENCY

WHITE RIVER EXPLORER CIA. LTDA.

WONDERFUL ECUADOR

Elaborado por: Valverde A. (2014)

Fuente: Departamento Turístico GAD Baños de Agua Santa

3.4.2. Muestra

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010, pág. 173), la muestra *“es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población; el investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra logren extrapolarse a la población”*.

Para el presente trabajo investigativo utilizaremos muestreo aleatorio, Casal & Mateu (2003), señalan que en *“el muestreo aleatorio todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Los individuos que formarán parte de la muestra se elegirán al azar mediante números aleatorios. Existen varios métodos para obtener números aleatorios, los más frecuentes son la utilización de tablas de números aleatorios o generarlos por ordenador”*.

Los mismos autores indican que el muestreo aleatorio simple es *“el método conceptualmente más simple. Consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista (marco de la encuesta). En la práctica, a menos que se trate de poblaciones pequeñas o de estructura muy simple, es difícil de llevar a cabo de forma eficaz”*.

Para el cálculo de la muestra se definió las 54 operadores turísticas del cantón Baños de Agua Santa, de las cuales aleatoriamente se extraerá una muestra representativa de la población, en el presente trabajo investigativo se utilizará la fórmula correspondiente al muestreo probabilístico, el cual permite que todos los individuos tengan la posibilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra, para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Z^2 pq + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(54)}{(1,96)^2(0,5)(0,5) + (56)(0,05)^2}$$
$$n = 47$$

Donde:

Z = Valor de z asignado según el nivel de confianza, (95%)

P = Probabilidad de ocurrencia

Q = Probabilidad de no ocurrencia

N = Total población

e = Nivel de error estimado

Por lo tanto para obtener información para el presente trabajo investigativo se ha determinado que el tamaño de la muestra sea 49 operadoras turísticas del cantón Baños, según la fórmula del muestreo probabilístico.

3.5. Operacionalización de Variables

3.5.1. Operacionalización de Variable Independiente

Tabla No. 2 Variable Independiente: Oferta Turística

Conceptualización	Categorías o Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e Instrumentos
La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios que conforman el producto turístico que con una adecuada promoción y un programa de distribución del producto turístico aplicado por los operadores turísticos, estableciendo el precio de acorde a las circunstancias del mercado.	Oferta	Atractivos turísticos	¿Qué actividad turística es la que más acogida tiene entre los turistas?	Encuesta
		Servicios	¿Qué tipo de servicio ofrece como operador turístico? ¿Tiene convenios con otros servicios turísticos?	
		Sector de proveedores	¿Sus ofertas son incluyentes con otro tipo de proveedores?	
		Infraestructura de apoyo	¿Mantiene convenios con otro tipo de servicios complementarios?	
	Producto Turístico	Atracciones	¿Qué paquete turístico es el más demandado?	
		Infraestructura	¿Qué tipo de alternativas estaría dispuesto a agregar a su oferta turística para mejorar sus ingresos?	
		Accesibilidad	¿Qué medio de comunicación utiliza para promocionar sus servicios?	
	Flujo Turístico	Nº Turistas esperados	¿Quiénes son sus principales demandantes?	
		Nº Turistas que ingresaron	¿En promedio cuantos turistas recibe mensualmente?	

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

3.5.2. Operacionalización de Variable Dependiente

Tabla No. 3 Variable Dependiente: Nivel de Ingresos

Conceptualización	Categorías o Dimensiones	Indicadores	Items	Técnica e Instrumentos
Son todos los ingresos económicos que percibe una persona, una familia una empresa, una organización, un gobierno, etc. El tipo de ingresos que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (trabajo, negocio, una venta, etc.)	Ingresos económicos del turismo	Informalidad de los operadores	Piensa usted, ¿que la informalidad turística que existe en el cantón Baños, ha disminuido sus ingresos?	Encuesta
		Formalidad de los operadores	¿Tiene usted otra fuente de ingresos?	
	Flujo de ventas del negocio	Variabilidad de temporada	Señale en que fechas sus ingresos son mayores	
		Tipo de ingreso	Su ingreso económico mensual proviene mayormente de?	
	Aspectos socioeconómicos y nivel de ingresos	Años de funcionamiento de negocio	Cuántos años lleva en el negocio?	
		Grado de instrucción	Cuál es su grado de preparación	
		Ingreso mensual	¿Cuál es el ingreso promedio mensual de su negocio?	
		Cargas familiares	Cuántas cargas familiares tiene?	

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

3.6. Plan de Recolección de Información

Según Herrera & Medina (2004), el plan de recolección de información contempla a los siguientes elementos:

- a) “Definición de los sujetos: personas que van a ser investigados”, b) “Selección de las técnicas a emplear”, c) “Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación”, d) “Explicitación de procedimientos para la recolección de información, cómo se va a aplicar los instrumentos, condiciones de tiempo y espacio, entre otros”.

3.6.1. Plan para la Recolección de Información

- **Definición de los sujetos: personas u objetos que van a ser investigados.** La presente investigación de investigar a los operadores turísticos del cantón Baños
- **Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información.** Las técnicas a ser utilizadas son la entrevista, la encuesta y la observación.
- **Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación.** La investigación utilizará 1 encuesta
- **Selección de recursos de apoyo (equipos de trabajo).** Para la elaboración del proyecto se cuenta con el apoyo de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa
- **Explicitación de procedimientos para la recolección de información, cómo se va a aplicar los instrumentos, condiciones de tiempo y espacio, etc.**

Tabla No. 4 Recolección de información

Preguntas Básicas	Explicación
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2. ¿De qué persona u objeto?	De una muestra de 54 operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa
3. ¿Sobre qué aspectos?	El turismo ecológico y el desarrollo económico
4. ¿Quién investiga?	La información será recogida por: Alejandra Valverde
5. ¿Cuándo?	Segundo semestre del 2014
6. ¿Dónde?	Cantón Baños de Agua Santa de la provincia de Tungurahua
7. ¿Cuántas veces?	La información se recoge una vez
8. ¿Qué técnicas de recolección se van a utilizar?	Encuesta
9. ¿Con qué?	Cuestionarios
10. ¿En qué situación?	Durante el día, días de mayor afluencia turística

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

3.7.1 Plan De Procesamiento De Información

Según Herrera & Medina (2004), el plan de procesamiento de la información consta de los siguientes elementos:

a) *“Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, entre otros aspectos”, b) “Tabulación o cuadros según cada variable: manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados”, c) “Representaciones gráficas”.*

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

El presente análisis se basa en la encuesta dirigida a los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, se tomó una muestra de 47 operadores a los cuáles se realizó la presente encuesta el día 09 de marzo del presente año, con la finalidad de conocer los productos o servicios turísticos que ofertan los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, de la misma manera conocer su nivel de ingresos, edad, grado de instrucción, tiempo de experiencia en el negocio.

Información General

Tabla No. 5 Género

GENERO	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Masculino	37	79%
Femenino	10	21%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

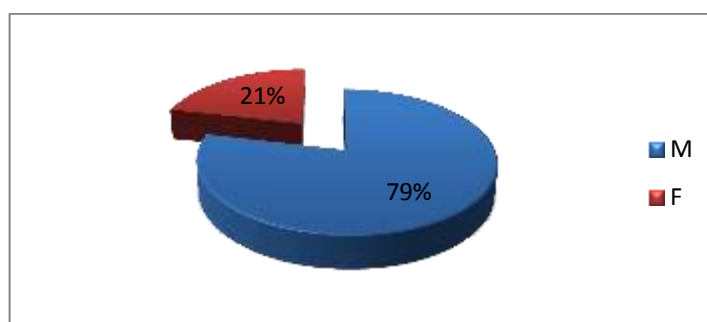


Gráfico No. 5 Género

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 5

Análisis de datos:

El 79% de las personas encuestadas menciono que los operadores turísticos son de género masculino y tan solo el 21% son de género femenino.

Interpretación de Resultados:

La mayor parte de los operadores turísticos son hombres ya que ellos dominan gran parte de los deportes que los turistas tanto internos como externos buscan practicar en la ciudad de Baños, el género femenino ocupa menos de la tercera parte en estas actividades.

Tabla No. 6 Edad

EDAD	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
15 - 20	0	0%
21 - 25	1	2%
26 - 35	9	19%
36 - 50	34	72%
Mayor a 50	3	6%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

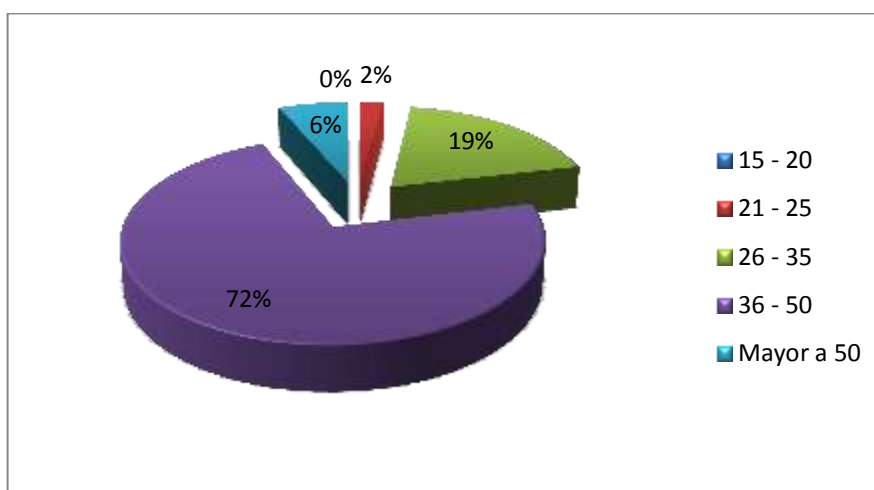


Gráfico No. 6 Edad

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 6

Análisis de datos:

Por medio de la categorización del ítem edad se observa que el 0% de la población se encuentra entre 15-20 años, el 2% entre 21-25, 19% entre 26-35, el 72% está entre los 36-50 años y el 6% son mayores a 50 años.

Interpretación de Resultados:

Más de la mitad de los operadores turísticos está entre los 36-50 años, se observa también que la otra parte de la población está entre los 15 y 25 años con esto se puede concluir que los operadores turísticos del cantón baños son jóvenes que están involucrados en temas del desarrollo turístico.

Tabla No. 7 Grado de Instrucción

GRADO DE INSTRUCCIÓN	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
SIN INSTRUCCIÓN	0	0%
INICIAL	0	0%
PRIMARIA	0	0%
SECUNDARIA	29	62%
SUPERIOR	18	38%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

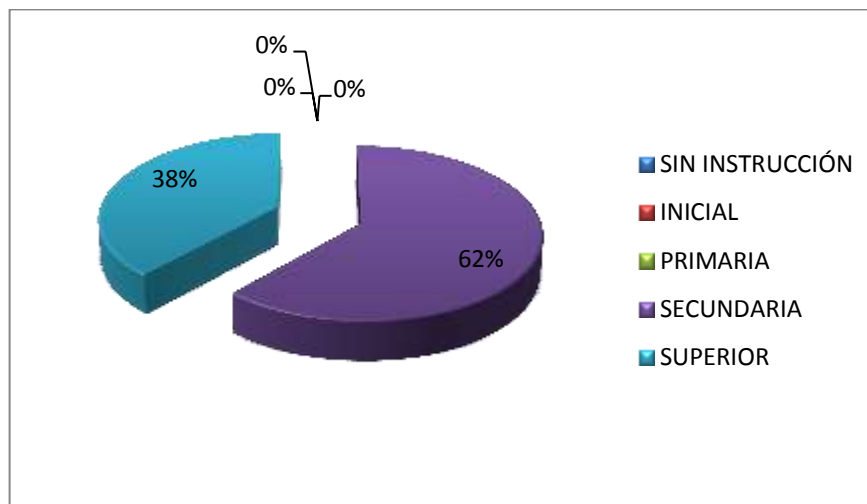


Gráfico No. 7 Grado de instrucción

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 7

Análisis de Datos:

El 62% de los operadores turísticos encuestados menciona que su instrucción es la secundaria, mientras tanto que el 38% ha obtenido la instrucción superior.

Interpretación de Resultados:

De los 47 operadores turísticos encuestados más de la mitad tienen un nivel de instrucción, secundaria, al mismo tiempo se observa que más de la tercera parte de la población ha logrado la instrucción superior.

Tabla No. 8 Años de Servicio

AÑOS DE SERVICIO	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
1 - 2	1	2%
3 - 4	4	9%
5 - 6	10	21%
7 - 8	14	30%
9 - 10	16	34%
11 o más años	2	4%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

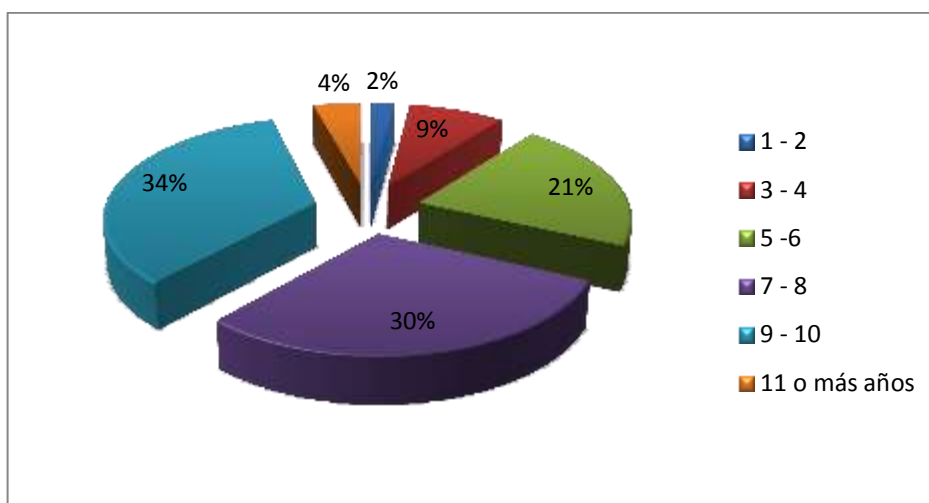


Gráfico No. 8 Años de Servicio

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 8

Análisis de Datos:

En cuanto a los años de servicio el 2% de la población encuestada menciona que tiene 1-2 años, el 9% de 3-4 años, 21% de 5-6 años, 30% de 7-8 años, 34% de 9-10 años y finalmente el 4% de 11 años o más como operador turístico.

Interpretación de Resultados:

De acuerdo con el respectivo análisis podemos concluir que un total de 16 operadores turísticos de 47 encuestados tiene de 9 a 10 años de servicio, siendo este el grupo más representativo, seguido por el grupo de 14 operadores turísticos que tienen de 7 a 8 años de servicio, 10 operadores turísticos tienen de 5 a 6 años de servicio, 4 operadores turísticos tienen de 3 a 4 años de servicio, 2 operadores turísticos tienen más de 11 años de servicio en el mercado y finalmente 1 operador turístico tiene de 1 a 2 años de servicio. Estableciendo así que más de la mitad de la población encuestada tiene una presencia mayor a 7 años en el negocio, concluyendo que los operadores turísticos tienen experiencia en el desarrollo de actividades turísticas en el cantón Baños de Agua Santa.

Tabla No. 9 Cargas Familiares

C. FAMILIARES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
1 - 2	30	64%
3 - 4	17	36%
5 o más	0	0%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

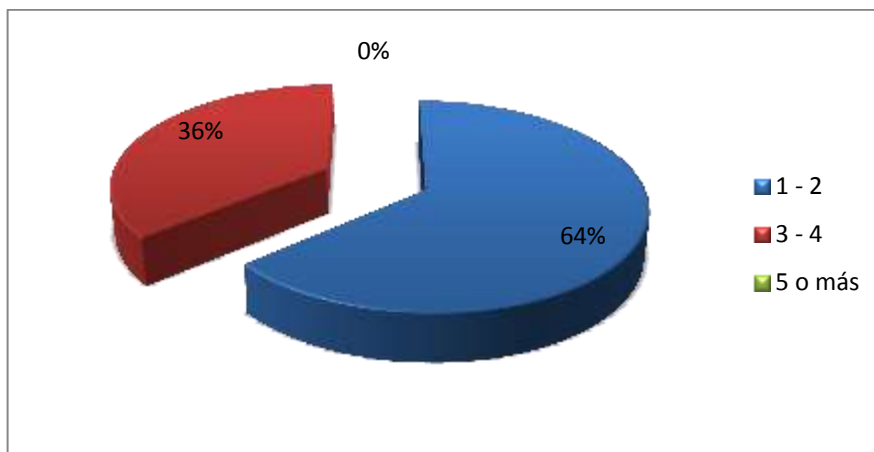


Gráfico No. 9 Cargas Familiares
Elaborado por: Valverde A. (2015)
Fuente: Tabla N° 9

Análisis de Datos:

En cuanto a este ítem, se observa que el 64% de la población encuestada menciona que tiene de 1-2 cargas familiares, el 36% de los operadores turísticos posee 3-4 cargas familiares.

Interpretación:

De los 47 de los operadores turísticos, 30 mencionan que tiene entre 1 a 2 cargas familiares, y los otros 17 operadores señalan que tienen entre 3 a 4 familiares. Lo que se concluye que más de la mitad de la población encuestada tiene por lo menos una carga familiar lo que hará que su ingreso tenga que distribuirse eficientemente entre los miembros de una familia.

Preguntas

1. ¿Cuál es la actividad turística que tiene mayor acogida entre los turistas?

Tabla No. 10 Actividad turística de mayor acogida

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Deportes extremos	20	43%
Turismo religioso	0	0%
Centro gastronómico	0	0%
Tour nocturnal	18	38%
Aguas termales	0	0%
Miradores	9	19%
Zoológicos	0	0%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

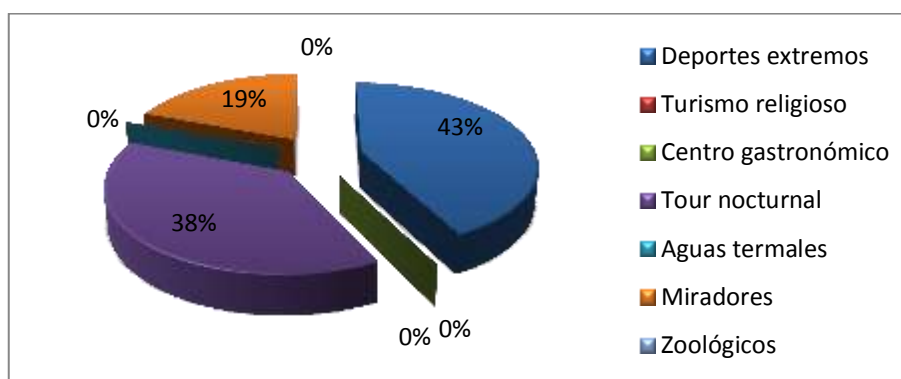


Gráfico No. 10 Actividad turística de mayor acogida

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 10

Análisis de Datos:

De los 47 encuestados, el 43% corresponde a deportes extremos, el 38% a tour nocturnal y el 19% por miradores.

Interpretación:

La actividad que tiene mayor acogida entre los turistas tanto nacionales como extranjeros, son los deportes de aventura por los diversos paisajes que ofrece Baños como los que se realizan en el río Pastaza, los saltos de puente, tarabitas, entre otros; a esta actividad le corresponde el 43% de acogida entre los turistas, seguido del tour nocturnal con el 38%, otra actividad con gran aceptación entre los turistas son los tours nocturnos que se realizan en las populares "chivas" al volcán, como atractivo turístico natural del cantón Baños de Agua Santa.

2. ¿Qué servicio turístico le genera mayores niveles de ingreso?

Tabla No. 11 Servicios ofertados

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Tour en chivas	6	13%
Deportes de aventura	29	62%
Tarabitas	9	19%
Excursiones a la selva	3	6%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

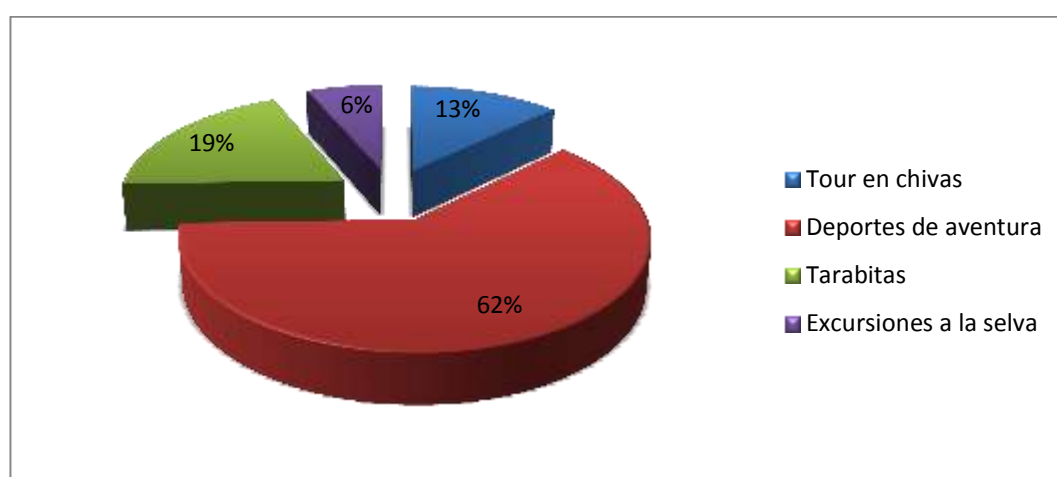


Gráfico No. 11 Servicios ofertados

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 11

Análisis de Datos:

El servicio que genera mayores niveles de ingreso a los operadores turísticos son los deportes de aventura, con el 62%, seguido de tarabitas con el 19%, el tour de chivas con el 13%, y, finalmente las excursiones a la selva con el 6%.

Interpretación:

De 47 operadores turísticos encuestados el 62% está de acuerdo en que los deportes de aventura son las actividades que generan mayores niveles de ingreso.

3. Su operadora turística mantiene convenios con otro tipo de servicios turísticos:

Tabla No. 12 Convenios con otros servicios turísticos

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Servicio de hospedaje	16	34%
SPA	0	0%
Cafeterías	2	4%
Bares	0	0%
Restaurantes	9	19%
Discotecas	2	4%
Ninguno	18	38%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

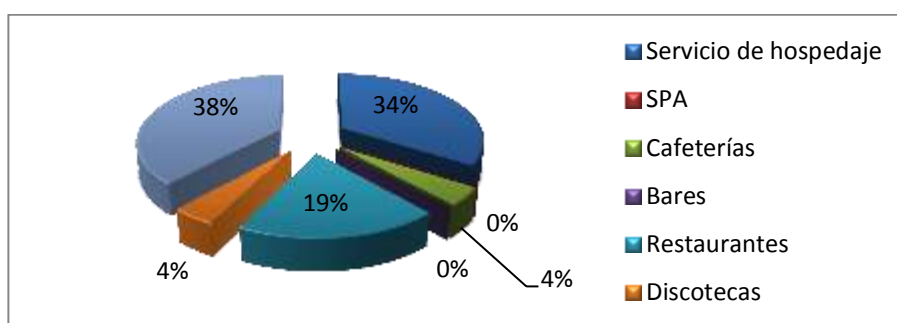


Gráfico No. 12 Convenios con otros servicios turísticos

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 12

Análisis de Datos:

Del total de los encuestados el 38% no mantiene ningún tipo de convenio con otros servicios turísticos, mientras que el 34% se encuentra relacionado con el servicio de hospedaje, el 19% trabaja con restaurantes de la localidad, un 4% con cafeterías y el último 4% han establecido convenios con discotecas.

Interpretación de Resultados:

El 38% de los operadores turísticos no mantienen ningún convenio con otro servicio turístico ya que no han tenido la oportunidad de formar alianzas con otros servicios turísticos; seguido por aquellos operadores que lograron establecer convenios con servicios de hospedaje y restaurantes que suman el 55%, servicios complementarios a sus actividades turísticas, requeridos por los turistas, permitiendo que estos operadores de la localidad puedan captar un mayor número de demandantes al ofrecer un servicio más completo.

4. Su operadora turística incluye ofertas con otro tipo de proveedores:

Tabla No. 13 Ofertas con otro tipo de proveedores:

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Alimentación	1	2%
Artesanías	0	0%
Textiles	0	0%
Ninguno	46	98%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

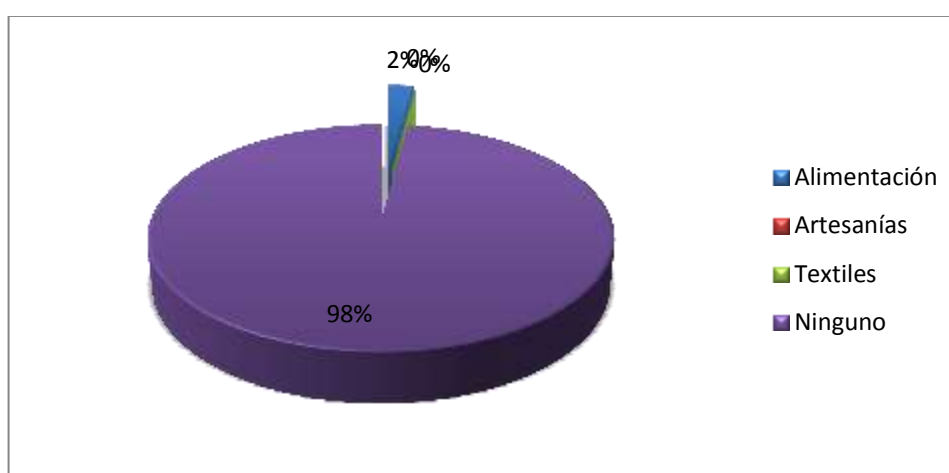


Gráfico No. 13 Ofertas con otro tipo de proveedores

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 13

Análisis de Resultados:

El 98% de los encuestados no incluye ofertas con otro tipo de proveedores, y el 2% restante incluye ofertas en cuanto a alimentación.

Interpretación de Resultados:

Los operadores turísticos no han logrado incrementar a su lista de servicios, una red más amplia de ofertas turísticas, al no disponer de los recursos económicos necesarios para poder hacerlo, viéndose reflejado un pequeño 2% que incluye a otros proveedores para ampliar su oferta turística.

5. ¿Mantiene convenios con otro tipo de servicios complementarios?

Tabla No. 14 Servicios complementarios

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Aeropuertos	0	0%
Centros de información	0	0%
Centros médicos	0	0%
Centros comerciales	0	0%
Mercados artesanales	0	0%
Centros de capacitación	0	0%
Disponibilidad de guías turísticos	18	38%
Ninguno	29	62%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

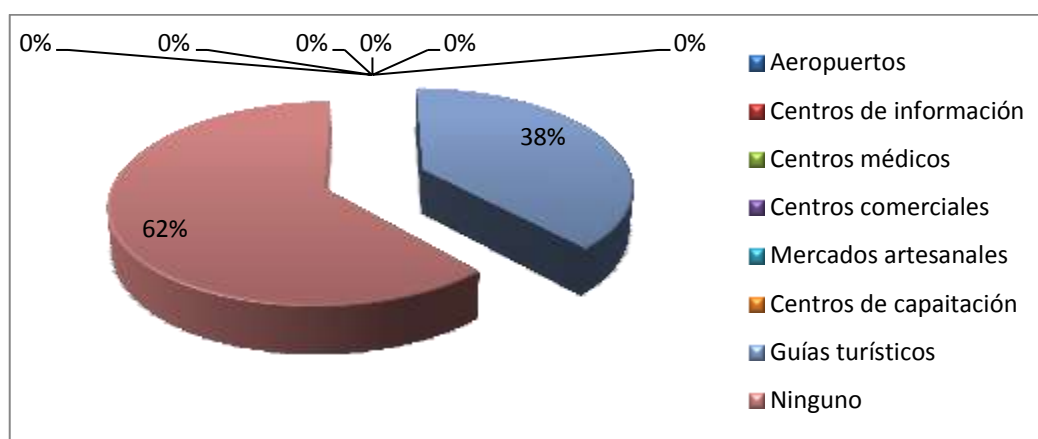


Gráfico No. 14 Servicios complementarios

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 14

Análisis de Resultados:

El 62% de los operadores no mantienen ningún convenio con empresas que ofrecen servicios complementarios, como son, centros médicos, comerciales, mercados artesanales, etc., el 38% restante cuenta únicamente con disponibilidad de guías turísticos.

Interpretación de Resultados:

En gran parte, los operadores no han visto necesario establecer convenios con servicios complementarios, ya que buscan ofrecer una gama de servicios en el sector al que se dedican. Los guías turísticos es la única actividad que varias operadoras turísticas necesitan, y por ello contratan sus servicios.

6. ¿Qué tipo de alternativas estaría dispuesto agregar a su oferta turística?

Tabla No. 15 Alternativas adicionales

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Descuentos grupales	18	38%
Promociones	20	43%
Breaks	4	9%
Guías turísticas	5	11%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

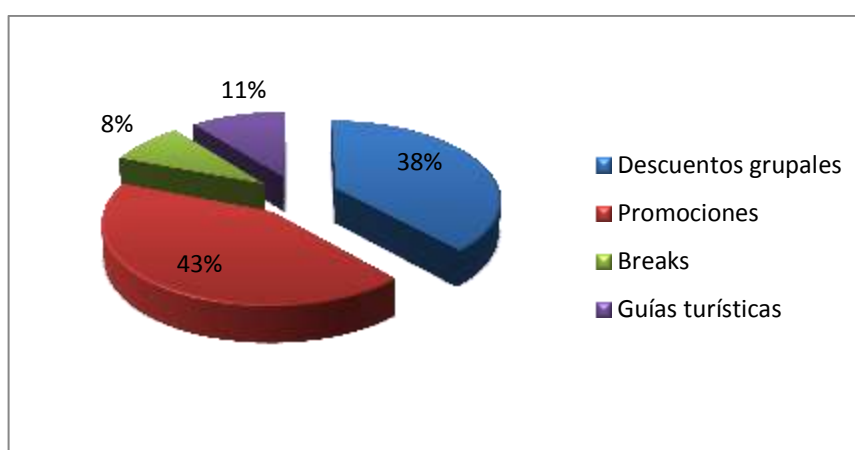


Gráfico No. 15 Alternativas adicionales

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla Nº 15

Análisis de Resultados:

El 43% de los operadores turísticos estaría dispuesto a agregar a su oferta promociones, el 38% agregaría descuentos grupales, el 11% agregaría guías turísticas y el 9% estaría dispuesto a agregar breaks.

Interpretación de Resultados:

El 43% de los operadores turísticos ven la necesidad de implementar en sus servicios, promociones, lo cual permitirá atraer a turistas tanto nacionales como extranjeros quienes tendrán la oportunidad de disfrutar de las distintas actividades con precios convenientes a su bolsillo.

7. ¿Qué medio de comunicación utiliza para promocionar sus servicios?

Tabla No. 16 Promoción de servicios

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
TV	0	0%
Radio	12	26%
Prensa	9	19%
Internet	26	55%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

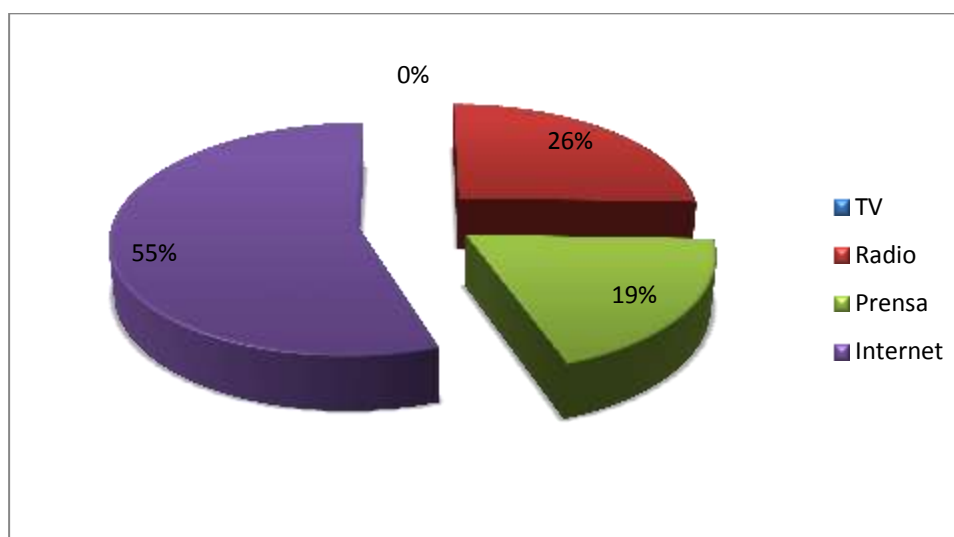


Gráfico No. 16 Promoción de servicios

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 16

Análisis de Datos:

El 55% de la población encuestada utiliza internet para promocionar sus servicios turísticos, el 26% lo realiza en radios locales y el 19% a través de la prensa.

Interpretación de Resultados:

Analizando los datos, los operadores turísticos se promocionan de mayor manera en internet, a través del uso de redes sociales, páginas web que dan a conocer sus servicios y productos a turistas extranjeros y nacionales que buscan distintas opciones.

8. ¿Quiénes son sus principales demandantes?

Tabla No. 17 Demanda

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Turistas locales	0	0%
Turistas nacionales	13	28%
Turistas extranjeros	34	72%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

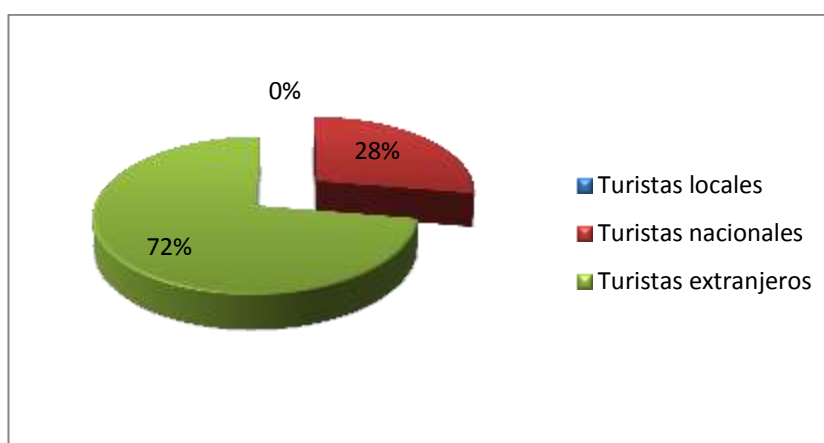


Gráfico No. 17 Demanda

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 17

Análisis de Datos:

Los principales demandantes de los servicios de los operadores turísticos del cantón Baños son los turistas extranjeros con un 72%, mientras que el 28% del mercado está conformado por la demanda nacional.

Interpretación de Resultados:

Los turistas extranjeros demandan principalmente los servicios de un operador turístico por el desconocimiento total del tipo de actividades, turismo, hospedaje y entre otras que se realizan en la ciudad de Baños de Agua Santa, por lo cual recurren a los servicios de un operador turístico con el fin de disfrutar al máximo de las actividades que ofrece esta hospitalaria ciudad.

9. ¿Considera que los precios de sus servicios son altos?

Tabla No. 18 Precios de la oferta turística

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	47	100%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

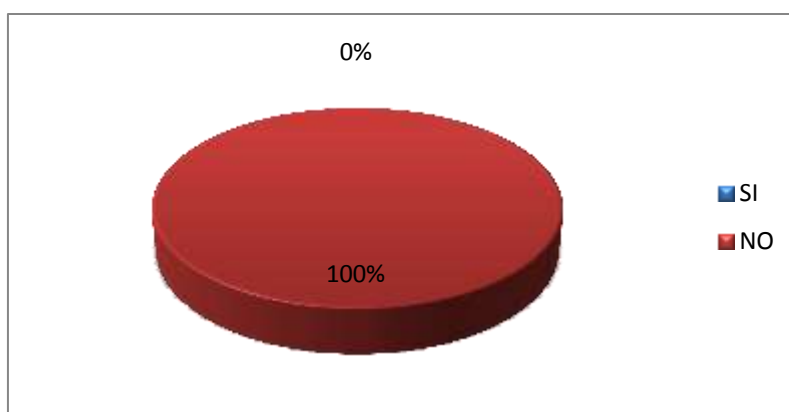


Gráfico No. 18 Precios de la oferta turística

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 18

Análisis de Resultados:

El 100% de los encuestados consideran que los precios de los servicios que ofrecen no son altos.

Interpretación de Resultados:

Los 47 operadores turísticos encuestados consideran que los precios de los servicios ofertados no son altos, ya que se dota de las herramientas necesarias para la protección personal al momento de practicar deportes extremos brindando seguridad y una experiencia inolvidable.

10. En promedio, ¿cuántos turistas recibe mensualmente?

Tabla No. 19 Turistas

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
1 - 100	1	2%
101 - 150	3	6%
151 - 200	6	13%
201 - 250	17	36%
251 - 300	8	17%
301 - 350	7	15%
351 o más	5	11%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

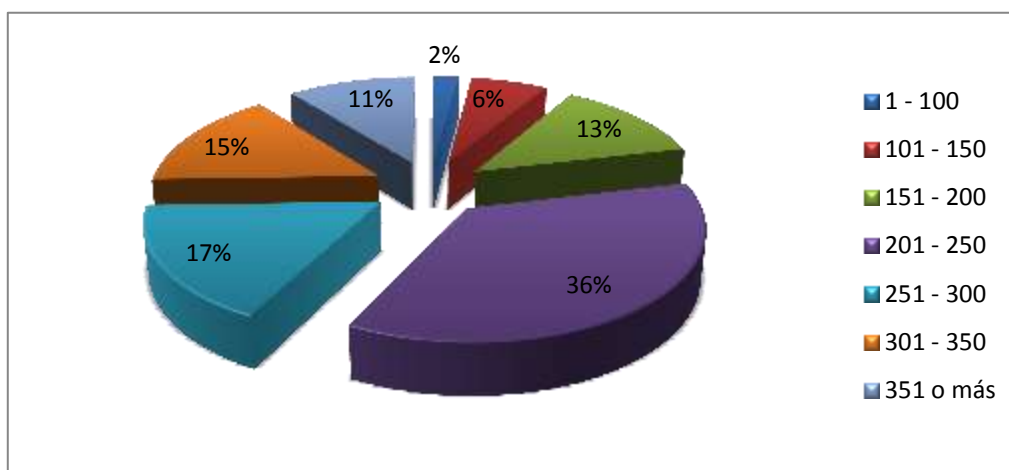


Gráfico No. 19 Turistas

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 19

Análisis de Datos:

El 36% de los operadores turísticos reciben durante el mes en promedio entre 201 a 250 turistas, el 17% acogen entre 251 a 300 visitantes, en tercer lugar tenemos que el 15% de las operadoras reciben de 301 a 350 visitantes.

Interpretación de Resultados:

El 57% de los operadores turísticos reciben menos de 250 turistas mensualmente, lo que significa un flujo de demanda bajo para cubrir los costos de sus servicios, y utilidades en su negocio.

11. Piensa usted, ¿qué por la informalidad turística que existe en el cantón Baños, se ha afectado su nivel de ingresos?

Tabla No. 20 Informalidad turística

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
SI	43	91%
NO	4	9%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

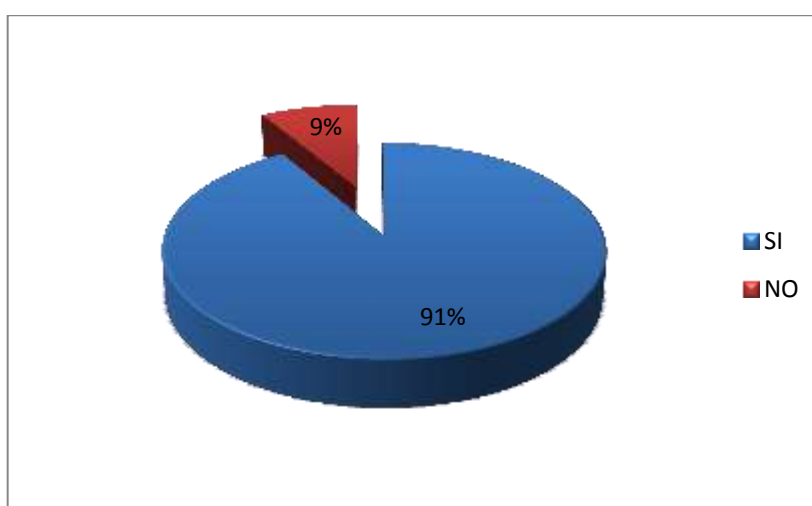


Gráfico No. 20 Informalidad turística

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 20

Análisis de Datos:

El 91% de los encuestados considera que la informalidad turística ha afectado su nivel ingresos mientras que en un 9% no lo considera.

Interpretación de Resultados:

En su mayoría los operadores turísticos se han visto afectados por la competencia desleal que los operadores informales han generado en el cantón, estos no cuentan con la documentación necesaria para su funcionamiento y no brindan la seguridad respectiva a los turistas creando una mala imagen del sector, afectando a quienes si lo hacen.

12. Señale con una X, si tiene otra fuente de ingresos, proveniente de otra actividad:

Tabla No. 21 Otra fuente de ingresos

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Sueldos	1	2%
Comercio	3	6%
Hotelería	4	9%
Gastronomía	2	4%
Ninguno	37	79%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

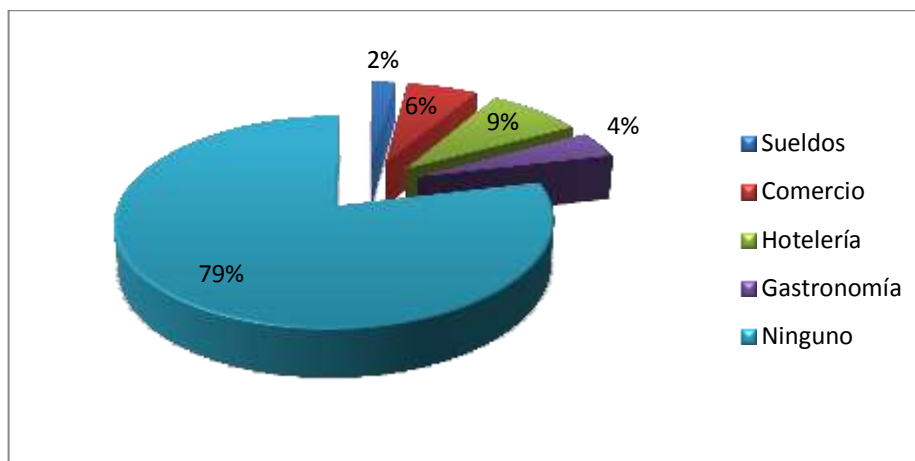


Gráfico No. 21 Otra fuente de ingresos

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 21

Análisis de Datos:

El 79% de los encuestados afirma no dedicarse a otra actividad económica, mientras que el 9% brinda un servicio adicional de hotelería, el 6% se dedica al comercio, el 4% a la gastronomía y por último el 2% tienen un trabajo bajo relación de dependencia,

Interpretación de Resultados:

La mayoría de los operadores se ha dedicado básicamente a ofertar servicios turísticos, siendo esta la principal actividad económica realizada en el cantón Baños, la cual al verse afectada disminuye los ingresos y aqueja en general a los habitantes del cantón.

13. Señale en que fechas sus ingresos son mayores:

Tabla No. 22 Festividades que generan mayores ingresos

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Fiesta del color y la alegría (Febrero)	17	36%
Semana santa (Marzo)	0	0%
Mes de la aventura y los deportes extremos	0	0%
Día del Turismo (Septiembre)	0	0%
Fiestas de la virgen (Octubre)	2	4%
Finados (Noviembre)	0	0%
Fiestas de Baños (Diciembre)	28	60%
Navidad y Fin de año	0	0%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

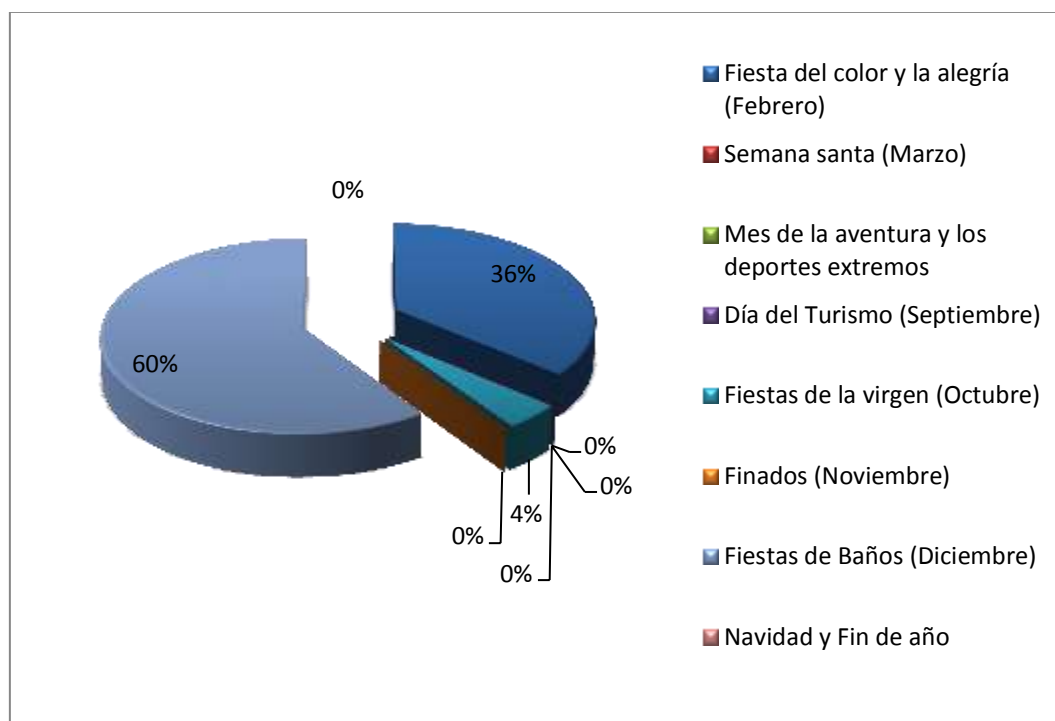


Gráfico No. 22 Festividades que generan mayores ingresos

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 2

Análisis de Datos:

El 60% de los encuestados manifestaron que las festividades que mayores ingresos generan son las que se realizan en el mes de diciembre, seguidas del mes de febrero con un 36%. Con un 4% las fiestas de la virgen, en el mes de octubre, permiten generar mayores ingresos.

Interpretación de Resultados:

En el mes de diciembre se considera un importante incremento de los ingresos de los operadores turísticos puesto que se celebran las fiestas de cantonización, navidad y fin de año, en donde Baños recibe turistas extranjeros y nacionales debido a la cantidad de eventos que se ofrecen en dicha temporada.

14. Su ingreso económico mensual proviene mayormente de:

Tabla No. 23 Actividad que genera mayor ingreso

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Ingresos de la operadora turística	47	100%
Sueldos bajo relación de dependencia	0	0%
Otro negocio	0	0%
Remesas	0	0%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

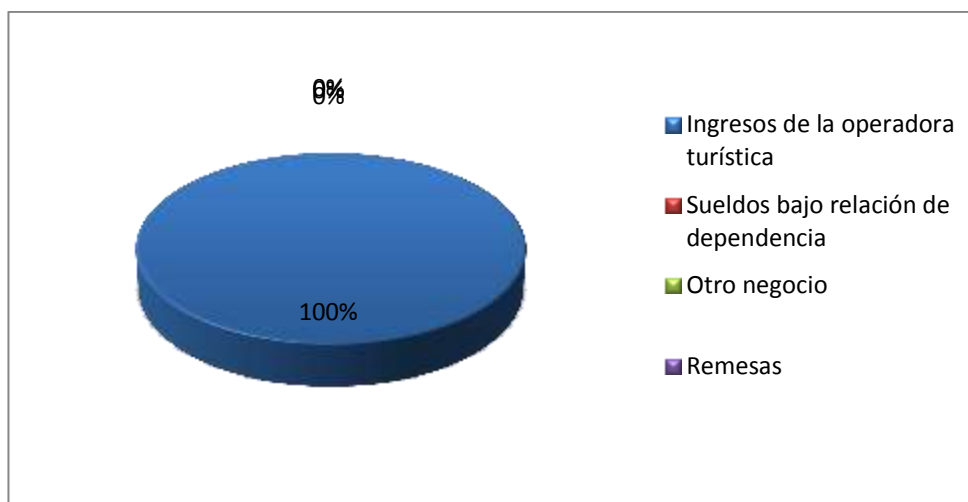


Gráfico No. 23 Actividad que genera mayor ingreso

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 23

Análisis de Datos:

El 100% de los ingresos que obtienen los operadores provienen de su actividad como operador turístico.

Interpretación de Resultados:

Los encuestados obtienen la mayor parte de sus ingresos como operadores turísticos ya que es la principal actividad a la que se dedican, a pesar de tener otros ingresos complementarios con otro tipo de negocios o actividad económica, es la operadora la que genera el mayor ingreso.

15. ¿Cuál es en promedio el ingreso mensual de su negocio?

Tabla No. 24 Ingreso mensual

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
\$1.000-\$1.500	2	4%
\$1.501 - \$2.000	26	55%
\$2.001 - \$2.500	18	38%
Mayor a \$2.500	1	2%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

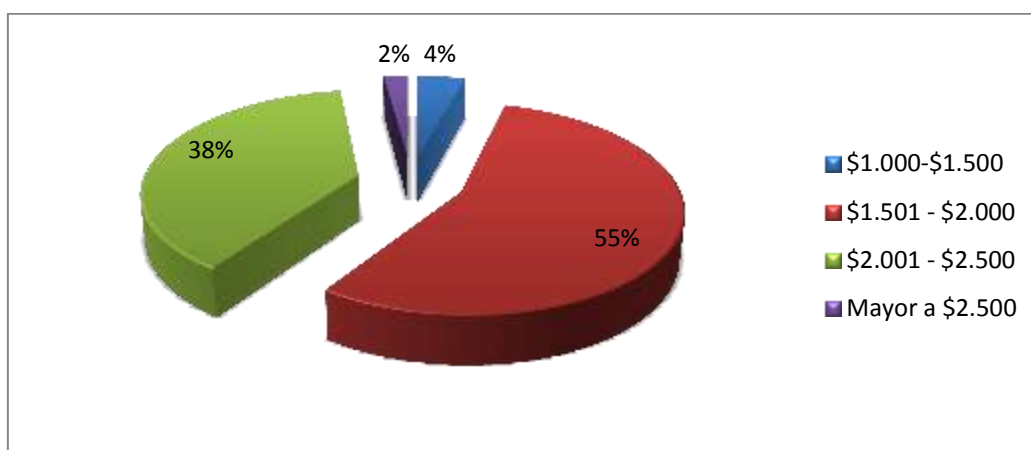


Gráfico No. 24 Ingreso mensual

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 24

Análisis de Datos:

El 55% de los encuestados tiene un ingreso mensual en promedio de \$1.501 a \$2.000, seguido del 38% con un ingreso mensual en promedio de \$1.000 a \$1.500, el 4 % tiene un ingreso mensual de \$2.001 a \$2.500, y finalmente apenas el 2% tiene un ingreso mayor a \$2.500

Interpretación de Resultados:

El grupo más representativo es el formado por ingresos en promedio por \$1.501 a \$2.000 con el 55%, cabe señalar que estos ingresos son lo que se factura mensualmente, es decir, no se resta pago de arriendos, servicios básicos, empleados, costos de mantenimientos de equipos, entre otros.

16. Considera usted, ¿qué un plan turístico organizacional limitaría la informalidad turística en el cantón Baños de Agua Santa?

Tabla No. 25 Plan turístico (opinión)

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
SI	36	77%
NO	11	23%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

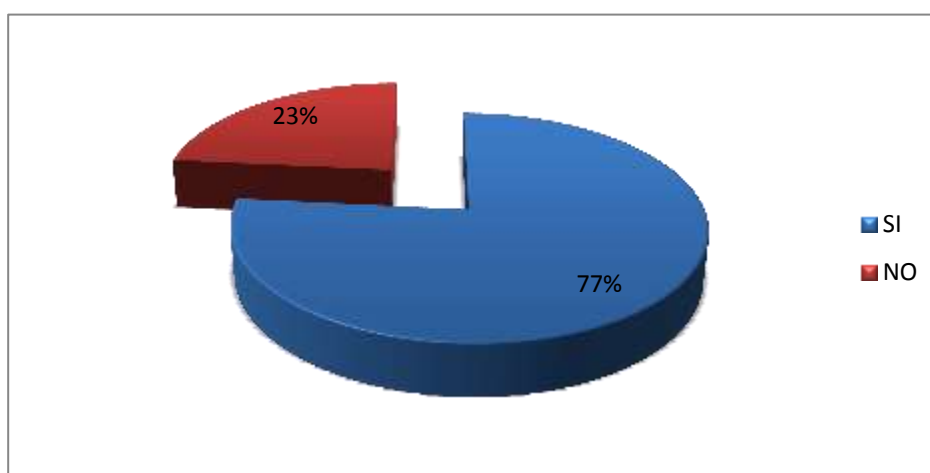


Gráfico No. 25 Plan turístico (opinión)

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Tabla N° 25

Análisis de Datos:

El 77% considera que el establecimiento de un plan turístico representará un limitante en la informalidad del sector, mientras que un 23% considera esta actividad innecesaria.

Interpretación de Resultados:

Los operadores consideran que la implementación de un plan turístico organizacional, traerá un beneficio común para ambos sectores, al integrar al sector informal dentro de una estructura organizada que cumple con la documentación exigida por las autoridades pertinentes.

4.2. Verificación de Hipótesis

4.2.1 Planteo de Hipótesis

a) Modelo Lógico

H₀: La oferta turística no incide en el nivel de ingresos de los operadores turístico del cantón Baños de Agua Santa.

H₁: La oferta turística incide en el nivel de ingresos de los operadores turístico del cantón Baños de Agua Santa.

4.2.1.1. Variables de la Hipótesis

VI: La Oferta turística

VD: Nivel de Ingresos

4.2.2. Estimador Estadístico

De una muestra de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, se respondió lo siguiente:

VI: ¿Qué servicio turístico le genera mayores niveles de ingreso?

VD: ¿Cuál es en promedio el ingreso mensual de su negocio?

Para la comprobación de la hipótesis se utilizara la prueba estadística de Chi Cuadrado que determina si el conjunto de frecuencias observadas se ajusta con el conjunto de frecuencias esperadas, para el cálculo se aplicará la siguiente fórmula:

a) Modelo Matemático

H₀: O=E; O-E=0

H₁: O≠E; O-E≠0

b) Modelo Estadístico

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

c) Nivel de Significancia y Regla de Decisión

$$1-0.95; 0.05; \infty 0.05$$

$$gl = (filas - 1)(columna - 1)$$

$$gl = (4 - 1)(4 - 1)$$

$$gl = 9$$

Se acepta la H_0 si el valor de χ^2 a calcularse es menor a 16,92 con 9 grados de libertad y un nivel de significación de 0,05.

4.2.3. Calculo Chi Cuadrado - χ^2 - Datos Obtenidos Investigación

4.2.3.1. Frecuencias Esperadas

Pregunta para la Variable Independiente:

2. ¿Qué servicio turístico le genera mayores niveles de ingreso?

Tabla No. 26 Servicios ofertados

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
Tour en chivas	6	13%
Deportes de aventura	29	62%
Tarabitas	9	19%
Excursiones a la selva	3	6%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

De los 47 operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa encuestados, el 62 % está de acuerdo que los deportes de aventura le generan los mayores ingresos en su negocio.

Pregunta para la Variable Dependiente:

15. ¿Cuál es en promedio el ingreso mensual de su negocio?

Tabla No. 27 Ingreso mensual

OPCIONES	F. ABSOLUTA	PORCENTAJE
\$1.000 - \$1.500	2	4%
\$1.501 - \$2.000	26	55%
\$2.001 - \$2.500	18	38%
Mayor a \$2.500	1	2%
TOTAL	47	100%

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

De los 47 operadores turísticos encuestados el 55 % respondió que en promedio su ingreso mensual es entre 1.501 y 2.000 USD, mientras que el 38% obtiene un ingreso en promedio entre 2.001 y 2.500 USD, cabe señalar que estos ingresos son los facturados mensualmente, es decir, no se restan pago de arriendos, servicios básicos, empleados, costo de mantenimiento de equipos, entre otros.

Cruce de Variables:

Tabla No. 28 Matriz de frecuencias esperadas

15. ¿Cuál es en promedio el ingreso mensual de su negocio?	2. ¿Qué servicio turístico le genera mayores niveles de ingreso?					
	Alternativa (\$ USD)	Tour en chivas	Deportes de aventura	Tarabitas	Excursiones a la selva	Total
	1.000 - 1.500	1	1	0	0	2
	1.501 - 2.000	5	15	6	0	26
	2.001 - 2.500	0	13	3	2	18
	Mayor a 2.500	0	0	0	1	1
Total	6	29	9	3	47	

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Encuesta

4.2.3.2. Frecuencias Observadas

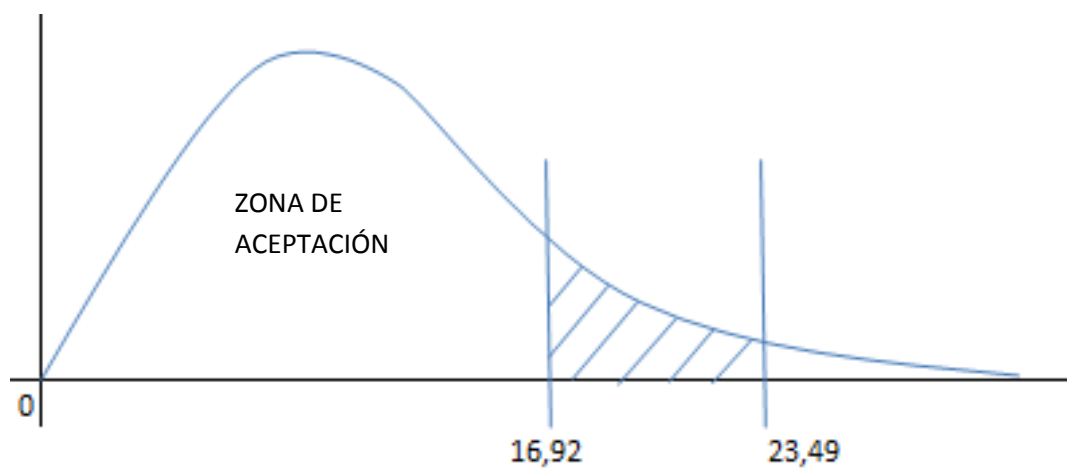
Tabla No. 29 Matriz de frecuencias observadas

O	E	O-E	(O-E) ²	((O-E) ²)/E
1	0,255	0,745	0,555	2,172
5	3,319	1,681	2,825	0,851
0	2,298	-2,298	5,280	2,298
0	0,128	-0,128	0,016	0,128
1	1,234	-0,234	0,055	0,044
15	16,043	-1,043	1,087	0,068
13	11,106	1,894	3,586	0,323
0	0,617	-0,617	0,381	0,617
0	0,383	-0,383	0,147	0,383
6	4,979	1,021	1,043	0,209
3	3,447	-0,447	0,200	0,058
0	0,191	-0,191	0,037	0,191
0	0,128	-0,128	0,016	0,128
0	1,660	-1,660	2,754	1,660
2	1,149	0,851	0,724	0,630
1	0,064	0,936	0,876	13,730
				23,491

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

Gráfico No. 26 Zona de aceptación hipótesis alternativa



Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

Interpretación de Resultados:

Como el χ^2 calculado es de 23,491, es un valor muy superior al χ^2 tabular de 16,92, teniendo entonces que cae en la zona de rechazo, por ende se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 . Se concluye que hay relación entre la oferta turística y el nivel de ingresos de los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa.

La hipótesis se comprueba en la aplicación de la encuesta en la pregunta N° 2, al obtener como resultado que el producto turístico que le genera mayores ingresos a los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa son los deportes extremos; con la pregunta N° 15, el 55 % respondió que en promedio su ingreso mensual es entre 1.501 y 2.000 USD, seguido del 38% que obtiene un ingreso en promedio entre 2.001 y 2.500 USD, a la vista no resulta un mal ingreso económico, pero se señala que lo que obtienen es lo que han facturado en el mes, no se descuentan aun costos y gastos del negocio.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- La oferta turística que existe en el cantón Baños de Agua Santa actualmente no mantiene una correcta organización, por lo cual no ofrece servicios completos para el total disfrute de las distintas actividades que ofrece el cantón Baños de Agua Santa, más de la tercera parte de los operadores turísticos manifestó que no contaban con convenios con otro tipo de servicios turísticos sin embargo más de la mitad indicaron que mantienen un convenio únicamente con los servicios de hospedaje que ofrece Baños de Agua Santa. Los operadores turísticos no han visto necesario establecer convenios con servicios complementarios. Los guías turísticos es el único servicio adicional que varios operadores turísticos necesitan, y por ello recurren a especializados. Casi la mitad de operadores turísticos estaría dispuesto a implementar a sus servicios actuales promociones que permitan captar mayor cantidad de turistas, esto debido a las temporalidad de la demanda. Otro aspecto a analizar de la oferta turística de Baños, es como se promocionan, actualmente utilizan internet como medio de promoción para extranjeros y nacionales, siendo este el principal canal de promoción entre los operadores turísticos del cantón. Los demandantes principales de los servicios de los operadores turísticos son los turistas extranjeros, ya que el desconocimiento total del tipo de actividades, turismo, hospedaje y entre otras que se realizan en la ciudad de Baños de Agua Santa, por lo cual recurren a los servicios de un operador turístico con el fin de

disfrutar al máximo de las actividades que ofrece esta hospitalaria ciudad. De las variadas actividades que ofrecen los operadores turísticos del cantón Baños, los deportes de aventura son los que mayor acogida tienen entre los turistas y que además son los que reportan los mayores beneficios económicos para los operadores turísticos. Los operadores turísticos se han visto afectados por la competencia desleal que los operadores informales han generado en el cantón, estos no cuentan con la documentación necesaria para su funcionamiento y no brindan la seguridad respectiva a los turistas creando una mala imagen del sector, afectando a quienes sí lo hacen.

- El nivel de ingresos de los operadores turísticos fluctúa entre los 1.500 USD a los 2.500 USD, cabe señalar que estos ingresos son lo que se factura mensualmente, es decir, no se resta pago de arriendos, servicios básicos, empleados, costos de mantenimientos de equipos, entre otros. La mayor parte de sus ingresos proviene de la actividad como operadores turísticos ya que es la principal actividad a la que se dedican, a pesar de tener otros ingresos complementarios con otro tipo de negocios o actividad económica, es la operadora de turismo la que genera el mayor nivel de ingreso.
- La implementación de un plan turístico organizacional, traerá un beneficio común para ambos sectores, al integrar al sector informal dentro de una estructura organizada que cumple con la documentación exigida por las autoridades pertinentes.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda la implementación de un plan turístico organizacional, que permita fortalecer al sector turismo, mostrando todas las potencialidades que tiene para convertirse en principal

destino turístico de propios y extraños.

- Alianzas estratégicas que fortalezcan a los operadores turísticos generando un beneficio común, que permitan reconocer a Baños como potencial turístico reconocido a nivel nacional e internacional.
- Reforzar promociones y paquetes ofertados por los operadores turísticos, que permitan captar un mayor número de turistas, ya que permitirá aumentar el nivel de ingresos.
- Aprovechar el apoyo que brinda el Gobierno Provincial de Tungurahua y el Ministerio de Turismo, con material publicitario de todas las actividades que se pueden realizar en el cantón, las mismas que se ofrecen los operadores turísticos de Baños

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. Datos Informativos

6.1.1. Tema

Plan turístico organizacional para los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, que permita mejorar el mejoramiento de la oferta turística.

6.1.2. Institución Ejecutora:

GAD del cantón Baños de Agua Santa

6.1.3. Beneficiarios

Operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa

Clientes de las operadoras turísticas del cantón Baños de Agua Santa.

6.1.4. Ubicación

Provincia: Tungurahua

Cantón: Baños de Agua Santa

Parroquia: Baños de Agua Santa.

6.1.5. Tiempo de ejecución

El proyecto de investigación se ejecutara 60 días después de la presentación de la propuesta.

6.1.6. Responsables

Autora: Alejandra Anabel Valverde Sarango

Tutor: Econ. Nelson Lascano.

6.1.7. Costo estimado

Tabla No. 30 Descripción de Costos

Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	Impresiones	3	50	150
2	Empastados	2	50	100
3	Equipos de computación	1	600	600
4	Anillados	2	50	100
5	Refrigerios	50	5	250
6	Materiales de oficina	5	20	100
7	TOTAL			1300

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

Costo estimado de la presentación de la propuesta \$ 1.300 dólares.

6.2. Antecedentes

La oferta turística que existe en el cantón Baños de Agua Santa actualmente no mantiene una correcta organización, por lo cual no ofrece servicios completos para el total disfrute de las distintas actividades que ofrece el cantón Baños de Agua Santa, más de la tercera parte de los operadores turísticos manifestó que no contaban con convenios con otro tipo de servicios turísticos sin embargo más de la mitad indicaron que mantienen un convenio únicamente con los servicios de hospedaje que ofrece Baños de Agua Santa. Los operadores turísticos no han visto necesario establecer convenios con servicios complementarios. Los guías turísticos es el único servicio adicional que varios operadores turísticos necesitan, y por ello recurren a especializados. Casi la mitad de operadores turísticos estaría dispuesto a implementar a sus servicios actuales promociones que permitan captar mayor cantidad de turistas, esto debido a las temporalidad de la demanda. Otro aspecto a analizar de la oferta turística de Baños, es como se promocionan, actualmente utilizan

internet como medio de promoción para extranjeros y nacionales, siendo este el principal canal de promoción entre los operadores turísticos del cantón. Los demandantes principales de los servicios de los operadores turísticos son los turistas extranjeros, ya que el desconocimiento total del tipo de actividades, turismo, hospedaje y entre otras que se realizan en la ciudad de Baños de Agua Santa, por lo cual recurren a los servicios de un operador turístico con el fin de disfrutar al máximo de las actividades que ofrece esta hospitalaria ciudad. De las variadas actividades que ofrecen los operadores turísticos del cantón Baños, los deportes de aventura son los que mayor acogida tienen entre los turistas y que además son los que reportan los mayores beneficios económicos para los operadores turísticos. Los operadores turísticos se han visto afectados por la competencia desleal que los operadores informales han generado en el cantón, estos no cuentan con la documentación necesaria para su funcionamiento y no brindan la seguridad respectiva a los turistas creando una mala imagen del sector, afectando a quienes si lo hacen.

6.3. Justificación

La actividad turística es la principal o una de las principales generadoras de empleo directo e indirecto en el cantón Baños de Agua Santa, los operadores turísticos que son aquellas personas que trabajan como intermediarios entre un destino turístico y quienes lo demandan, no siempre trabajan de la mejor manera, ya que la situación de los operadores turísticos registrados no es la más favorable dentro del competitivo sector turístico, su margen de utilidad es muy bajo comparado con el de aquellos operadores turísticos que no se han constituido legalmente como tal, para ofrecer un servicio turístico.

Es por eso que se propone la implementación de un plan turístico organizacional, en el cuál se establezcan parámetros que controlen las actividades tanto de formales y no formales, obtener un bien común.

Entre otros, lo que se quiere lograr al proponer la implementación de un plan estratégico organizacional para los operadores turísticos, es beneficiar uno de los otros, que todos obtengan un beneficio común y mejora en el nivel de vida.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo General

- Diseñar un plan turístico organizacional para los operadores turísticos del cantón Baños de Agua Santa, que permita el mejoramiento de la oferta turística

6.4.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la oferta turística del cantón Baños de Agua Santa, con el fin de determinar todas las potencialidades del sector.
- Establecer objetivos estratégicos que permitan el desarrollo de los operadores turísticos.
- Elaborar estrategias para la que determinen las actividades a emprenderse para la informalidad de los operadores turísticos.

6.5. Análisis de Factibilidad

6.5.1. Organizacional

Es factible la propuesta puesto que los operadores turísticos se encuentran con un alto grado de disposición en la implementación de la propuesta, ya que no cuentan con una estructura definida de la organización.

6.5.2. Tecnológico

Se cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para la ejecución de la propuesta, como, equipos informáticos, proyectores, entre otros, que sirvan como herramienta de apoyo al presente estudio.

6.5.3. Económico – Financiero

La propuesta es factible ya que se cuenta con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Baños de Agua Santa, que dispone de los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar y llevar a cabo la propuesta.

6.5.4. Legal

La planificación estratégica dirigida a los operadores turísticos de Baños, se encuentra de los parámetros legales.

Se fundamenta en **LEY DEL TURISMO** (2002), Capítulo I, Generalidades, Art. 4, literal en el cual se promueve la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen la actividad turística.

6.6. Fundamentación Teórica

Planificación

Según Hernández (2012, págs. 269-271) afirma que:

La planificación tiene un carácter finalista: sólo cobra sentido si con ella se logra contribuir a la consecución de los adecuados objetivos organizativos con más probabilidades que sin llevarla a cabo.
Es un proceso reflexivo e intelectual: previo a la acción. Reflexión sobre el punto de partida, el punto de llegada y

el camino a seguir.

Implica desarrollar un proceso formal y sistemático: requiere un análisis de la realidad y la consideración de previsiones sobre un número cada vez mayor de variables.

Requiere llevar a cabo una serie de actividades, complejas, desarrolladas por toda la organización: debe ser conocida y comunicada a todos los miembros de la organización.

Debe basarse en procesos y previsiones racionales y objetivas, optimizadas por instrumentos de pronóstico. La disponibilidad de información interna de la organización es un requisito para la racionalidad de la planificación.

Elementos de la Planificación

La planificación tiene los siguientes elementos:

- Meta u objetivo: “Resultados deseados para individuos, grupos y organizaciones enteras. (...) Marcan la dirección de todas las decisiones administrativas y forman los criterios con los que se miden los logros reales en el trabajo”. (Robbins & Coulter, 2005, pág. 160)
- Planes: “Documentos en los que se explica cómo se van a alcanzar las metas, así como a la asignación de recursos, calendarios y otras acciones necesarias para concretarlas” (Robbins & Coulter, 2005, pág. 160).
- Estrategia: “Patrón de acciones y recursos diseñados para alcanzar las metas de la organización” (Bateman & Snell, 2009)
- Programa: “Conjunto de planes de una sola vez (diseñados para una actividad o un periodo específico) para un proyecto importante dentro de las metas globales de la organización. La alta dirección diseña y vigila los programas”. (Robbins & DeCenzo, Supervisión, 2008, págs. 76-77)
- Políticas: “Representan directrices generales, destinadas a orientar y enmarcar la toma de decisiones” (Hernández, 2012). “Establece

parámetros generales para quien decide” (Robbins & Coulter, 2005).

- Reglas (normas): “Instrucción imperativa sobre el modo en que debe actuarse, describiendo sin margen alguno de discrecionalidad, qué puede o no puede hacerse y cómo deberá llevarse a cabo” (Hernández, 2012, pág. 296)
- Procedimiento: “Conjunto de pasos sucesivos que da el gerente para responder a un problema estructurado” (Robbins & Coulter, 2005)
- Presupuestos: “Expresan la cuantificación (normalmente en términos monetarios) de los planes” (Hernández, 2012).

“Plan numérico que expresa resultados esperados en términos monetarios para un periodo específico; se usa como guía de planificación y dispositivo de control. Son considerados herramientas de planificación y control. En su elaboración participan casi todos los directivos de cualquier nivel. Por lo general, los supervisores preparan su presupuesto de gastos del departamento y lo presentan al gerente de nivel inmediato superior para su revisión y aprobación. Los tiene que aprobar la alta dirección” (Robbins & DeCenzo, 2008, págs. 76-77)

Plan

Toda empresa posee herramientas efectivas para conseguir sus metas propuestas, es por ello esencial que se planee detenidamente en lo que hay que hacer, y con qué secuencia, para lograr los objetivos de la organización.

La página web eumed.net (2010) *“Se define como la intención y proyecto de hacer algo, o como un proyecto que, a partir del conocimiento de las magnitudes de una economía, pretende establecer determinados objetivos”.*

6.7. Modelo Operativo

Gráfico No. 27 Modelo Operativo



Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

FASE I

6.7.1. Análisis Estratégico

6.7.1.1. Diagnóstico de la Situación

En la provincia de Tungurahua encontramos a uno de los más importantes atractivos turísticos del país, el cantón Baños de Agua Santa, importante ciudad turística ubicada en un valle con cascadas y aguas termales a lado del volcán Tungurahua con una altura de 5.016 metros. Según el INEC (2010) Baños tiene una población de 20.0180 habitantes, está a una altura de 1.826 metros y posee temperaturas promedio de 20°C.

La oferta turística en la ciudad de Baños es muy variada, pero los deportes de aventura son los que tienen mayor acogida, entre turistas nacionales y extranjeros, por los diversos paisajes que ofrece Baños, como el río Pastaza, los saltos de puente, ruta de las cascadas, miradores del volcán Tungurahua, entre otros diversos paisajes; otra de las actividades que más acogida tiene entre los turistas son los tours nocturnos, que se realizan en las populares “chivas” al volcán Tungurahua, siendo este un atractivo turístico natural del cantón Baños de Agua Santa.

Actualmente la oferta turística en el cantón Baños, la lidera los deportes de aventura, en los cuales se incluye: rafting, canopy, kayak, canyoning, puenting, escalada y downhill; los tours en “chivas” los cuales tienen diferentes rutas como: Ruta de las cascadas, y tours para observar el volcán Tungurahua; así como expediciones a la selva.

Los ingresos de las personas o unidades familiares que trabajan como operadores turísticos, mayormente provienen de esta actividad generada por el turismo, a pesar de que tienen otra fuente de ingresos, los ingresos generados por la actividad turística son los más representativos.

Los inicios del turismo en el cantón Baños de Agua Santa, proceden desde las primeras visitas de peregrinos a la ciudad, por motivos religiosos, en otros casos por conocer las fuentes de aguas termales que llegan desde el Volcán Tungurahua. A partir de la década de los setenta para los habitantes de la ciudad se constituyó el turismo, como una manera de mejorar económicamente, además de ser un factor importante para el desarrollo del sector.

En la década de los ochenta incrementa el flujo turístico de nacionales y extranjeros que conociendo de los lugares privilegiados de la región, optan por conocerlos, de esta manera para los noventa incremento la oferta turística, tanto operadores turísticos que promocionan deportes extremos como restaurants, hoteles, etc.

En la actualidad el cantón Baños es considerado uno de los lugares más atractivos y visitados por turistas tanto nacionales como extranjeros, situándose la tercera ciudad más visitada, después de Galápagos y Quito. La economía del cantón en un 90% depende de la actividad turística, tanto directa o indirectamente. Siendo los deportes extremos, visita a miradores, ruta de las cascadas, visita de la Iglesia, fuentes termales, los lugares más visitados.

Según la Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños y el Ministerio del Ecuador, anualmente ingresan en promedio 1.200.000 turistas a la ciudad de Baños, de los cuales aproximadamente dos tercios corresponde a turistas nacionales y el otro tercio a turistas extranjeros.

Según el Director de Turismo del cantón Baños Ing. Enrique Mayorga, aproximadamente el 90 % de la población obtiene sus ingresos mensuales gracias al turismo esto ya sea directa o indirectamente a la actividad turística. El departamento de Turismo cumple la función de

promocionar la actividad turística del cantón Baños a través de actividades de control, promoción y capacitación.

6.7.1.2. Misión

La misión del presente plan turístico es brindar los lineamientos correctos de operatividad a los operadores turísticos pertenecientes al cantón Baños, con el fin de incrementar los niveles de competitividad en el sector turístico.

6.7.1.3. Visión

Crear una imagen corporativa en los operadores turísticos la cual se encuentre basada en el profesionalismo y calidez de los habitantes del cantón, contribuyendo a su desarrollo.

6.7.1.4. Objetivos

- Establecer alianzas estratégicas entre los operadores turísticos formales e informales, para la planificación y coordinación de sus actividades, en el sector turístico.
- Implantar alternativas para solucionar la baja calidad del servicio turístico.
- Desarrollar una estrategia que dé a conocer la estructura organizativa alcanzada del sector turístico alcanzada en el cantón Baños.

6.7.1.5. Principios y Valores

Principios

- **Calidad:** Ofrecer servicios turísticos de alta calidad

orientados a lograr altos niveles de eficiencia.

- **Trabajo en equipo:** Todos los colaboradores deberán trabajar en grupo para alcanzar una óptima prestación de servicios.
- **Atención personalizada:** Brindar un trato ágil y cortés a todos los clientes.
- **Mejoramiento Continuo:** Aplicación de los más altos estándares de calidad con el fin de satisfacer las más altas exigencias del cliente.

Valores:

- **Responsabilidad:** Llevar a cabo y cumplir las actividades designadas a cargo.
- **Compromiso:** Mantener un buen comportamiento en cada una de las actividades encomendadas.
- **Honestidad:** Cumplir con cada uno de los reglamentos internos de la institución.
- **Respeto:** Aceptar las opiniones e ideas de los compañeros de trabajo.

FASE II

6.7.2. Formulación Estratégica

6.7.2.1. Análisis del Macroambiente

Aspectos Naturales

- **Clima**

En Baños su clima es moderado ya que cuenta con un temperatura alrededor de los 22 y 25 grados. Los vientos provenientes del Oriente lo convierten en un clima cálido para su disfrute.

- **Orografía**

Para llegar a Baños se atraviesa la ruta de los volcanes (Quito - Baños), el, el volcán Tungurahua con 5.061m, el Altar con 5.320m, el Chimborazo con 6.310m, Antisana con 5.758m, y el Cotopaxi con 5.897m. El Tungurahua tiene una altura de 5016 m sobre el nivel del mar, y un diámetro en su base de 14 km. Es de un tipo de volcán denominado.

“Estratovolcán” joven, de forma cónica y simétrica, con una temperatura variada que va desde 14°C hasta los 0.5°C, aproximadamente, y una precipitación anual de 360 milímetros cúbicos. El volcán se ha visto cambiante con su constante proceso eruptivo y su construcción del cono volcánico. Sus lados están compuestos de ceniza, arena, bombas volcánicas y flujos de lava que han depuesto por los flancos norte y noroccidental que han regresado al Río Pastaza, formando gargantas angostas y profundas cerca de Baños. Su nombre quechua significa garganta de fuego, y según la mitología indígena este volcán es un ser arisco y lleno de ira, con fuego en las entrañas.

- **Hidrografía**


Entre los ríos que atraviesan Baños están: El Rio Pastaza que es uno de los que se conducen hasta el Amazonas que se produce por la unión de

los ríos Patate y Chimbo. El Río Pastaza recorre todo el cantón Baños y a sido fuente de variadas actividades turísticas por ejemplo el rafting, kayaking y se lo cuenta para la Ruta de las Cascadas, también tiene cuencas como el Corredor Ecológico Llanganates- Sangay. Esto de origina desde Río Verde y forma cascadas como San Miguel y el Pailón del Diablo. Su nombre proviene de su color verde por los minerales y rocas del mismo color que se presentan en sus aguas. Este confluye en el Río Pastaza y al llegar a la parroquia de Río Verde se lo puede apreciar y disfrutar sus aguas para diversas actividades. El Río Bascún nace de los deshielos del Volcán Tungurahua y de sus vertientes, el mismo que forma varios saltos de agua como la Cascada Bascún, de Nahuaso. Para poder ver este recurso se lo debe hacer desde el puente Bascún en el ingreso a la ciudad. El Río Verde Chico nace de la Cordillera de los Llanganates; en algunos períodos del año en este río se puede practicar el deporte del kayak. El Río Topo también nace de la Cordillera de los Llanganates; a lo largo de su cavidad, se puede prestar atención a sus bosques más importantes con una gran variedad de flora y fauna insuperables en el mundo. El Río Zúñag nace de la cordillera de los Llangantes, y se encuentra a tan solo 200 metros del Río Topo, el mismo que posee características similares por su cercanía; este río tiene los rasgos de tener varias pozas naturales que pueden ser utilizados como balnearios ya que sus aguas son completamente limpias. El Río Ulba nace en los Páramos de Mintza; en el transcurso de este río va formando varias caídas de agua entre las que se destaca la cascada de Ulba; está ubicado en la parroquia del mismo nombre, a 2 km de Baños con dirección al Puyo.

- Flora y Fauna

En los lugares más cercanos al volcán Tungurahua, entre los 2.800 y 4.000 existe una variedad de climas en los que da lugar a un gran número de flora y fauna silvestre. Entre las especies que más se destacan en este lugar por su biodiversidad se las da conocer solamente por sus nombres comunes:




Tabla No. 31 Flora del cantón Baños de Agua Santa

Chuquiragua	
Almohadilla	
Achupalla	
Aliso	
Bromelias	
Arrayán	
Pumamaqui	
Frailejones	
Mortiños	
Motilón	
Árbol de del canton Baños de Agua Santa Papel	
Romero	

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia







Tabla: Fauna (Aves) del cantón Baños de Agua Santa

Golondrinas	
Tortolas	
Gavilanes	

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

Tabla No. 32 Fauna (Animales) del cantón Baños de Agua Santa

Cervicabras	
Lobos	
Puma	
Oso de anteojos	
Ranas	
Cuy	

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

- **Aspectos Socio Urbanos**

Población

Según datos del INEC (2010), Baños cuenta con una población aproximada de 20. 018 habitantes según datos del Municipio de Baños. La población es fruto de un constante flujo migratorio que se asienta principalmente en las zonas rurales con la agricultura como su principal fuente, también está el comercio, transporte, industrias de primera necesidad y la comunicación en la zona urbana. Baños de Agua Santa es una de las ciudades en Ecuador y Latinoamérica, de las pocas apta para discapacitados o personas con necesidades especiales todo esto debido a que el municipio ha realizado obras en pro de lograr este desarrollo.

Servicios Básicos

En cuanto a servicios básicos Baños de Agua Santa presenta las siguientes cifras:

Tabla No. 33 Servicios Básicos

Servicio Básico	Porcentaje	Viviendas	Total Viviendas
Luz eléctrica	94,4%	4072	4313
Agua Potable	61,3%	2642	4313
Alcantarillado	71,4%	3080	4313
Red Telefónica	31,2%	1345	4313
Recolección de Basura	61,9%	2669	4313

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: SIISE

El déficit de servicios que presenta el cantón es de 46.4%. Se proyectan en el cantón aproximadamente 4313 viviendas de las cuales un 80% son casas, villas o departamentos, con un total de 3452 viviendas.³⁰ El 64.5% de hogares posee casa propia, presentando un promedio de 2.2 personas por dormitorio. El 86.9% de hogares utilizan Gas o electricidad para

cocinar.

Educación

En lo referente a la Educación, un 19.7% de los habitantes han terminado la secundaria, frente a un 69.1% que solo termino la primaria, tomando como base del estudio a personas de 12 años en adelante según datos del INEC. Apenas un 16.1% de la población cuenta con estudios universitarios terminados.

Aspectos Económicos

Una de las principales actividades económicas generadoras de ingreso es el turismo con un 95% de los ingresos económico tanto directa o indirectamente, (comparado con el 8% a nivel nacional que ha proyectado a Baños como 4º destino turístico más visitado por turistas extranjeros en el Ecuador). El resto de la población se sostiene a base de la agricultura. Otros motores del turismo en Baños son las aguas medicinales, el balneario y el aspecto religioso que es una de las principales características con el Santuario de la Virgen de Agua Santa Todos estos medios han sido aprovechados a través de la actividad emprendedora de la población, que junto con las autoridades y con el soporte de la inversión comercial, han sido oportunos en la creación y distribución de una red de servicios especializada en la atención a la población nacional como a turistas de otros partes del mundo que ven en Baños cosas diferentes para prolonga su estadía. Es por eso que la especialización en turismo ha sido un factor crucial para el acelerado desarrollo del cantón

6.7.2.2. Análisis del Microambiente

- **Situación actual del Turismo en Baños**

La ciudad de Baños de Agua Santa cuenta con más de 130 sitios de hospedaje, alrededor de 54 agencias de viaje, unos 90 restaurantes y cafeterías, centros comerciales, internet y más de 30 bares a disposición

y al alcance de todos los bolsillos. Baños se ha vuelto uno de los lugares mas recorridos como destino turístico, explotando sus recursos de forma considerable, se ha delineado un plan de turismo sostenible, mediante la el cual la economía y producción de la ciudad de Baños se mantiene en apogeo, pero esto no se manifiesta en las zonas rurales

Entre los principales atractivos turísticos de Baños se encuentran sus cascadas, las principales son: Inés María, Pailón del Diablo, Manto de la Novia, Cabellera de la Virgen, San Jorge, San Pedro, Chamana, Machay, Agoyán, El Fantasma, El Placer, San Francisco, Cashaurco, El Corazón, las mismas que pueden ser observadas utilizando diferentes medios de transporte, así como pueden ser vistas a través de diferentes rutas o senderos ecológicos y puentes colgantes. Se puede recorrer este sendero solo pero en algunos se requiere la presencia de un guía los cuales se encuentran en su mayoría en Baños. En la ciudad abundan tanto senderos como miradores que ofrecen espectaculares vistas del paisaje y el cantón debidamente señalizados equipados con casetas ecológicas para el descanso de los visitantes y turistas.

Entre los bienes históricos y culturales del cantón están:

- Basílica y Convento de la Virgen de Agua Santa, ubicada en la calle Ambato entre la 16 de Diciembre y 12 de noviembre, frente al Parque Sebastián Acosta, es la construcción arquitectónica más importante del cantón.
- Museo Dominicano, constituido por varias salas, en donde se exhiben arte religioso, animales embalsamados, pintura, vestimenta de la Virgen, cerámicas de las culturas PreColombinas, etc. Está ubicado junto a la iglesia, en los altos de Convento de los Padres Dominicanos.
- Imagen de la Virgen de Agua Santa. (Autor y origen desconocidos).

- Ruinas de la Antigua Iglesia de Baños. Esta iglesia fue construida a finales del siglo XVIII. Este templo religioso se derrumbó en su mayor parte a causa del gran terremoto del 5 de Agosto de 1949, quedando un pequeño tramo de muros de piedra que se pueden observar en la parte interior del Palacio Municipal.

- Biblioteca El Cosmopolita. Se encuentra ubicado en el sector del Parque Montalvo, donde funcionaba la antigua biblioteca, la misma que en la actualidad atiende en los bajos del Palacio Municipal, en la calle Vicente Rocafuerte.

- Antiguas lavanderías (sector cascada de la Virgen).

- Galería y Museo Huillacuna, Taller El Punto, Galería El Refugio del Viento.

- Casa de la Cultura Ecuatoriana extensión Baños. Muestras y exposiciones.

- El Edificio del Palacio Municipal fue construido en el año de 1943 con piedra volcánica tallada por artesanos baneños, y donde 22 funciona todo el aparato administrativo del Concejo Municipal.

- Monumento a la Virgen de Agua Santa se encuentra erigido en el mirador de Ventanas, sector sur occidental de la ciudad.

- Escultura de la Imagen de la Virgen de Agua Santa: esta escultura se la puede apreciar en medio del altar principal, en la Basílica de la Virgen del Rosario de Agua Santa; fue construida por los maestros Manzano y Ríos en los años 1942 - 1943; es tallada en madera, el rostro es de metal, mide un metro treinta y cuatro centímetros de altura por un metro de ancho. En su brazo izquierdo sostiene al Niño Jesús y en la mano

derecha sostiene un rosario.

- Monumento a Juan Montalvo. Este monumento fue levantado en memoria del ilustre escritor ambateño Juan Montalvo se encuentra situado en el sector del parque Montalvo en la calle del mismo nombre. Su autor fue el escultor baneño Segundo Gallegos.

El cantón cuenta también con parques y reservas ecológicas, entre las que se mencionan:

- El Parque Nacional Sangay, que fue declarado como tal el 26 de Julio de 1979, el mismo que tiene un área de 517.725 hectáreas, que van desde los 600 m.s.n.m. hasta lo 5.230 m.s.n.m., y por ende posee diferentes zonas de vida entre las que se identifican: los humedales con 327 lagunas y las ciénagas o pantanos.

Los humedales prestan servicios destinados a la suministro de agua para riego, generación hidroeléctrica y consumo humano, contribuyen al mantenimiento de la seguridad climática y la protección de las zonas bajas contra las inundaciones. Las lagunas en cambio son recursos turísticos, paisajísticos, recreativos y potenciales fuentes de ingresos para las comunidades conjuntas.

- El Parque Nacional Sangay es una de las áreas protegidas de mayor diversidad biológica del Ecuador con una gran variedad de flora en donde se encuentra: olivo, pigüe, achotillo, guarumo, guabillo, caoba, alcanfor, aguacate silvestre, juncos, helechos, musgos, orquídeas, etc.

- El Parque Nacional Llanganates fue declarado como Parque Nacional el 18 de Enero de 1996 y se encuentra localizado entre las provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Napo y Pastaza, tiene una superficie de 219.707 ha. Y una altitud que va desde los 1.200 m.s.n.m. hasta los 4.517 m.s.n.m

en el Cerro Hermoso, con una temperatura que oscila entre los 5°C y los 24°C. El Parque Nacional tiene una gran variedad de organismos y una extensa gama de recursos abióticos como el agua y el suelo; también hay que ver que se encuentra el lugar dentro del entorno de las diferentes poblaciones o comunidades de la zona. En la antigüedad los incas usaron Los Llanganates como un área minera, de donde extraían materiales como oro y es por eso que crearon caminos que se los pueden ver hasta la actualidad. Tras la muerte de Atahualpa se piensa que los incas enterraron en este territorio tesoros que se dispondrían para el rescate del monarca Atahualpa evitando que los españoles o cualquier persona pudiese encontrarlos.

Tiene varias zonas de vida como el alta amazonia, que se caracteriza por sus bosques naturales con cedro, chuncho, matapalos, ceibos y guarangos y algunas clases de felinos y aves; también está conformado por los bosques de neblina ricos en líquenes, musgos, orquídeas, bromelias, anturios, entre otras especies.

Como parte de sus atractivos turísticos se pueden mencionar también artesanías como:

- Tallados en Madera
- Tallados en palo de balsa y otras maderas.
- Puches y maracas confeccionadas con mate.
- Artesanías religiosas como escapularios, rosarios e imágenes de la virgen.

Dentro de las Comidas y bebidas típicas de Baños se tiene las siguientes:

- Melcocha
- Jugo de caña de azúcar
- Jugo de caña con aguardiente

- Fritadas
- Tortillas de maíz en piedra
- Licores propios de la región
- Cuy con papas
- Caldo de manguera
- Librillo

- **Productos Sustitutos**

Baños de Agua Santa es un cantón perteneciente a la provincia de Tungurahua, el cual basa su economía en el desarrollo de la actividad turística, este lugar ofrece una serie de servicios turísticos reconocidos por turistas nacionales y extranjeros.

Ecuador es un país biodiverso, multiétnico, y pluricultural considerado una potencia turística al contar con lugares únicos llenos de experiencias por vivir.

El cantón Baños es sólo uno de los tantos destinos maravillosos por visitar, que día tras día reciben la visita de turistas. Entre los más reconocidos y visitados podemos mencionar:

Tabla No. 34 Destinos turísticos que sustituyen a Baños

Lugares	Provincias
Mindo	Pichincha
Puyo	Pastaza
Islas Galápagos	Puerto Baquerizo Moreno
Montañita	Santa Elena
Vilcabamba	Loja

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

- **Mindo:** Pequeño sector, ubicado en la provincia de Pichincha, a tan sólo dos horas de la ciudad de Quito, importante atracción de turismo ecológico. Tranquilo lugar rodeado de 19000 has protegidas, cuenta con una variedad de 500 especies de pájaros y 500 especies de mariposas. Fue nombrado internacionalmente como “Vida de Pájaro, o Pájaro importante”

Gráfico No. 28 Mindo



Fuente: Internet

- **Puyo:** Puyo y en sí la provincia de Pastaza cuenta con importantes recursos turísticos tanto públicos como privados, estos involucran paseos ecológicos, ríos cascadas y un importante bosque tropical, que esperan la visita de turistas nacionales y extranjeros.

Gráfico No. 29 Puyo



Fuente: Internet

- **Islas Galápagos:** Las Islas Galápagos son consideradas como uno de los pocos maravillosos archipiélagos en el mundo. Están ubicadas en el Océano Pacífico sobre la línea ecuatorial,

aproximadamente a 960 Km. de la costa continental ecuatoriana. Está formado por 19 islas mayores y más de 200 islotes y rocas. Las islas mantienen varios hábitats con características propias, que son refugios para alimento y reproducción de distintos animales terrestres y marinos. Galápagos además, es una zona geológicamente activa.

Gráfico No. 30 Isla Galápagos



Fuente: Internet

- **Montañita:** Montañita es una comuna perteneciente a la Parroquia Manglaralto, y en el cantón Santa Elena de la provincia del mismo nombre y por donde pasa la carretera de la Ruta del Sol o "Ruta del Spondylus". Es considerada como la capital del surf, esta playa es amplia y el fuerte oleaje es favorable para las prácticas y competencias de surfing.

Gráfico No. 31 Montañita



Fuente: Internet

- **Vilcabamba:** Vilcabamba que significa “Valle Sagrado”, se encuentra a 40 Km., de la ciudad de Loja, es un valle a 1.700 metros sobre el nivel del mar, regado por los ríos Chamba y Uchima. Se le conoce como “Isla de la longevidad” que llama la atención de los científicos y turistas. Atribuyen la buena salud de los longevos al agua de los ríos que la rodean, capaz de eliminar el colesterol y curar el reumatismo. Vilcabamba, ha servido de base para la promoción e investigación, por parte de médicos, científicos y naturalistas de todo el mundo, sobre la longevidad.

Gráfico No. 32 Vilcabamba



Fuente: Internet

- **Actividades Turísticas**

Según el inventario turístico realizado por el Ministerio de Turismo, el cantón Baños de Agua Santa presenta la siguiente oferta turística:

Tabla No. 35 Actividades Turísticas

<u>Aventura</u>	<u>Descanso</u>	<u>Diversión</u>
Rafting	Spa	Caminatas
Kayak	Piscina	Bicicletas
Canyoning	Parques	Cabalgatas
Puenting	Museos y galerías	Zoológico
Escalada	Santuarios	Tarabita
Down Hill		Chivas

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

Con el incremento de la oferta local, a partir de sus potencialidades y de la puesta en valor de estas en la diversificación de productos turísticos, el incremento de los prestadores de servicios turísticos es por demás notorio, sin embargo el crecimiento de establecimientos vinculados con los diferentes sub sectores del turismo, los mismos que han sufrido grandes variaciones a lo largo de los años.

Tabla No. 36 Productos Turísticos

<u>Productos Turísticos Territoriales</u>
Turismo Cultural
Turismo de Salud
Ecoturismo y Turismo de Naturaleza
Turismo de Deportes y Aventura
Circuitos Generales

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

6.7.2.3. Análisis FODA

Tabla No. 37 Análisis FODA

FORTALEZA	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Ubicación estratégica	Bajo porcentaje de ventas a través de intermediarios	Baños segundo polo turístico de mayor afluencia en el Ecuador	Proceso de erupción del volcán Tungurahua
Diversidad de Actividades Turísticas	Informalidad turística	Baños cuenta con una diversidad de actividades y atractivos turísticos	Falta de educación turística y formación práctica en centros educativos superiores
Aceptación de los operadores turísticos por parte de los turistas	Competencia desleal	Desarrollo e implementación de nuevas rutas turísticas en la provincia.	Estacionalidad de la demanda
Buena infraestructura	Falta de imagen corporativa	Baños se encuentra en la puerta de la Amazonía ecuatoriana	Existe gran número de operadores turísticos compitiendo entre si.
Generador de empleo	Falta de recursos de capital de trabajo	Dolarización	Mayor experiencia del viajero

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación estratégica 2. Diversidad de actividades turísticas 3. Aceptación de los operadores turísticos por parte de los turistas 4. Servicios personalizados 5. Precios accesibles 6. Carreteras de primer orden 7. Generador de empleo 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bajo porcentaje de ventas a través de intermediarios 2. Informalidad turística 3. Competencia desleal 4. Falta de imagen corporativa 5. Exageración de precios en temporada alta 6. Personal no capacitado en otros idiomas 7. Falta de recursos de capital de trabajo
<p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p> <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Baños segundo polo turístico de mayor afluencia en el Ecuador 2. Baños cuenta con una diversidad de actividades y atractivos turísticos. 3. Desarrollo e implementación de nuevas rutas turísticas en la provincia. 4. Baños se encuentra en la puerta de la Amazonía ecuatoriana. 5. Destino turístico internacional. 6. Buena ubicación geográfica. 7. Dolarización 	<p style="text-align: center;">FO</p> <p>Estrategias para maximizar tanto las F como las O.</p> <p>FO1: Creación de una página web, donde los turistas puedan conocer los servicios que brinda la operadora turística</p> <p>FO2: Capacitación a los guías turísticos con lo relacionado a seguridad en deportes extremos</p> <p>FO3: Realizar convenios con transporte privado para el correcto acceso a lugares turísticos y deportes extremos del cantón</p> <p>FO4: Crear promociones especiales por grupo de turistas que accedan a los servicios de las operadoras turísticas</p>	<p style="text-align: center;">DO</p> <p>Estrategias para minimizar las D maximizar las O.</p> <p>FDO1: Coordinar entre los operadores turísticos formales e informales, para lograr su compromiso y participación en la formación de alianzas estratégicas</p> <p>FDO2: Participar en ferias de exposición en todo el país, para dar a conocer los servicios de la operadora turística.</p> <p>FDO3: Capacitación continua al personal en diferentes idiomas del mundo y atención al cliente</p> <p>FDO4: Proponer al GADBAS una correcta promoción turística para la ciudad</p>

AMENAZAS:	FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proceso de erupción del volcán Tungurahua 2. Falta de educación turística y formación práctica en centros educativos superiores 3. Estacionalidad de la demanda 4. Existe gran número de operadores turísticos compitiendo entre sí. 5. Surgimiento de nuevos destinos turísticos a nivel nacional. 6. Crisis económica mundial 7. Mayor experiencia del viajero 	<p>Estrategias para maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas:</p> <p>FA1: Elaborar un programa de promoción turística para mostrar la nueva imagen del cantón Baños</p> <p>FA2: Gestionar la factibilidad de financiamiento en alguna institución financiera del país.</p> <p>FA3: Realizar rutas turísticas estratégicas y seguras para la satisfacción de los turistas.</p> <p>FA4: Realizar convenios con hoteles, chivas para el enganche de turistas.</p> <p>FA5: Gestionar reuniones estratégicas relacionadas con el desarrollo turístico brindadas por el Departamento de turismo o Ministerio de Turismo</p>	<p>Estrategias para minimizar tanto las A como las D:</p> <p>DA1: Diseñar un plan de capacitación de atención al cliente que permita fortalecer la calidad del servicio turístico.</p> <p>DA2: Capacitación continúa al personal en diferentes idiomas del mundo</p> <p>DA3: Establecer paquetes de turismo para grupos.</p> <p>DA4: Realizar convenios con las operadoras turísticas informales, en el que se genere mayor beneficio por grupo enganchado.</p> <p>DA5: Compartir charlas y capacitación con el GADBAS con el fin de evitar disconformidad en los turistas.</p>

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

6.7.2.4. Plan de Acción

Tabla No. 38 Plan de Acción

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
1. Establecer alianzas estratégicas entre los operadores turísticos formales e informales para la planificación y coordinación de sus actividades, en el sector turístico	1. Coordinar entre los operadores turísticos formales e informales, para lograr su compromiso y participación en la formación de alianzas estratégicas
2. Implantar alternativas para solucionar la baja calidad del servicio turístico	2. Diseñar un plan de capacitación de atención al cliente que permita fortalecer la calidad del servicio turístico.
3. Desarrollar una estrategia que dé a conocer la estructura organizativa del sector turístico, alcanzada en el cantón Baños de Agua Santa	3. Elaborar un programa de promoción turística para mostrar la nueva imagen del cantón Baños

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

6.7.2.5. Planificación

Primera Estrategia

1. Coordinar entre los operadores turísticos formales e informales, para lograr su compromiso y participación en la formación de alianzas estratégicas

Actividades

- 1.1. Difusión del proyecto a través de medios de comunicación.
- 1.2. Socialización del proyecto con los operadores turísticos.
- 1.3. Estimular la intervención en el proyecto, mediante la entrega de certificaciones, para sus establecimientos al final de las capacitaciones, con la finalidad de rotular a los establecimientos como lugares que ofrecen servicios de calidad.

Actividad:

1.1. Difusión del proyecto a través de medios de comunicación.

La presente actividad tiene por objetivo dar a conocer los operadores turísticos, la realización del proyecto, y se efectuará de la siguiente manera:

- Una publicación en la prensa durante 8 días, con un valor de 15 USD diarios por lo cual se gastará 120 USD. Además de ofrecer una entrevista en la Televisora de Baños.
- Creación de campaña en redes sociales para publicitar el proyecto con un mayor alcance de población, para lo cual se contratara el servicio con un costo de 100 USD.

a) Responsables

La difusión de los spots publicitarios estará a cargo del Departamento de Turismo conjuntamente con el departamento de Comunicación Social del GADBAS

b) Fechas y lugar

Se ejecutara del 1 al 15 de junio de 2015, como campaña de publicidad masiva en los medios antes mencionados, con la finalidad de llegar a la mayoría de la población.

c) Presupuesto

Se destinará un presupuesto de 220 USD, para la actividad la cual será financiada por el GADBAS.

Actividad:

1.2. Socialización del proyecto con los operadores turísticos.

Esta actividad tiene como objeto, dar a conocer en detalle a los involucrados, la estructura y fines del proyecto.

a) Responsables

Se encargará de esta actividad el Departamento de Turismo del GADBAS.

b) Fechas y lugar

Se efectuará en el salón de la ciudad el día 16 de Junio de 2015.

c) Presupuesto

Para la socialización se destinara 100 USD, financiados por el GADBAS.

Actividad:

1.3. Estimular la intervención en el proyecto, mediante la entrega de certificaciones, para sus establecimientos al final de las capacitaciones, con la finalidad de rotular a los establecimientos como lugares que ofrecen servicios de calidad.

Este programa tiene por objeto incentivar a los operadores turísticos, mediante la entrega de certificados avalados por el GADBAS, para sus establecimientos.

a) Responsables

Se encargará de esta actividad el Departamento de Turismo del GADBAS.

b) Fechas y lugar

Se efectuará en el salón de la ciudad el día 18 de Junio de 2015.

c) Presupuesto

La financiación para la entrega de los certificados, la hará el GADBAS con un presupuesto de 500 dólares.

Evaluación:

- Medir el grado de participación e interés de los operadores turísticos.
- Medir el grado de compromiso de los involucrados, con el proyecto.

Segunda Estrategia

2. Diseñar un plan de capacitación de atención al cliente que permita fortalecer la calidad del servicio turístico.

Actividades

2.1. Establecimiento de los tópicos a tratar

2.2. Ejecución de las capacitaciones, con los siguientes temas:

- Motivación personal
- Manejo de imagen personal
- Relaciones humanas - Servicio al cliente – Gestión de ventas
- Leyes y reglamentos del turismo
- Guías Naturalistas

2.3. Resultados obtenidos

Actividad:

2.1. Establecimiento de los tópicos a tratar

La presente tiene como propósito establecer los temas a impartirse en la capacitación, mediante técnicos y organizadores en el que fundamental se tratará la calidad de servicio impartida actualmente, para proponer mejoras en el servicio brindado.

a) Responsables

Se encargará de esta actividad el Departamento de Turismo del GADBAS, junto a técnicos de del Ministerio de Turismo.

b) Fechas y lugar

Se efectuará en el salón de la ciudad del 20 al 27 de Junio

c) Presupuesto

No se tendrá que cancelar ningún valor por planteamiento de los tópicos, pero se invertirá en la compra de refrigerios y transporte, un estimado de 100 USD.

Actividad:

2.2. Ejecución de las capacitaciones

El plan de capacitación tiene como propósito general preparar e integrar al recurso humano en el proceso que no se esté realizando correctamente, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias que se requiera para desempeñarse de mejor manera en el trabajo.

a) Responsables

Cada tema será dictado por el técnico de área del Ministerio de Turismo y Departamento Turístico del GADBAS.

b) Fechas y lugar

Se efectuará en el salón de la ciudad del 30 de junio al 4 de julio en horarios aun por establecer con los involucrados, con una duración de 10 horas.

c) Presupuesto

No se tendrá que cancelar ningún valor por capacitaciones, ya que los técnicos son facilitados por el Ministerio de Turismo. Pero se ha presupuestado un estimado de \$500 dólares en refrigerios, equipo de oficina, materiales didácticos, folletos, afiches, CDs, hojas de registro, entre otros.

Tabla No. 39 Plan de capacitación para operadores turísticos del GADBAS

PROGRAMA DE CAPACITACION PARA OPERADORES TURISTICOS						
TEMAS	CONTENIDO	METODOLOGÍA	FACILITADOR	HORAS	LUGAR	MATERIALES
Motivación personal	Motivación de equipo	Presentación de diapositivas, folletos, talleres	Técnico encargado de la temática designado por el Ministerio de Turismo	10	Salón de la ciudad	Computador Proyector Folletos Fotocopias de Ley de Turismo y otros reglamentos CD Hoja de registro de asistencia
	Importancia de su función en el puesto de trabajo					
	Incentivar la participación en la toma de decisiones					
Manejo de imagen personal	Dominio de sí mismo			10		
	Comprensión					
	Amabilidad y cordialidad					
	Vestimenta adecuada a la actividad					
Relaciones humanas	Importancia del factor relación - atención			10		
	Satisfacción del cliente					
	Actitud positiva, base para una cultura de calidad					
	Comunicación asertiva					
Leyes y reglamentos del turismo	Derechos y obligaciones del servidor turístico	10				
	Ley del consumidor					
	Turismo sostenible					
Guías Naturalistas	Salud y seguridad	10				
	Prácticas de deportes de alto riesgo					

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

Actividad:

2.3. Resultados obtenidos

En esta fase permite conocer en qué medida se han cumplido los objetivos establecidos en el planteamiento del problema y evaluar los resultados obtenidos versus los resultados esperados. Mediante la aplicación de un test individual mediremos los resultados.

a) Responsables

Técnicos de área del Ministerio de Turismo y Departamento Turístico del GADBAS.

b) Fechas y lugar

Se efectuará en el salón de la ciudad el último día de la capacitación es decir el 4 de Julio de 2015

c) Presupuesto

Se necesitara un estimado de 5 USD en copias y otro material para la evaluación del curso.

Evaluación:

- Conocer como los operadores turísticos mejorarán la calidad del servicio que ofertan.
- Conocer si los participantes comprenden y por ende aplicaran la Ley del Turismo.

Tercera Estrategia

3. Elaborar un programa de promoción turística para mostrar la nueva imagen del cantón Baños

Actividades

- 3.1. Lanzamiento del programa de promoción turística con la nueva imagen de “Baños de Agua Santa”
- 3.2. Transmisión por medios de comunicación, programa de nueva imagen de Baños de Agua Santa (TV, radio, prensa)
- 3.3. Difusión de programa en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) y la página oficial del GADBAS.

Actividad:

3.1. Lanzamiento del programa de promoción turística con la nueva imagen de “Baños de Agua Santa”

Esta iniciativa se logrará únicamente con la participación e inclusión de todos quienes habitan Baños de Agua Santa, desde sus autoridades, moradores, comerciantes, quienes son los que generarán la nueva imagen de Baños, un Baños turístico, hospitalario con propios y extraños.

a) Responsables

Este magno evento estará encabezado por el alcalde del GADBAS, autoridades y funcionarios del Ministerio de Turismo.

b) Fechas y lugar

Se efectuará en la plazoleta central de la Ciudad, el día 1 de Agosto de 2015 como inicio del programa que tendrá una duración de 1 semana, el magno evento.

c) Presupuesto

El GADBAS destinará los recursos necesarios para desarrollar el programa para el lanzamiento de la nueva imagen de la ciudad, se estima \$2.000 USD.

Actividad:

3.2. Transmisión por medios de comunicación, programa de nueva imagen de Baños de Agua Santa (TV, radio, prensa)

Se pretende lanzar la nueva campaña publicitaria de Baños de Agua Santa, sobre todo en medios de comunicación nacional como Teleamazonas, Ecuavisa, RTS, Gama TV, con la contratación de spots publicitarios. Y promoción del mismo mediante entrevistas que se dará en los diferentes noticieros en TV, radio y prensa escrita.

a) Responsables

Será responsable el Departamento de Turismo del GADBAS junto al departamento de Comunicación

b) Fechas y lugar

Se realizará la promoción durante todo el mes de Agosto, en los distintos medios de comunicación.

c) Presupuesto

El GADBAS conjuntamente con el Ministerio de Turismo asignará los recursos suficientes para el desarrollo de esta actividad, se estima un gasto de 2.000 USD.

Actividad:

3.3. Difusión de programa en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) y la página oficial del GADBAS.

Para promocionar la nueva imagen de la ciudad de Baños se realizará mediante publicidad digital en redes sociales, con la finalidad de cubrir no solo al turista nacional sino también cubrir un nuevo mercado con la promoción en el extranjero de la ciudad.

a) Responsables

Será responsable el Departamento de Turismo del GADBAS conjuntamente con el Ministerio de Turismo, para una adecuada promoción digital y en el extranjero

b) Fechas y lugar

Se realizará la promoción durante todo el mes de Agosto, en redes sociales

c) Presupuesto

El GADBAS conjuntamente con el Ministerio de Turismo asignará los recursos suficientes para el desarrollo de esta actividad, se estima un gasto de 2.000 USD.

Evaluación:

- Analizar el marketing digital que se aplicó y los resultados que se obtuvieron con el mismo, para el programa de promoción de cantón Baños de Agua Santa.

FASE III

Tabla No. 40 Plan De Acción

PLAN DE ACCIÓN						
OBJETIVO: ESTABLECER ALIANZAS ESTRATEGICAS ENTRE LOS OPERADORES TURISTICOS FORMALES E INFORMALES PARA LA PLANIFICACION Y COORDINACION DE SUS ACTIVIDADES, EN EL SECTOR TURÍSTICO						
ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	FECHAS	PRESUPUESTO	LUGAR	EVALUACIÓN
Coordinar entre los operadores turísticos formales e informales, para lograr su compromiso y participación en la formación de alianzas estratégicas	Difusión del proyecto a través de medios de comunicación	Departamento de Turismo GADBAS	1-15 Junio 2015	\$ 220	Campaña de publicidad masiva	*Medir el grado de participación e interés de los operadores turísticos *Medir el grado de compromiso de los involucrados, con el proyecto.
		Departamento de Comunicación GADBAS				
	Socialización del proyecto con los operadores turísticos	Departamento de Turismo GADBAS	16 Junio de 2015	\$ 100	Salón de la ciudad de Baños de Agua Santa	
	Estimular la intervención en el proyecto, mediante la entrega de certificaciones, para sus establecimientos al final de las capacitaciones, con la finalidad de rotular a los establecimientos como lugares que ofrecen servicios de calidad	Departamento de Turismo GADBAS	18 Junio de 2015	\$ 500	Salón de la ciudad de Baños de Agua Santa	
OBJETIVO: IMPLANTAR ALTERNATIVAS PARA SOLUCIONAR LA BAJA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO						
Diseñar un plan de capacitación de atención al cliente que permita fortalecer la calidad del servicio turístico	Establecimiento de los tópicos a tratar	Departamento de Turismo GADBAS	20 - 27 Junio de 2015	\$ 100	Salón de la ciudad de Baños de Agua Santa	*Conocer como los operadores turísticos mejorarán la calidad del servicio que ofertan *Conocer si los participantes comprenden y por ende aplicarán la Ley de Turismo
	Ejecución de capacitaciones	Técnico de Ministerio de Turismo	30 Junio - 4 Julio de 2015	\$ 500	Salón de la ciudad de Baños de Agua Santa	
		Departamento de Turismo GADBAS				
	Resultados obtenidos	Técnico de Ministerio de Turismo	4 Julio de 2015	\$ 5	Salón de la ciudad de Baños de Agua Santa	
Departamento de Turismo GADBAS						
OBJETIVO: DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA QUE DÉ A CONOCER LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL SECTOR TURÍSTICO, ALCANZADA EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA						
Elaborar un programa de promoción turística para mostrar la nueva imagen del cantón Baños	Lanzamiento del programa de promoción turística con la nueva imagen de Baños de Agua Santa	Alcalde del GADBAS Funcionarios Ministerio de Turismo	1-31 Agosto de 2015	\$ 2.000	Plazoleta central de la Ciudad	* Analizar el marketing digital que se aplicó y los resultados que se obtuvieron con el mismo, para el programa de promoción de la nueva imagen del cantón Baños de Agua Santa.
	Transmisión por medios de comunicación, programa de nueva imagen de Baños de Agua Santa (TV, radio, prensa)	Departamento de Turismo GADBAS	1-31 Agosto de 2015	\$ 2.000	Medios de comunicación	
	Difusión de programa en redes sociales y la página oficial del GADBAS	Departamento de Turismo GADBAS Ministerio de Turismo	1-31 Agosto de 2015	\$ 2.000	Redes sociales	

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

6.8. Administración de la propuesta

La administración de la propuesta queda en manos del Departamento de Turismo del GAD Municipal del cantón Baños de Agua Santa, quienes están encargados de tomar las decisiones, dónde, cómo y cuándo empezar con su ejecución y verificar a los fondos económicos disponibles para el efecto.

6.9. Plan de monitoreo y evaluación

El plan de monitoreo y evaluación para la presente propuesta responde a las siguientes preguntas.

a) ¿Qué evaluar? Se evaluará el número de turistas obtenidos por los prestadores de servicios turísticos involucrados como resultado de la ejecución de la propuesta.

b) ¿Por qué evaluar? Porque la evaluación es una estrategia fundamental que permite conocer la eficacia y nivel de cumplimiento de los procesos, es decir, ayuda a determinar en qué medida se han cumplido las fases, actividades y objetivos establecidos en el presente trabajo.

c) ¿Para qué evaluar? La evaluación permitirá determinar de forma cuantitativa los cambios generados en el desarrollo turísticos con la aplicación del plan estratégico.

d) ¿Con qué criterios? El proceso de evaluación se efectuará en base a criterios básicos como son la pertinencia, coherencia, efectividad, eficiencia y eficacia.

e) ¿Con qué indicadores? La evaluación de la propuesta se efectuará

considerando como principal indicador número de turistas, el cual a su vez está conformado por varios sub indicadores que son:

- Turista nacional
- Turista extranjero
- Turista cultural
- Turista religiosa
- Turista aventurero

A su vez llevar un registro de aquellos operadores turísticos informales que de a poco están en el sector formal, mediante la obtención del RUC y registro en el Departamento de Turismo del GAD Municipal de Baños de Agua Santa.

f) ¿Quién evalúa? La evaluación será efectuada en conjunto por:

- Los prestadores de servicios turísticos, de cada uno de los establecimientos, quienes serán encargados del llevar un registro de turistas, en sus respectivas organizaciones.
- El Departamento de Turismo del GAD Municipal de Baños de Agua Santa, quienes serán los responsables del procesamiento y análisis de la información recopilada.

g) ¿Cuándo evaluar? La evaluación iniciará una vez que se haya culminado con la fase operativa de la propuesta, y se desarrollará de forma periódica cada año.

h) ¿Cómo evaluar? El proceso de evaluación de la propuesta comprende:

- En primer lugar, la aplicación del registro turístico en cada una de las de los prestadores turísticos involucradas en la ejecución de la propuesta.
- Posteriormente, se efectúa el procesamiento y análisis de la información obtenida con la aplicación del registro.

- Finalmente, se realiza la presentación de los resultados obtenidos a los actores involucrados.

i) ¿Cuáles son las Fuentes de Información? La fuente principal de información con que se contará serán los operadores turísticos, a quienes se les aplicará el instrumento de evaluación.

j) ¿Con qué evaluar? El instrumento que se usará en la evaluación consiste en un registro previamente estructurado, que contiene varias secciones correspondientes a factores determinantes de cómo se incorporaron los operadores turísticos informales al sector formal. Este registro será enviado en forma electrónica y el archivo impreso al Departamento de Turismo del GAD Municipal de Baños de Agua Santa.

Bibliografía

- Abel, A. B., & Bernanke, B. S. (2004). *Macroeconomía*. Madrid: Addison Wesley.
- Aguiló, E. (1996). Evolución y expectativas de la actividad turística. En A. Pedreño, & V. Monfort, *Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas.
- Banios. (s.f.). *banios.com*. Obtenido de <http://www.banios.com/>
- Bateman, T., & Snell, S. (2009). *Administración: Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*. México: McGraw Hill.
- Bernal Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación.
- Brida, J. G., Pereyra, J. S., Such Devesa, M. J., & Zapata Aguirre, S. (2008). *La contribución del turismo al crecimiento económico*. Obtenido de http://www.colmayor.edu.co/uploaded_files/images/conveniosVICE/get/cuadernos_de_turismo_jaxdl.pdf
- Brida, J. G., Pereyra, J. S., Such, M. J., & Pulina, M. (Marzo de 2012). *Causalidad entre turismo y crecimiento económico de largo plazo: una revisión crítica de la literatura econométrica*. Obtenido de [mpra.ub.uni-muenchen.de: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/37332/1/MPRA_paper_37332.pdf](http://mpra.ub.uni-muenchen.de/37332/1/MPRA_paper_37332.pdf)
- Cáceres, A. N. (2012). *El turismo generador de desarrollo local*. Obtenido de [dspace.unia.es: http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1755/0237_Caceres.pdf;jsessionid=8B0780E2C61A7F07C4A843C5EA10A10F?sequence=1](http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1755/0237_Caceres.pdf;jsessionid=8B0780E2C61A7F07C4A843C5EA10A10F?sequence=1)
- Campbell, M., & Stanley, B. (1997). *Economía*. McGraw Hill.
- Camuendo Vera, Y., & Cholota Ramón, C. (2013). *Fortalecimiento de la identidad cultural para el desarrollo turístico sostenible en la provincia de Tungurahua*. Obtenido de [repositorio.espe.edu.ec: http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/6711/1/T-ESPE-HC-](http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/6711/1/T-ESPE-HC-)

002014.pdf

- Carbacos, N. (2006). *Promoción y venta de servicios turísticos: comercialización de servicios turísticos*. España: Ideas Propias.
- Casal, J., & Mateu, E. (2003). Tipos de Muestreo. *Epidem*, 1-7.
- Clawson, M., & Knestch, J. (1966). *Economics of Outdoor Recreation*. Baltimore: Johns Hopkins.
- Combariza González, J. A. (2012). *El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa (Cundinamarca)*. Obtenido de http://www.bdigital.unal.edu.co/7290/1/790705_2012.pdf
- Constitución de la República del Ecuador*. (2008). Quito.
- Gallardo, N. (25 de Junio de 2011). *Fundamentacion Ontológica y Epistemológica de la investigación*. Obtenido de noeninfi.blogspot.com:
<http://noeninfi.blogspot.com/2011/06/fundamentacion-ontologica-y.html>
- Garcés Paz, H. (2000). *Investgación científica*. Quito: Abya-Yala.
- González Morales, A. (Octubre - Diciembre de 2003). *Los paradigmas de investigación en las ciencias sociales*. Obtenido de [ebrary.com](http://site.ebrary.com/lib/utasp/docDetail.action?docID=10293556&page=9):
<http://site.ebrary.com/lib/utasp/docDetail.action?docID=10293556&page=9>
- Goodstein, L. (1998). *Planeación estratégica aplicada*. McGraw-Hill.
- Graterol, R. (2009). *La investigación de campo*. Obtenido de <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/metoprot/10.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Hernández, M. (2012). *Adminstración de empresas*. Madrid: Pirámide.
- Herrera, L., & Medina, A. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito: Dimerino.
- INEC. (2010). [ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/tungurahua.pdf>
- Jaramillo Echeverri, L. G. (Agosto de 2003). *¿Qué es epistemología? Mi*

- mirar epistemológico y el progreso de la ciencia*. Obtenido de facso.uchile.cl:
<http://www2.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/18/jaramillo.htm>
- Kotler, P., Bouven, & Makens, J. (1997). *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. México: Prentice Hall.
- López Fernández, M., & Serrano Bedia, A. (2001). Dimensiones y medición de la calidad en servicio en empresas hoteleras. *redalyc.org*, 1-14.
- Maldonado Pérez, G. (2008). *Descentralización del turismo en el Ecuador, el caso de los municipios de Ibarra y Manta*. Obtenido de flacsoandes.org:
<http://flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/595/4/TFLACSO-2008GMP.pdf>
- Ministerio de Turismo. (Abril de 2014). *turismo.gob.ec*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Boletin-abril-2014-comprimido.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (1995). *Concepts, Definitions, and Clasifications for Tourism Statistics: a Technical Manual*. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2008). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo (OMT).
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *unwto.org*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Osorno Zarco, M. A. (2001). *El derecho al tiempo libre*. México.
- Parkin, M., & Loría, E. (2006). *Microeconomía*. México: Pearson.
- Pazmiño Cruzatti, I. (2008). *Tiempo de investigar, investigación científica 1: Cómo hacer una tesis de grado*. Quito: EDITEKA Ediciones.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. Madrid: PEARSON PRENTICE HALL.
- Pita Fernández, S., & Pértegas Díaz, S. (27 de Mayo de 2002). Investigación Cuantitativa y Cualitativa. *fisterra*, 1-4.
- Quesada, R. (2007). *Elementos del Turismo*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

- Raza, M. C. (2013). *Alineamiento de la cadena de suministro y su relación con el nivel de servicio en la empresa Cauchosierra S.A.* Ambato.
- Registro Oficial 244. (5 de Enero de 2004). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>
- Registro Oficial Suplemento 733. (27 de Diciembre de 2002). *Ley del Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Robbins, D., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Robbins, L. (1932). *Ensayo sobre la naturaleza y significado de la ciencia económica*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/economia20parabachillerato/temario/tema-1-el-problema-basico-de-la-economia/6-definiciones-de-economia>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Robbins, S., & DeCenzo, D. (2008). *Supervisión*. México: Pearson Educación.
- Solari, Franco, & Jutkowitz. (1976). *Teoría, acción social y desarrollo*. México: Siglo XXI Editores.
- Subdirección General de Cuentas Nacionales. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. (2004). *Cuenta Satélite del Turismo en España: Nota metodológica*. Madrid: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA.
- Such Devesa, M. J., Zapata, A. S., Risso, W. A., Brida, J. G., & Pereyra, J. S. (2009). *Turismo y Crecimiento económico: Un análisis empírico de Colombia*. Obtenido de estudiosenturismo.com.ar: <http://estudiosenturismo.com.ar/PDF/V18/v18n1a2.pdf>
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Van Dalen, D., & Meyer, W. (2006). *Manual de técnica de la investigación*

educacional. Obtenido de <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>

Vera Romero, O., & Vera Romero, F. (2013). *Evaluación del nivel socioeconómico: presentación de una escala adaptada en una población de Lambayeque*. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/BVRevistas/cuerpomedicohnaaa/v6n1_2013/pdf/a09v6n1.pdf

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA ECONOMÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OPERADORES TURÍSTICOS DEL
CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA

OBJETIVO: Determinar la oferta turística de los operadores turísticos del cantón Baños con la finalidad de conocer el nivel de ingresos.

INSTRUCCIONES: Señale con una X según sea el caso a la pregunta que corresponda

I. Datos Informativos:

- Género:** Masculino Femenino
- Edad:** a) 15 – 20 b) 21 – 25
c) 26 – 35 d) 36 - 50
e) Mayor a 50
- Grado de instrucción:** a) Sin instrucción b) Inicial
c) Primaria d) Secundaria
e) Superior
- Años de servicio:** a) 1 – 2 años b) 3 – 4 años
c) 5 – 6 años d) 7 – 8 años
e) 9 – 10 años f) 11 o más años
- Cargas familiares** a) 1-2 b) 3-4 c) 5 o más

II. OFERTA TURÍSTICA:

1. ¿Cuál es la actividad turística que tiene mayor acogida entre los turistas?

- a) Deportes extremos b) Turismo religioso
c) Centro gastronómico d) Tour nocturnal
e) Aguas termales f) Miradores
g) Zoológicos

2. ¿Qué servicio turístico le genera mayores niveles de ingreso?

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| a) Tour en chivas | <input type="checkbox"/> | b) Recorridos en bicicletas | <input type="checkbox"/> |
| c) Deportes de aventura | <input type="checkbox"/> | d) Tarabitas | <input type="checkbox"/> |
| e) Excursiones a la selva | <input type="checkbox"/> | | |

3. Su operadora turística mantiene convenios con otro tipo de servicios turísticos:

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| a) Servicio de hospedaje | <input type="checkbox"/> | b) Spa | <input type="checkbox"/> |
| c) Cafeterías | <input type="checkbox"/> | d) Bares | <input type="checkbox"/> |
| e) Restaurantes | <input type="checkbox"/> | f) Discotecas | <input type="checkbox"/> |
| g) Ninguno | <input type="checkbox"/> | | |

4. Su operadora turística incluye ofertas con otro tipo de proveedores:

- | | | | |
|-----------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| a) Alimentación | <input type="checkbox"/> | b) Artesanías | <input type="checkbox"/> |
| c) Textiles | <input type="checkbox"/> | d) Ninguno | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Mantiene convenios con otro tipo de servicios complementarios?

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| a) Aeropuertos | <input type="checkbox"/> | b) Centros de información | <input type="checkbox"/> |
| c) Centros médicos | <input type="checkbox"/> | d) Centros comerciales | <input type="checkbox"/> |
| e) Mercados artesanales | <input type="checkbox"/> | f) Centros de capacitación | <input type="checkbox"/> |
| g) Guías turísticos | <input type="checkbox"/> | h) Ninguno | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Qué tipo de alternativas estaría dispuesto agregar a su oferta turística?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| a) Descuentos grupales | <input type="checkbox"/> | b) Promociones | <input type="checkbox"/> |
| c) Breaks | <input type="checkbox"/> | d) Guías turísticas | <input type="checkbox"/> |

7. ¿Qué medio de comunicación utiliza para promocionar sus servicios?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| a) TV | <input type="checkbox"/> | b) Radio | <input type="checkbox"/> |
| c) Prensa | <input type="checkbox"/> | d) Internet | <input type="checkbox"/> |

8. ¿Quiénes son sus principales demandantes?

- a) Turistas locales b) Turistas nacionales
c) Turistas extranjeros

9. ¿Considera que los precios de sus servicios son altos?

- a) Sí b) No

10. En promedio, ¿cuántos turistas recibe mensualmente?

- a) 1- 100 b) 101- 150
c) 151 – 200 d) 201 – 250
e) 251 – 300 f) 301- 350
g) 351 o más

II. NIVEL DE INGRESOS

11. Piensa usted, ¿qué por la informalidad turística que existe en el cantón Baños, se ha afectado su nivel de ingresos?

- a) Sí b) No

12. Señale con una X, si tiene otra fuente de ingresos, proveniente de otra actividad:

- a) Sueldos b) Comercio c) Hotelería
d) Gastronomía e) Ninguno

13. Señale en que fechas sus ingresos son mayores:

- a) Fiesta del Color y la Alegría (Febrero) b) Semana Santa (Marzo)
c) Mes de la Aventura y los deportes (Septiembre) extremos d) Día del Turismo
e) Fiestas de la Virgen (Octubre) f) Finados (Noviembre)
g) Fiestas de Baños (Diciembre) h) Navidad y Fin de año

14. Su ingreso económico mensual proviene mayormente de:

- a) Ingresos de la operadora turística b) Sueldos bajo relación de dependencia
c) Otro negocio d) Remesas

15. ¿Cuál es en promedio el ingreso mensual de su negocio?

- a) \$1000 – \$1500 b) \$1501 – \$2000
c) \$2001 – \$2500 d) Mayor a \$2.500

16. Considera usted, ¿qué un plan turístico organizacional limitaría la informalidad turística en el cantón Baños de Agua Santa?

- a) Sí b) No

GRACIAS

Anexo Operadoras Turísticas del cantón Baños de Agua Santa

OPERADORAS TURÍSTICAS:
ADRENALINA EXPEDICIONES ADEXPE CIA. LTDA.
ADVENTURE EQUATORLANDS
ANINGATRAVEL
AVENTURA TRAVEL HERE ANTONIO
ALEXANDER TOURS CIA. LTDA. PRINCIPAL
ALEXANDER TOURS CIA. LTDA. SUCURSAL 1
AVENTURANDES CIA. LTDA. PRINCIPAL
BAÑOS XTREME SPORTS
CAROLINES TOUR
CARRILLO HNOS. CIA. LTDA.
CASAHURCO TRAVEL CIA. LTDA.
CHEBASTOUR
CORDOVA TOURS
DISTRACTURS PRINCIPAL
DREAM PARADISE
EXPEDICIONES AMAZÓNICAS PRINCIPAL
EXPEDICIONES AMAZONICAS SUCURSAL 1
EXTREME EXPERIENCE EXPEDICIONES
EXTREME EXPERIENCE EXPEDICIONES SUCURSAL
EXPLORJUNGLA EXPEDICIONES
EXPLORJUNGLE EXPEDICIONES SUCURSAL 1
EXPLORSIERRA EXPEDICIONES CIA. LTDA
FANATIES SPORT TRAVEL AGENCY
GEOTOURS CIA.LTDA
IMAGINE ECUADOR
IVAGA TOURS CIA. LTDA PRINCIPAL
IVAGA TOURS CIA. LTDA SUCURSAL
JOSE Y DOS PERROS

LAS ESTANCIAS TOURS CIA.LTDA
LAS ESTANCIAS TOURS CIA.LTDA SUCURSAL 1
LLANGANATES EXPEDICIONES CIA. LTDA
LLANGANATES EXPEDICIONES SUCURSAL CIA. LTDA
MARBERKTOUR CIA. LTDA.
MEGAVENTURA TOUR OPERATOR
MAYOTRAVEL CIA. LTDA.
MOTOSPORT ADVENTURE CIA. LTDA.
NATURAL GEOGRAPHIC EXPEDITIONS
NATURAL MAGIC EXPEDITIONS TRAVEL AGENCY
PAILÓN TRAVEL PRINCIPAL
PEREZ TOUR EXPEDITIONS CIA. LTDA.
PUERTAS DEL CIELO TRAVEL EXTREMA ADVENTURA
RAIN FOREST TOUR CIA. LTDA.
REHOBOT EXPEDICIONES TRAVEL AGENCY
RUTAS DORADAS EXPEDICIONES CIA. LTDA
SEBASTIAN MOYA EXPEDICIONES CIA.LTDA
SIERRA SELVA AVENTURAS SISEAVE CIA. LTDA.
TORRES SILVA CIA. LTDA.
TEAM ADVENTURE CIA. LTDA.
TOP SPORT ADVENTURE CIA.LTDA
TUNGURAHUA EXPLORER CIA.LTDA.
TURIS AMAZONAS/TURISMON CIA.LTDA.
ULTRAMOTOS EXPEDITIONS TRAVEL AGENCY
WHITE RIVER EXPLORER CIA. LTDA.
WONDERFUL ECUADOR

Elaborado por: Valverde A. (2015)

Fuente: Elaboración propia

Anexo: Plan de capacitación para operadores turísticos GADBAS

PROGRAMA DE CAPACITACION PARA OPERADORES TURISTICOS						
TEMAS	CONTENIDO	METODOLOGÍA	FACILITADOR	HORAS	LUGAR	MATERIALES
Motivación personal	Motivación de equipo	Presentación de diapositivas, folletos, talleres	Técnico encargado de la temática designado por el Ministerio de Turismo	10	Salón de la ciudad	Computador Proyector Folletos Fotocopias de Ley de Turismo y otros reglamentos CD Hoja de registro de asistencia
	Importancia de su función en el puesto de trabajo					
	Incentivar la participación en la toma de decisiones					
Manejo de imagen personal	Dominio de sí mismo			10		
	Comprensión					
	Amabilidad y cordialidad					
	Vestimenta adecuada a la actividad					
Relaciones humanas	Importancia del factor relación - atención			10		
	Satisfacción del cliente					
	Actitud positiva, base para una cultura de calidad					
	Comunicación asertiva					
Leyes y reglamentos del turismo	Derechos y obligaciones del servidor turístico			10		
	Ley del consumidor					
	Turismo sostenible					
Guías Naturalistas	Salud y seguridad	10				
	Prácticas de deportes de alto riesgo					