



**Universidad de Matanzas
Facultad de Ciencias Empresariales**

**Tesis de Maestría en opción al título de Máster en Administración de
Empresas
Mención: Administración de Negocios**

**Modelo teórico y procedimiento para la gestión de competencias
turísticas en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa.**

Autora: Ing. Toyis Edilma Cedeño Cevallos

Tutora: Dr. C. Bisleivys Jiménez Valero

Matanzas, 25 de marzo de 2019

Nota de Aceptación

Presidente del Tribunal

Miembro del tribunal

Miembro del tribunal

Dado en Matanzas, el día ____ de _____ de 2019

Declaración de Autoridad

Yo, Toyis Edilma Cedeño Cevallos, declaro ser el único autor de este Tesis en opción al título de Máster en Administración de Empresas. Autorizo a la Universidad de Matanzas para que haga uso de esta con el propósito que estime conveniente.

Firma

Resumen

La investigación tiene como objetivo de estudio, elaborar un modelo teórico y procedimiento para la gestión de las competencias turísticas en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa, localizado en la provincia de Tungurahua, Ecuador, a partir, de las nuevas funciones asignadas a los departamentos de dirección y planeamiento turístico de los gobiernos autónomos descentralizados cantonales. Su base metodológica se encuentra sustentada en la instrumentación de un conjunto de métodos teóricos y empíricos, entre los que se incluyen, la revisión de documentos, técnicas de trabajo de campo, la aplicación del método de experto y de consenso, así como, la elaboración de instrumentos de recopilación de información dirigida a especialistas y empresarios del sector turísticos, gestores locales y líderes comunitarios, que permita la identificación y formulación de un conjunto de indicadores de tipo cuantitativo y cualitativo. Entre los resultados teóricos y prácticos obtenidos, se encuentran la descripción de un total de nueve indicadores que caracterizan el comportamiento de la actividad turística que incluye, los procesos de planificación y comercialización de la oferta turística, el sistema de información turística, el diseño de nuevos productos y servicios turísticos, la promoción turística, la seguridad turística, los sistemas integrados de control de la calidad, entre otros, además, de la elaboración de una ficha técnica de indicadores, que caracterizan el desempeño de cada uno de estos medidores de evaluación de las competencias turísticas para este destino en particular.

Palabras claves: modelo de gestión, competencias turísticas, sistema de indicadores

Abstract

The research aims to study, develop a theoretical model and a procedure for the management of competencies in the destination of nature Baños de Agua Santa, located in the province of Tungurahua, Ecuador, from the new functions assigned to the departments of tourism management and planning of decentralized cantonal autonomous governments. Its methodological basis is based on the instrumentation of a set of theoretical and empirical methods, among which include the revision of documents, fieldwork techniques, the application of the expert method and consensus, as well as, the elaboration of information gathering tools directed to specialists and entrepreneurs of the tourism sector, local managers and community leaders, that allows the identification and formulation of a set of quantitative and qualitative indicators. Among the theoretical and practical results obtained, there is a description of a total of nine indicators that characterize the behavior of tourism activity that includes, the planning and marketing processes of the tourist offer, the tourist information system, the design of new tourism products and services, tourism promotion, tourism security, integrated quality control systems, among others, also, the development of a technical sheet of indicators, that characterize the performance of each one of these meters of evaluation of the tourist competitions for this particular destination.

Keywords: management model, tourism competencies, system of indicators

Índice

Introducción	1
Capítulo I Marco teórico referencial de la investigación	8
1.1 El turismo y el enfoque multidimensional en la gestión de los destinos en Ecuador.	8
1.2 La contextualización de modelo teórico desde su aspecto epistemológico	12
1.3 Aspectos teóricos referidos a los modelos de gestión de destinos turísticos.....	15
1.3.1 Componentes de un modelo de gestión para destinos turísticos.....	17
1.3.2 La gestión de un destino turístico.	19
1.3.3 Aspectos prioritarios y complementarios para la gestión de un destino turístico.....	20
1.4 Elementos teóricos y prácticos relacionados con el destino turístico.	222
1.4.1 Componentes de un destino.	22
1.4.2 Tipología y funciones de los destinos turísticos.	24
1.4.3. El destino como un sistema: el sistema-destino turístico	26
1.4.4 Elementos para el desarrollo de un destino turístico	28
Conclusiones del capítulo I	29
Capítulo II Estructura del modelo teórico y procedimiento metodológico para la gestión de las competencias turísticas con enfoque de procesos.	30
2.1 Estructura del modelo teórico para la gestión de las competencias turísticas con enfoque de procesos.	30
Conclusiones del Capítulo II.....	41
Capítulo III Aplicación parcial del procedimiento metodológico para la gestión de las competencias turísticas en destino de naturaleza Baños de Agua Santa.	43
3.1 Estructura del modelo teórico y procedimiento metodológico para la gestión de las competencias turísticas con enfoque de procesos.	43
Conclusiones parciales del Capítulo III	78
Conclusiones	79
Recomendaciones80
Referencias bibliográficas	81
Anexos	88

Introducción

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Según la Organización Mundial del Turismo OMT (2018:2-3), el turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. Según menciona la OMT (2018), el turismo se ha convertido en una ficha clave para el desarrollo, la prosperidad y bienestar. Actualmente, existe un número creciente de destinos que se han abierto al turismo y que han invertido en este sector, haciendo de éste un factor clave del progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de empleo y de empresas y la ejecución de infraestructuras. Durante los últimos veinte años, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

El potencial turístico en Ecuador (Ministerio de Turismo, 2015: 5), se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios históricos y riqueza natural. De acuerdo con un estudio sobre competitividad de Ecuador, la fortaleza del país en el mercado turístico internacional radica en su acervo natural y en los valores culturales de sus comunidades receptoras. En tal sentido, la diversidad natural y cultural del país juega un papel determinante en la sostenibilidad del turismo y los beneficios económicos asociados con él. La relevancia cualitativa y cuantitativa del turismo en Ecuador sustenta la percepción de un gran potencial en el sector que puede ser aprovechado de manera integral.

El diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2006-2020 (Cuétara, 2017:23), busca consolidar el turismo sostenible como un elemento dinamizador del desarrollo económico y social del Ecuador, con la participación del sector público bajo la rectoría del Ministerio de Turismo (MINTUR), el involucramiento activo de otras entidades gubernamentales, tales como Consejos Provinciales y Municipios; y, la participación de los actores del sector privado y comunitario a través de las cámaras de turismo, los gremios y las comunidades locales.

Entre los principales objetivos del PLANDETUR 2020 se debe señalar los siguientes, los cuales deben contribuir a la propuesta y fundamentación de programas de formación académicos e investigativos en el sector del turismo en Ecuador:

Autora: Toyis Edilma Cedeño Cevallos

- Fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados, posicionando el turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.
- Dinamizar la actividad turística local a través de la generación del empleo y el incremento de ingresos, en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población.
- Fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para alcanzar la eficiencia y eficacia de la actividad.

De esta misma manera, el Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021, indica que a través de los sectores priorizados, en este caso el turismo, se debe buscar alternativas que contribuyan a la transformación de la matriz productiva, favoreciendo al desarrollo sostenible, respetando las características naturales y culturales de cada región, beneficiando a los encadenamientos productivos, el turismo comunitario e incorporando a la cadena de valor el patrimonio cultural existente en el país, es decir impulsando un turismo consciente, ético, responsable e incluyente.

A partir del año 2010, el Ministerio de Turismo a través del proyecto: “PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DEL ECUADOR (PIMTE, 2014:30-34)”, aportó al Plan Nacional del Buen Vivir orientando sus acciones a posicionar al Ecuador como un destino turístico de referencia a nivel mundial, teniendo como objetivo, aumentar los arribos internacionales respetando la mega-diversidad de una manera sostenible y sustentable; así como también mejorar el nivel de gasto turístico receptor e interno.

Otro documento de referencia sustancial por su importancia en el contexto legal donde se desarrolla la actividad turística, lo constituye la Ley de Turismo Ecuatoriana, considera de vanguardia en la región, ya que introduce elementos innovadores importantes respecto al marco normativo antes existente: integra una visión empresarial, prevé la descentralización de los poderes a favor de municipios y de gobiernos provinciales y un papel activo de las comunidades.

El turismo ha sido reconocido como prioridad nacional con el establecimiento de las políticas de Estado para el sector en la Estrategia de Desarrollo del país (Decreto No. 1424 de abril del 2001).

En la actualidad, Ecuador se proyecta como uno de los mejores destinos turísticos internacionales debido a la aplicación de estrategias de promoción que le permitieron obtener varios premios y reconocimientos mundiales en los últimos cuatro años, entre éstos, el más destacado es el “World’s Leading Green Destination 2013” otorgado por World Travel Awards en la Worldwide Edition en Doha, Qatar.

El cantón Baños de Agua Santa, en la provincia de Tungurahua, es un lugar privilegiado por su gran cantidad de atractivos turísticos, los cuales no están siendo explotados al máximo considerando al turismo como la base económica en torno a la cual se desenvuelven las diferentes actividades, es también la principal apuesta a su desarrollo, sin embargo, estas actividades no dejan de generar limitaciones y conflictos al interior del territorio (Mendoza L., 2012).

Es en este contexto, el evidente crecimiento de la oferta turística, junto a un cada vez mayor flujo turístico en el destino, resulta en una aparente mejora en la calidad de vida de la población local, sin embargo esta no refleja necesariamente una adecuada articulación respecto a la imagen de Baños como ícono turístico, por el contrario se vislumbraría hasta cierto punto, una alta dependencia económica en este sector, lo que a su vez representaría un alto riesgo respecto de la fragilidad del turismo frente a externalidades (riesgo volcánico, construcción de proyectos hidroeléctricos, inestabilidad de los mercados internacionales, surgimiento de nuevos destinos, entre otros (Rubio, 2013).

En consecuencia a lo anteriormente expuesto, y después de concluida una sesión de trabajo en grupo con los directivos y especialistas del Departamento de Turismo localizado en el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Baños de Agua Santa, además de, la información recopilada por medio de entrevistas, visitas a prestadores de servicios turísticos en instalaciones hoteleras, restaurantes, operadores turísticos, compañías de transporte y representantes de la comunidad local, así como, el manual de la matriz de competencias del Turismo en Ecuador (Sánchez T., 2017:26), se pudo constatar que el destino presenta un conjunto de síntomas que conllevan a la necesidad de realizar una investigación de carácter cuantitativo y cualitativo, con relación a la gestión de las competencias turísticas objeto de la presente pesquisa, resumidos en:

- Necesidad de relaboración en forma participativa planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal, en coordinación con los planes turísticos provinciales y nacionales,
- Necesidad de establecer modelos de gestión para la evaluación de las competencias turísticas, para la seguridad turística y protección de visitantes y comunidad local,
- Limitada planificación y desarrollo de nuevas ofertas de productos y servicios turísticos,
- Insuficiente gestión de la calidad de las actividades y prestación de servicios en establecimientos turísticos,
- Insuficiente información por parte de los prestadores de servicios y comunidad,
- Necesidad de la creación y operación de Oficinas de Información y Atención al Turista I-Tur, según lineamientos y normas técnicas del Ministerio de Turismo,

- Necesidad de elaboración y actualización de metodologías para el Inventario de atractivos turísticos, bajo las directrices y lineamientos emitidos por el Ministerio de Turismo,
- Insuficiente programa de Señalización Turística en el ámbito de la jurisdicción del destino, acorde con políticas, normas técnicas y manual del Ministerio de Turismo,
- Necesidad de promocionar todo tipo de actividades de turismo, receptivo, cultural y social, con sector público, privado y comunitario en el destino,
- Necesidad de elaboración de programas para promover la capacitación técnica y profesional, de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

En la siguiente estructura matricial, se detallan los principales síntomas identificados, el orden de solución que, a criterio de todos los participantes en el proceso inicial de recopilación de información, así como, se establecen el orden de las prioridades para su análisis y gestión por parte del gobierno autónomo descentralizado del cantón Baños de Agua Santa (VER Anexo 1 Principales síntomas identificados en las sesiones de Trabajo en Grupo en el departamento de Turismo en el destino Baños de Agua Santa).

Seguidamente, a la información anterior, se le realiza un análisis descriptivo de los datos para determinar la tabla de frecuencias, la cual consiste en, la distribución de frecuencias o tabla de frecuencias como una ordenación en forma de tabla de los datos estadísticos, asignando a cada dato su frecuencia correspondiente a cada uno de los síntomas como se detalla en (VER Anexo 1 Tabla de frecuencias estadísticas para cada uno de los síntomas de la problemática objeto de estudio).

Concluido el proceso de elaboración de la tabla de frecuencias estadísticas, se debe continuar con la elaboración del gráfico de Pareto (VER Anexo 1 Gráfico Diagrama de Pareto), el cual consiste en una representación gráfica de los datos obtenidos sobre un problema, que ayuda a identificar cuáles son los aspectos prioritarios que hay que tratar, también se conoce como “Diagrama ABC” o “Diagrama 20-80”.

Por todo lo anterior, se define como **problema científico**: ¿Cómo lograr la gestión integrada de las competencias turísticas como atribuciones del Departamento de Turismo en el ámbito de un destino de naturaleza Baños de Agua Santa?

En correspondencia con el problema científico planteado y a partir de la revisión de la literatura realizada, se plantea como **hipótesis de investigación** la siguiente:

La elaboración y aplicación de un modelo de gestión de las competencias turísticas y la estructuración de una metodología para destinos de naturaleza, permitirá la propuesta de nuevos productos y servicios, el acceso a la información turística brindada a visitantes y comunidad local, la elaboración de programas para la seguridad y la señalética turística,

entre otras atribuciones a cumplimentar por parte del Departamento de Turismo en el cantón Baños de Agua Santa en Ecuador.

En consecuencia, a lo anteriormente expuesto, se enuncia como **objetivo general de la investigación**: Elaborar un modelo teórico y procedimiento para la gestión de las competencias turísticas en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa.

Para el cumplimiento de este objetivo general, se han definido los siguientes **objetivos específicos**:

1. Fundamentar los aspectos teóricos y prácticos referenciados en la literatura científica con relación a los modelos de gestión en la actividad turística.
2. Describir un procedimiento general para la gestión de las competencias turísticas asignadas al Departamento de Turismo en los gobiernos autónomos descentralizados cantonales.
3. Demostrar parcialmente la aplicación del procedimiento general para la evaluación de algunas de las competencias turísticas asignadas al Departamento de Turismo en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa.

El **objeto de estudio teórico** de la investigación se centra en la gestión de las competencias turísticas como atribuciones asignadas al Departamento de Turismo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados en cantones rurales de Ecuador. Por otra parte, se identifica como **objeto de estudio práctico**, el destino de naturaleza Baños de Agua Santa, ubicado en la provincia de Tungurahua, Ecuador, por incluirse entre los primeros cinco destinos de mayor número de llegadas de visitantes nacionales e internacionales en el período 2011-2016 en el país, según datos estadísticos del Ministerio de Turismo de Ecuador, con el propósito de verificar la validez de los instrumentos metodológicos, técnicas, métodos, procedimientos y herramientas desarrollados para cumplimentar los objetivos de la presente investigación.

La **novedad científica** que aporta esta Tesis de Maestría, consiste en la estructuración de un modelo teórico acompañado de un procedimiento metodológico para su instrumentación, fundamentado en los componentes del sistema turístico, la multidimensionalidad de la actividad turística, el paradigma de un turismo sostenible, responsable, ético y consciente, en los pilares de la política de desarrollo turístico y de las competencias turísticas asignadas como atribuciones al departamento de turismo en los Gobiernos Autónomos Descentralizados en cantones rurales con actividad turística en Ecuador.

Entre los **resultados** del proyecto de tesis de maestría se distinguen los siguientes:

- a. Al proceso de asignación de las competencias turísticas en el Departamento de Turismo en el cantón Baños de Agua Santa, como:

- Caracterizar el estado actual de la actividad turística a partir de la realización de un diagnóstico turístico.
 - Elaborar y actualizar el Inventario de atractivos turísticos, bajo la metodología, directrices y lineamientos emitidos por el Ministerio de Turismo.
- b. Elaborar esquemas metodológicos asociados a cada una de las competencias para su instrumentación y evaluación a partir de medidores de gestión locales.
- c. Identificar y medición de los indicadores de gestión de las competencias turísticas, como contribución a la eficiencia, eficacia y efectividad de los resultados obtenidos en el Departamento de Turismo de Gobierno Autónomo Descentralizado Baños de Agua Santa.

El **valor metodológico** se manifiesta, por un lado, en el diseño de un procedimiento metodológico, que integra un grupo relevante de técnicas, métodos y herramientas de carácter cuantitativo y cualitativo, para la gestión de las competencias turísticas como atribuciones asignadas por el Ministerio de Turismo y establece una guía coherente para el mejoramiento de las funciones y responsabilidades del departamento de turismo en los Gobiernos Autónomos Descentralizados. Por otra parte, el método analítico permitió analizar la naturaleza, peculiaridades y la relación que existen entre los elementos que componen el área de estudio y la aplicación de la investigación descriptiva. Dentro de los métodos y procedimientos utilizados en el estudio investigativo, se pueden mencionar: se identifica, el análisis de documentos: Informes actuales del sector del Turismo, Revistas y Artículos Científicos, Tesis de Diploma, de Maestría y Doctorales, Resoluciones del Ministerio del Turismo de Ecuador y del Ministerio de Ambiente, búsquedas en Internet y otros documentos de referencia con la temática de investigación.

El **valor social** se expresa en los aspectos siguientes:

- El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños de Agua Santa se beneficiará directamente y en especial el Departamento de Turismo, ya que se corregirá y mejorará todas las estrategias que tenían para el manejo de la actividad turística y los principales actores locales.
- La Comunidad residente y los prestadores de servicios turísticos del cantón Baños de Agua Santa se beneficiarán, ya que de una u otra manera, este proyecto ayudaría a mejorar sus servicios y la atención de visitantes, turistas, excursionistas y comunidad local.
- Los turistas nacionales y extranjeros tendrán la plena tranquilidad que están exentos a cualquier irregularidad, es un propósito a cumplimentar por parte de las autoridades locales atender la temática de la seguridad turística.

- Instituciones de Educación Superior, Facultades y Carreras de Turismo en específico y estudiantes universitarios, ayudaría como fuente de proyecto de investigación, la propuesta metodológica y el conjunto de indicadores para el proceso de mejoramiento de las competencias turísticas en cantones con determinada urbanos y rurales con determinada actividad turística.

El **valor práctico** radica en la propuesta de una metodología que describe cómo y qué medir en cuanto a la gestión de las competencias turísticas descritas anteriormente, como atribuciones asignadas al Departamento de Turismo de los Gobiernos Autónomo Descentralizado, en destinos de naturaleza, además de, contribuir a la formulación y evaluación de un conjunto de medidores de carácter cuantitativo y cualitativo, asociados a las competencias descritas anteriormente.

El proyecto de Tesis de Maestría se estructura en una introducción, donde se caracteriza la situación problemática, se fundamenta el problema científico a resolver, se formula el sistema de objetivos, se plantea la hipótesis general de la investigación a comprobar y se presentan la novedad científica y los valores del proyecto de la tesis de maestría, asociados a los resultados obtenidos; un primer capítulo en el que se fundamenta y resume el marco teórico-referencial de la investigación; en el segundo capítulo, se expone el planteamiento de un modelo teórico-práctico y la estructura de una metodología, con sus procedimientos de apoyo, para solución del problema científico planteado; finalmente en el tercer capítulo, se describe la instrumentación parcial de la estructura metodológica, la medición de los indicadores asociados a cada una de las competencias turísticas, donde se comprueba la hipótesis general de la investigación, en los términos en que fue planteado; las conclusiones y recomendaciones finales; la bibliografía referenciada y consultada; así como, un grupo de anexos como complemento necesario de los resultados y evidencias de todo el procesamiento de datos estadísticos en el presente documento.

En el proceso de revisión de la bibliografía para el desarrollo de la investigación, el total consultado es de 92 obras, de las cuales: 8,0 % son publicaciones de la autora en la elaboración de artículos y ponencias presentadas en eventos internacionales en Cuba, México y Ecuador respectivamente, el 28,2 % son de autores de habla no hispana. Según el tipo de publicación: 5,0 % son libros; 52,1 % son artículos; 5,0% son tesis de maestría y doctorado y el resto, a otros documentos de carácter gubernamental que representa un 32,6 %. De acuerdo con la fecha de publicación: el 51,1 % se ha publicado en el período 2014-2019; el 27 % corresponde desde el año 2009 al 2013; por último; el 18,4 % se ubica antes del año 2009, donde aparecen fundamentalmente, la mayoría de los libros publicados por prestigiosos autores de renombre internacional en la temática de modelos de gestión, destinos turísticos y propuesta de sistemas de indicadores para la actividad turística.

Capítulo I Marco teórico referencial de la investigación

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Seguidamente se presenta para mejor comprensión de este apartado teórico y práctico de la investigación relacionado con el modelo de gestión para las competencias turísticas en destinos de naturaleza, cuya descripción se detalla en el gráfico 1.1 como:

Figura 1.1 Mapa conceptual correspondiente al marco teórico referencial de la investigación.



Fuente: Cedeño (2018)

1.1 Turismo y el enfoque multidimensional en la gestión de los destinos en Ecuador

El turismo en la actualidad es un elemento de gran importancia para el crecimiento social, económico y cultural de un país, debido a la diversidad de actividades que se generan, favorecen al crecimiento continuo y periódico de la sociedad. Es una herramienta que produce divisas, al canalizar las inversiones para fomentar y expandir la economía general de un país; de igual manera se convierte en proveedor de empleos diversificados a través de una inversión sumamente baja, comparados con otras áreas de la economía.

Según menciona la Organización Mundial de Turismo (2018), el sector turístico se ha convertido en una ficha clave para el desarrollo, la prosperidad y bienestar. Actualmente, existe un número creciente de destinos con una acertada apertura para el desarrollo de la

actividad turística, además, de un acelerado proceso inversionista en este sector, lo que constituye un factor clave del progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de empleo, de nuevas empresas de prestación de servicios y la ejecución de infraestructuras. Durante los últimos veinte años, el turismo experimenta una continua expansión y diversificación, en la actualidad, es uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

En la actualidad, los destinos turísticos de sol y playa, naturaleza, ecoturismo, y deportes extremos en Ecuador, constituyen uno de los principales atractivos de la demanda turística internacional, pero las exigencias de los turistas por un turismo sostenible en los destinos es rasgo distintivo de competitividad e ineludible para su desarrollo futuro. La autora se identifica con la propuesta de la multidimensionalidad que comprende el concepto de turismo sostenible, responsable, ético y consciente; muy interrelacionado a la definición de turismo sostenible y desarrollo sostenible (Márquez, 2013); lo que permite profundizar en su concepción a partir de sus diversas y variadas dimensiones, es decir, a través de su múltiple dimensionalidad donde se distinguen entre otras, las siguientes: económicas, políticas, sociales, ambientales, culturales, legales, demográficas y tecnológicas.

La gestión de empresas y destinos turísticos forma parte de una actividad muy compleja, que, sostenida en el concepto de desarrollo sostenible de esta actividad, debe estar enfocado en un conjunto de dimensiones identificadas entre otras, como: patrimonial, social, económica, cultural y política-institucional, legal y tecnológica, para poder garantizar el futuro de la actividad, debido a que generalmente estos espacios están situados en entornos muy propensos a daños.

En fin, el desarrollo sostenible del turismo debe ser concebido como un proceso multidimensional y multicriterio (Maino, 2012), en el cual la trilogía equidad, sostenibilidad y competitividad se sustente en principios éticos, culturales, sociales, económicos, ecológicos e institucionales (Sepúlveda, 2012), para lograr un turismo responsable.

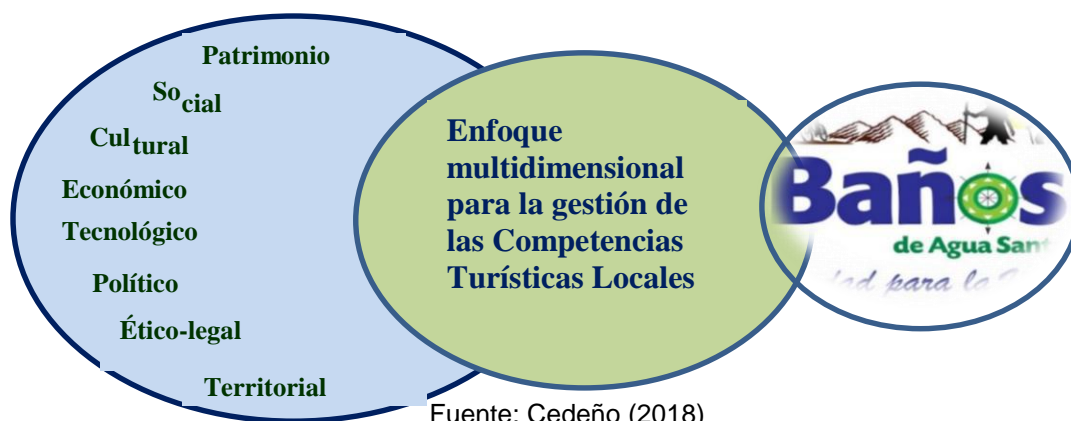
En este sentido, el enfoque multidimensional contenido en el modelo teórico expuesto, donde hay una estrecha relación de sus dimensiones entre sí, relación que desarrolla y cambia flujos de información y elementos (procesos, áreas claves e indicadores), que están dotados de funcionamiento estructural y procesal, que posee además una dinámica interna y otra externa, que cambia flujos de información con su entorno, que posee la posibilidad de conseguir los mismos fines de diferentes formas o la virtud de la totalidad (el cambio de una dimensión afecta a la totalidad) y que integradas en un medio activo dinámico, se influyen y son influidas mutuamente. No obstante, se reconoce que cada dimensión tiene sus propias características y, a la vez, está condicionada y condiciona a las otras dimensiones.

Por otra parte, es necesario señalar que el modelo teórico para la gestión de las competencias turísticas en destinos de naturaleza en Ecuador está concebido a partir de un enfoque multidimensional para sistema-destino turístico como objeto de estudio.

A continuación, se particularizan, a propuesta de los autores, cada una de las dimensiones básicas que ordenan el planteamiento de la actividad turística, a partir de la gestión de las competencias turísticas asignadas al departamento de Turismo en el espacio de actuación de los gobiernos autónomos descentralizados en Ecuador.

En la Figura 1.2 se puede observar el enfoque multidimensional para la formulación de un modelo teórico para la gestión de las competencias turísticas asignadas a los Gobiernos Autónomos Descentralizados cantonales en Ecuador, donde se representa cada una de las dimensiones básicas, lo que demuestra la capacidad de su aplicabilidad en el contexto de la actividad turística.

Figura 1.2 Multidimensionalidad de la gestión de sistema-destino turístico desde el enfoque de la sostenibilidad.



Fuente: Cedeño (2018)

Entre las dimensiones consideradas en la estructura del modelo teórico se identifican las siguientes (Cedeño, 2017):

- La dimensión patrimonial: la inclusión de esta dimensión surge, porque el futuro del desarrollo sostenible del turismo depende de la capacidad que tengan los directivos y los agentes económicos para conocer y manejar, según una perspectiva de largo plazo, su stock de recursos naturales renovables y su medio ambiente. En esta dimensión se presta especial atención a los recursos como la energía, el agua, el suelo, el clima y el entorno natural.
- La dimensión social: esta dimensión debe satisfacer las necesidades del cliente interno, como alimentación, condiciones de trabajo, motivación y capacitación; es decir, está obligada a considerar los aspectos facilitadores de la calidad de vida para conseguir el bienestar propio. Esta dimensión tiene una estrecha relación con la dimensión política- institucional.

- La dimensión económica: esta dimensión se basa en que el desarrollo turístico sostenible deberá ser económicamente eficiente, es decir, la capacidad que se tenga para disponer de los recursos con el objetivo de conseguir el desarrollo del hotel y que sirvan también a las generaciones futuras.
- La dimensión cultural: la importancia de esta dimensión radica en la necesidad de analizar al hombre en un medio mucho más complejo que el medio natural; en un medio que integre también sus costumbres, creencias y hábitos. Es decir, el desarrollo sostenible del turismo deberá garantizar la preservación de la cultura, las tradiciones y la identidad nacional para las generaciones futuras.
- La dimensión ética-legal: en esta dimensión se refleja que la comunidad receptora debe dirigir su propio proceso de desarrollo; es decir para conseguir la sostenibilidad, la formación e información de todos los ciudadanos es imprescindible de manera que todos participen, de forma más o menos activa, en el proceso de desarrollo sostenible dentro de su ámbito geográfico, así como, los diferentes actores (proveedores, artesanos, tiendas, buró de turismo, TTOO, AAVV, transportistas, entre otros) que sustentan la actividad hotelera.
- La dimensión política-institucional: esta dimensión demuestra el funcionamiento del sistema de políticas y estrategias de las cadenas hoteleras; asimismo, es el punto donde se negocia el volumen de recursos asignados a varios programas y obras específicas y debe estar presente esta dimensión, como principal rector en el concepto y operatividad de las otras dimensiones de la sostenibilidad a las que se hace referencia (social, económica, ambiental, local y cultural).

Otro de los aspectos que distinguen la propuesta del modelo de gestión para la evaluación de las competencias asignadas, lo constituye la instrumentación de los principales enfoques teóricos aplicados a la actividad turística (Cuétara, 2017); como se detalla en el cuadro 1.1 seguidamente:

Cuadro 1.1 Principales enfoques teóricos aplicados al Turismo	
Enfoques teóricos	Contextualización
Enfoque sistémico	Se consideran modelos sistémicos a aquellos que buscan expresar los elementos que forman parte del sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo. Buena parte de los modelos sistémicos está compuesta por conjuntos de elementos relativos a la oferta turística. Algunos casos incluyen también elementos relativos a la demanda y centran su atención en la interrelación oferta-demanda.
Enfoque de proceso	Un proceso se puede definir como un “Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados”. Entrada: materiales, recursos humanos, documentos, información, entre otros. Proceso: Personas, métodos, recursos materiales (monitoreo y medición). Salida: materiales, recursos humanos, documentos, información, entre otros. (Eficiencia del proceso: Resultados logrados Vs. Recursos usados. Actividad del proceso: Capacidad para lograr los resultados deseados). Un resultado deseado se

	alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso. INTE-ISO 9000:2000. Los pasos para seguir son: 1.- Identificar cuáles son los productos o servicios que se ofrecen y definir el objetivo o misión de cada uno. 2.- Identificar cuáles son los clientes y sus necesidades (requisitos 5.2 y 7.2 norma ISO 9001. “Las organizaciones dependen de sus clientes y por tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes” Norma INTE-ISO 9001. 3.- Identificar los procesos y clasificarlos. 4.- Establecer seguimiento a los procesos y mejora continua. Citado por Acevedo P. 2002. Enfoque de procesos, Un Principio de la Gestión de la calidad visto desde la perspectiva de las normas ISO 9001:2000.
Enfoque multidimensional	La multidimensionalidad posee varias dimensiones que involucran distintos aspectos relacionados con el desarrollo turístico de los destinos rurales y que son estudiados y analizados en el presente modelo de gestión para la correcta aplicación de las estrategias en el campo de estudio. El enfoque multidimensional aplicado en el modelo de gestión para destinos rurales representa la realidad turística de estos destinos, dichas dimensiones son reducidas de acuerdo con un orden prioritario y criterios estadísticos. Las dimensiones seleccionadas permitirán el diseño del índice multidimensional.

Fuente: Cuétara (2017)

El contenido conceptual de las principales dimensiones consideradas en la propuesta del modelo teórico corresponde en un primer momento a la contextualización y significado del término modelo a partir de los referentes analizados en la bibliografía consultada.

1.2 La contextualización de modelo teórico desde su aspecto epistemológico

En la actualidad, la modelación ha adquirido el carácter de método científico general, que en esencia penetra todas las esferas de la actividad cognoscitiva y transformadora del hombre (Samantha, 2017) y Harrison (2016). Enriquecido por las conquistas de la matemática, la informática y el enfoque sistémico, la modelación posibilita la profundización en nuevos conocimientos sobre el mundo circundante y se convierte en medio de dirección de sistemas técnicos y de toma de decisiones racionales (Cuétara, 2015).

Para comenzar conviene abordar una pregunta central referida a ¿qué es un modelo? a partir de lo referenciado en la bibliografía especializada en la temática. De hecho, existen diversas definiciones respecto a lo que es un modelo, entre las que se destacan: “Un modelo es una representación simplificada de la realidad y su principal objetivo es permitir una mejor comprensión y descripción de la parte de la realidad que representa” (Badie, 2017). Debe señalarse, el análisis del concepto de modelo desde una perspectiva teórico-epistémica, es decir, el modelo como representación de una realidad, donde se asume una explicación a partir de representar, informar, declarar o referir, en términos de significado, de hacer presente algo con palabras o figuras, expresado como un proceso que se retiene en la imaginación del investigador. Otros autores han elaborado diferentes definiciones de modelo, que aparecen enunciados en la publicación de Pearce (2016).

Los destinos son fenómenos complejos cuya mera definición presenta desafíos. En la contextualización de destinos turísticos diversos autores como Dragičević (2014); Zemla (2016); Marakova (2016); la Organización Mundial del Turismo (2016); Ghanem (2017); Goodwin (2017); Amaya (2017) entre otras publicaciones con relación a la temática. En resumen, "un destino turístico es un conjunto de productos, servicios y experiencias interdependientes ofrecidos por múltiples proveedores privados y organizaciones públicas en determinados lugares con un rango de escala que va desde lo local hasta lo macro-regional. A fin de gestionar los destinos hay que reducir esa complejidad y por eso los modelos resultan muy útiles" (Pearce, 2016).

En la bibliografía consultada, se hace referencia a los diferentes componentes que se deben considerar para la estructuración de un modelo de gestión para destinos turísticos, entre los que se distinguen en orden de importancia los siguientes: Identificar y evaluar los "factores supuestamente significativos"; establecer las relaciones entre ellos; y configurar y presentar estos factores y relaciones en una forma generalizada.

En cuanto a los factores "supuestamente significativos", luego de concluir la revisión de la literatura especializada, donde el autor Pearce (2016) es uno de los más citados en el ámbito internacional, se identifican cuatro dimensiones para la gestión de destinos, cada una incorpora varios factores, donde se distinguen: la necesidad de coordinar o integrar la oferta y la demanda; el objetivo u objetivos de la gestión de destinos (satisfacción del visitante, desarrollo sostenible, y competitividad del destino); las funciones o actividades necesarias para lograr estos objetivos, entre las que se incluyen, marketing, la planificación y el desarrollo de productos; por último, las organizaciones público-privadas y los sistemas de gobernanza implementados en el destino turístico, para efectuar estas funciones respectivamente.

Según el enfoque de estos factores, la articulación de las relaciones entre ellos y la configuración del modelo teórico como lo contextualiza Weis (2015) y Burch, (2018), es posible la identificación de cuatro estructuras de modelos de gestión de destinos turísticos, como señala Pearce (2016), en los que se distinguen: modelos generales o sistemas, modelos de proceso, modelos de funciones y modelos organizacionales, entre otros.

Dentro de esta perspectiva, diversos autores en el contexto internacional tienen diferentes investigaciones con referencia a la estructuración de modelos de gestión de destinos, entre los que se destacan: Diéguez (2011), Cosa Marcello, (2011), Sánchez (2011), Dredge et al., (2011), Risteski et al., (2012), Jiménez (2012), Márquez et al., (2012), Soria (2014), Torres (2014) y Beritelli et al., (2015), entre otros autores estudiosos e investigadores en el ámbito nacional e internacional.

En el ámbito de la gestión de destinos turísticos en Cuba, se debe hacer referencia a los trabajos de investigación realizados por: Jiménez et al. (2010), González (2011) y Rodríguez (2014) entre otros.

En el Cuadro 1.2, se describen cada uno de los principales modelos de gestión de destinos turísticos referenciados en la bibliográfica especializada en la temática objeto de estudio, para posteriormente, establecer la necesaria correspondencia con cada una de las clases de modelos descrita en el párrafo precedente:

Cuadro 1.2 Principales modelos de gestión de destinos turísticos		
Modelos generales o sistemas: la gestión de destinos está compuesta por un conjunto de actividades diversas.	Diéguez, 2011	Modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos. Hace un análisis de los principales modelos de competitividad de un destino turístico, incluyendo autores como Crouch y Ritchie (2003); “Modelo Integrado” de Dwyer y Kim (2002) y el monitor de competitividad de (Gooroochurn y Sugiyarto (2005), entre otros.
	González, 2011	Detalla la propuesta de un modelo de estructuración territorial de servicios turísticos: destino Camagüey, con el cual se pretende la integración de la planta hotelera, la red extra hotelera, los servicios de apoyo y los espacios públicos y los atractivos a potenciar el turismo de estancia en el territorio.
	Márquez et al., 2012	Modelo de gestión para el desarrollo del turismo sostenible en destinos de sol y playa que se sustenta en un enfoque multidimensional, multicriterio y sistémico, para mejorar la oferta turística con criterios de calidad, competitividad turística, y la preservación de las características medioambientales del destino.
	Soria, 2014	Se estructura un modelo FUZZY-SECTUR para evaluar el potencial turístico de un territorio, que permite el tratamiento a la subjetividad inherente a los criterios de evaluación de este enfoque de la lógica fuzzy. Se fórmula un Índice del Potencial Turístico, que permite la comparación con otras metodologías, y con otros territorios.
	Torres, 2014	Enuncian algunas consideraciones acerca de la medición de la competitividad de destinos turísticos, a partir de la contribución de la ciencia al estudio e investigación de la temática identificada.
	Rodríguez, 2014	Describe un modelo para la comercialización de la oferta integrada del destino Viñales, como contribución al aprovechamiento de los atractivos locales de la localidad, y su gestión como un producto integrado de naturaleza.
Modelos de procesos: presentan la gestión de destinos como un proceso y su carácter dinámico.	Cosa Marcello, 2011.	Gestión y estructura organizativa de las Organizaciones de Administración de Destinos. Se intenta la comprobación de los principios de la Economía de empresas, a efectos de una mejor comprensión de la función, actividades y estructura organizativa de las instituciones responsables de los destinos turísticos. Se identifican los procesos de apoyo realizados por la organización turística.
	Beritelli et al., 2015.	Modelo San Gallen de Gestión de Destinos. Propone un acercamiento más flexible con un enfoque en la demanda, análisis de los distintos flujos turísticos a una escala local.
Modelos de funciones: referidas al desarrollo o	Dredge et al., 2011	En este modelo, las tres funciones de la gestión, planificación, marketing y desarrollo se ubican en paralelo, están enlazadas a los objetivos, tales como el desarrollo sostenible e inclusivo y la buena gestión de las organizaciones públicas y privadas en el destino.

marketing de destinos.	Risteski et al., 2012.	En este modelo, las tres funciones de la gestión, marketing y desarrollo y planificación se superponen a fin de fomentar un destino competitivo.
Modelos organizacionales: Integración de aspectos organizacionales o sistemas de gobernanza de los destinos.	Jiménez, 2010	En el modelo se plantea la medición de excelencia empresarial en agencias de viajes, con la con la aplicación de herramientas de Gestión de la Tecnología y la Innovación en la actividad turística.
	Sánchez, 2011.	Modelos logísticos: introducción a la teoría de respuesta al ítem para cuantificar la competitividad de destinos turísticos.
	Jiménez, 2012	Modelo de competitividad de destinos turísticos de larga distancia para los mercados nacionales e internacionales reconoce carácter transversal y heterogéneo de la actividad turística, la interrelación entre los diferentes actores dentro de un destino.

Fuente:

elaboración propia

El modelo de gestión para la evaluación de las competencias turísticas asignadas, integra los componentes definido para los modelos teóricos y un conjunto de dimensiones identificados y definidos para el entorno de un sistema turístico, lo que permite un estudio y descripción de las principales variables relacionadas con la gestión y competitividad de los destinos turísticos, lo que permite direccionar los procesos y discernir los errores que pueda tener el modelo y realizar las correcciones pertinentes en correspondencia con la planificación, organización, control, instrumentación y medición de cada una de las competencias turísticas asignadas a los departamentos de turismo de los gobiernos cantonales en el destino Ecuador, el cual se ubica como un híbrido entre la clasificación de modelos generales o sistemas y modelos de procesos, tal como se ha detallado en el cuadro 1.2 precedente.

1.3 Aspectos teóricos referidos a los modelos de gestión de destinos turísticos

El concepto de gestión, por su parte, proviene del latín gesio y hace referencia a la acción y al efecto de gestionar o de administrar. Se trata, por lo tanto, de la concreción de diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera. La noción implica además acciones para gobernar, dirigir, ordenar, disponer u organizar. “La gestión de destinos es la gestión coordinada de todos los elementos que forman parte de un destino turístico (atracciones, servicios, accesos, marketing y fijación de precios), según definición de Pearce (2016).

En términos generales, la gestión es equivalente a administración y dirección según lo expresado por Engwall (2015); Abdalla (2017) y Twineyo (2017). A partir de esta generalidad, se hace referencia a los conceptos de (González, 2011), quien menciona por gestión “al conjunto de diligencias que se realizan para desarrollar un proceso o para lograr un producto determinado”. Además, señala que es una “función institucional global e integradora de todas las fuerzas que conforman una organización”. Por otra parte, otro autor, Ivars (2014), señala que “la gestión es un proceso dinámico, interactivo, eficiente y

eficaz; consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones en la entidad, desarrollado por un órgano de dirección que cuenta con grupos de personas, recursos y autoridad para el establecimiento, logro y mejora de los propósitos de constitución de la organización, sobre la base del conocimiento de las leyes y principios, de la sociedad, la naturaleza humana y la técnica, así como de información en general”.

Para finalmente decir que la gestión turística es un proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz de dirección y gobierno que consiste en planear, organizar, liderar y controlar el accionar del sector turístico: alojamiento, alimentación, distracción, guianza, transporte y/o movilización, con conocimiento de las leyes y principios, de la sociedad, y la técnica, así como de información en general. El papel de la gestión de destinos es administrar y apoyar la integración de diferentes recursos, actividades y agentes involucrados a través de políticas y medidas apropiadas.

En este sentido, se puede concluir que la gestión es un proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz; consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones en la entidad, desarrollado por un órgano de dirección que cuenta con grupos de personas, recursos y autoridad para el establecimiento, logro y mejora de los propósitos de constitución de la organización, sobre la base del conocimiento de las leyes y principios, de la sociedad, la naturaleza humana y la técnica, así como de información en general. En este orden de ideas, Pearce (2016), con relación al marco conceptual de la gestión de destino, el cual se organiza en función de tres aspectos fundamentales de gestión vinculados verticalmente: los objetivos, las actividades y las estructuras, donde se incluye, además, otras tareas tales como, la gestión de marketing, de recursos y de visitantes que inician varias organizaciones de tipo público-privado en el destino.

La gestión de destinos tiene un cometido integrador que comprende funciones orientadas a la demanda (como el marketing del destino), la disponibilidad de la oferta (desarrollo de productos y servicios), y al binomio oferta-demanda en su vinculación, que incluye (investigación y capacitación) respectivamente.

Por otra parte, la síntesis de los principales objetivos del enfoque de la gestión de destinos, del que se desprende, según Crouch (2010), que el desafío al que se enfrenta el destino es gestionar sus diversos componentes de tal modo que asegure su rentabilidad económica, evitar al mismo tiempo la degradación de los factores que le permiten una posición competitiva: crear productos para segmentos específicos del mercado, preservar los recursos locales, promover el desarrollo sostenible, lograr/mantener la competitividad en el mercado, asegurar la calidad de la visita de los turistas, mejorar la calidad de vida de los residentes.

1.3.1 Componentes de un modelo de gestión para destinos turísticos

Son determinantes en la gestión turística la escala territorial, la naturaleza, funciones y características de las instituciones y entes encargados de la gestión como son: a nivel estatal o nacional, a nivel regional o autonómico y a nivel local. En escala local, su actuación va dirigida a la planificación y desarrollo turístico, la promoción y a el apoyo a la comercialización.

Las tendencias actuales en los modelos de gestión y promoción turística son: el papel clave que juegan los municipios en el desarrollo del turismo, la transversalidad del sector, la crisis de los modelos tradicionales de organizaciones turísticas, la necesidad de un modelo más equitativo y corresponsable, la necesidad de un nuevo modelo organizativo y los cambios en el entorno que afectan al sector, para lo cual hay que tener en cuenta los componentes siguientes: rol y relaciones con el resto de organismos e instituciones, definir la fórmula jurídica e institucional más adecuadas, definición del óptimo sistema organizativo, optimizar las fuentes de financiación y ampliar la gestión.

Para los nuevos modelos de gestión es necesario tomar en cuenta los principios siguientes: eficacia, eficiencia, cooperación, corresponsabilidad/equidad, transparencia, tendencias hacia una mayor estabilidad y autosuficiencia financiera, orientación al mercado, transversalidad.

Uno de los modelos más conocidos y citados es el propuesto por Crouch & Ritchie en 1999 y que estos autores elaboraron con más detalles (Ritchie & Crouch, 2010). Este no es un modelo de gestión de destinos, más bien es una conceptualización de la competitividad y de la sustentabilidad de los destinos. Se trata de un modelo jerárquico en el que la gestión de destinos constituye un nivel intermediario entre un nivel superior compuesto por la política, la planificación y el desarrollo del destino y un nivel inferior basado en los recursos y atractivos del destino. Según este modelo la gestión de destinos está compuesta por un conjunto de actividades diversas: organización, marketing, calidad del servicio, investigación, desarrollo de los recursos humanos, financiación, manejo de visitantes y gestión de recursos y de crisis.

La Organización Mundial de Turismo (UNWTO, 2016) propone un modelo en el cual un organismo de gestión de destinos (OGD) lidera las empresas y coordina las actividades para poner en valor los diversos elementos del destino. Se destacan tres funciones principales: el marketing que atrae a los turistas, la entrega de servicios para satisfacer sus expectativas y la creación de un entorno que favorece el desarrollo del destino. Ésta es una diferencia conceptual significativa, ya que al revés del modelo de Ritchie & Crouch (2010) que acentúan el impacto del entorno sobre la gestión del destino, el modelo de la

OMT (2018), sugiere que el rol del OGD es tratar de modificar el entorno en favor del destino.

Según se define en el enfoque integral de los destinos turísticos inteligentes (Ivars, 2018), fundamenta la heterogeneidad del modelo de gestión para todos los destinos, para lo cual, la gestión se fundamenta en la relación de los actores locales con un objetivo común centrado en la competitividad del destino, con la participación de los organismos públicos, privados, empresas y comunidad local, para la funcionalidad del modelo de gestión.

En la revisión de la bibliografía especializada en la temática objeto de estudio, se identifican un conjunto de tipos de modelos, que permiten realizar el proceso de planificación, organización, ejecución y control de los principales componentes del sistema turístico en su interacción con las dimensiones del macroentorno, y las principales actividades referidas a la oferta de productos y servicios turísticos en un determinado espacio geográfico.

En este ámbito de referencia, se debe destacar la propuesta de un modelo para evaluar competitividad de destinos turísticos (DT) basado en la identificación e integración de Factores Críticos de Éxito (FCE), según su autor (Alonso, 2010). Entre la formulación de los objetivos principales de la investigación, se plantea como objetivo general la formulación de un modelo integral para evaluar la competitividad de un destino turístico eficiente y operativo, basado en un marco teórico conceptual derivado de las disciplinas de la dirección estratégica y el management.

Entre otros de los modelos consultados para la elaboración de la propuesta de la autora, se ha revisado el modelo de gestión de destinos elaborado por Pearce (2016), donde entre otros factores supuestamente significativos, la articulación de las relaciones entre ellos y la configuración del modelo es posible identificar cuatro clases de modelos de la gestión de destinos: modelos generales o sistemas; modelos de proceso; modelos de funciones y modelos organizacionales.

Finalmente, es oportuno señalar los aspectos teóricos y prácticos que se destacan en la propuesta realizada por MICENTUR (2014), donde se plantea un modelo de gestión público-privado para destinos turísticos en el que se define un conjunto de actividades que deben cumplimentar los gestores de la actividad turística en el destino. Con lo anterior, se pretende lograr una gestión coordinada del destino turístico, liderada técnicamente en el marco de una estrategia coherente. Es importante destacar los aspectos relevantes que, a juicio de la autora, se deben resaltar: unifica recursos (humanos, financieros, materiales); se beneficia de la experiencia de los miembros y sus instituciones; mantiene la independencia de los actores involucrados; comparte responsabilidades individuales o institucionales de manera coordinada, para concluir, desarrolla liderazgo a partir de la objetividad de las propuestas técnicamente respaldadas de sus miembros.

1.3.2 La gestión de un destino turístico

Valls (2004) sostiene que el éxito de la gestión de un destino depende de la capacidad que tengan los agentes del destino para desempeñar sus distintos roles y para establecer entre todos un modelo de desarrollo turístico para el destino y su aplicación a lo largo del tiempo. Los agentes implicados son: los turistas, el sector económico y social turístico, las Administraciones Públicas y la sociedad en general.

Según Ritchie y Crouch (2010) la excelencia de un destino viene determinada por dos tipos de ventajas: las comparativas y las competitivas. Las primeras hacen referencia a la cantidad, calidad y autenticidad de los atractivos y recursos existentes puestos en valor, en comparación con otras ofertas del mercado. Las segundas son el resultado de la efectiva estructuración de los recursos y de la adecuada coordinación y cooperación de los agentes del destino. En este sentido, un destino turístico es un sistema que requiere una oferta diferenciada y la coordinación entre los agentes.

Dentro de este contexto, los responsables de la gestión turística tienen la tarea básica de aglutinar a los diferentes integrantes del sistema turístico en función del conocimiento que se tiene del territorio en el que se opera. Este aglutinamiento debe conducir a la integración de la oferta. Ese papel de liderazgo de un destino suele asumirlo la Administración Pública en los distintos niveles territoriales que operan de forma directa a través de los respectivos organismos administrativos o mediante entes creados con este fin donde destacan los denominados Organismos de Gestión Turística.

La misión de un Organismo de Gestión Turística, internacionalmente conocido como Destination Management Organization (DMO), consiste básicamente en ofrecer servicios diversificados tanto al turista como a los operadores y actores del sistema donde se incluye a la propia comunidad local. Las tareas del DMO dependerán del margen de competencias que tenga asignadas, están generalmente orientadas a cuestiones de marketing, desarrollo de productos, comercialización, información turística o programación. Son las Administraciones Públicas de mayor rango y su voluntad política, las que suelen asumir, según corresponda, las competencias en planificación estratégica de los destinos. Según Ejarque (2005), los DMO tienen que ir apropiándose de su espacio natural a partir de su autoridad y responsabilidad como interlocutores del sistema turístico de un destino.

Es frecuente que un destino turístico carezca de un liderazgo claro y sólido. El sistema turístico en los destinos está constituido por un conglomerado de empresas y actores que desarrollan su actividad económica y turística dentro del territorio con escasa coordinación y colaboración colectiva. Se suele adolecer de un líder con visión estratégica y con capacidad de organizar el destino en su conjunto, papel que, justamente, es el que deben asumir los DMO de un destino, con responsabilidades de planificación y marketing, pero

dentro de una actividad más amplia de dirección estratégica con funciones operativas y normativas si la Administración Pública (bien sea Regional, Provincial o Municipal) delega en ellos tales competencias. El Organismo de Gestión Turística tiene también que realizar el control estratégico y facilitar todo tipo de información a quien suministra los recursos para decidir las políticas que aseguren el desarrollo futuro de todo el sistema-destino. También debe asumir la responsabilidad de garantizar la competitividad del destino dentro de un desarrollo sostenible y rentable (Ejarque, 2005).

Conaghan (2015) retoma los preceptos planteados por F. Howie en su artículo "Managing the Tourist Destination" y evidencia, que la gestión de los destinos turísticos debe responder a la realidad de que el destino es mucho más que la suma de sus partes y contribuir positivamente a la sinergia que puede emerger cuando los componentes funcionan conjuntamente como un todo armónico. Esta afirmación indica que la gestión y estudio de un destino implica un proceso complejo dado que un solo conjunto de factores no explica la sinergia de la dinámica turística de un destino.

1.3.3 Aspectos prioritarios y complementarios para la gestión de un destino turístico

La gestión de un destino turístico varía de acuerdo con su situación y necesidades particulares. Sin embargo, existen tres aspectos básicos que deben ser considerados como prioritarios en la gestión de un destino turístico competitivo, y son coordinados por el ente gestor como parte de su agenda (MICENTUR; 2014):

1. Planificación y desarrollo del destino: Establecer el plan de trabajo o plan de acción del destino ejecutado por el ente gestor, en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, donde se observa una agenda de corto, mediano y largo plazo. De esta manera se logrará consensuar estrategias, proyectos e inversiones turísticas que logren mejoras en infraestructura, desarrollo de capacidades y la competitividad del destino.
2. Desarrollo de productos y servicios turísticos: Desarrollar productos y servicios, de acuerdo con el mercado turístico, que definan los ejes centrales de acción del destino y constituyan una experiencia excepcional para el turista.
3. Promoción y comunicación del destino turístico: Desarrollar, en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, estrategias de promoción y comunicación del destino turístico, que contribuyan a su posicionamiento en los segmentos de mercado objetivos. Esto puede significar a su vez orientar esfuerzos para mejorar la cadena de comercialización del destino en los niveles local, nacional o internacional.



Con relación a los aspectos complementarios de la gestión de un destino turístico y se aprecia los ejes prioritarios, reconocer los siguientes aspectos que optimizan la gestión de un destino turístico:

1. Pluralidad en la gestión: El destino involucra a numerosos actores públicos y privados con diferentes intereses y objetivos. Todos ellos son cruciales para el desarrollo del turismo, por lo que es necesario promover su participación comprometida en la gestión del destino. En el sector público se debe destacar a gobiernos regionales y municipales; y en el sector privado, a los grupos de interés más representativos de la actividad turística, así como a las organizaciones de la población.
2. Percepción del turista respecto del destino: Es la idea o concepto que el turista potencial normalmente se hace del lugar que va a visitar o ha visitado, a partir de las acciones de posicionamiento y promoción que desarrolle el destino turístico.
3. Análisis de vulnerabilidad (manejo y prevención de conflictos y desastres): Como cualquier espacio de territorio, un destino turístico es vulnerable a sucesos del momento, como fenómenos y desastres naturales, actos terroristas, conflictos sociales, epidemias, entre otros. Estos aspectos se deben considerar en el momento de planificar el desarrollo turístico en el destino.
4. Rentabilidad social y económica: Es fundamental poder medirla, dado que el turismo es una actividad económica y para su sostenimiento se requiere justificar las inversiones desde diferentes puntos de vista. Una adecuada medición de la rentabilidad del destino constituye una herramienta muy efectiva para la toma de decisiones, respecto a las inversiones públicas y privadas.
5. Análisis de la competencia (frente a otros destinos): Un destino turístico se diferencia de otros por su tamaño, ubicación, atractivos, infraestructura, beneficios ofrecidos y su propia dinámica. Así, dos destinos turísticos no pueden ser tratados del mismo modo. Cada uno ofrece atributos únicos y auténticos que deben ser aprovechados y gestionados.

Concluido el apartado referido a la conceptualización de los aspectos teóricos referidos a los modelos de gestión de destinos turísticos, los componentes de un modelo de gestión para destinos turísticos, la gestión de un destino turístico, así como, los elementos prioritarios y complementarios para la gestión de un destino turístico, seguidamente, se describe los principales elementos teóricos y prácticos relacionados con el destino turístico.

1.4 Elementos teóricos y prácticos relacionados con el destino turístico

Desde una perspectiva muy estricta, un destino turístico se identifica con una localidad un núcleo turístico, una zona turística, un municipio, una región o cualquier espacio geográfico (Sancho, 2001). La literatura muestra diferentes definiciones sobre destino turístico. Un repaso, por orden cronológico, de algunas de ellas permite conformar un panorama sobre las diferentes definiciones planteadas por distintos autores, entre los que se distinguen: Bigné, Font y Andreu (2000); Buhalis (2000); Sancho et al (2001); Valls (2004); Ejarque (2005); Alonso (2009) y Conaghan (2015), donde los aspectos más relevantes relacionados con la definición de destino turístico se identifican con:

- “los destinos son zonas específicas que los viajeros eligen para visitar y donde pasan un período importante de tiempo”.
- “un área de destino es un lugar que tiene características que son conocidas por un número suficiente de potenciales visitantes para considerarla como una identidad, agradar a los viajeros, independientemente de las atracciones de otras localizaciones”.
- “los destinos turísticos se identifican como áreas con características diferentes, naturales o creadas por el hombre, que atraen a visitantes o turistas no locales”.
- “un destino turístico como un área que presenta características reconocidas por los visitantes potenciales que justifican su consideración como entidad y atraen viajes”.

Es evidente que la literatura ofrece diversas definiciones de destino turístico, la mayoría explica, básicamente, que un destino turístico es una zona geográfica que contiene un desarrollo y un conjunto único de atracciones que satisfacen y atraen a un número suficiente de visitantes.

El aspecto espacial tiene una destacada relevancia en la conceptualización de destino turístico, toda vez, que cualquier producto turístico se fundamenta en un lugar geográfico que desempeña el papel de su continente (una playa, un museo), asociar en torno a estos elementos, el resto de las facetas o conjugación de aspectos (tangibles e intangibles) que puntualiza contextual de un destino turístico.

1.4.1 Componentes de un destino

Buhalis (2000), resume los componentes claves de un destino en su marco de trabajo de las “seis aes” (“Six As” en inglés) entre los que se identifican:

- Atracciones (Attractions): las existentes en el destino, desde los recursos naturales, hasta los artificiales, hechas por el hombre, al transitar por el patrimonio, hasta los contruidos con un propósito como puede ser la celebración de eventos especiales.

- **Accesibilidad (Accessibility):** se refiere a la red de transportes que posibilite y facilite la llegada de la demanda turística al destino. Incluye rutas, terminales aéreas y portuarias, entre otras.
- **Comodidades (Amenities):** estructura de servicios que comprende alojamientos, oferta de restauración, tiendas y otros servicios turísticos y comerciales.
- **Paquetes disponibles (Available packages):** se refiere a las facilidades de reserva y compra por parte del turista desde su mercado de origen (presencia en los sistemas y canales de comercialización, inclusión en los sistemas de reservas)
- **Actividades (Activities):** integra todas las actividades complementarias disponibles en el destino. Aquello que los turistas pueden hacer o disfrutar durante su visita.
- **Servicios auxiliares (Auxillary services):** todos aquellos servicios que el turista desea o utiliza y que a simple vista no parecen importantes pero que evidentemente otorgan valor a un destino turístico (bancos, telecomunicaciones, correos, hospitales, entre otros).

Según esta concepción, resulta evidente que los recursos, las infraestructuras y los servicios son elementos irrenunciables para la existencia de un destino. Ejarque (2005) sostiene que un destino turístico es ante todo un sistema complejo que está formado por cuatro elementos fundamentales:

- **La economía local:** generada por las propias empresas, el mercado de trabajo y la actividad productiva del destino.
- **La sociedad, la gente y los residentes que viven en el destino.**
- **La naturaleza del destino y los recursos turísticos:** comprende no sólo los atractivos turísticos únicos sino también el medio ambiente construido que debe ser equilibrado, estar conservado y ordenado.
- **La notoriedad y la calidad del destino.**

En conclusión, los componentes de un destino turístico constituyen aspectos esenciales para la propuesta de nuevos productos y servicios que deben contribuir a la satisfacción de visitantes en un determinado espacio geográfico. En este sentido, los comercializadores de destinos tienen que lograr los objetivos estratégicos establecidos a través de analizar e integrar las partes interesadas, además de hacer coincidir la demanda adecuada con la oferta, utilizando toda la potencialidad en la combinación de los diferentes componentes identificados en un destino turístico que permita lograr la comunicación con consumidores, prestadores de servicios, proveedores y comunidad local. A continuación, se realiza el análisis de los contenidos teóricos relacionados con la tipología de destinos turísticos, a partir de la bibliografía referenciada.

1.4.2 Tipología y funciones de los destinos turísticos

En cuanto a la tipología de los destinos turísticos, Medina (2009), plantea una clasificación desde la perspectiva de su organización y funcionamiento, Precisar, que en esencia el destino es un sistema de relaciones, más que un conjunto de componentes (instalaciones y atractivos). Este modo de abordar el estudio de la tipología y funciones de los destinos turísticos permite identificarlos no como una realidad preexistente (producto o territorio) sino como elementos relacionados que en su dinámica generan una imagen percibida por los visitantes. En este sentido, Ejarque (2005), plantea diversas clasificaciones de destinos turísticos en función de diversos criterios:

1. En función de la organización y funcionamiento de los destinos.
 - El modelo one-to-one (modelo de fragmentación): se caracteriza por una espontaneidad total, no existe colaboración entre los operadores del turismo con la administración del destino. La forma de acceso de los visitantes es por iniciativa propia y deben autogestionar los servicios turísticos. El destino no existe como propuesta comercial y organizada en el mercado.
 - El modelo de destino de paquete (modelo de dependencia): es el modelo típico de los destinos masificados de sol y playa donde se suele dar una elevada dependencia del tour operadores. En este caso, las actividades y servicios que recibe el turista recaen completamente en la gestión del tour operador. El destino se convierte en un sistema controlado. Se produce una fuerte rigidez entre el paquete contratado con respecto de la adaptabilidad del producto y al margen de elección que el turista/cliente quiere obtener.
 - El modelo de destino tipo network (modelo de red, integrado, de integración o de sistema): se define como una red de servicios, de empresas y propuestas entrelazados y conectados entre sí. De esta forma se promueve una identidad precisa y se genera una fuerte capacidad competitiva por parte del destino.
2. Tipo destino-producto: destinos que constituyen por si mismos un producto turístico. Garantizan al visitante una serie de prestaciones y atractivos. Sin embargo, no se constituyen en oferta porque el turista no tiene la posibilidad de conocer el precio con anterioridad.
3. En función de la demanda del turista:
 - Destino único: cuando constituyen la única meta del viaje. Suelen ofrecer una oferta muy amplia.
 - Destino de base: el turista lo elige por el interés que suscita como punto de partida y, a partir de él, se desplaza para efectuar otras visitas y excursiones.

- Destino como parte integrante de un circuito: destinos temporales desde los que se parte para visitar otros lugares. La estancia en ellos es breve, pero pueden atraer un número elevado de turistas.
 - Destinos integrados en recorridos temáticos: son destinos con características culturales o históricas en común que constituyen el auténtico incentivo del viaje.
4. En función de la actividad predominante que realiza el turista en el destino:
- Destino de negocios: propio de los movimientos de ejecutivos y personas de negocios.
 - Destino vacacional: suelen tener como elemento de atracción la cultura, compras, gastronomía y espectáculos.
 - Destino de sol y playa: turismo de sol playa y mar. Ofrecen movimiento, actividad y emociones a los turistas. Vacaciones activas.
 - Destinos de montaña, tradicionalmente invernal: actualmente promueven, además del esquí, otras topologías de deportes y actividades.
 - Destinos rurales: pequeñas localidades. Ofrecen tranquilidad, bienestar y contacto con el entorno rural.
 - Destinos únicos y ecológicos: naturaleza y paisajes únicos no contaminados.
 - Destinos exóticos o exclusivos: pocos frecuentes, resorts entre otros.

Expresado lo anterior, Valls (2004) hace una agrupación de diez tipos de destinos –algunos coincidentes con la clasificación anterior- que obedecen también a criterios precisos y determinantes (véase Cuadro 1.3).

Cuadro 1.3: Tipologías de destinos turísticos	
Criterios de clasificación	Características
Especialización del territorio	Contempla los grupos siguientes: pequeño de costa; agroturismo; núcleo comarcal; turismo de nieve; caza y pesca; turismo de salud; turismo cultural; media y gran ciudad; ciudad de costa, entre otros.
Procedencia del turista	Local, regional, nacional e internacional.
Motivación genérica del turista	Naturaleza de playa, de interior; patrimonio y cultura; deporte; descanso; salud y cuidado del cuerpo; relaciones; negocios; eventos; formación e información; descubrimiento y aventura.
Uso que se hace del territorio	Destino único (meta del viaje); destino de base (punto de partida para excursiones y visitas); destino parte de un circuito; destino de recorrido tematizado.
Exigibilidad de aplicación del Plan	Indicativa, obligatoria, parcial u obligatoria total.
Grado de especialización	Monoproducto: corresponde a destinos claramente especializados. Multiproducto: corresponde a destinos que disponen de varios productos turísticos complementarios
Fase del ciclo de vida	Emergente, desarrollado, expansivo, maduro o en declive.
Implantación de la actividad turística en el conjunto de la economía	Muy baja (- 4% PIB); baja (4-6%); media (6-8%); elevada (8-10%); alta (10-12%); muy alta (+ 12%)
Nivel de desarrollo organizativo de los entes de coordinadores	Estadio base; estadio medio; estadio superior.

Grado de concentración de la oferta, de la demanda y de la distribución	Monopolística; oligopolista; fragmentada
---	--

Fuente: Adaptado de Alonso Ferreras, M. (2009)

En esta línea de pensamiento, el destino debe ser entendido como una realidad sistémica compleja, con una dialéctica propia donde se integran al mismo tiempo los elementos que conforman el sistema turístico y los elementos del sistema territorial, así como, se evidencian las relaciones que entre ellos se establecen. La gestión turística debe prestar una atención primordial a los atractivos que motivan a los visitantes, sin olvidar que éstos se forman una imagen del destino visitado a partir de una experiencia global en la que se incluye la percepción de los bienes y servicios básicos, los recursos turísticos, las infraestructuras y equipamientos, así como los servicios públicos.

Según Valls (2004) las funciones que representan los destinos están relacionadas con cuatro objetivos:

- Calidad de vida de sus ciudadanos: los destinos configuran estructuras urbanísticas, sociales, culturales, en forma de red, lo que posibilita una mejor calidad de vida de la población residente, es decir, de los ciudadanos del territorio.
- Competitividad internacional: competir a escala internacional en todos los aspectos posibles para incentivar la demanda turística y disfrutar la oferta del destino. Se relaciona con la exportación, la capacidad de atraer capitales, atraer turistas y visitantes.
- Desarrollo económico superior: posibilitar un mayor nivel de desarrollo económico al que se llegaría mediante la combinación de otros factores de producción derivados de una rentabilidad económica superior para los negocios y para las Administraciones Públicas implicadas.
- Satisfacción: se refiere a que la población local y los turistas obtengan la satisfacción buscada. Las funciones anteriores sólo se alcanzan si el destino se convierte en un espacio para vivir experiencias y obtener la satisfacción de residentes y visitantes.

1.4.3 El destino como un sistema: el sistema-destino turístico

Ammirato (2013) define el sistema-destino como un grupo de agentes unidos por relaciones con reglas específicas donde la acción de cada parte influye en la de otros, de manera que los objetivos comunes tienen que definirse y alcanzarse de un modo coordinado. El propio autor subraya que, por tanto, una oferta individual, un hotel, por ejemplo, influye, con mayor o menor peso, en el contexto general de la misma forma, que el contexto determina el producto.

De esta manera, se puede afirmar que el sistema-destino turístico está conformado por varios componentes turísticos, como se explica en párrafos precedentes, donde la identificación de una serie de elementos, agentes y recursos que directa o indirectamente colaboran entre sí, muchas veces sin ser conscientes de tal situación. La colaboración es la consecuencia del hecho, de que los miembros del sistema se ven motivados e incentivados por la demanda que usa las atracciones, los servicios y las infraestructuras del destino.

Para Cedeño (2018) los principales elementos integrantes del sistema turístico lo constituyen los elementos siguientes:

- Atracciones y actividades turísticas: comprenden las características ambientales, los recursos naturales, culturales, monumentos o eventos que constituyen el motivo por el que los turistas visitan un destino.
- Oferta de alojamiento: considera todas las modalidades de alojamiento.
- Otros servicios: se incluyen todos los servicios y estructuras complementarias necesarias para la presencia de los turistas (restaurantes, bares, bancos, asistencia médica, farmacias, información turística, servicios de seguridad, comercios, supermercados, entre otros).
- Transportes: incluye las infraestructuras que garantizan el acceso al destino, ya sean externas o internas, y las vinculadas específicamente al transporte (aeropuertos, puertos, autopistas).
- Otras infraestructuras: considera todas aquellas infraestructuras necesarias para el desarrollo del destino y para que los turistas puedan recibir el servicio deseado, al mismo tiempo que son utilizadas por la población residente en el destino (electricidad, agua, recogida de basura, telecomunicaciones).
- Instituciones: comprende las instituciones y entes administrativos de un destino necesarios para el desarrollo y gestión del turismo. Incluye aspectos como planificación, formación de recursos humanos, promoción, regulación normativa hasta las estructuras organizativas públicas.

Para otros autores como Alonso (2009), que la denominación de sistema turístico a partir de esta agrupación de componentes es necesario añadir uno más, ciertamente clave, dentro del sistema-destino como es la comunidad local, los residentes, los habitantes, según se prefiera denominar si se entienden como sinónimos, para concluir que el objetivo final del desarrollo turístico en un destino debe ser el bienestar y la calidad de vida de la comunidad que acoge dicho desarrollo. Precisa por otra parte, que cuando los residentes perciben que la actividad turística contribuye a mejorar su calidad de vida, en su concepción más amplia, tenderán a tener un mayor grado de tolerancia hacia los visitantes, a partir de

la necesaria interacción más satisfactoria entre ambas partes lo que incide en una imagen positiva para el destino turístico.

Con referencia al propósito de la investigación, se considera destino turístico, un área geográfica específica o unidad territorial que tenga vocación de planificación estratégica y disponga de cierta capacidad administrativa para desarrollarla, que ofrezca un conjunto de atracciones, productos y servicios que son consumidos bajo el nombre de marca del destino y que se comercializa como un sistema integrado donde tienen cabida una multiplicidad de actores. Es decir, se adopta el concepto de destino como un sistema: el sistema-destino turístico, conformado por el conjunto que incorpora, tanto los recursos naturales y culturales, que a menudo son la base misma de la existencia del destino, los servicios directamente utilizados por los turistas, la población residente, los operadores y organizaciones responsables de la dirección y gestión del destino y plantear, además, como premisa básica, que la capacidad de configurarse como un sistema integrado constituye en sí mismo, uno de los elementos de competitividad del destino turístico.

1.4.4 Elementos para el desarrollo de un destino turístico

En correspondencia a lo anteriormente explicado, es importante señalar, que el destino turístico constituye una unidad de negocio cuya gestión debe enfocarse en ciertos criterios de competitividad, a fin de generar beneficios económicos y sociales. Esta visión exige cierta capacidad administrativa, a fin de desarrollar instrumentos comunes que permitan planificar, medir y monitorear los resultados de la gestión.

A continuación, se presenta un conjunto de elementos que caracterizan el desarrollo de un destino turístico, los cuales se interrelacionan con las competencias turísticas que seguidamente serán conceptualizadas según (MICENTUR, 2014):

1. Consolidación de una organización de gestión del destino: Para desarrollar un destino turístico se requiere la participación de diferentes actores tanto públicos como privados, con roles y funciones determinados, que facilite la coordinación y articulación de los actores, al unificar esfuerzos para el logro de objetivos en común.
2. Delimitación geográfica: Un destino turístico se desarrolla en la mayoría de los casos dentro del territorio de una región, una provincia o un distrito. Es decir, el destino es continuo en sus características geográficas y culturales, pues sin ello no se puede crear una identidad turística homogénea.
3. Definición y conocimiento del mercado objetivo: Es necesario definir primero, y conocer en detalle más adelante, los segmentos de mercado en los que se deben priorizar las estrategias de promoción del destino turístico. Esto permite desarrollar

propuestas adecuadas para la comunicación y la comercialización de los productos turísticos.

4. Propuesta principal de venta (PPV): La propuesta principal de venta de un destino turístico constituye el o los principales elementos que lo diferencian para salir al mercado. Estos elementos de diferenciación se construyen a partir de un producto o un atractivo del destino turístico que genere fuerte atracción en los visitantes.
5. Planificación: La planificación es una herramienta para la gestión del destino turístico. Constituye el proceso de desarrollo e implementación de planes que contribuyen al logro de los objetivos, facilita y orienta la articulación de los actores en los diferentes niveles de gestión: nacional, regional y local.
6. Desarrollo de una imagen-marca: La imagen-marca refleja la identidad del destino y debe ser reconocida por los visitantes y por los turistas potenciales, debe ser representativa del destino, será utilizada en los soportes de comunicación a través de mensajes coherentes con la propuesta principal de venta del destino turístico (PPV), logrando así una diferenciación en el mercado.

Conclusiones del Capítulo I

1. Una síntesis de las características de los principales modelos teóricos y práctico consultados en la bibliografía especializada, permite precisar, que, aunque aparecen ciertas regularidades, los investigadores no han llegado aún a un consenso con respecto a la selección de enfoques, dimensiones, componentes, factores, metodologías, procedimientos y herramientas a incluir, ni a la articulación de las relaciones entre ellos.
2. Es oportuno señalar, a juicio de la autora, que ningún modelo es completo, cada uno tiene sus fortalezas y sus limitaciones, por lo que incide sustancialmente el contexto del objeto de estudio donde debe ser implementado finalmente.
3. Por otra parte, se puede plantear, que existe una metodología común que todos los destinos turísticos siguen, entre las que se distinguen: la organización de un grupo de herramientas de diagnóstico, la caracterización de la situación actual del destino, la elaboración de proyecciones estratégicas de su desarrollo futuro, las tareas de retroalimentación y monitoreo de las estrategias implementadas mediante la aplicación de determinadas herramientas, métodos y técnicas cuantitativas y cualitativas preferiblemente.

Capítulo II Estructura del modelo teórico y procedimiento metodológico para la gestión de las competencias turísticas con enfoque de procesos

Se propone elaborar un modelo teórico y un procedimiento metodológico para la gestión de las competencias turísticas desde el enfoque de procesos en destinos de naturaleza, a partir del análisis de modelos de gestión de destinos referenciados en la bibliografía consultada como precedente teórico-práctico, que incluye los componentes del sistema turístico, como contribución a la medición y mejora de los procesos correspondientes a cada una de las actividades turísticas que se desarrollan en un destino. Se destaca entre otras herramientas, métodos y técnicas propias de la investigación descriptiva, entre otros: revisión de documentos, observación directa, entrevistas, encuestas, elaboración de la ficha técnica de la investigación, investigación de campo, técnicas de trabajo en grupo, mapas y fichas de procesos, método de consenso y la aplicación de herramientas informáticas para el procesamiento de datos.

2.1 Estructura del modelo teórico para la gestión de las competencias turísticas con enfoque de procesos

El presente proyecto de maestría pretende servir de apoyo para identificar, analizar y mejorar la gestión de las competencias turísticas desde el enfoque de procesos para las diferentes actividades relacionadas con los productos y servicios en destinos de naturaleza. El modelo teórico para la gestión de las competencias turísticas con enfoque de procesos que se describe seguidamente, integra los componentes específicos para los modelos teóricos, identificados y definidos para el entorno de un sistema turístico, lo que permite un estudio y descripción de las principales variables relacionadas con la gestión y competitividad de los destinos turísticos, en correspondencia con la planificación, organización, control, instrumentación y medición de cada una de las competencias turísticas asignadas al Departamento de Turismo.

Se propone elaborar un modelo teórico y un procedimiento metodológico para la gestión de las competencias turísticas desde el enfoque de procesos en destinos de naturaleza, a partir del análisis de modelos de gestión de destinos referenciados en la bibliografía consultada como precedente teórico-práctico, que incluye los componentes del sistema turístico, como contribución a la medición y mejora de los procesos correspondientes a cada una de las actividades turísticas que se desarrollan en un destino. Se destaca entre otras herramientas, métodos y técnicas propias de la investigación descriptiva, entre otros: revisión de documentos, observación directa, entrevistas, encuestas, elaboración de la ficha técnica de la investigación, investigación de campo, técnicas de trabajo en grupo,

mapas y fichas de procesos, técnica de grupo nominal o método de consenso y la aplicación de herramientas informáticas para el procesamiento de datos.

En primer lugar, se hace necesario explicar el término “proceso”. Con referencia a la literatura consultada Rodríguez (2010), define lo que es un proceso, cuando explica que “un proceso es un conjunto de actividades que producen valor para un cliente externo o interno”; otros autores como Hernández N., A.; Medina L., A.; Nogueira (2009) y Borges (2013), contextualizan que proceso "es la secuencia ordenada y lógica de actividades repetitivas que se realizan en la organización por una persona, grupo o departamento, con la capacidad de transformar unas entradas (inputs) en salidas o resultados programados (outputs) para un destinatario con un valor agregado". En este sentido, la ISO 9001:2000 ofrece una visión más generalizada y aplicable a cualquier actividad, pues enuncia este enfoque como “un proceso, toda aquella actividad que utiliza recursos, y que se gestiona con el fin de permitir que los elementos de entrada se transformen en resultados”. Por consiguiente, como lo expresa Cuétara (2015) “la gestión por procesos se basa en la modelización de los sistemas como un conjunto de procesos interrelacionados mediante vínculos causa-efecto.”

La gestión de competencias turísticas a partir del enfoque en proceso constituye un modesto aporte de la investigación y es de vital importancia para el destino turístico, ya que se le atribuye, la necesidad de la gestión por procesos para adaptarse mejor a las necesidades de los visitantes, prestadores de servicios, comunidad local, gestores públicos y privados, con el objetivo, por tanto, de mejorar la eficiencia, calidad y competitividad de la oferta de productos y servicios en el ámbito local.

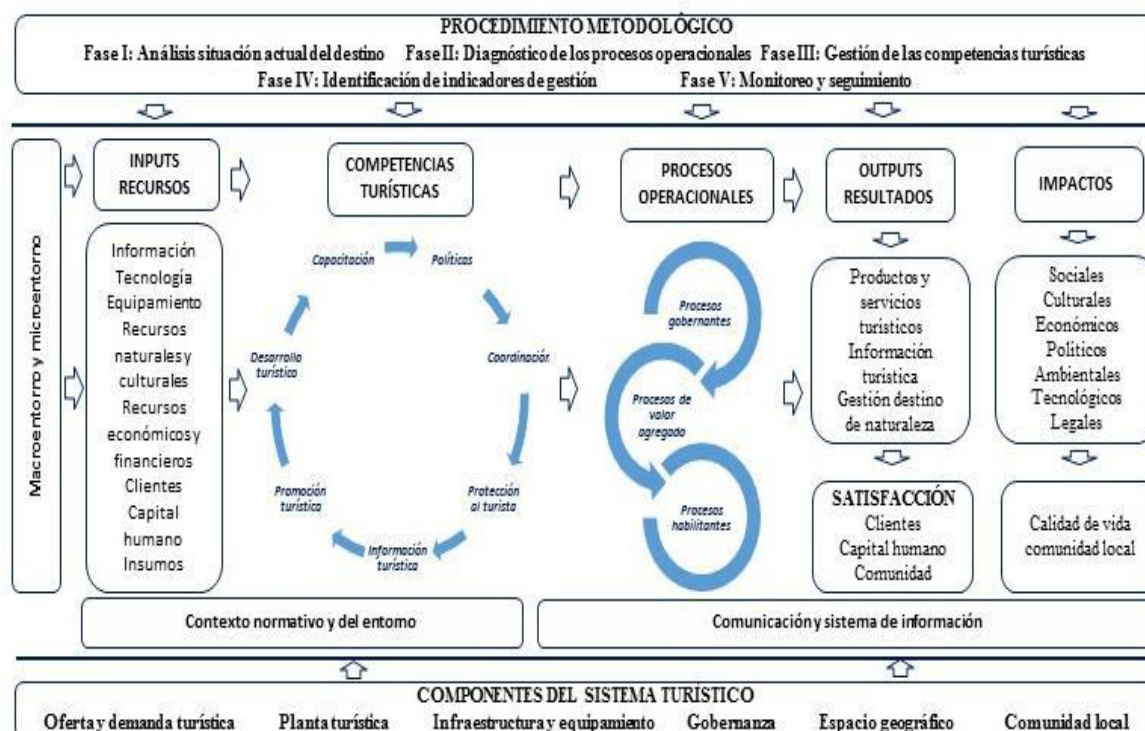
Para concluir este apartado, se plantea que el propósito final de la gestión por procesos es asegurar que todos los procesos de una organización se desarrollan de forma coordinada, como contribución al mejoramiento de la efectividad y la satisfacción de todas las partes interesadas (clientes, accionistas, personal, proveedores, sociedad en general).

En este contexto, entre los objetivos generales que persigue la gestión de competencias turísticas desde el enfoque de procesos (Cedeño, 2017), se identifican los siguientes: mayores beneficios económicos para los prestadores de servicios y comunidad local, debido, tanto a la reducción de costes asociados al proceso en sí, como al incremento de rendimiento de los procesos de prestación de servicios turísticos, incremento de la satisfacción del visitante y del prestador de servicios, mejora de la calidad del producto/servicio turístico, se perfecciona el conocimiento y control de los procesos de gestión de la actividad turística en el destino, avanza el flujo de información turística y se acomoda a las necesidades de los turistas, prestadores de servicio y comunidad local respectivamente.

Los objetivos generales de la gestión de competencias turísticas, desde el enfoque de procesos, son: obtener mayores beneficios económicos para los prestadores de servicios y la comunidad local, debido a la reducción de costes asociados al proceso en sí y al incremento del rendimiento de los procesos de prestación de servicios turísticos; incrementar la satisfacción del visitante y del prestador de servicios; mejorar la calidad del producto/ servicio turístico; perfeccionar el conocimiento y el control de los procesos de gestión de la actividad turística en el destino; mejorar el flujo de información turística y garantizar la flexibilidad frente a las necesidades de los turistas, los prestadores de servicio y la comunidad local.

Corresponde precisar que, para cualquier destino turístico, independientemente de su tipología, se requiere un flujo de *inputs* ambientales, sociales, culturales y tecnológicos (suelo, capital, recursos naturales, energía, agua y materiales, tecnología, información, presupuesto, clientes, comunidad local, infraestructura y equipamiento), para producir los servicios turísticos que se ofrecen a los turistas. También genera un flujo de *outputs* (residuos, emisiones e impactos de carácter social, cultural, ambiental, económico, político, tecnológico, legal, entre otros) hacia el medioambiente, los cuales deben ser evaluados en su correspondiente contexto y espacio turístico.

Figura 2.1 Estructura del modelo teórico para la gestión de las competencias turísticas en destinos de naturaleza



Fuente: elaboración propia

Por último, el enfoque de proceso es el más influyente en la gestión de las competencias turísticas, es un pilar básico a tener en cuenta, si se desea obtener buenos resultados en

los diferentes destinos turísticos de manera eficaz y eficiente como se describe en la figura precedente.

El análisis precedente conlleva a la autora a plantear que, el destino de naturaleza demanda un flujo de inputs ambientales, sociales, culturales y tecnológicos (suelo, capital, recursos naturales, energía, agua y materiales, tecnología, información, presupuesto, clientes, comunidad local, infraestructura y equipamiento), necesarios para producir los servicios turísticos ofrecidos a los turistas. Así mismo, genera un flujo de outputs (residuos, emisiones e impactos de carácter social, cultural, ambiental, económico, político, tecnológico, legal entre otros) hacia el medio ambiente, los cuales deben ser evaluados en su correspondiente contexto y espacio turístico.

Seguidamente se describe en el Cuadro 2.1, la estructura del procedimiento de carácter cuantitativo y cualitativo que se propone para la gestión de las competencias turísticas desde el enfoque de procesos definidos para un destino de naturaleza.

Cuadro 2.1: Estructura del procedimiento para la gestión de las competencias turísticas desde el enfoque de procesos

FASES	ETAPAS	MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Fase I: Análisis de la situación actual del destino objeto de estudio	Etapa I.1: Análisis del entorno externo: Económico, demográfico, social, histórico-cultural, ambiental y tecnológico. Etapa I.2: Análisis del entorno interno (Sistema turístico): Demanda turística, oferta de productos y servicios turísticos en el destino, espacio geográfico, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora.	Investigación descriptiva. Revisión de documentos. Observación directa. Ficha técnica de investigación. Elaboración de estructura de entrevistas y encuestas. Técnicas de trabajo en grupo. Investigación de campo.	Agenda turística cantón Baños 2015-2017. Plan estratégico de la Departamento de Turismo GAD Baños. Catastro municipal. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Baños. Sitios web cantón Baños.
Fase II: Diagnóstico de los procesos operacionales	Etapa II.1 Realización del inventario turístico. Etapa II.2: Caracterización de los procesos gobernantes, de valor agregado y los habilitantes.	Revisión de documentos Observación directa Ficha de inventario turístico. Investigación de campo. Mapa de procesos.	Plan estratégico de la Unidad de Turismo GAD Baños Ficha técnica para descripción de inventario de atractivos naturales y culturales. Manual de información turística Empresarios turísticos y guías de turismo. Sitios web cantón Baños.

Fase III: Gestión de las competencias turísticas desde el enfoque de procesos.	Etapa III.1: Caracterización de las competencias turísticas asociadas a cada uno de los procesos zonales detallados en la fase anterior.	Observación directa de documentos	Plan estratégico de la Unidad de Turismo GAD Baños. Especialistas y empresarios del sector turísticos, gestores locales y comunitarios. Sitios web cantón Baños.
Fase IV: Identificación de los indicadores de gestión de las competencias turísticas.	Etapa IV.1: Definición de los indicadores para la gestión de las competencias turísticas. Etapa IV.2: Elaboración de la ficha técnica de los indicadores.	Revisión de documentos Investigación de campo. Técnicas de grupo nominal o método de consenso. Elaboración ficha técnica de indicadores.	Plan estratégico de la Unidad de Turismo GAD Baños. Encuestas a especialistas y empresarios del sector turísticos, gestores locales y líderes comunitarios.
Fase V: Monitoreo y seguimiento.	Etapa V.1: Procesamiento estadístico de los indicadores identificados para la medición de la gestión de las competencias turísticas	Investigación de campo Recopilación y procesamiento de la información de los indicadores. Métodos estadísticos. Paquetes informáticos: IBM SPSS 25.	Plan estratégico de la Unidad de Turismo GAD Baños. Encuestas al sector empresarial público y privado, prestadores de servicios, operadores turísticos y comunidad local. Sitios web cantón Baños.

Fuente: elaboración propia

En la primera fase correspondiente Análisis de la situación actual del destino objeto de estudio, se debe realizar una reunión con el grupo de especialistas que permita la recopilación de la información con relación al análisis del entorno externo destacado en el destino de naturaleza, con el objetivo de conocer los antecedentes del problema y expectativas con relación a la problemática de estudio.

La técnica de la entrevista constituye una herramienta esencial en el proceso de investigación, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana, además que, proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicación. (Beaud, 2018).

Con relación a la explicación de algunos métodos, técnicas y herramientas aplicados para la instrumentación del procedimiento, hay que exponer con relación a la entrevista (Ruiz, 2012), que desde el punto de vista del método es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación.

El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, y se establece un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. Por razones obvias sólo se emplea, salvo raras excepciones, en las ciencias humanas.

La ventaja esencial de la entrevista reside en que son los mismos actores sociales quienes proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas, cosa que por su misma naturaleza es casi imposible de observar desde fuera. Nadie mejor que la misma persona involucrada para conversar acerca de todo aquello que piensa y siente, de lo que se experimenta o proyecta hacer.

Las preguntas del cuestionario pueden ser estructuradas o semi estructuradas, para esta investigación se llevan a cabo éstas últimas para obtener información cualitativa. Las entrevistas semi-estructuradas, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información sobre temas deseados Ruiz (2012).

Una entrevista semiestructurada (no estructurada o no formalizada) es aquélla en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas (Beaud, 2018).

Una segunda herramienta aplicada al desarrollo de la Fase I: Análisis de la situación actual del destino objeto de estudio, se denomina la encuesta.

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo, obtener esa información de un número considerable de personas, así, por ejemplo: permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Beaud, 2018).

Al respecto, López-Roldán (2015), describen a la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados.

Para ello, el cuestionario de la encuesta debe contener una serie de preguntas o ítems respecto a una o más variables a medir. López-Roldán (2015), refiere que básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

- Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas. Este tipo de preguntas permite facilitar previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los sujetos.

- Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, se utiliza cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas. Estas preguntas no permiten precodificar las respuestas, la codificación se efectúa después que se tienen las respuestas.

En la segunda fase, concierne realizar el diagnóstico turístico de los procesos operacionales, que incluye la realización del inventario turístico y la caracterización de los procesos gobernantes, de valor agregado y habilitantes: los métodos declarados para el cumplimiento del contenido de la fase se corresponden con la revisión de documentos, observación directa, ficha de inventario turístico, técnicas de trabajo en grupo, investigación de campo y mapa de procesos.

Las actividades turísticas se relacionan con los procesos productivos y de servicios que realiza la industria turística en los diferentes destinos, estos se dividen en: alojamiento; comercio; restaurantes y bares; manufacturas (incluye producción artesanal); transporte; servicios de recreación, de administración y promoción turística, entre otros (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2013). En el caso, de la gestión de competencias para destino de naturaleza, como caso particular, se identificaron los tipos de procesos siguientes:

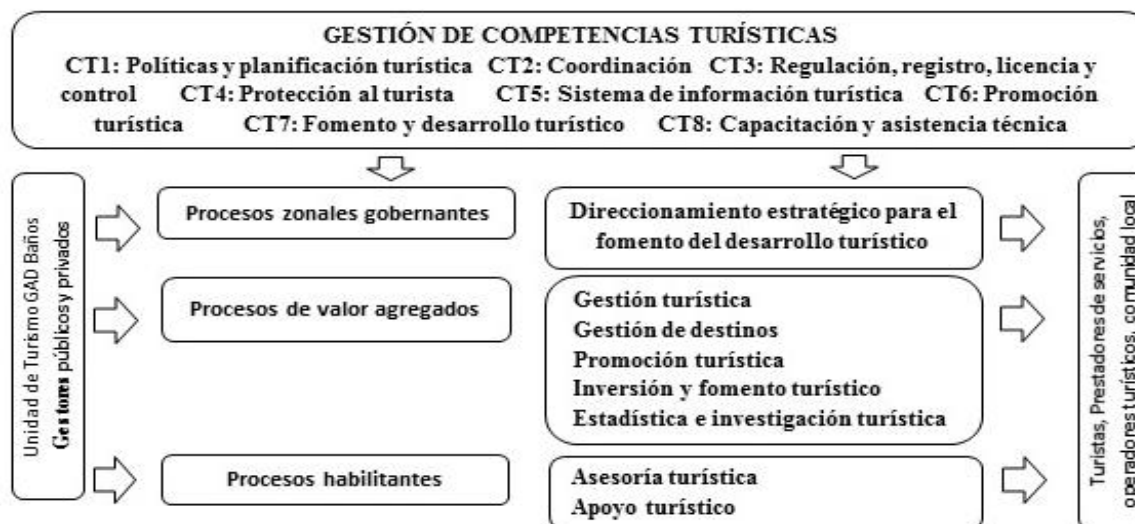
- Procesos gobernantes: Direccionamiento estratégico para establecer las políticas de la Unidad de Turismo en cuanto a la regulación, la planificación, la generación y formulación de políticas cantonales de turismo. Este considera, entre otras variables: la eficiencia de la inversión pública, la atracción de la inversión privada, la participación de la comunidad local, la imagen como destino diferenciado, la capacidad de protección de recursos y la prevención de impactos ambientales negativos, entre otras.
- Procesos de valor agregado:
 - 1) Gestión turística, se subdivide en regulación y control, desarrollo turístico, capacitación y asistencia técnica, gestión de la calidad, productos turísticos e innovación;
 - 2) Gestión de destinos, distribuido en planificación de destinos turísticos, facilidades turísticas, seguridad turística y proyectos especiales;
 - 3) Promoción turística, donde se investiga la imagen y la promoción, los medios digitales, la marca turística y el sistema de información turística;
 - 4) Gestión de mercados, el cual incluye los mercados internacionales, los mercados nacionales y la conectividad;
 - 5) Inversión y fomento turístico, el cual describe el proceso de inversión turística y el fomento turístico;

6) Estadística e investigación, en el que se identifican áreas de estudio, tales como: la inteligencia de mercados, la investigación de la oferta y el análisis económico de la actividad turística.

- Procesos habilitantes: de Asesoría (incluye la asesoría jurídica), de Planificación y control de gestión, y de Apoyo (incluye la administración financiera).

En la literatura consultada, se describen diferentes definiciones, con relación a la terminología "mapa de procesos" y se distinguen las siguientes; "Se considera que un mapa de proceso es una ayuda visual para imaginarse el proceso donde se muestra la unión de entradas, resultados y tareas" (Hernández, 2009). Es una técnica muy extendida y cotidiana, que permite definir, describir, analizar y mejorar los procesos para perfeccionar los resultados deseados por los clientes. Los mapas de proceso, además de incitar el nuevo pensamiento, constituyen una de las maneras más eficaces de ganar una comprensión de los procesos existentes, además, ofrece una visión general del sistema de gestión organizacional, muestra gráficamente los procesos que componen el sistema turístico y sus relaciones principales como se detalla a continuación:

Figura 2.2 Estructura del mapa de procesos para la gestión de competencias turísticas.



Fuente: elaboración propia.

Una vez definidos los procesos gobernantes, de valor agregado y habilitantes fundamentales para la gestión de las competencias turísticas, se deben asignar los propietarios o responsables de los mismos. Los propietarios son los encargados de la supervisión y control de los procesos, es decir, los que se hacen responsables de su correcto funcionamiento, para concluir, con la asignación de los responsables encargados de la consecución de cada uno de los procesos identificados, a partir del equipo de

especialistas que laboran en las diferentes actividades turísticas identificadas en este destino de naturaleza.

A continuación, se elaboró el mapa de procesos como se detalla en la (Figura 3.2), el cual ofrece una visión general del sistema de gestión organizacional y muestra, gráficamente, los procesos que componen el sistema turístico y sus relaciones principales.

Posteriormente, se asignaron los propietarios o responsables de los procesos, al tener en cuenta, cada uno de los integrantes del equipo de especialistas que laboran en las diferentes actividades turísticas identificadas en el Departamento de Turismo.

Por otra parte, se analizó tanto el carácter cuantitativo como cualitativo de la mejora de los procesos relacionados con la gestión de las competencias turísticas.

Para la tercera fase, se debe concretar la manera en que se examina la gestión de las competencias turísticas y su caracterización a partir de la asociación a cada uno de los procesos zonales detallados en la fase precedente.

Las principales herramientas se identifican con la observación directa, revisión de documentos, investigación de campo y técnicas de grupo nominal.

En este sentido, es oportuno señalar que la observación directa es la acción de observar, de mirar detenidamente, en el sentido del investigador es la experiencia, es el proceso de mirar detenidamente, o sea, en sentido amplio, el experimento, el proceso de someter conductas de algunas cosas o condiciones manipuladas de acuerdo con ciertos principios para llevar a cabo la observación.

Por otra parte, la observación directa significa también el conjunto de cosas observadas, el conjunto de datos y conjunto de fenómenos. En este sentido, observación equivale a dato, a fenómeno, a hechos (Reinoso, 2017), es una técnica antiquísima, cuyos primeros aportes sería imposible rastrear. A través de sus sentidos, el hombre capta la realidad que lo rodea, que luego organiza intelectualmente y agrega: La observación puede definirse, como el uso sistemático de los sentidos en la búsqueda de los datos que se necesitan para resolver un problema de investigación.

La observación es directa cuando el investigador forma parte activa del grupo observado y asume sus comportamientos; recibe el nombre de observación participante. Cuando el observador no pertenece al grupo y sólo se hace presente con el propósito de obtener la información (como en este caso), la observación, recibe el nombre de no participante o simple.

En la investigación social la observación de fenómenos sociales señala (Reinoso, 2017), son las conductas humanas, conducta quiere decir una serie de acciones o de actos que perceptiblemente son vistos u observados en una entidad o grupos de entidades determinados.

Esas acciones o actos ocurren, al seguir una secuela que aparece repetida con las mismas características en otras entidades de esa clase; la información y la comunicación ha elegido entre las conductas humanas aquellas que transmiten un mensaje de un individuo o grupo de individuos a otro individuo o grupo de individuos, en todos los casos, las observaciones, los datos, los fenómenos son las conductas que transmiten o reciben un mensaje.

En conclusión, la observación directa permite conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos.

Con relación a la técnica de revisión documental (Gómez, 2016), permite identificar las investigaciones elaboradas con anterioridad, las autorías y sus discusiones; delinear el objeto de estudio; construir premisas de partida; consolidar autores para elaborar una base teórica; hacer relaciones entre trabajos; rastrear preguntas y objetivos de investigación; observar las estéticas de los procedimientos (metodologías de abordaje); establecer semejanzas y diferencias entre los trabajos y las ideas del investigador; categorizar experiencias; distinguir los elementos más abordados con sus esquemas observacionales; y precisar ámbitos no explorados.

La reseña de escritos constituye la piedra angular de la organización sistemática de una investigación. En efecto, ningún investigador serio no arriesgaría emprender una investigación sin tener, previamente, verificado el estado de la cuestión al nivel de los escritos sobre el tema investigado. La selección de un problema de investigación exige familiarizarse con los pasos efectuados sobre el tema de investigación.

En la continuidad de la descripción del procedimiento, se procede a la identificación de los indicadores de gestión de las competencias turísticas, donde se pretende formalizar la definición de los indicadores para la gestión de las competencias turísticas, así como, la elaboración de la ficha técnica de los indicadores.

Hay que señalar que se adicionan al desarrollo de la fase, la aplicación de la técnica de la entrevista a los operadores turísticos de las Agencias de Viajes para conocer cuáles deben ser las características y los atributos que deben especificar la nueva oferta turística, por cuanto, son los responsables de la comercialización, promoción y comunicación de este producto turístico.

Posteriormente, en la tercera etapa, se debe estructurar el instrumento de acuerdo con la información recopilada en el proceso de las entrevistas y realizar una prueba piloto para verificar las preguntas y la calidad de las respuestas.

Finalmente, en la cuarta etapa, se debe proceder a la aplicación del instrumento en los puntos de muestreo declarados en la ficha técnica de la investigación y al tamaño de la muestra determinada para su posterior tabulación y análisis estadístico como se detalla en el Cuadro 2.2.

Con relación a la disponibilidad de información de fuentes secundarias, se ha revisado en la bibliografía consultada, donde se proponen otros estudios de investigación de mercado que caracterizan algunas de las principales variables del perfil del turista que llega a este destino, y que pueden resultar de utilidad en el desarrollo de la investigación.

Cuadro 2.2 Descripción de la ficha técnica para la propuesta de indicadores asociados a la Fase IV del procedimiento general.	
Universo	Prestadores de servicios, comunidad local, visitantes nacionales e internacionales localizados en el destino objeto de estudio
Ámbito geográfico	Destino Turístico Baños de Agua Santa. Provincia de Tungurahua.
Tamaño Muestral	Para la determinación del tamaño de muestra que sería objeto de aplicación de los instrumentos se utilizó la fórmula de determinación del tamaño de muestra con afijación proporcional, prefijando un nivel de confiabilidad del 95 % y un 5 % de significancia del error, se obtiene un valor de n para las unidades de muestreo, a las cuales se le debe aplicar el instrumento de encuesta.
Puntos de muestreo	Puntos de recreación, hostales, restaurantes, transporte en el sector de Baños de Agua Santa.
Nivel de representatividad	La totalidad del universo seleccionado.
Diseño Muestral	Muestreo no probabilístico, por cuota a criterio del investigador.
Fecha de trabajo de campo	Información recopilada y procesada correspondiente a los meses de noviembre y diciembre año 2017 para los ítems propuestos en cada uno de los instrumentos.
Información recogida	Aplicación de encuesta a los visitantes nacionales e internacionales, operadores turísticos, prestadores de servicios, comunidad local, visitantes, directivos de Agencias de Viajes, entre otros.

Fuente: elaboración propia

En el desarrollo de la Fase IV se propone en la Etapa IV.2: Elaboración de la ficha técnica de los indicadores, para lo cual se describe la estructura para recopilar la información relacionada con cada uno de los indicadores identificados como se detalla en el Cuadro 2.3, para un indicador específico.

Cuadro 2.3: Estructura de la ficha técnica para los indicadores seleccionados	
Nombre del indicador	Describir el enunciado que representa al indicador objeto de estudio.
Objetivo del indicador	Una de las ventajas de utilizar indicadores es la objetividad y comparabilidad; representan un lenguaje común que facilita una medida estandarizada. Son herramientas útiles porque permiten valorar diferentes magnitudes como, por ejemplo, el grado de cumplimiento de un objetivo o el grado de satisfacción de un participante en la formación.
Descripción del indicador	Un indicador es una característica específica, observable y medible que puede ser usada para mostrar los cambios y progresos que está haciendo un programa hacia el logro de un resultado específico. Deber haber por lo menos un indicador por cada resultado. El indicador debe estar enfocado, y ser claro y específico. Un indicador es una comparación entre dos o más tipos de datos que sirve para elaborar una medida cuantitativa o una observación cualitativa. Esta comparación arroja un valor, una magnitud o un criterio, que tiene significado para quien lo analiza.
Fórmula de cálculo	Para indicadores cuantitativos y/o cualitativos. Elaboración de expresiones matemáticas, de instrumentos de recopilación de información, aplicación de técnicas de muestreo y métodos estadísticos a partir del procesamiento con paquetes profesionales.
Criterio de medida	Establecer escalas de medición tipo Likert en correspondencia con las peculiaridades del indicador objeto de análisis.

Periodicidad de cálculo	Se debe recopilar, procesar y analizar los resultados de este indicador, para su actualización y toma de decisiones por parte de las instituciones correspondientes al finalizar el año fiscal.
Tendencia deseada	El tipo de tendencia deseada para el comportamiento del indicador se clasifica como: Crecimiento, Mantenerse, Decrecimiento.
Observaciones	Precisar otros aspectos de interés vinculados al desempeño del indicador en el área temática objeto de estudio.

Fuente: elaboración propia

En el proceso de identificación y selección de los indicadores que posteriormente permitan la evaluación de las competencias turísticas, para lo cual se ha seleccionado la incorporación de la técnica de grupo nominal.

Dentro del conjunto de técnicas de investigación cualitativas no es, sin embargo, una de las más conocidas, posiblemente debida a cierta complejidad metodológica, sólo posiblemente con relación a otras más asentadas como las entrevistas cualitativas, los Grupos de Discusión y las Historias de Vida (Olaz, , 2013: 1-8).

Fuente: elaboración propia

La Técnica de Grupo Nominal (Olaz, 2013), traducción del término anglosajón Nominal Group Technique (N.G.T.), fue dada a conocer en 1968 y se atribuye su creación principal Fuente: elaboración propia a A. L. Delbecq y A. H. Van de Ven, con objeto de mejorar el desarrollo de reuniones de trabajo y su dinamización operativa al indagar la productividad exigible a las mismas.

La Técnica de grupo Nominal se convierte por méritos propios en una técnica de investigación cualitativa presente en diferentes campos de las ciencias sociales y, con esta propuesta que se realiza, se pretende contextualizar en el ámbito económico, donde la necesidad de implicar a los prestadores de servicios turísticos y garantizar su compromiso en el diagnóstico y enfoque de situaciones problemáticas en el ámbito del turismo.

Conclusiones Capítulo II

1. Finalmente, como aspecto a destacar, se debe hacer referencia a la descripción de un procedimiento metodológico para la gestión de las competencias turísticas asignadas a la Unidad de Turismo en los Gobiernos Autónomos Descentralizados, lo cual se fundamenta en la implementación del enfoque sistémico y de procesos.
2. Las fases, etapas, métodos, técnicas herramientas y fuentes de información que se describen, están concebidas como un proceso de planificación orientado hacia la mejora continua de la actividad turística en destinos de naturaleza, y su origen se debe, a una adecuación creativa de modelos teóricos precedentes analizados en la bibliografía especializada.

3. En el marco del desarrollo de actividades turísticas, le corresponde a los GAD y, en especial, a la Unidad de Turismo cantonal el cumplimiento de atribuciones de gestión, que incluyen: clasificar y categorizar a los prestadores de servicios; elaborar, actualizar y administrar el inventario de sitios, atractivos y áreas naturales y protegidas en el ámbito local; otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos; potenciar la actividad turística local, con estándares de calidad; promover y fomentar el turismo local; elaborar y gestionar la oficina de información turística; así como elaborar las estadísticas de turismo locales y las nacionales. En este sentido, el modelo teórico y su procedimiento metodológico contribuirían con dicho cumplimiento, a partir de la gestión de las competencias turísticas desde el enfoque de procesos y su implementación en destinos turísticos de naturales.

Capítulo III Aplicación parcial del procedimiento metodológico para la gestión de las competencias turísticas en destino de naturaleza Baños de Agua Santa.

Para el desarrollo de este capítulo y cumplimentar lo indicado en el objetivo específico referido a la demostración parcial de la aplicación del procedimiento general para la evaluación de algunas de las competencias turísticas asignadas al Departamento de Turismo en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa, se procede a particularizar cada una de las fases presentadas en el capítulo precedente, al destacar los principales resultados obtenidos a partir de la instrumentación de un conjunto de métodos, técnicas y herramientas detalladas en el Cuadro 3.1 precedente.

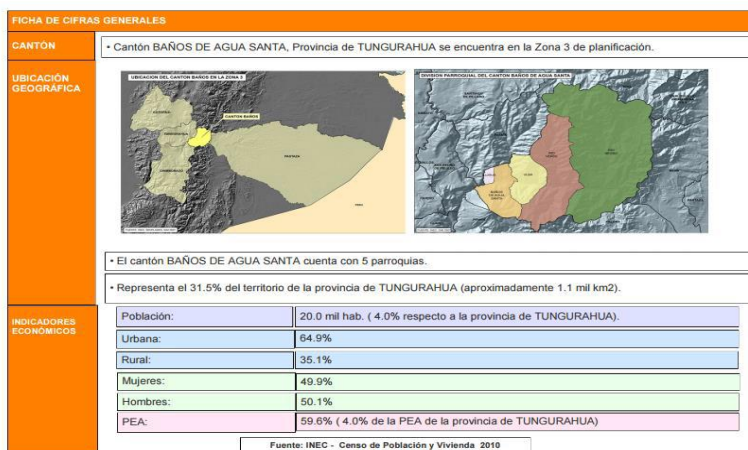
3.1 Estructura del modelo teórico y procedimiento metodológico para la gestión de las competencias turísticas con enfoque de procesos

Se describe seguidamente, los principales resultados alcanzados de carácter cualitativo como cuantitativo, a partir de la aplicación de los métodos, técnicas y herramientas especificados para el desarrollo de cada una de las fases definidas en el procedimiento general.

Fase I: Análisis de la situación actual del destino objeto de estudio

El destino de naturaleza Baños de Agua Santa figura con imagen propia en el patrimonio turístico nacional por el conjunto de atractivos turísticos que reúne y por el desarrollo que se alcanzado en el campo turístico, con una diversidad de climas cambiantes y su peculiar ubicación geográfica contribuye a dotarle de una variedad de paisajes y condiciones naturales que aparecen con un ambiente propicio para el descanso.

Figura 3.1 Ubicación geográfica del cantón Baños de Agua Santa



La capital turística de Baños de Agua Santa, brinda la oportunidad de ingresar a un verdadero paraíso de belleza y placentero descanso, al considerarse por la bibliografía, uno de los lugares mágicos de la serranía ecuatoriana, bautizado con justísima razón

como la Puerta al Dorado y Refugio de las Cascadas, por su magia y encanto inagotable, clima maravilloso, aguas termales que brotan desde las profundidades del volcán Tungurahua, montaña tutelar de esta población de piscinas, alfeñiques, orquídeas, pájaros

de mil colores, de tradiciones, de fe, de aventuras inigualables que le llevan al viajero a disfrutar de sensaciones que brindan las montañas serranas, los ríos, las cascadas y la jungla de la Amazonia.

La Ciudad de Baños tiene una rica y antigua historia relacionada con la religión, colonización y los sucesos acontecidos por la erupción del volcán Tungurahua, desde el 4 de febrero de 1773 hasta la actualidad; personaje tan ilustre como Tomás Halfants, quien se convirtió en el mayor benefactor de Baños a través de su historia, fue un gran líder espiritual, carismático, generoso, honesto e innovador.

Situado entre los Parques Nacionales Sangay y Llangantes, el primero declarado Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO en 1983, y el segundo muy conocido por albergar la historia del oro enterrado por los Incas, el cual fuera pedido como rescate por el Emperador Inca Atahualpa, en la época de la conquista.

Baños es uno de los centros turísticos más completos del Ecuador, posee una importante oferta turística, naturaleza única y biodiversa, gente amable y acogedora.

Selección del grupo de especialistas y actores locales.

Corresponde seguidamente iniciar el proceso de recopilación de información, datos estadísticos, principales recursos naturales y culturales, planta turística, servicios básicos y complementarios, otras actividades relacionadas con el turismo, para lo cual se solicita la participación de un grupo de especialistas que realizan funciones de gestores turísticos en el territorio, así como, de otras instituciones gubernamentales, asociaciones de productores (ganaderos, agricultores y comerciantes), asociaciones de desarrollo comunal, empresas cantonales, representantes de gremios, instituciones de educación, cámaras de comercio y turismo, propietarios de hoteles, restaurantes, servicios de transporte, tour operadores y otros actores y representantes de la comunidad local.

Posteriormente se solicita al director del Departamento de Turismo la fecha para la realización de una reunión de trabajo en la cual se debe analizar los puntos a desarrollar con los prestadores de servicios, los inspectores turísticos y otros funcionarios que laboran directamente en la actividad turística, para lo cual se elabora la siguiente ficha técnica de especialistas (**Ver Anexo 2**).

Cuadro 3.1 Ficha técnica de especialistas

Nombre y apellidos	Formación académica	Profesión	Años de experiencia	Institución	Responsabilidad que desempeña
Marco Toapanta	Tecnólogo	Guía Turístico	16	Operador Turístico: Extreme Experience	Gerente
Ángel Merino	Universitaria	Ing. Ecoturismo	8	Operador Turístico:	Gerente

Autora: Toyis Edilma Cedeño Cevallos

				Wonderfull Ecuador Cía. Ltda.	
Juan Andino	Universitaria	Ing. Informático	15	Departamento de Turismo: GADBAS	Jefe de Comercialización
Franklin Soria	Universitaria	Ing. Administración de Empresas Ecoturísticas	10	Departamento de Turismo: GADBAS	Inspector de servicios turísticos municipales
Alejandro Silva	Universitaria	Ing. Gestión de Alimentos y Bebidas	5	Departamento de Turismo: GADBAS	Director de Turismo
Vicente Sánchez	Tecnólogo	Programador en Sistemas	17	Agencia Operadora Explociencia Cía. Ltda.	Gerente y Guía turístico

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, en la tabla 4.1 se detallan las variables que caracterizan a los especialistas turísticos que colaboraron en la creación de la propuesta del diagnóstico y desarrollo turístico del cantón Baños, donde se plantea la formación académica, profesión, años de experiencia, institución donde labora y la responsabilidad que desempeña en la actualidad, constituyen un grupo de profesionales capacitados para participar y aportar la información requerida para el desarrollo proyecto de investigación.

Para conocer a profundidad los datos informativos e identificación de la problemática identificada en el destino de naturaleza, se aplica el método de la entrevista directa a un grupo de especialistas, los mismos que ocupan diferentes funciones en el Departamento de Turismo del GAD Baños, con el propósito de conocer un listado de los principales problemas que distinguen la actividad turística en ese territorio como se describe en la siguiente tabla.

Tabla 3.1 Estructura de la matriz para la identificación de problemas en la actividad turística

No	Ficha Técnica a Especialistas sobre identificación de problemas	Soria O.	Urquizo J.	Toapanta M.	Sanchez V.	Merino A.	Silva A.	Andino J.	Total	Promedio
1	Formación y capacitación	1	1	1	1	1	1	0	6	0.9
2	Comercialización y promoción	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9
3	Operadores turísticos	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9
4	Oferta turística integrada	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9
5	Calidad de los servicios	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9
6	Gestión Integrada de productos y	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9
7	Seguridad turística	1	1	1	0	0	1	0	4	0.6
8	Estructura de la demanda turística	1	1	0	0	1	1	1	5	0.7
9	Oferta de transporte turístico	0	1	0	1	0	1	1	4	0.6
10	Señalización turística	1	1	1	0	0	1	1	5	0.7
	Total	9	9	5	7	6	10	8	54	
	Promedio	0.9	0.9	0.5	0.7	0.6	1.0	0.8		

Fuente: Elaboración propia

Al analizar los resultados que se detalla en la Tabla 3.1, Matriz para la identificación de problemas en la actividad turística, en la columna Promedio, se observa el número de veces que los diferentes especialistas entrevistados identifican los principales diez problemas que

posee Baños de Agua Santa, se demuestra que el 90 % de los entrevistados, coinciden con los principales problemas establecidos (a criterio de la autora, se han seleccionado aquellos problemas, que superan el 0,6 % de repetición de manera horizontal); y se puede observar que existe un mayor preponderancia en: formación y capacitación, comercialización y promoción, operadores turísticos, oferta turística integrada, calidad de los servicios, gestión Integrada de productos y servicios turísticos, estructura de la demanda turística, y señalización turística con un (80%), mientras que minoritariamente están dos problemas de menor prioridad relacionado con la seguridad turística y oferta de transporte turístico con un (20%).

Para la evaluación de los atractivos del territorio con potencialidades para el desarrollo del turismo de naturaleza y de aventura, se emplea la metodología de evaluación del patrimonio turístico documento elaborado por el Ministerio de Turismo en Ecuador. La cual consiste básicamente en identificar los atractivos y agruparlos en cinco categorías, a saber: Atractivos naturales, Patrimonio histórico y museos, Folklore y manifestaciones de la cultura tradicional, Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas (incluye las fincas agropecuarias, las agroindustrias y otras formas de procesamiento artesanal) y Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas.

Análisis de la oferta

La oferta está integrada principalmente por los elementos siguientes: alojamiento, gastronomía, recreación, esparcimiento y actividades de carácter tradicional.

Cuadro 3.2 Clasificación de la oferta turística

Alojamiento	Número de habitaciones y camas, Tipo de establecimientos (hoteles, cabinas, cabañas, casas), entre otros. Calidad y precios. Ocupación media. Evolución y Tendencias.
Gastronomía	Capacidad global (mesas, personas), Capacidad p/ eventos, Tipos de establecimientos (restaurantes, sodas, cafés, entre otros), Calidad y precios además de Menús.
Deporte y Ocio	Senderismo, Cabalgatas, Bicicleta de montaña, Paseos en bote, Pesca, Termalismo y otros deportes.
Seminarios y Congresos	Centros de congresos y hoteles con salas aptas para la celebración y organización de eventos.

Fuente: Elaboración propia

Los prestadores de servicios turísticos y operadores de Agencias de Viajes han diseñado variedad de paquetes y opcionales para atraer al turista nacional y extranjero, como se detalla en el cuadro, donde se presentan algunas de las propuestas que las operadoras turísticas realizan con el objetivo de incrementar el número de llegadas de visitantes.

Cuadro 3.3 Caracterización de paquetes turísticos de Baños de Agua Santa

Deporte	Descripción
FULL AVENTURA (3 días / 2 noches) US\$ 99 por persona (No aplica feriados)	Día 1: Visita a la RUTA DE LAS CASCADAS en Chiva Tradicional, Cruce de la tarabita, Caminata hasta las cascadas del Pailón de Diablo y Hospedaje en Baños. Día 2: Actividad de Aventura RAFTING, Paseo nocturno en Chiva Rumbera al Mirador de la ciudad y el Volcán Tungurahua, Hospedaje en Baños. Día 3: Actividad de Aventura CANYONING, Rapel en cascadas y Fin de nuestros Servicios.
El precio de 99 dólares incluye dos noches de alojamiento y todas las actividades descritas en el programa. El hotel cuenta con baño privado, agua caliente 24 horas, tv cable, muy limpio y acogedor. Para realizar las actividades no necesitan experiencia, apto para todo tipo de personas.	
Naturaleza y Descanso DURACION: 3 días / 2 noches US\$ 89 por persona (No aplica feriados)	Día 1: Visita guiada en la ciudad, Iglesia museo de la ciudad, manantial de agua de la vida, Paseo de las cañas, pasaje artesanal Hermanita de la Virgen, Hospedaje en Baños. Día 2: Visita a la CASA DEL ÁRBOL y el columpio del fin del mundo, Paseo nocturno en Chiva Rumbera al Mirador de la ciudad y el Volcán Tungurahua, Hospedaje en Baños. Día 3: Visita a la RUTA DE LAS CASCADAS en Chiva Tradicional, Cruce de la tarabita Caminata hasta las cascadas del Pailón de Diablo y Fin de nuestros Servicios.
El precio de 89 dólares incluye 2 noches de alojamiento y todas las actividades descritas en el programa. El hotel cuenta con baño privado agua caliente 24 horas, tv cable, muy limpio y acogedor. Para realizar las actividades no necesitan experiencia, apto para todo tipo de personas.	
AVENTURA CONTINUA DURACION: 2 días / 1 noche US\$ 84 por persona (No aplica feriados)	Día 1: Visita a la RUTA DE LAS CASCADAS en Chiva Tradicional, Cruce de la tarabita. Caminata hasta las cascadas del Pailón de Diablo, Actividad de Aventura CANYONING, Rapel en cascadas, Paseo nocturno en Chiva Rumbera al Mirador de la ciudad y el Volcán Tungurahua, Hospedaje en Baños. Día 2: Actividad de Aventura RAFTING, Fin de nuestros Servicios.
El precio de 84 dólares incluye una noche de alojamiento y todas las actividades descritas en el programa. El hotel cuenta con baño privado agua caliente 24 horas, tv cable, muy limpio y acogedor. Para realizar las actividades no necesitan experiencia, apto para todo tipo de personas.	

Fuente: elaboración propia

Análisis de la demanda turística

Baños de Agua Santa, recibe más de veinticinco mil visitantes nacionales y extranjeros al año aproximadamente, gracias a la variedad de actividades que se pueden realizar en todos los atractivos turísticos naturales, tales como actividades relacionadas con deportes extremos, aspectos culturales, la fe religiosa. La demanda turística hacia la Baños de Agua Santa en toda su jurisdicción está basada en cuatro ejes de turismo: salud, religioso, naturaleza y aventura. Otras actividades realizadas por los visitantes y turistas que llegan al destino se identifican con: alojamiento en diferentes tipos de establecimientos hoteleros, alimentación, restaurantes, bares y cafeterías, transporte, ejecutivo y de pasajeros; guianza especializada, servicios de SPA, como masajes, baños de cajón y terapias alternativas, así como, paseos a caballo, motonetas, bicicletas, ascenso a las montañas entre otros.

En el destino de naturaleza Baños existen temporadas claramente marcadas de flujo turístico la temporada alta de turismo extranjero se ubica en los meses de Junio, Julio, Agosto y Septiembre que coinciden con las vacaciones de Europa y de Estados Unidos, otra temporada se identifica con los feriados de Carnaval, Semana Santa, día de los difuntos, navidad y las festividades de fin de año, también se puede considerar una temporada moderadamente alta, a las vacaciones de la Costa ecuatoriana, que inician en el mes de enero de cada año.

En el análisis de la demanda y perfil del visitante (**VER Anexo 3 y Anexo 4**) se han identificado un conjunto de variables que se detallan en el Cuadro 3.4 a partir del instrumento diseñado para una muestra de 295 encuestados y del procesamiento estadístico con el paquete IBM SPSS 25,0 ha permitido considerar los siguientes resultados:

Cuadro 3.4 Análisis de la demanda turística en el destino Baños de Agua Santa

Género	Femenino 51,9 % y masculino 48,1 %
Rango de edad	Entre 21 a 35 años 44, 4 % y de 36 a 50 años 36,6 %
Estado civil	Soltero 51,2 %, Casado 41,0 %, Divorciado 7,5 %
Formación académica	Bachillerato 49,8 % y Técnica 39,7 %
Ocupación	Estudiantes 29, 5 %, empleados 28,5% y profesionales 20,0 %
Duración de la visita	De uno a dos días 87,8 %
Presupuesto de gastos	Entre 26,00 a 40,00 usd 30,2 % y entre 41,00 a 55,00 usd 33,6 %
Lugar de residencia	Colombia 12,2 %, Argentina 12,9 % Estados Unidos 8,8 %, Ecuador 65,0 %
Composición del grupo	Sólo 26,1 %, con familia 27,8 %, con su pareja 19,7 %
Frecuencia de visita	En feriados 23,1 %, en vacaciones 55,6 %
Organización del viaje	Agencias de viajes 42,7 %, organización propia 32,9 %
Medios de información	Sitios web 32,5 %, recomendación de familiares 42,7 %
Tipo de visitante	Turista 79,7 %, Excursionista 20,3 %
Motivaciones	Deportes extremos 77,9 %, Cultura 10,2 %, Recreación 6,4 %
Medio de transporte	Autobús 57,6 %, Auto de alquiler 23,1 %, auto propio 16,6 %
Tipo de alojamiento	Hostales 48,8 %, Hoteles 47,5 %
Actividades realizadas	Deportes extremos 77,6 %, naturaleza 46,1 %, salud 42,4 %, cascadas 56,9 %
Oferta turística	Muy satisfecho 53,9 %, satisfecho 45,8 %
Intención de regresar	Definitivamente sí 46,4 %, probablemente sí 43,4 %

Fuente: Elaboración propia

Un análisis preliminar de este apartado, se debe resaltar la inclusión de un total de diecinueve variables estudiadas, entre las que se destacan por los valores estadísticos obtenidos la satisfacción del visitante con la oferta turística en el destino, la intención de regresar por el tipo de actividades realizadas, la identificación de las principales motivaciones para visitar el destino, el papel protagónico de las agencias de viajes y los operadores turísticos en la estructura de la oferta turística, los principales mercados emisores de turistas, la composición de los grupos, el estimado de gastos diario, la utilización del medio de transporte, que permite a los directivos del turismo en el territorio

establecer programas, estrategias y planes de acciones para diversificar la oferta turística en la localidad e incentivar el número de llegadas de visitantes en los diferentes períodos ya señalados en párrafos precedentes.

Análisis del comportamiento de la comunidad local con la actividad turística

Desarrollar la actividad turística en armonía con el espacio y sus elementos constitutivos remite a la necesidad de identificar su potencial y cuestiones de sustentabilidad. Requiere, además, identificar las influencias externas, los intereses de la comunidad, la capacitación del cuerpo técnico y de gestión para evitar acciones improvisadas.

En cuanto al estudio de las variables que caracterizan el nivel de satisfacción de la comunidad local (**VER Anexo 5 y Anexo 6**) con las actividades turísticas que se desarrollan en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa, se elaboró un instrumento para la recopilación de información de las siguientes variables y su posterior procesamiento con el paquete estadístico profesional IBM SPSS 25,0, para lo cual se determinó un tamaño de muestra de 152 residentes en la localidad, los resultados obtenidos se describen en el cuadro 3.5.

Cuadro 3.5 Análisis del comportamiento de la comunidad local con relación a la actividad turística

Género	Femenino 48,0 % y masculino 52,0 %
Rango de edad	Entre 26 a 35 años 44,1 %, de 46 a 55 años 25,0 %
Formación profesional	Bachillerato 40,8 %, Técnica 28,9 %
Ocupación	Empresarios 30,3 %, Empleados 37,5% y Profesionales 20,0 %
Impacto positivo de la actividad turística	Satisfactorio 54,4 %, Muy satisfactorio 44,7%
Beneficia a la comunidad	Satisfactorio 34,2%, Muy satisfactorio 65,8%
Beneficios socioeconómicos	Satisfactorio 57,9 %, Muy satisfactorio 40,1%
Genera servicios sociales	Satisfactorio 38,2 %, Muy satisfactorio 60,5%
Mejora los servicios públicos	Satisfactorio 61,2 %, Muy satisfactorio 36,8%
Mejoramiento de la seguridad	Satisfactorio 53,9 %, Muy satisfactorio 39,5%
Formación de valores personales	Insatisfactorio 41,4 %, Satisfactorio 22,4%
Promueve otras actividades económicas	Satisfactorio 65,8 %, Muy satisfactorio 19,1%
Conservación del medio ambiente	Satisfactorio 50,0 %, Muy satisfactorio 41,4%
Facilita acceso a productos y servicios	Satisfactorio 54,6 %, Muy satisfactorio 37,5%
Promueve la cultura, costumbres y tradiciones	Satisfactorio 32,2 %, Muy satisfactorio 55,3%
Limita disponibilidad de recursos	Satisfactorio 51,3 %, Muy satisfactorio 41,4%
Mejora infraestructura, transporte, tecnologías	Satisfactorio 40,8 %, Muy satisfactorio 50,7%
Cuenta con la participación de la comunidad	Satisfactorio 49,3 %, Muy satisfactorio 46,1%
Genera recursos monetarios, pago de impuestos	Satisfactorio 42,1 %, Muy satisfactorio 55,9%
Desarrollo social, cultural y económico	Satisfactorio 45,4 %, Muy satisfactorio 51,3%
Satisfacción con la actividad turística	Satisfactorio 34,9 %, Muy satisfactorio 63,2%

Fuente: Elaboración propia

De la totalidad de las variables identificadas, se debe caracterizar la percepción que tiene la comunidad local con relación a la actividad turística, se debe destacar, que dieciséis del total, han obtenido valores muy satisfactorios, excepto, el ítem referido a la formación de valores personales, con una puntuación de insatisfactorio de un 41,4 %.

Análisis del sistema de gobernanza

Territorialmente, la ciudad de Baños está organizada en una sola parroquia urbana, mientras que existen cuatro parroquias rurales con las que complementa el área total del cantón. El término "parroquia" es usado en el Ecuador para referirse a territorios dentro de la división administrativa municipal.

Al igual que las demás localidades ecuatorianas, se rige por una municipalidad según lo previsto en la Constitución de la República. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Baños, es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central.

Infraestructura y servicios

Se afirma que todos los emprendimientos turísticos constan de los principales servicios básicos que existe en la provincia, pero por el tipo de actividad de cada emprendimiento, la gran mayoría únicamente consta de agua potable con un 76.7% y energía eléctrica con un 21.7%, lo que indica, que se identifican limitaciones de estos dos tipos de servicios para garantizar los niveles mínimos de satisfacción al visitante. Otros servicios prestados se encuentran identificados con la información turística, telefonía celular y seguridad para el visitante y residentes, guianza, transporte, comercio, salud, educación y comunicaciones, entre otros.

Fase II: Diagnóstico de los procesos operacionales

Etapas II.1 Realización del inventario turístico





Inventario de recursos y atractivos






Con el estudio de campo realizado y la revisión documental de los principales recursos naturales y culturales, atractivos, historia, patrimonio, arqueología y otros, se presenta a continuación el inventario turístico, al detallar sus características fundamentales y que constituyen atributos para despertar el interés y la motivación en los visitantes al destino. Este inventario debe involucrar los escenarios naturales, culturales y recreativos, el patrimonio vivo, el patrimonio monumental, la gastronomía, las artesanías, los productos propios y las prácticas, costumbres y tradiciones de la comunidad, constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un



instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional e internacional.

A continuación, en el siguiente Cuadro 3.6, se puede observar la descripción de los recursos naturales y culturales localizados en el destino Baños de Agua Santa, donde se consideran aquellos atractivos que se distinguen por su nivel de atraktividad de visita por parte de visitantes locales, nacionales e internacionales.

Cuadro 3.6 Inventario de atractivos turísticos destino Baños de Agua Santa

Atractivo	Descripción	Imagen
Baños de Agua Santa	Baños de Agua Santa, o simplemente Baños es una ciudad ecuatoriana, de la Provincia de Tungurahua. Es un centro turístico de importancia del país, se encuentra a unos 45 minutos de Ambato. Es la cabecera cantonal del cantón Baños y tiene una población de 12.995 personas. La actividad económica más importante del cantón es el turismo receptivo. La WWF le dio el nominativo a Baños de "Un Regalo para la Tierra"	
Balneario de La Virgen	Piscinas inauguradas el 24 de mayo de 1928, al pie de la cascada Cabellera de la Virgen, sitio de paz, relax, salud y tertulia.	
Basílica de la Reina del Rosario de Baños de Agua Santa	La Basílica de la Virgen de las Agua Santa está ubicada en la Plaza Central de la ciudad de Baños. En su interior se puede observar una colección de murales que describen los milagros locales atribuidos a la Virgen, patrona de la ciudad. La Basílica es de infraestructura arquitectónica, esta obra artística desafió al tiempo y la historia.	
Cascada Manto de la Novia	El sonido armónico de la naturaleza, la exuberante vegetación y el agua cristalina son las características de la Cascada Manto de la Novia. Ubicada a 12 km desde Baños, antes de río Verde. Es el escenario idóneo para tomarse un descanso y alejarse de la rutina de la ciudad. Es la única cascada en el país que se encuentra en la zona urbana y se la puede admirar desde cualquier sitio de la ciudad; junto a esta se encuentran las termas de la Virgen.	

<p>Zoológico San Martín</p>	<p>En el zoológico de San Martín se exhiben en gran parte la fauna del Ecuador, distribuidos en una zona escarpada. En el zoológico se han diseñado jaulas con el afán de exhibir y presentar las diferentes especies de la fauna de Ecuador, incluso animales en peligro de extinción como por ejemplo el oso de anteojos u oso andino.</p>	
<p>Volcán Tungurahua</p>	<p>El Tungurahua (5.023 metros) está localizado en la Cordillera de Ecuador (Los Andes), 140 kilómetros (87 millas) al sur de Quito, la capital de país. Notables montañas y volcanes cercanos son el Chimborazo (6.310 metros) y El Altar (5.319 msnm). La pequeña ciudad de Baños, se conoce por sus aguas termales, se encuentra en sus faldas, a aproximadamente cinco kilómetros al norte. El Tungurahua es parte del Parque Nacional Sangay.</p>	
<p>Casa del árbol</p>	<p>El mejor sitio para poder observar el Volcán Tungurahua es sin duda alguna la Casa del Árbol en Baños Ecuador, ubicada en el caserío Runtún a 2660 metros sobre el nivel del mar. La vista del volcán Tungurahua desde la Casa del Árbol es única y espectacular, se puede admirar al cráter a tan solo 2.5 kms en línea recta.</p>	
<p>Gastronomía</p>	<p>Los olores y sabores característicos en Baños tienen como materia prima el maíz, el mismo que puede ser consumido tierno, seco, con cascara, pelado cocinado, tostado, molido, frito, en fin y con ese material se elaboran, por ejemplo, bocaditos muy sabrosos llamados, timbulos, cuchichaquis, chumales, quimbaletes, buñuelos, tortillas, tamales, entre las bebidas típicas se podría hablar de la chicha, el draque o canelazo y el pulque (extracto del penco).</p>	
<p>Río Pastaza</p>	<p>Este Río recorre todo el Cantón Baños y ha sido empleado para realizar varias actividades como el rafting, el kayaking y sirve de atractivo central en el viaje a la Ruta de las Cascadas, a la vez que en sus cuencas se encuentra el Corredor Ecológico Llanganates – Sangay. El Río Pastaza es uno de los tributarios del Río Amazonas, y es el resultado de la unión de los ríos Chambo y Patate, se concentra entre los parques nacionales del Sangay y Los Llanganates, entre los asentamientos del Río Verde y Shell.</p>	



<p>Pailón del diablo</p>	<p>La caminata inicia desde el pueblo de Río Verde junto a la iglesia católica, al cruzar el puente a 100 metros. Es aproximadamente un kilómetro de caminata hacia el interior de la naturaleza misma a través de diseñados senderos ecológicos encontrará vertientes de agua de manantial, que brotan de la roca donde se puede refrescar. Además, se encontrará con flora y fauna propia de sector como gallos de la peña, variedades de pájaros, orquídeas, entre otras. La caminata te lleva a visitar la fantástica cascada Pailón de Diablo.</p>	
<p>Balneario El Salado</p>	<p>El salado está ubicado a dos km. de Baños, por la avenida de El Salado a un km. de la vía que está cerca al centro de Ambato. Es un conjunto de piscinas de aguas sulfatadas, en donde el turista puede elegir entre diferentes temperaturas que van desde altas, hasta aguas sumamente frías que descienden desde el Volcán Tungurahua, su temperatura ambiente es de 19,5 °C y la temperatura del agua es de 52 – 54 °C respectivamente.</p>	




Fuente: Elaboración propia

En el siguiente Cuadro 3.7, se puede observar los principales atractivos turísticos más visitados en el cantón Baños de Agua Santa, entre los que se distinguen por el número de llegadas de visitantes: las cascadas de la localidad con un 35.3%; los deportes de aventura con un 24.7% y finalmente las piscinas termales con un 22%, los cuales se clasifican en la categoría de recursos naturales.

Los principales balnearios del destino Baños de Agua Santa, se distinguen por sus características naturales e infraestructura para el disfrute y la recreación los siguientes:

Cuadro 3.7 Principales balnearios del Cantón Baños de Agua Santa



Balnearios	Descripción	Imágenes
<p>Termas de la Virgen</p>	<p>Piscinas inauguradas el 24 de mayo de 1928, al pie de la cascada Cabellera de la Virgen, sitio de paz, relax, salud y tertulia.</p>	
<p>Termas El Salado</p>	<p>El agua de las fuentes terminales del Salado presenta un color amarillento con una temperatura de 55 °C, un tanto turbia por los minerales en disolución como sodio, calcio, magnesio, bicarbonatos, y sulfatos. Esta agua es de propiedades curativas para afecciones de la piel.</p>	




Balneario de Santa Clara	Al lado suroriental de la ciudad, al pie de la montaña se encuentra la fuente de Santa Clara cuyas piscinas fueron inauguradas en abril de 1933 construida con piedras sillares y revestida con cemento.	
Balneario las Peñas o Modernas	La composición de sus aguas es mineral, bicarbonatada, ferruginosa y magnesiana.	
Termas de Santa Ana	Se localiza en las afueras de la ciudad al costado derecho de la vía Baños - Puyo, a 2.5 km de Baños.	

Fuente: Elaboración propia

Seguidamente, se realiza la descripción de cada una de las principales cascadas de la ciudad de Baños donde cada uno posee una principal peculiaridad que es escogida por los diferentes turistas nacionales y extranjeros para apreciar la naturaleza y en otros casos para realizar deportes extremos.

Cuadro 3.8 Cascadas del destino de naturaleza Baños de Agua Santa







Cascadas	Descripción	Imágenes
Cascadas de Cashaurco	Este sitio es visitado los fines de semana y días feriados por familias y grupos de Centros Educativos; la cascada a lo largo del sendero forma escenarios impresionantes, que se prestan para la admiración y el deleite de los bañistas que hacen alarde en estas cristalinas aguas.	
Cascada Pailón del Diablo	El agua de la cascada es transparente y en el Pailón propiamente dicho el agua se torna de una coloración turquesa. La temperatura del agua es de aproximadamente 23 °C.	

<p>Cascada Cabellera de la Virgen</p>	<p>Una fantástica Cascada, la vista es impresionante. La fusión de las aguas limpias y transparentes levanta una gran estela de agua pulverizada, de un gran paisaje natural de gran belleza, se puede observar su paisaje natural formado por las especies que habitan.</p>	
<p>Cascada Agoyán</p>	<p>En el recorrido para observar esta cascada, primero se encontrará con la Represa Hidroeléctrica Agoyán, en donde se forma una laguna artificial debido a que las compuertas de la represa están cerradas, pero cuando son abiertas brindan un gran espectáculo a los visitantes.</p>	
<p>Cascadas de Machay</p>	<p>El río Machay tiene aproximadamente cuatro metros de amplitud, que constituye un sistema de cascadas que varían de 10 hasta 40 metros de alto y sus aguas son puras y cristalinas.</p>	

Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto para destacar es la oferta de deportes extremos como atractivos turísticos. Según el departamento de Turismo del Municipio de Baños de Agua Santa, los meses de mayo y junio son considerados parte de la temporada baja porque la presencia de turistas nacionales en el cantón disminuye en un 40%. Por ello, se estableció la ordenanza municipal para que en el período mayo-junio de cada año, sea posible realizar las campañas de promoción y publicidad de los servicios de deportes extremos y de otras ofertas para disfrutar en el destino, con el objetivo de motivar e incrementar el número de visitantes a la localidad. Entre otros deportes extremos se pueden practicar rafting, canopy, salto del puente, escalada en roca, downhill, tour en chiva, senderismo, además están las piscinas de aguas termales y el santuario de la Virgen del Rosario de Agua Santa. A continuación, en el cuadro 3.9, se detalla la propuesta de cada uno de los principales deportes extremos que se distinguen en la cartera de productos turísticos en el destino, la cual se comercializa por medio de los tours operadores y las agencias de viajes minoritas principalmente.

Cuadro 3.9 Deportes extremos del cantón Baños de Agua Santa

Actividad	Descripción	Imágenes
Rafting	El Rafting se lo realiza en el río Pastaza en el sector oriental de la ciudad, partiendo desde San Francisco, o desde el sector de La Penal (Río Negro); generalmente se lo realiza en dos tramos del río con distinto grado o nivel de dificultad que va entre III a V.	
Canopy	Vértigo asegurado. Permite deslizarse desde la parte superior hacia abajo suspendido en un cable generalmente de acero inoxidable que cruza una quebrada, un río o entre las copas de los árboles.	
Puenting	Puenting un deporte que se lo practica en los puentes, se lo realiza con cuerdas que se encuentran atadas a un lado del puente y consiste en saltar del otro extremo de este cayendo unos segundos en caída libre y luego en movimientos tipo columpio. Esta actividad se lo practica en los puentes de San Francisco frente al Terminal Terrestre y en Río Blanco, vía al Puyo, dos km más abajo de la cascada de Agoyán.	
Canyoning	Canyoning es un deporte que se practica en cascadas, básicamente es el descenso de estas a través de una cuerda sujetada a un arnés y otros equipos especiales. Esta actividad, generalmente se la realiza en las Cascadas de Chamana, San Jorge, Río Blanco y Cashaurco entre otros atractivos.	
Downhill	Básicamente es descenso de una montaña en bicicleta; en el cantón Baños hay varias pistas muy técnicas para la práctica de este deporte, que además han sido escenario de varias competencias a nivel Nacional e Internacional. La principal pista está ubicada en la montaña de Runtún y se inicia generalmente en el sector denominado Ventanas.	
Tour en Chiva	El tour en chiva a las cascadas en Baños Ecuador consiste en la visita a las diferentes cascadas que existen en la carretera Baños – Puyo hacia el Oriente Ecuatoriano.	

Fuente: Elaboración propia

Etapa II.2: Caracterización de los procesos gobernantes, de valor agregado y los habilitantes.

En este sentido, las actividades turísticas tienen que ver con los procesos productivos y de servicios que realiza la industria turística en los diferentes destinos, se dividen en: alojamiento, comercio, restaurantes y bares, manufacturas (contiene producción artesanal), transporte, servicios de recreación, de administración y promoción turística, entre otros) según propuesta de (INEGI, 2013). Se han identificado los siguientes tipos de procesos para la gestión de competencias turísticas en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa como se describe inmediatamente:

<p>Fase III: Gestión de las competencias turísticas desde el enfoque de procesos asignadas al Departamento de Turismo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD).</p>

Uno de los mayores retos que asume un ente gestor es la coordinación y articulación entre los sectores público y privado, los cuales no siempre tienen los mismos objetivos, prioridades y tiempos, referidos a las competencias turísticas. En condiciones naturales, el sector público con relación al turismo debería tener e implementar una normatividad promotora, la cual preserve el bien público y el medio ambiente. Asimismo, uno de sus roles sería asegurar la existencia de un entorno favorable para las inversiones.

Por otro lado, el sector privado usualmente contribuye a la generación de servicios y productos más competitivos, que satisfagan las demandas del visitante. El reto está en lograr un trabajo coordinado entre ambos sectores, lo cual incluye usualmente a los diferentes niveles de gobierno, organizaciones o gremios privados, asociaciones comunales, productores, entre otros.

Desde el punto de vista de responsabilidades y competencias turísticas, generalmente son tres los grupos de actores que se complementan para ofrecer una imagen común y que requieran trabajar coordinadamente. Estos son (MICENTUR, 2014):

- a. Aquellos actores relacionados al desarrollo de infraestructura y servicios básicos. Generalmente se interactúa con los diferentes niveles de gobierno e instituciones del Estado encargadas del tema.
- b. Aquellos actores responsables de la conservación y gestión de los recursos y atractivos turísticos, donde se incluye, tanto actores públicos como privados.
- c. Aquellos actores relacionados directamente con la prestación de servicios turísticos y con la capacitación de recursos humanos para turismo.

Corresponde entonces, en este apartado referido a las competencias turísticas asignadas a los departamentos de turismo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), y

retomar las palabras de la Ministra de Turismo del Ecuador, María Isabel Salvador, cuando expresaba que: “El Ecuador necesita desarrollo turístico sostenible que cuide la riqueza histórico-cultural, el medio ambiente, las comunidades y reactive la economía. Por ello, en el Ministerio de Turismo se trabaja en la elaboración el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible con visión al año 2020.”

La gestión y competencias turísticas (Acosta, 2014), son términos íntimamente vinculados a las capacidades municipales, porque el orden y visión territorial es explícito, como parte del desarrollo e institucionalidad gubernamental, que busca consolidar una relación eficiente entre el Estado y los municipios, además, porque en el accionar turístico están implícitas las variables de descentralización donde las funciones, atributos y competencias direccionan la gestión turística local, con una participación activa de la sociedad y los entes gestores relacionados al sector.

Todo lo anterior, permite observar la gestión turística desde el ámbito de las competencias turísticas, donde las atribuciones, funciones, responsabilidades y recursos puede ser un mecanismo para medir gestión y conocer los niveles de evaluación, necesarios para enrumbar los procesos administrativos y ejecutores correspondientes a la dirección de turismo de los gobiernos cantonales.

En este sentido, las competencias turísticas deben constituirse como parámetros de evaluación para medir la gestión, al tener en cuenta el ámbito y principios normativos de la descentralización y considerar las áreas de influencia de un municipio turístico, para generar un documento que sirva de base para iniciar la discusión y tener una herramienta que permita medir técnicamente hasta dónde los organismos seccionales autónomos y descentralizados han asumido las competencias en turismo pueden cumplir con esa responsabilidad.

Se debe señalar un conjunto de competencias turísticas asignadas a los Departamentos de Turismo de los GAD cantonales, las que se relacionan seguidamente (Cedeño, 2017):

Cuadro 3.10 Descripción de las competencias turísticas asignada al Departamento de Turismo

Competencias turísticas	Descripción
1. Políticas y planificación	La actividad turística constituye la industria de mayor crecimiento a nivel mundial en los diferentes ámbitos, que genera ingresos significativos para los países y según menciona la OMT, el turismo se ha convertido en una ficha clave para el desarrollo, la prosperidad y bienestar, Ecuador ha puesto su mirada hacia este sector, ya que alberga en sus cuatro mundos la mayor biodiversidad del planeta, lo que le ha permitido en los últimos años, tener un significativo incremento de visitantes, atraídos por las maravillas naturales que posee debido a su privilegiada ubicación en la línea Equinoccial.
2. Coordinación	El PLANDETUR 2020 busca potenciar en los próximos trece años un desarrollo sostenible integral con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida. Es competencia de los diferentes GAD de todo el país, trabajar de manera

	coordinada con todo el sistema turístico y los sectores público, privado y comunidad local, para que la actividad turística alcance altos niveles de una <u>justa competitividad, con los otros países de la región.</u>
3.Regulación, Registro, Licencia y control.	El Ministerio de turismo es el principal organismo rector de la actividad turística y es el que debe hacer cumplir el reglamento que se ha establecido para el desarrollo de la actividad turística dentro del territorio ecuatoriano, junto a este en los diferentes sectores según su jerarquía los Concejos Provinciales, Gobiernos autónomos descentralizados y juntas parroquiales que tienen potestad en cada uno de sus sectores, con la debida aprobación del MINTUR, máxima entidad rectora.
4.Protección al consumidor del servicio turístico.	En el capítulo 5, artículo 42 de la Ley de Turismo se determina la protección al consumidor del servicio turístico, correspondiendo dicha responsabilidad de hacerla cumplir al Ministerio de Turismo, tal como se determina en la Constitución política del estado ecuatoriano y establecido en la ley orgánica de defensa del Consumidor. Esta ley es una garantía para todos los visitantes que entran al territorio como turistas, lo que hace del Ecuador como un destino seguro, en el cual se desarrolla el turismo con <u>responsabilidad y respeto a los derechos de los visitantes.</u>
5.Sistema de información turística.	En el ámbito de un destino de naturaleza, un sistema de información turística se define como un proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de la información precisa para los objetivos de planificación, de acción y de evaluación turística para los disímiles agentes públicos, privados y empresariales localizados en un territorio. La puesta en marcha un sistema de información turística requiere la concurrencia de todos los entes gestores implicados (sector público y privado), la colaboración de un equipo técnico especializado y capaz de interpretar la gran cantidad de información generada. Este sistema de información requiere una continuidad para mantenerse en el futuro y ser una herramienta valiosa.
6.Promoción turística	Entre los problemas que determina el Ministerio de Turismo sobre la actividad turística en el Ecuador y que se distinguen en el documento del PLANDETUR 2020 (Ministerio de Turismo. 2007), es lo referente a la disminución de la promoción estadística del Ecuador, cuyas causas se le atribuyen a la información estadística limitada, al cambio de estrategias de difusión y comunicación no continua, debido al cambio de autoridades constante, a las estrategias de mercado a largo plazo sin continuidad, a la no existencia de segmentación de motivaciones por mercados, no existe una <u>diferenciación entre productos y atractivos turísticos, entre otros.</u>
7.Fomento y desarrollo del sector turístico.	El Ministerio de Turismo, como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador; desarrollo sostenible, responsable, ético, consciente y competitivamente del sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.
8.Capacitación y asistencia técnica.	La competencia turística concerniente a la capacitación y asistencia técnica, dirigido a los actores involucrados en el sector turístico, se propone como finalidad el fortalecimiento del sector, mejorando las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano en la ejecución de actividades, tareas y funciones que realizan en el día a día, significa que el sello distintivo del turismo en Ecuador es un turismo que “ama la vida” y por tanto es un “turismo responsable y consciente”.

Fuente: elaboración propia

Una vez definidos los procesos gobernantes, de valor agregado y habilitantes fundamentales para la gestión de las competencias turísticas, del servicio se deben asignar los propietarios o responsables de los mismos. Los propietarios son los encargados de la supervisión y control de los procesos, es decir, los que se hacen responsables de su correcto funcionamiento. En este sentido, la Unidad de Turismo del cantón Baños de Agua

Santa, debe hacer la asignación de los responsables encargados de la consecución de cada uno de los procesos identificados, a partir del equipo de especialistas que laboran en las diferentes actividades turísticas identificadas en este destino de naturaleza.

Fase IV: Identificación de los indicadores de gestión de las competencias turísticas

Una cuestión fundamental previa a la mejora de los procesos relacionados con la gestión de las competencias turísticas, es su análisis y medición de carácter cuantitativo como cualitativo, lo cual no es posible realizar su comprobación de una forma muy general, sino que es necesario describir los componentes que caracterizan la instrumentación del modelo teórico y su procedimiento metodológico, como: competencias turísticas, enfoque de proceso seleccionado, criterios de medición y la descripción del indicador propuesto, como se demuestra a continuación, previo a la identificación de los indicadores se aplica el método de consenso.

La técnica de grupo nominal o método de consenso (Olaz, 2013) es un método estructurado de detección de necesidades y de aportación de sugerencias, para la identificación y resolución de problemas en grupo. Esta técnica combina aspectos del brainstorming y de otras técnicas de dinámicas de grupos interactivas. Permite sistematizar, evaluar y seleccionar las ideas, dificultades, sugerencias o propuestas en el seno de un grupo no superior a diez a doce personas.

La implementación de la técnica del Grupo Nominal o método de consenso (Humphrey-Murto, 2017), permite realizar la selección de un conjunto de indicadores para la evaluación de cada una las competencias turísticas como se detalla en Cuadro 3.11 mediante la propuesta de una escala tipo Likert con la estructura que se detalla: (5) Muy de Acuerdo, (4) De acuerdo, (3) Indeciso, (2) En desacuerdo (1) Muy en desacuerdo. Es oportuno indicar que el criterio de selección de un indicador se corresponde con el que obtenga un valor porcentual de aceptación por encima del 80,0 por ciento.

Cuadro 3.11 Selección de indicadores por medio de la técnica de Grupo Nominal o Método de Consenso.

Indicadores	Número de especialistas							Votos positivos	Aceptación (Valor porcentual)
	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7		
Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la información turística solicitada	5	4	4	4	5	4	4	7	1,00
Índice de sostenibilidad turística	4	5	5	5	5	5	5	7	1,00
Índice de gastos promedios y hábitos del turista en el destino	2	1	2	4	1	4	2	2	0,29
Índice cuantitativo del número de ferias municipales, eventos regionales, nacionales e internacionales en que participa	1	4	2	1	4	1	4	3	0,43

el Departamento de Turismo cantonal.									
Índice de tendencia de competitividad turística	1	2	1	5	2	2	1	1	0,14
Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicios	4	4	5	4	3	5	5	6	0,86
Índice de satisfacción de visitantes, operadores turísticos y directivos de agencias de viajes con la oferta de nuevos productos y servicios turísticos	3	5	5	5	5	5	5	6	0,86
Índice del número y valor porcentual de capital humano empleados según categoría de perfil profesional	4	5	4	4	5	5	4	7	1,00
Número de operadores turísticos que ofrecen sus servicios en internet	5	5	5	5	5	4	4	7	1,00
Índice de cualificaciones laborales de los empleados en el sector turístico	2	5	4	1	4	2	4	4	0,57
Índice de comercialización online de productos y servicios turísticos	4	4	1	5	4	5	4	6	0,86
Índice del número de empresas y establecimientos turísticos categorizados según normativa del Ministerio de Turismo.	4	5	5	5	4	3	5	6	0,86
Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la actividad y seguridad turística	4	4	5	5	5	4	4	7	1,00

Fuente: elaboración propia

Como se observa de los resultados de la aplicación de la técnica de grupo nominal, se han seleccionado a partir de la valoración realizada por los especialistas, los siguientes indicadores: Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la información turística solicitada; Índice de sostenibilidad turística; Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicios; Índice de satisfacción de visitantes, operadores turísticos y directivos de agencias de viajes con la oferta de nuevos productos y servicios turísticos; Índice del número y valor porcentual de capital humano empleados según categoría de perfil profesional; Número de operadores turísticos que ofrecen sus servicios en internet; Índice del número de empresas y establecimientos turísticos categorizados según normativa del Ministerio de Turismo; finalmente nos queda, Índice de comercialización online de productos y servicios turísticos; Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la actividad y seguridad turística. Con estos resultados preliminares, entonces es posible, asociar a cada una de las competencias turísticas, la propuesta de un conjunto de indicadores que permita realizar su evaluación, lo que constituye el cumplimiento de uno de los objetivos enunciados en la

investigación, además, que satisface de cierta manera, los propósitos declarados en el Plan de desarrollo turístico elaborado por el Departamento de Turismo ubicado en el GAD Baños (Cedeño, 2019).

Cuadro 3.12 Componentes que caracterizan la instrumentación del modelo teórico y su procedimiento metodológico para el destino de naturaleza Baños de Agua Santa.

Competencias turísticas	Enfoque de procesos	Criterios de medición	Indicador propuesto
CT1: Políticas y planificación turística	Procesos gobernantes: Política pública y planeación estratégica	Desarrollo de políticas públicas y estrategias para el destino turístico	11.1 Índice de sostenibilidad turística
CT2: Coordinación	Procesos de valor agregado: Gestión de destinos	Asistencia, asesoría e información a operadores turísticos, prestadores de productos y servicios, clientes y gestores públicos y privados	12.1 Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicios.
CT3: Regulación, registro, licencia y control	Procesos de valor agregado: Gestión turística	Sistema de supervisión y control a prestadores de productos y servicios turísticos	13.1 Índice del número de empresas y establecimientos turísticos categorizados según normativa de Ministerio de Turismo.
CT4: Protección al turista	Procesos de valor agregado: Gestión de destinos	Gestión del servicio al cliente. Desarrollar estrategias de servicio y medición de la satisfacción del cliente, prestadores de servicios y comunidad local.	14.1 Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la actividad y seguridad turística.
CT5: Sistema de información turística	Procesos de valor agregado: Promoción turística	Información y comunicación. Gestión de las tecnologías de información con relación al turista y residentes locales.	15.1 Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la información turística solicitada.
CT6: Promoción turística	Procesos de valor agregado: Promoción y comercialización turística	Promocionar los recursos naturales, culturales, atractivos y servicios turísticos que se ofertan en el destino de naturaleza. Grado de incorporación de las nuevas tecnologías a la promoción y comercialización turística	16.1 Número de operadores turísticos que ofrecen sus servicios en internet. 16.2 Índice de comercialización online de productos y servicios turísticos.
CT7: Fomento y desarrollo turístico	Procesos de valor agregado: Inversión y fomento turístico	Diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos. Gestión de la cartera de negocios.	17.1 Índice de satisfacción de visitantes, operadores turísticos y directivos de agencias de viajes con la oferta de nuevos

			productos y servicios turísticos.
CT8: Capacitación y asistencia técnica	Procesos de valor agregado: Inversión y fomento turístico	Demanda laboral para la planta turística según perfil profesional	I8.1 Índice del personal de servicios según categoría de perfil profesional que han recibido capacitación y asistencia técnica.

Fuente: elaboración propia

Se pretende a continuación, realizar el análisis de algunas de las competencias turísticas detalladas en la Fase IV para demostrar cómo se debe proceder para su análisis, valoración y determinación del indicador propuesto.

Fase V: Monitoreo y seguimiento

Por otra parte, corresponde al cumplimiento de la Fase V Monitoreo y seguimiento, detallar los resultados del procesamiento estadístico de algunos de los indicadores seleccionados para la medición de la gestión de las competencias turísticas en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa.

Análisis de la competencia turística CT1 Políticas y planificación turística

Como resultado de la aplicación de la Técnica de Grupo Nominal se ha seleccionado para el análisis de la competencia CT1 Políticas y planificación Turística, el indicador I1.1 Índice de sostenibilidad turística.

Es necesario que la actividad turística planificada en el destino objeto de estudio constituya un sistema basado en la sostenibilidad, mediante la utilización de diversas herramientas, como son en este caso, los indicadores de sostenibilidad turística (**VER Anexo 7**). La aparición de este tipo de indicadores (surgidos a partir de los indicadores ambientales), ha facilitado la labor de los gestores turísticos en lo referente a la planificación y creación de políticas turísticas relacionadas con la sostenibilidad, a la vez que determina la toma de decisiones en determinadas situaciones. Estos indicadores sirven de complemento a los populares sistemas de información geográfica y turística, al proporcionar un mayor volumen de información cuantitativa pluridisciplinar sobre el medio ambiente o entorno de una zona o región según expresa Gallego G. (2014: 4-12).

Cuadro 3.13 Ficha técnica de este indicador I1.1 Índice de sostenibilidad turística

Objetivo del indicador	Proporcionar señales para medir el progreso hacia el cumplimiento de los principales objetivos que contribuyen conjuntamente al bienestar humano y al bienestar de los ecosistemas naturales, conservación de la biodiversidad y la gestión y planificación del turismo mediante la utilización de diversas herramientas, como son en este caso, los indicadores de sostenibilidad turística.
Nombre del indicador	Índice de sostenibilidad turística

Descripción del indicador	Expresa “los parámetros de comparación de datos para el estudio de la evolución de la sostenibilidad”, estos “van a demostrar cuál es el estatus actual del destino y van a orientar sobre las medidas que se deben tomar para modificar o no esa situación”.
Fórmula de cálculo	(Nro. de operadores turísticos, prestadores de servicios, visitantes y residentes que expresan según grado de satisfacción por la gestión sostenible del destino/ Nro. total de personas encuestadas) *100
Criterio de medida	Unidad de Medida: Valor porcentual del grado de satisfacción (Muy insatisfactorio (1) Insatisfactorio (2) Aceptable (3) Satisfactorio (4) Muy satisfactorio (5) con la gestión sostenible del destino
Periodicidad de cálculo	Anual
Tendencia deseable	Creciente
Observaciones	Este indicador queda pendiente de evaluación por decisión del departamento de Turismo del GAD Baños para otro momento de la aplicación de la metodología.

Fuente: elaboración propia

En el año 1995, la OMT desarrolla una de las definiciones más conocidas y empleadas sobre el concepto. En este caso define indicador de sostenibilidad “como aquel instrumento cuantitativo y sintético que facilita el análisis y evaluación de la información de manera que, junto con cualquier otro tipo de instrumento, los actores decisores reducen la probabilidad de adoptar inadvertidamente decisiones desafortunadas” (Torres, 2013).

Análisis de la competencia turística CT2 Coordinación

A propuesta del Departamento de Turismo GAD Baños, se ha seleccionado para el proceso de recopilación de la información el segundo semestre año 2018, con el objetivo de realizar la valoración de los criterios evaluativos de tipo cuantitativo y cualitativo para calcular el Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicio. La ficha técnica de este proceso se describe como:

Cuadro 3.14 Ficha técnica para la competencia turística CT2 Coordinación

Universo	Agencias de Viajes, Tour-operadores, Compañías de Transporte, Proveedores y Prestadores de servicios
Ámbito geográfico	Destino de naturaleza Baños de Agua Santa
Tamaño Muestral	Población total descrita en el universo de la investigación
Puntos de muestreo	Puntos de ventas comerciales, alojamientos turísticos, operadores turísticos, restaurantes, compañías de servicio de transporte turístico, atractivos turísticos,
Nivel de representatividad	de la totalidad del personal que labora en los puntos de ventas y prestación de servicios, representantes, tour-operadores, transportistas, proveedores y otros
Diseño Muestral	No probabilístico, por cuota según criterio del investigador, se determine el valor de n= 150 unidades de muestreo
Fecha de trabajo de campo	información recopilada y proceda correspondiente al segundo semestre año 2017 para los criterios evaluativos cuantitativos y cualitativos seleccionados
Información recogida	Aplicación de encuesta a los participantes en el estudio, selección, evaluación y valoración de los criterios cuantitativos y cualitativos referidos al desempeño turístico local de prestadores de servicio

Fuente: elaboración propia

En este caso, se inicia con la competencia turística CT2 Coordinación y la descripción de las variables que caracterizan el cálculo del indicador I2.1 Índice de desempeño turístico

local de prestadores de servicios como criterio de medición de la competencia antes señalada. Para lograr este propósito la autora ha elaborado un instrumento estructurado en una encuesta de preguntas cerradas para facilitar la recopilación de información y su posterior procesamiento al utilizar paquetes estadísticos profesionales para una muestra de 150 prestadores de servicios turísticos como se observa en algunos ítems de la encuesta (**VER Anexo 9**).

Cuadro 3.15 Resultados cuantitativos de los ítems que caracterizan el desempeño de prestadores de servicio

Género	Femenino 24,7 %, Masculino 75,3 %
Formación profesional	Bachillerato 12,0 %, Técnica 48,0 %, Universitaria 31,3 %
Actividades de capacitación	A veces 24,7 %, Con frecuencia 72,0 %
Tipo de servicio ofertado	Alojamiento 38,7 %, Alojamiento restauración 17,3 %, Bar 10,0 %
Tiempo de funcionamiento	Entre cinco-siete años 60,0 %, Entre dos-cuatro 28,7 %
Períodos de mayor demanda	Vacaciones 43,3 %, Feriado 33,3 %
Atractivos turísticos más visitados	Cascadas 35,3 %, Aventuras 24,7 %, Piscinas 22,0 %
Modalidades turísticas	Aventura y deporte extremo 59,3 %, Religión 17,3 %, Circuitos 9,3 %
Valoración desarrollo actividad turística	Muy desarrollado 73,3 %, Completamente desarrollado 24,7 %
Disponibilidad de servicios básico	Agua potable 76,7 %, Energía eléctrica 21,3 %
Limitaciones para desarrollar el servicio	Ambientales 30,7 %, Equipamiento 26,0 %
Limita la disponibilidad de recursos	Satisfactorio 51,3 %, Muy satisfactorio 41,4 %
Motivaciones para mantener el servicio	Económicas 66,0 %, Preservación de atractivos 24,0 %
Satisfacción con el desempeño	Satisfactorio 44,9 %, Muy satisfactorio 53,2 %

Fuente: elaboración propia

Posteriormente, se procede a realizar la evaluación de los medidores cuantitativos y cualitativos según su criterio de medida y escala de evaluación a partir de la información recopilada y presentada en el Cuadro 3.16, lo que permite continuar con el proceso de cálculo del índice de desempeño turístico local a partir de la escala tipo Likert definida como Muy satisfactorio (5), Satisfactorio (4), Aceptable (3), Insatisfactorio (2) Muy insatisfactorio (1).

Cuadro 3.16 Determinación del Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicio.

Objetivos empresariales Prestadores de servicios	Procesos operacionales y de soporte	Criterios de evaluación de desempeño turístico local	Valor cuantitativo Escala Likert	Evaluación cualitativa
Productos y servicios	Prestadores de servicios Operadores turísticos	C1: Valoración integral de proveedores	4,00	Satisfactorio
		C2: Valoración de prestadores de servicios	3,00	Aceptable
		C3: Limitaciones para desarrollar el servicio	3,00	Aceptable
		C4: Actividades de capacitación	3,00	Aceptable

		C5: Impacto ambiental de los servicios ofertados	3,00	Aceptable
		C6: Preservación del patrimonio natural y cultural	4,00	Satisfactorio
		C7: Índice de participación de turista en actividades culturales y ambientales	3,00	Aceptable
	Alojamiento	C8: Utilización de productos de limpieza amigables con el medio ambiente	4,00	Satisfactorio
	Actividades de recreación	C9: Programas de animación con valores culturales y tradiciones	3,00	Aceptable
	Seguridad	C10: Seguridad para visitantes	3,00	Aceptable
Promoción y comercialización	Alojamiento Alimentos y Bebidas Recreación Operadores turísticos	C11: Imagen del servicio turístico	3,00	Aceptable
		C12: Satisfacción del cliente externo	4,00	Satisfactorio
Económico-financiero	Operadores turísticos	C13: Resultados económicos	4,00	Satisfactorio
		C14: Ingresos, costos y gastos operacionales	4,00	Satisfactorio
Comunidad local	Operadores turísticos Prestadores de servicio	C15: Valoración de la comunidad local con la actuación de los prestadores de servicio	3,00	Aceptable
		C16: Participación comunidad local	4,00	Satisfactorio
Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicio			3.00	Aceptable

Fuente:

Elaboración propia

Del análisis de los criterios cuantitativos y cualitativos para la evaluación del Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicio correspondiente a cada uno de los objetivos empresariales y procesos operacionales y de soporte identificados por parte de los prestadores de servicio, se resume que de un total de dieciséis medidores propuestos, reciben una valoración cualitativa según la escala definida precedente de satisfactorio el 43,7 por ciento (siete en total), evaluados con la calificación de aceptables el 56,2 % (nueve) medidores, por tanto, este indicador de desempeño obtiene una puntuación de Aceptable, en correspondencia a un grupo de criterios que presentan determinadas deficiencias a criterio del grupo de especialistas convocados para que participen en el desarrollo del proyecto de investigación e identificados en la Fase I precedente.

La ficha técnica de este indicador I2.1 Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicios se describe en el siguiente cuadro.

Cuadro 3.17 Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicios

Objetivo del indicador	Demostrar la capacidad técnica, operativa, financiera, de procedencia de capital y de seguridad al visitante, así como, los requisitos de idoneidad técnica o profesional correspondientes, de conformidad con
-------------------------------	--

	la reglamentación vigente y ajustar sus pautas de publicidad a los servicios ofrecidos, en especial en materia de precios, calidad y cobertura del servicio.
Nombre del indicador	Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicios
Descripción del indicador	Es toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios turísticos, el cual se encuentra obligado a inscribirse en el Registro Nacional de Turismo antes de iniciar sus operaciones.
Fórmula de cálculo	Sumatoria del valor cuantitativo de los criterios de evaluación de desempeño de los prestadores de servicios turísticos / Total de criterios evaluados
Criterio de medida	Índice de desempeño turístico local de prestadores de servicio expresado en una escala tipo Likert
Periodicidad de cálculo	Anual
Tendencia deseable	Creciente
Observaciones	Para el próximo periodo de recopilación de información incluir el segmento de cooperativas de transporte turístico.

Fuente: elaboración propia

Análisis de la competencia turística CT3: Regulación, registro, licencia y control

Cuadro 3.18 Índice del número de empresas y establecimientos turísticos categorizados según normativa del Ministerio de Turismo.

Objetivo del indicador	La normativa de categorización para las empresas y establecimientos turísticos tiene como objetivo garantizar un mejoramiento de los servicios, para lo cual, el Ministerio de Turismo ha basado sus políticas públicas en sólidos pilares de calidad y seguridad, que garanticen el bienestar del turista, con el objeto de consolidar al Ecuador como potencia turística.
Nombre del indicador	Índice del número de empresas y establecimientos turísticos categorizados según normativa del Ministerio de Turismo.
Descripción del indicador	La Autoridad Nacional de Turismo contará con una herramienta digital de uso obligatorio para el registro de las empresas y los establecimientos de servicios turístico, en el que se determinará el cumplimiento de requisitos para la clasificación y categorización.
Fórmula de cálculo	$(\text{Nro. de empresas y establecimientos de servicios turísticos categorizados} / \text{Total de empresas y establecimientos de servicios turísticos en el destino}) * 100$
Criterio de medida	Valor porcentual del número de empresas y establecimientos de servicios turísticos categorizados en el destino.
Periodicidad de cálculo	Anual
Tendencia deseable	Creciente
Observaciones	Este indicador queda pendiente de evaluación por decisión del departamento de Turismo del GAD Baños para otro momento de la aplicación de la metodología.

Fuente: elaboración propia

Análisis de la competencia turística CT4 Protección al turista

A continuación, corresponde el análisis a la competencia turística CT4 Protección al turista, la cual se incluye el proceso de valor agregado gestión de destinos y se identifica con el indicador I4.1 Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la actividad y seguridad turística.

El objetivo del siguiente análisis, realizado en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa, es mostrar los resultados de las doscientas encuestas que se corresponden con la evaluación del indicador propuesto referido a la satisfacción del visitante con respecto a la actividad y seguridad turística. En este sentido, se detalla la ficha técnica elaborada para el proceso de recopilación de información.

Cuadro 3.19 Ficha técnica para la competencia turística CT4 Protección al turista

Universo	Prestadores de servicios, comunidad local, visitantes nacionales e internacionales localizados en el destino objeto de estudio
Ámbito geográfico	Destino Turístico Baños de Agua Santa. Provincia de Tungurahua.
Tamaño Muestral	Para la determinación del tamaño de muestra que sería objeto de aplicación de los instrumentos se utilizó la fórmula de determinación del tamaño de muestra con afijación proporcional, prefijando un nivel de confiabilidad del 95 % y un 5 % de significancia del error, se obtiene un valor de n= 200 unidades de muestreo, a las cuales se le debe aplicar el instrumento de encuesta
Puntos de muestreo	Puntos de recreación, hostales, restaurantes, transporte en el sector de Baños de Agua Santa.
Nivel de representatividad	La totalidad del universo seleccionado
Diseño Muestral	Muestreo no probabilístico, por cuota a criterio del investigador
Fecha de trabajo de campo	Información recopilada y procesada correspondiente a los meses de noviembre y diciembre año 2017 para los ítems propuestos en el instrumento
Información recogida	Aplicación de encuesta a los visitantes nacionales e internacionales, operadores turísticos, prestadores de servicios, comunidad local entre otros.

Fuente: elaboración propia

Los ítems contenidos en el instrumento de la encuesta (**VER Anexo 10 y 11**) se detallan en el siguiente cuadro resumen, a partir de la escala tipo Likert definida como Muy satisfactorio (5), Satisfactorio (4), Aceptable (3), Insatisfactorio (2) Muy insatisfactorio (1).

Cuadro 3.20 Resultados cuantitativos referidos al Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la actividad y seguridad turística.

Género	Femenino 49,5 %, Masculino 50,5 %
Rango de edades	Entre 21 a 35 años 74,0 %, Entre 36 a 50 años 14,0%
Lugar de residencia	En Ecuador 25,5 %, En el exterior 74,5 %
Viaja con	Amigo 46,0 %, Con su pareja 32,5 %, Con la familia 8,5 %
Duración de la visita	Entre tres a cinco días 43,5 %, Más de seis días 36,5 %
Formación profesional	Bachillerato 12,0 %, Técnica 48,0 %, Universitaria 31,3 %
Frecuencia de visita al destino	En feriados 91,0 %
Motivaciones para visitar	Deporte extremo 78,5%, Gastronomías 11,0 %, Naturaleza 6,0 %
Disponibilidad servicios locales	Aceptable 64,5 %, Satisfactorio 22,0%
Accesibilidad, infraestructura y señalética	Aceptable 65,0 %, Satisfactorio 22,0 %
Seguridad para niños, mujeres y ancianos	Aceptable 51,0 %, Insatisfactorio 23,0 %, Satisfactorio 17,0 %
Calidad información turística	Aceptable 63,0 %, Satisfactoria 19,0 %, Insatisfactorio 11,5 %
Seguridad entorno natural	Aceptable 57,0 %, Satisfactorio 23,0 %, Insatisfactorio 15,5%
Equipamiento para actividades	Aceptable 50,0 %, Satisfactorio 23,0 %, Insatisfactorio 15,5%

Calidad agua potable, cascada ríos	y Aceptable 45,0 %, Satisfactorio 19,0 %, Insatisfactorio 13,5%
Calidad del aire y entorno natural	Aceptable 43,5 %, Satisfactorio 19,0 %, Insatisfactorio 13,5%
Contaminación acústica	Aceptable 45,5 %, Satisfactorio 17,5 %, Insatisfactorio 23,0%
Programa de seguridad turística	Aceptable 53,0 %, Satisfactorio 14,0 %, Insatisfactorio 24,0%
Deterioro y prevención delitos	Aceptable 46,0 %, Satisfactorio 15,0 %, Insatisfactorio 32,5%
Protección de turistas y residentes	Aceptable 42,0 %, Satisfactorio 13,5 %, Insatisfactorio 32,5%
Sitios e instalaciones	Aceptable 46,0 %, Satisfactorio 12,5 %, Insatisfactorio 34,0%
Riesgos turísticos	Aceptable 50,5 %, Satisfactorio 13,5 %, Insatisfactorio 31,0%
Adopción de normas de seguridad	Aceptable 53,5 %, Satisfactorio 19,5 %, Insatisfactorio 31,0%
Presencia policial	Aceptable 55,5 %, Satisfactorio 17,5 %, Insatisfactorio 23,0%
Control tráfico vehicular	Aceptable 51,5 %, Satisfactorio 22,0 %, Insatisfactorio 22,5%
Participación comunidad local	Aceptable 57,0 %, Satisfactorio 18,5 %, Insatisfactorio 19,5%
Seguridad en actividades y servicios	Aceptable 54,0 %, Satisfactorio 19,5 %, Insatisfactorio 21,0%
Cumplimiento medidas de seguridad	Aceptable 56,0 %, Satisfactorio 17,0 %, Insatisfactorio 21,0%
Programa de salud pública	Aceptable 54,5 %, Satisfactorio 19,5 %, Insatisfactorio 21,0%
Concientización ambiental	Aceptable 55,5 %, Satisfactorio 16,0 %, Insatisfactorio 17,5%
Bajos nivel drogadicción	Aceptable 44,5 %, Satisfactorio 15,5 %, Insatisfactorio 22,5%
Seguridad ejecución actividades	Aceptable 56,5 %, Satisfactorio 18,0 %, Insatisfactorio 20,0%
Planes de emergencia y contingencias	Aceptable 55,0 %, Satisfactorio 16,0 %, Insatisfactorio 21,5%
Vigilancia, mantenimiento y control	Aceptable 54,5 %, Satisfactorio 13,5 %, Insatisfactorio 24,0%
Seguridad integral	Aceptable 57,0 %, Satisfactorio 11,0 %, Insatisfactorio 23,0%
Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la actividad y seguridad turística	Como se observa, el valor del índice según la escala tipo Likert obtiene una clasificación de ACEPTABLE, por tanto, su valor cuantitativo es igual a 3, según el reporte de salida del paquete estadístico IBM SPSS 20,0

Fuente: elaboración propia

Se debe destacar que, a los resultados anteriores explicados, se le realizó por medio del paquete estadístico, la prueba de fiabilidad, donde el coeficiente Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados es de 0,881, lo que satisface esta prueba estadística, además, se cumplimentó de igual modo, la prueba de coeficiente de correlación elemento-total corregida, donde se obtiene una puntuación para todos los ítems superior a la cota mínima prefijada de 0,40 según los requisitos que aparecen publicados en el Manual del usuario del sistema básico de IBM SPSS Statistics 25.0.

Cuadro 3.21 Ficha técnica del indicador Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la actividad y seguridad turística.

Objetivo del indicador	Proteger la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras
Nombre del indicador	Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la actividad y seguridad turística.

Descripción del indicador	En este indicador se relacionan básicamente la seguridad pública, social, médica, informativa, económica, de los servicios turísticos, y la seguridad de eventos.
Fórmula de cálculo	(Nro. de operadores turísticos, prestadores de servicios, visitantes y residentes que expresan según grado de satisfacción con los ítems de la seguridad turística/ Nro. total de personas encuestadas) *100
Criterio de medida	Unidad de Medida: Valor porcentual del grado de satisfacción (Muy insatisfactorio (1) Insatisfactorio (2) Aceptable (3) Satisfactorio (4) Muy satisfactorio (5) con la gestión sostenible del destino
Periodicidad de cálculo	Anual
Tendencia deseable	Creciente
Observaciones	No procede

Fuente: elaboración propia

Análisis de la competencia turística CT5: Sistema de información turística

Cuadro 3.22 Ficha técnica del indicador Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la información turística solicitada.

Objetivo del indicador	Contribuir a la planificación, control, divulgación y evaluación de la información turística que debe estar disponible para satisfacer la demanda que requiere los visitantes, turistas, excursionistas y miembros de la comunidad con relación a la oferta de productos y servicios turísticos.
Nombre del indicador	Índice de satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la información turística solicitada.
Descripción del indicador	Se define como un proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de la información de la actividad turística.
Fórmula de cálculo	(Nro. de operadores turísticos, prestadores de servicios, visitantes y residentes que expresan según grado de satisfacción con la información turística solicitada/ Nro. total de personas encuestadas) *100
Criterio de medida	Unidad de Medida: Valor porcentual del grado de satisfacción (Muy insatisfactorio (1) Insatisfactorio (2) Aceptable (3) Satisfactorio (4) Muy satisfactorio (5) con la información turística solicitada.
Periodicidad de cálculo	Anual
Tendencia deseable	Creciente
Observaciones	En la elaboración del instrumento que permita un diagnóstico de la información turística que solicitan los visitantes, turistas y excursionistas que llegan al destino Baños de Agua Santa, se debe incluir lo referente a los documentos y materiales elaborados para la difusión y dinamización de la oferta turística, folletos, publicaciones, guías, catálogos, redes sociales, páginas web de operadores turísticos en el destino, sitios web de divulgación de la oferta turística, videos promocionales, bases de datos de indicadores turísticos, formación de equipos de comercialización, creación de centros de información turística, estructuración del sistema de información turística, mercados emisores, recursos naturales y culturales,

Fuente: elaboración propia

Análisis de la competencia turística CT6: Promoción turística

Cuadro 3.23 Ficha técnica del indicador Número de operadores turísticos que ofrecen sus servicios en internet.

Objetivo del indicador	Promocionar los recursos naturales, culturales, atractivos y servicios turísticos que se ofertan en el destino de naturaleza y conocer el grado
-------------------------------	---

Autora: Toyis Edilma Cedeño Cevallos

	de incorporación de las nuevas tecnologías a la promoción y comercialización turística.
Nombre del indicador	Número de operadores turísticos que ofrecen sus servicios en internet
Descripción del indicador	Se define como al establecimiento que ofrece productos o servicios turísticos, generalmente contratados por él, e integrados por más de uno de los siguientes ítems: transporte, alojamiento, traslados, excursiones soportado en el uso de las herramientas online.
Fórmula de cálculo	$(\text{Nro. de establecimientos turísticos que utilizan el comercio electrónico} / \text{Total de establecimientos turísticos}) * 100$
Criterio de medida	Unidad de Medida: Valor porcentual del número de establecimientos que utilizan las nuevas tecnologías en la promoción y comercialización de productos y servicios turísticos.
Periodicidad de cálculo	Anual
Tendencia deseable	Creciente
Observaciones	Para el procesamiento y análisis de este indicador, se necesario conocer el inventario de la totalidad de establecimientos que ofertan determinado productos y servicios turísticos en el destino y elaborar un instrumento que permita recopilar datos relacionados con el uso de las nuevas tecnologías, que incluye, redes sociales, sitios web u otras herramientas.

Fuente: elaboración propia

Análisis de la competencia turística CT7: Fomento y desarrollo turístico

En relación con la última competencia turística que será objeto de análisis, la misma se identifica con los procesos de valor agregado, en este caso, lo referido a la Inversión y fomento turístico. En particular, se realiza una valoración con relación al diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios, como tema objeto de evaluación la creación de una CICLORUTA para diversificar el producto turístico en el destino Baños de Agua Santa.

Según Camargo (2013), una cicloruta se define como una ciclovía, carril bici, bici carril, bici senda, cicloruta, vía ciclista, o ciclopista, es el nombre genérico dado a parte de la infraestructura pública u otras áreas destinadas de forma exclusiva o compartida para la circulación de bicicletas. La Ciclovía puede ser cualquier carril de una vía pública que ha sido señalizado apropiadamente para este propósito o una vía independiente donde se permite el tránsito de bicicletas.

Independientemente de las distintas denominaciones que reciban en cada región, desde un punto de vista técnico las vías ciclistas se dividen, según sus características, en:

- Vías reservadas: Son aquellas rutas y caminos en los que se permite, además del tránsito de peatonal, la circulación de bicicletas, pero no la de automóviles, ni en ocasiones, otros vehículos de motor. Como ejemplo de vías reservadas son las vías verdes y las ciclovías a través de parques. En ciudades, las calles y espacios peatonales en los que estén permitidas la circulación de bicicletas no pueden considerarse vías reservadas (a bicicletas) puesto que prevalece en todo caso el derecho de los viandantes.

- Vías segregadas: Son aquellas que transcurren a lo largo de una ruta en la que también circulan vehículos de motor (carril-bici) o peatones (acera-bici) y que pretenden delimitar una porción específica del ancho de la vía para las bicicletas. Son muchos los estudios⁹ que muestran que las vías segregadas, a pesar de la percepción generalizada de seguridad que ofrecen, aumentan de hecho el peligro para los ciclistas en algunos cruces.

- Vías integradas: Son aquellas vías ciclistas que no están segregadas del tráfico, Son vías en las que los usuarios de bicicleta y los de vehículos de motor circulan por el mismo espacio, de acuerdo con las normas del tráfico comunes a todos los vehículos.

En el Cuadro 3.24 se describe el esquema metodológico para el diseño de un nuevo producto denominado Cicloruta turística en el destino Baños de Agua Santa para lo cual se proponen cinco fases dentro de las cuales se determina y se desarrolla el proceso de esta, donde se especifica cada una de las diferentes etapas que a continuación se describen.

Cada una de las fases propuestas se dividen en etapas, las mismas que se destacan por la formación de puntos estratégicos con la finalidad de llevar a cabo el proyecto ya mencionado, el mismo que incluye: Diagnóstico de estudio inicial, Proceso de desarrollo de estrategias, Parámetros de diseño e implementación, Seguridades técnicas de la cicloruta, finalmente Planificación gestión y financiamiento.

Cuadro 3.24 Estructura del procedimiento para el diseño de nuevos productos y servicios turísticos.

FASES	ETAPAS	MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
FASE I: Diagnóstico de estudio inicial	Etapa I.1: Recopilación de información general de Baños de Agua Santa. Etapa I.2: Inventarios de recursos y atractivos. Etapa I.3: Definición de actividades ofertadas en el destino.	Revisión de documentos Observación directa Ficha de inventario turístico. Técnicas de trabajo en grupo. Investigación de campo. Mapa de procesos.	Agenda turística cantón Baños 2015-2017. Plan estratégico de la Departamento de Turismo GAD Baños. Catastro municipal. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Baños. Sitios web cantón Baños.
FASE II: Elaboración de estrategias para el diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios.	Etapa II.1 Análisis FODA y elaboración de planes de acciones estratégicas. Etapa II.2 Inventario de la oferta turística temática del circuito	Revisión de documentos Observación directa Ficha de inventario turístico. Técnicas de trabajo en grupo. Investigación de campo.	Plan estratégico de la Unidad de Turismo GAD Baños Ficha técnica para descripción de inventario de atractivos naturales y culturales. Encuestas a operadores turísticos, directivos de

	e identificación del mercado objetivo.		agencias de viajes y visitantes.
FASE III: Diseño e implementación de nuevos productos y servicios: la cicloruta turística.	Etapa III.1 Trazado de la ruta Ubicación de los atractivos turísticos, servicios y actividades en el trazado de la cicloruta.	Revisión documental, Revisión de mapas turísticos, Uso de instrumentos de medición y localización: GPS, cronómetro y bicicleta de turismo. Servidor de aplicaciones de mapas: Google Maps	Plan estratégico de la Unidad de Turismo GAD Baños. Manual de Información Turística, Catastro turístico, Guía turística de Baños.
FASE IV: Análisis de la seguridad técnica de la cicloruta.	Etapa IV.1: Características de la cicloruta y señalización turística.	Revisión de documentos. Investigación de campo.	Plan Estratégico de Seguridad Turística GAD Baños. Manual de señalización turística del Ministerio de Turismo
FASE V: Planificación gestión y financiamiento	Etapa V.1: Estimación del presupuesto financiero y elaboración de cronograma de ejecución.	Modelos de elaboración de presupuestos. Gráfico de Gantt.	Plan estratégico de la Unidad de Turismo GAD Baños.

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta el análisis estadístico de ciento cincuenta unidades de estudio, aplicadas a los operadores turísticos, directivos de agencias de viajes y visitantes al destino de naturaleza Baños de Agua Santa, con el objetivo de la evaluación del indicador I7.1 Índice de satisfacción de visitantes, operadores turísticos y directivos de agencias de viajes con la oferta de nuevos productos y servicios turísticos. Se detalla la ficha técnica elaborada para el proceso de recopilación y procesamiento de la información preliminar:

Cuadro 3.25 Ficha técnica para la competencia turística CT7 Fomento y desarrollo turístico

Universo	Operadores turísticos, directivos de Agencias de viajes y visitantes nacionales e internacionales localizados en el destino objeto de estudio
Ámbito geográfico	Destino Turístico Baños de Agua Santa. Provincia de Tungurahua.
Tamaño Muestral	Para la determinación del tamaño de muestra que sería objeto de aplicación de los instrumentos se utilizó la fórmula de determinación del tamaño de muestra con afijación proporcional, prefijando un nivel de confiabilidad del 95 % y un 5 % de significancia del error, se obtiene un valor de n= 150 unidades de muestreo, a las cuales se le debe aplicar el instrumento de encuesta
Puntos de muestreo	Agencias de viajes y puntos de ventas de operadores turísticos
Nivel de representatividad	

Diseño Muestral	Muestreo no probabilístico, por cuota a criterio del investigador
Fecha de trabajo de campo	Información recopilada y procesada correspondiente a los meses de noviembre y diciembre año 2017 para los ítems propuestos en el instrumento
Información recogida	Aplicación de encuesta a Operadores turísticos, directivos de Agencias de viajes y visitantes nacionales e internacionales

Fuente: elaboración propia

Las variables identificadas para la evaluación de la propuesta de nuevos productos y servicios turísticos (**VER Anexo 12 y 13**) se detallan a continuación, de igual modo, se establece una escala tipo Likert definida como: Muy en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Indiferente (4) De acuerdo (4) Muy de acuerdo (5):

Cuadro 3.26 Resultados cuantitativos referidos al Índice de satisfacción de visitantes, operadores turísticos y directivos de agencias de viajes con la oferta de nuevos productos y servicios turísticos.

Género	Femenino 47,8 %, Masculino 52,2 %
Rango de edades	Entre 31 a 40 años 34,8 %, Entre 21 a 30 años 25,0%
Lugar de residencia	En Tungurahua 93,5 %
Estado civil	Casados 46,7 %, Solteros 32,6 5, Divorcios 13,0 %
Ocupación profesional	Empresario 44,6 %, Empleado 37,5 %
Formación profesional	Bachillerato 26,1 %, Técnica 23,9 %, Universitaria 39,1 %
Utilización de la bicicleta	Deporte 52,2 %, Recreación 41,3 %
Disfrute del paseo en la cicloruta	Con frecuencia 37,0 %, Casi siempre 21,7 %, A veces 20,7 %
Presupuesto de gasto promedio	Hasta 25,00 usd 88,0 %
Cicloruta como nueva oferta turística	De acuerdo 13,0 %, Muy de acuerdo 76,1 %
Cicloruta integrada oferta de servicios	De acuerdo 29,3 %, Muy de acuerdo 54,3 %
Cicloruta y servicio de señalización	De acuerdo 21,7 %, Muy de acuerdo 72,8 %
Cicloruta con servicios públicos	De acuerdo 16,3 % %, Muy de acuerdo 75,0%
Cicloruta y servicios de seguridad	De acuerdo 8,7 %, Muy de acuerdo 84,8%
Cicloruta y servicios de alquiler	De acuerdo 9,8 %, Muy de acuerdo 84,8 %
Cicloruta preferible áreas de esparcimiento	De acuerdo 8,7 %, Muy de acuerdo 89,1 %
Cicloruta integrada oferta productos y servicios	De acuerdo 7,6 %, Muy de acuerdo 85,9%
Cicloruta como contribución al conocimiento	De acuerdo 14,1 %, Muy de acuerdo 82,8 %
Cicloruta motivaría a visitantes	De acuerdo 3,3 %, Muy de acuerdo 93,5%
Cicloruta ayudaría integración oferta cicloturismo	De acuerdo 6,5 %, Muy de acuerdo 92,4 %
Cicloruta como proyecto turístico	De acuerdo 6,5 %, Muy de acuerdo 88,0 %
Cicloruta integrada al sistema de información	De acuerdo 5,4 %, Muy de acuerdo 91,3 %
Índice de satisfacción de visitantes, operadores turísticos y directivos de agencias de viajes con la oferta de nuevos productos y servicios turísticos	Como se observa, el valor del índice según la escala tipo Likert obtiene una clasificación de MUY DE ACUERDO, por tanto, su valor cuantitativo es igual a cinco según el reporte de salida del paquete estadístico IBM SPSS 20,0

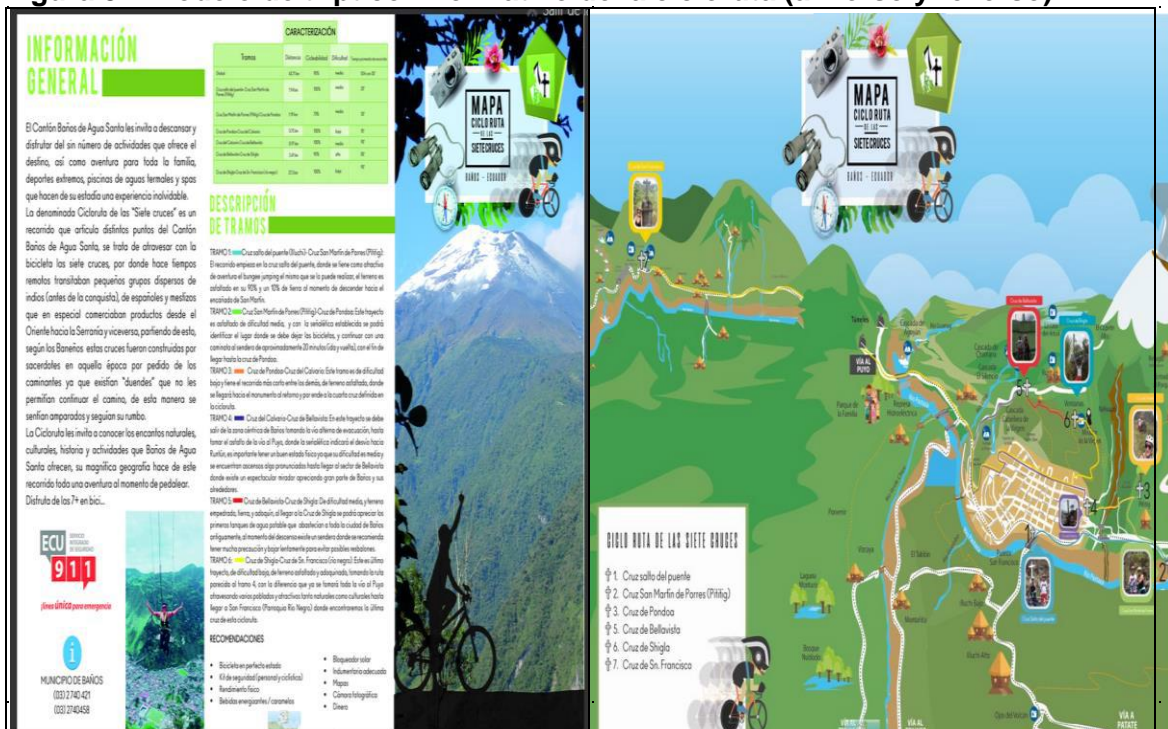
Fuente: elaboración propia

Se debe subrayar que el **Índice de satisfacción de visitantes, operadores turísticos y directivos de agencias de viajes con la oferta de nuevos productos y servicios**

turísticos, ha obtenido una evaluación cuantitativa de cinco puntos en la totalidad de los ítems presentados (trece aspectos consultados), lo que significa el consenso entre los operadores turísticos., directivos de Agencias de Viajes y visitantes consultados con relación a los atributos incorporados al diseño de un nuevo producto turístico, en este caso, la CICLORUTA. De igual modo, se realizó la prueba de fiabilidad, donde el coeficiente Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados es de 0,786, lo que satisface esta prueba estadística, además, se cumplimiento de igual modo, la prueba de coeficiente de correlación elemento-total corregida, donde se obtiene una puntuación para todos los ítems igual o superior a la cota mínima prefijada de 0,40 según los requisitos que aparecen publicados en el Manual del usuario del sistema básico de IBM SPSS Statistics 25.,0.

A continuación, se presentan detalles del tríptico informativo de la CICLORUTA, en el cual refleje información general de la ruta, atractivos, distancia, tiempos, dificultad, servicios entre otros, con el objetivo de promocionar y comunicar la nueva oferta de producto turístico en el ámbito del destino Baños de Agua Santa.

Figura 3.4 Modelo de tríptico informativo de la ciclорuta (anverso y reverso)



El diseño de una Cicloruta debe concebirse como la estructura de un producto turístico en sí o de varios productos turísticos concatenados de forma amena, con calidad y accesibilidad para el turista. La ruta puede conjugar uno o varios productos turísticos, es por ello, que requiere mayor nivel de alcance y de conjugar la acción de todos los agentes y gestores del turismo que congrega el tema, en términos cualitativos (mayormente culturales) o físicos (geográficos) y operativos.

Es oportuno señalar que el Departamento de Turismo en coordinación con el GADBAS, debe establecer el cronograma y presupuesto para introducir y financiar la propuesta de un nuevo producto turístico como la Cicloruta integrada a la oferta de actividades que se ofrece el destino de naturaleza Baños de Agua Santa, además de organizar de forma conjunta, la entrega de determinados incentivos a los visitantes, turistas y excursionistas que estén dispuestos a realizar la cicloruta completa, compartiendo su experiencia y exponiendo sus fotografías tomadas en cada uno de sus atractivos principales.

En la siguiente figura 3.5 se detalla algunos de los atractivos turísticos del recorrido que acompañan la Cicloruta en destino Baños de Agua Santa.

Figura 3.5 Estructura de la propuesta de Guía Turística de Baños de Agua Santa



Fuente: elaboración propia

Para concluir este apartado con relación al indicador objeto de estudio se presenta a continuación a la ficha técnica.

Cuadro 3.27 Ficha técnica del indicador Índice de satisfacción de visitantes, operadores turísticos y directivos de agencias de viajes con la oferta de nuevos productos y servicios turísticos.

Objetivo del indicador	Diseñar nuevos productos y servicios turísticos contribuye al desarrollo de la actividad turística, integrado a espacios naturales, lugares culturales, deportes extremos, instalaciones turísticas para el disfrute y ocio de los visitantes en el destino.
Nombre del indicador	Índice de satisfacción de visitantes, operadores turísticos y directivos de agencias de viajes con la oferta de nuevos productos y servicios turísticos.
Descripción del indicador	Se refiere a un producto y/o servicio que abarca tanto a los bienes físicos como a los servicios que caracterizan a un destino específico y que forman parte de la experiencia que vive un turista en el lugar. tiene componentes tangibles (como ruinas arqueológicas, una montaña o un museo), pero también intangibles (la hospitalidad de la gente, la calidad de atención). Sus características están dadas por la interacción y la combinación entre todos estos componentes, de particularidades muy diversas entre sí.
Fórmula de cálculo	$(\text{Nro. de operadores turísticos, prestadores de servicios, visitantes y residentes que expresan según grado de satisfacción con la oferta de nuevos productos y servicios turísticos} / \text{Nro. total de personas encuestadas}) * 100$
Criterio de medida	Unidad de Medida: Valor porcentual del grado de satisfacción (Muy insatisfactorio (1) Insatisfactorio (2) Aceptable (3) Satisfactorio (4) Muy satisfactorio (5) con oferta de nuevos productos y servicios turísticos.
Periodicidad de cálculo	Anual
Tendencia deseable	Creciente
Observaciones	Para el procesamiento y análisis de este indicador, se necesario conocer el inventario de recursos naturales, culturales, históricos y arqueológicos entre otros disponibles en el destino y que pueden constituir referentes para el diseño de nuevos productos y servicios turísticos en la localidad.

Fuente: elaboración propia

Por último, para diseñar un nuevo producto o una ruta ciclística temática que sea acorde al turismo de intereses especializados como es la naturaleza y los deportes extremos es preciso:

1. Conocer los tipos de turismo que se pueden desarrollar (las opciones y tipologías que engloba esta oferta).
2. Analizar las necesidades y tendencias de la demanda, así como los mercados emisores de turismo.
3. Detectar las oportunidades y avances que presenta la propia oferta turística.

La propuesta de la Cicloruta debe iniciar con la realización de un inventario turístico del lugar, la evaluación del producto turístico existente y la determinación de las condiciones mínimas de operación de los elementos que integran la potencial ruta turística: atractivos, servicios y accesos. El equipo diseñador debe tener en cuenta aspectos como:

determinación del área, el centro lineal de atracción de la ruta turística, el área de influencia de la ruta, su punto de origen, intermedio y llegada; y sus condiciones mínimas de operación para garantizar la operación óptima de circuitos, tours y excursiones.

Análisis de la competencia turística CT8 Capacitación y asistencia técnica

Cuadro 3.28 Ficha técnica de este indicador I8.1 Índice del número de personal de servicios requerido según categoría de perfil profesional que han recibido capacitación y asistencia técnica.

Objetivo del indicador	Necesidades de personal de servicios para satisfacer los requerimientos de la demanda de visitantes en la planta turística según perfil profesional
Nombre del indicador	Índice del número de personal de servicios requerido según categoría de perfil profesional que han recibido capacitación y asistencia técnica.
Descripción del indicador	Para la determinación de este indicador es necesario conocer la estructura de la plantilla para cada tipo de establecimiento turístico y recopilar la información relacionada con las actividades de capacitación y asistencia técnica.
Fórmula de cálculo	$(\text{Nro. de personal de servicios que han recibido capacitación y asistencia técnica} / \text{Nro. total de empleados en la actividad turística}) * 100$
Criterio de medida	Unidad de Medida: Valor porcentual del número de personal de servicios empleados según categoría de perfil profesional que han recibido capacitación y asistencia técnica
Periodicidad de cálculo	Anual
Tendencia deseable	Creciente
Observaciones	El Departamento de Turismo en la fase correspondiente al trabajo de campo no tenía disponible la información actualizada que permitiera realizar el proceso de evaluación de este indicador.

Fuente: elaboración propia

Conclusiones parciales Capítulo III

1. La instrumentación del procedimiento de carácter metodológico constituye un resultado importante en el contexto del proyecto de investigación, lo que permite al Departamento de Turismo en el GAB de Baños, disponer de una herramienta para la planeación, definición de objetivos y estrategias, dirigidas a la evaluación, seguimiento y monitoreo de las diferentes competencias turísticas objeto de estudio, lo cual cumplimenta con la recopilación, procesamiento y análisis de un conjunto de indicadores seleccionados y validados a partir de la aplicación de la Técnica Nominal de Grupo, para conocer el desempeño y los resultados cuantitativos como cualitativos de estas, así como, establecer un programa de acción encaminado a mejorar los aspectos donde los indicadores muestran resultados deficientes en relación con las actividades turísticas desarrolladas en el destino Baños de Agua Santa, lo que manifiesta la pertinencia y viabilidad de la aplicación de la Fase V: Monitoreo y seguimiento.

Conclusiones

En el desarrollo de la investigación la autora ha logrado cumplimentar el objetivo general y responder a la problemática enunciada, al abordar el tema de la gestión de las competencias turísticas asignadas al Departamento de Turismo del GAD Baños de Agua Santa, a partir de la propuesta de un modelo teórico y la estructuración de un procedimiento general para la demostración de su viabilidad y aceptabilidad práctica, por lo que se enumeran las principales conclusiones teóricas y prácticas:

1. En la elaboración del marco teórico referencial de la investigación, se ha estructurado con un orden lógico, al considerar la esencia e integralidad de la concepción del plan de marketing, la conceptualización de modelos de gestión en el turismo, competencias turísticas, productos y servicios turísticos, información turística, seguridad y señalética turística, entre otras temáticas de investigación, de valor teórico y práctico referenciado en la bibliografía consultada por prestigiosos autores en el ámbito nacional e internacional.
2. Se incluyen en la propuesta del modelo teórico y sus diferentes elementos que lo integran, el análisis del cumplimiento de los programas, planes y proyectos en el ámbito de la actividad turística local, sobre los que actuar, proporcionando información y evaluando el impacto de las diferentes dimensiones y componentes del sistema turístico que conforman el macroentorno del destino objeto de estudio.
3. Se describe un procedimiento general para la instrumentación del modelo teórico y la gestión de las competencias turísticas asignadas al Departamento de Turismo en los gobiernos autónomos descentralizados cantonales, estructurado en fases, etapas, técnicas y métodos, contenidas en su concepción teórica y práctica, acompañado de las técnicas cuantitativas y cualitativas descritos en el desarrollo del Capítulo II demostrando su pertinencia y viabilidad práctica, permitiendo obtener resultados de relevancia, lo que constituye una genuina herramienta que exige compromiso, planificación, implantación y control de la actividad turística en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa.
4. Finalmente, la identificación de un conjunto de indicadores para la realización de la evaluación de las competencias turísticas, ha contribuido en su esencia, a formar parte de la medición de los componentes del sistema turístico, integrado por la oferta y demanda turística, planta turística, comunidad local, infraestructura y equipamiento; las instituciones público y privado responsable de la planificación, organización, ejecución y control de la totalidad de actividades turísticas desarrolladas en el destino objeto de estudio, lo cual se fundamenta en la implementación del enfoque sistémico y de procesos en la concepción teórica del modelo propuesto.

Recomendaciones

En consideración a las principales conclusiones teóricas y prácticas derivadas de los resultados obtenidos en la investigación, no obstante, quedan contenidos que no fue posible desarrollar en su totalidad en algunas de las fases, por la no disponibilidad de información preliminar y como consecuencia se describen las siguientes recomendaciones:

1. Perfeccionar el proceso de recopilación de datos estadísticos disponible en el Departamento de Turismo para la instrumentación de la Fase IV Identificación de los indicadores de gestión de las competencias turísticas y la Fase V Monitoreo y seguimiento, con el objetivo de realizar una evaluación de la totalidad de los indicadores propuestos y permita un conocimiento más integral del comportamiento de cada una de las competencias turísticas asignadas.
2. Retomar los resultados del procedimiento general para hacer la propuesta al Departamento de Turismo de un Plan de Acción con el objetivo de mejorar los resultados obtenidos para cada una de las competencias turísticas evaluadas y acompañarlo de una sistemática valoración de los indicadores propuestos, lo que permite garantizar la eficacia y efectividad del procedimiento propuesto.
3. Proponer a la Dirección de Turismo de la provincia de Tungurahua, la realización de estudios similares en otros cantones con características similares, considerando la propuesta de procedimiento y realizando una adecuación de los indicadores en correspondencia con la modalidad turística predominante en el cantón objeto de estudio.

Referencias bibliográficas

1. Abdalla, M. S. (2017). Educational Management, Educational Administration and Educational Leadership: Definitions and General concepts. *SAS Journal of Educacional (SASJE)*, pp 326-329. Disponible en: www.researchgate.net/publication/325486196_Educational_Management_Educational_Administration_and_Educational_Leadership_Definitions_and_General_concepts.
2. Acosta F., A. (2014). "Análisis de la gestión turística del cantón Mejía (2001-2008) a través de los parámetros de descentralización". Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al Grado de: Magister en Educación y Desarrollo Social. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador, p. 103.
3. Alonso F., V. (2009). Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación e integración de factores críticos de éxito. Tesis doctoral. Universidad de las Palmas de Gran Canarias, p. 16-29. 2009. Disponible en: acceda.ulpgc.es/bitstream/10553/5515/2/0628686_00000_0000.pdf.
4. Amaya M., C. (2017). The perception of destination competitiveness by tourists. *Investigaciones Turísticas (14)*, pp. 1-20. Disponible en:
5. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/72115/1/Investigaciones-Turisticas_14_01.pdf.
6. Ammirato S. (2013). *Tourism Destination Management: A Collaborative Approach*. Department of Mechanical, Energy and Management Engineering, University of Calabria, 11p. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/284148938/download>.
7. Badie, F. (2017). A theoretical model for meaning construction through constructivist concept learning. *Models Are Everywhere*, 333 p. Disponible en: <file:///E:/Descargas/9783319295367-c1.pdf>.
8. Baños de Agua Santa. Plan estratégico cantonal de ecoturismo y ambiente. Lineamientos para la acción. (2011). Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Municipio de Baños de Agua Santa, Ecociencia y Fundación Natura. Disponible en: www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/41336.pdf
9. Barba Montatixe, D. (2016). Diseño de una cicloruta para diversificar el producto turístico en el destino Baños de Agua Santa. Proyecto de Titulación. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador, 86 p.
10. Beaud, S. (2018). El uso de la entrevista en las ciencias sociales. En defensa de la "entrevista etnográfica". *revista colombiana de antropología*. Vol. 54, No. 4, enero-junio 2018, pp. 175-218. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rcan/v54n1/0486-6525-rcan-54-01-00175.pdf>.
11. Beritelli, Bieger, Reinhold & Laesser, (2015). *The St.Gallen Model for Destination Management*. ISBN-978-3-9523471-9-5 University of St. Gallen. 1ra Edición, Suiza, 200 p. Disponible en: http://www.imp.unisg.ch/~media/internet/global/instituteundcenters/imp/bilder%20publikationen/orderform_sgdm_book.pdf.
12. Bigné, E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. ESIC, Madrid, 30 p.
13. Borges B., Y. (2013). Modo de fracaso del servicio y el análisis de efecto en el proceso de Alimentos y Bebidas. Caso de estudio: Hotel Meliá Las Antillas, 70 p.
14. Buhalis, D. (2000). "Marketing the competitive destination of the future", *Tourism Management*, 21, pp. 97-116.
15. Burch, T. (2018). Data, Models, Theory and Reality: The Structure of Demographic Knowledge, pp. 21-42. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/320403236_Data_Models_Theory_and_Reality_The_Structure_of_Demographic_Knowledge.

16. Camargo T., W. (2013). Propuesta metodológica para la priorización de la red de ciclorrutas y ciclo parqueaderos. Secretaría distrital de planeación. Alcaldía de Bogotá, 21 p., Recuperado de:
http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/OrdenamientoTerritorial/ViasTransporte/DOTS/aproximacion_a_la_definicion_de_secciones_viales.pdf
17. Cedeño Cevallos, T, Cuétara Sánchez, L. (2015). Modelo de gestión del turismo consciente desde el enfoque sistémico, de procesos y multidimensional en destinos rurales de Ecuador. VII Convención Científica Internacional de la Universidad de Matanzas. 14 p.
18. Cedeño Cevallos, T. (2015). Modelo teórico-metodológico para la gestión integral de destinos turísticos rurales en Ecuador. 1er Congreso Internacional de Turismo, Hotelería y Gastronomía, Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador, pp. 10-14.
19. Cedeño Cevallos, T. (2017). Modelación con enfoque multidimensional para la gestión de competencias turísticas. Baños de Agua Santa, Ecuador. CIUM' 2017, VIII Convención Científica Internacional de la Universidad de Matanzas. XI Encuentro Internacional de Ciencias Empresariales y Turismo, 26 p.
20. Cedeño Cevallos, T. (2017). Sistema de indicadores para la evaluación de la gestión sostenible de empresas y destinos turísticos en Ecuador. Ponencia presentada en la III Jornada Iberoamericana en saludo al día Mundial del Medio Ambiente – Ecuador, 20 p.
21. Cedeño C., T. (2018). Trabajo práctico investigativo II. Programa de Maestría en Administración de Empresa. Mención en Administración de Negocios. Universidad de Matanzas, 40 p.
22. Cedeño C. T., Cuétara S., L. (2018). La gestión de competencias turísticas y la sostenibilidad: destino Baños de Agua Santa, Ecuador. VIII Congreso Latinoamericano de Investigación Turística (CLAIT), México, 2018, 11 p.
23. Cedeño C., T., Cuétara S., L. (2019). Sistema de indicadores para la evaluación de competencias turísticas en Baños de Agua Santa, Ecuador.
24. Cosa, M., (2011). Gestión y estructura organizativa de las Organizaciones de Administración de Destinos. Universidad de Bari, pp.7-9. Disponible en:
http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA_16/Marcello_Cosa.pdf.
25. Conaghan, A. (2015). The Sustainable Management of a Tourism Destination in Ireland: A Focus on County Clare. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, pp. 62-87. Disponible en:
www.researchgate.net/publication/289538374_The_Sustainable_Management_of_a_Tourism_Destination_in_Ireland_A_Focus_on_County_Clare.
26. Crouch, G.I. (2010). "Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes", en *Journal of Travel Research*, vol. 29, No. 2, pp. 2329. Disponible en:
https://www.researchgate.net/publication/240703649_Destination_Competitiveness_An_Analysis_of_Determinant_Attributes
27. Cuétara S. L. (2015). Modelo de gestión del turismo consciente desde el enfoque sistémico, de procesos y multidimensional en destinos rurales de Ecuador. VII Convención Científica Internacional de la Universidad de Matanzas. CIUM' 2015. Disponible en:
http://www.ciummatanzascuba.com/index.php?module=abstracts/send_abstract_form
28. Cuétara S. L.; Cedeño C., T. (2017). Modelo de gestión para la medición de la actuación responsable en empresas de alojamiento turístico. Primera Convención Científica Internacional de la UTM, CCIUTM 2017, 10 p.
29. Cuétara S., L. (2017). Informe sobre la pertinencia de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas. Documento en formato pdf. Universidad Tecnológica Equinoccial, 2017. p. 23.

30. Díaz de Rada, V. (2007). Tipos de encuestas considerando la dimensión temporal. Universidad Pública de Navarra. Departamento de Sociología, pp. 131-145. Disponible en: <file:///E:/Descargas/81389-106135-1-PB.pdf>.
31. Diéguez C., I. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. Revista de Cultura y Turismo. CULTUR, año 05 - nº 02 - Ago/: 24, 2011 p.24. Disponible en: http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao2/artigo_7.pdf.
32. Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020". Cooperación Técnica nº ATN/FG-9903-EC Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/.../PLANDETUR-2020.pdf>
33. Dragičević, V. (2014). Business tourism destination competitiveness: a case of Vojvodina province (Serbia). University of Novi Sad, Faculty of Sciences, Department of Geography, Tourism and Hotel Management, 22 p. Disponible en: <file:///E:/Descargas/Binder5.pdf>.
34. Dredge, D.; Ford, E.-J. & Whitford, M. (2011). "Managing local tourism: building sustainable tourism management practices across local government divides". Tourism and Hospitality Research 11(2): 101-116. . Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/23745472?seq=1/action/showAdvancedSearch>
35. Ejarque, J. (2005). Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing, Madrid: Pirámide, 389 p.
36. Engwall, L. (2015). Defining management. Business Schools, Consultants, Media, 32 p. Disponible en: https://www.sbs.su.se/polopoly_fs/1.299652.1475066218!/menu/standard/file/Defining%20Management%20Extract.pdf.
37. Gallego G., A. (2014). Indicadores de sostenibilidad turística. Trabajo de fin de grado. Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de Ourense, p. 97. Disponible en: <http://datos.bne.es/edicion/a5606306.html>.
38. Ghanem, J. (2017). Conceptualizing "the Tourist": A critical review of UNWTO definition. Master Thesis. Màster en Direcció i Planificació del Turisme Universitat de Girona, Faculty of Tourism, 43 p. Disponible en: https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/14825/GhanemJoey_Treball.pdf.
39. Gómez R., D. (2016). Revisión documental, una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios. Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio, Bogotá, 11 p. Disponible en: [file:///E:/Descargas/Dialnet-RevisionDocumentalUnaHerramientaParaElMejoramiento-6294862%20\(1\).pdf](file:///E:/Descargas/Dialnet-RevisionDocumentalUnaHerramientaParaElMejoramiento-6294862%20(1).pdf).
40. González G., R., (2011). «Modelo de estructuración territorial de servicios turísticos: destino Camagüey», Retos Turísticos Vol. 10, No 1-2: 8. Disponible en: <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retos/issue/view/12>.
41. Goodwin, H. (2017). The Challenge of Overtourism. Responsible Tourism Partnership Working Paper 4. October 2017, 19 p. Disponible en: <aroldgoodwin.info/pubs/RTP'WP4Overtourism01'2017.pdf>.
42. Harrison, D. (2016). Development theory and tourism in developing countries: what has theory ever done for us? Middlesex University, London, U.K., IJAPS, Vol. 11, Supplement 1, pp. 53–82. Disponible en: <http://ijaps.usm.my/wp-content/uploads/2015/09/IJAPS-113-Special-Issue-2015-Art.-3-53-821.pdf>.
43. Hernández N., A.; Medina L., A.; Nogueira R.; D. (2009). Criterios para la elaboración de mapas de procesos. Particularidades para los servicios hospitalarios. Revista de Ingeniería Industrial. Vol. XXX, No 2/7. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/3604/360433569002.pdf>
44. Humphrey-Murto, S. (2017). The Use of the Delphi and Other Consensus Group Methods in Medical Education Research: A Review. Academic Medicine, Vol. 92, No. 10 / October, 1491–1498.



45. Ivars B., J. (2014). Nuevos enfoques en gestión turística: el programa de agrupaciones empresariales innovadoras en España. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles N.º 66 - 2014, pp. 369-395. Disponible en: <file:///E:/Descargas/Dialnet-NuevosEnfoquesEnGestionTuristica-4903382.pdf>.
46. Ivars B., J. (2018). El enfoque integral de los destinos turísticos inteligentes (DTI) en áreas litorales: alcance, progresos y limitaciones, pp 1-6. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/326231461_el_enfoque_integral_de_lo_s_destinos_turisticos_inteligentes_dti_en_areas_litorales_alcance_progresos_y_limitaciones.
47. IBM SPSS. (2017). Guía breve de estadísticos 25, 106 p. Disponible en: file:///E:/Descargas/IBM_SPSS_Statistics_Brief_Guide.pdf.
48. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2013). Sistema de Cuentas Nacionales de México, 101 p. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/tur/>
49. Jiménez B., P. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. Universidad del Mar, Campus Huatulco, Santa Cruz, 19 p. Disponible en: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N04/v21n4a10.pdf>.
50. Jiménez V., B. (2010). «Modelo de medición de excelencia empresarial en agencias de viajes», Revista Retos Turísticos, Vol. 9, No 3, p. 6. Disponible en: <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/issue/view/13>.
51. López-Roldán, P. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Universitat Autònomo de Barcelona, 41 p. Disponible en: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
52. Maino, M y Kobrich, C. (2012). "Uso del análisis multicriterio en el ámbito de las políticas públicas para el desarrollo sustentable". Disponible en: http://www.conama.cl/nuestra_institucion.
53. Márquez O. L; Cuétara S. L; Frías J. R. (2013). Desarrollo sostenible en destinos turísticos. Turismo y desarrollo local. Instituto Universitario de Tecnología José Antonio Anzoátegui, 283 p. ISBN: 978-980-12-4869-9. Disponible en: http://servicio.bc.uc.edu.ve/multidisciplinarias/estudios_culturales/num10/art19.pdf
54. Marakova, V. (2016). Innovation in tourism destinations. Forum Scientiae Oeconomia Volume 4 No. 1, pp 33-43. Disponible en: <http://www.wsb.edu.pl/container/FORUM%20SCIENTIAE/forum%202016%20nr%201/kwartalnik-1-2016-3.pdf>.
55. Medina M., C. (2009). Destinos turísticos y fidelización, ¿cuestión de tipología? Estudios Turísticos, n.o 180 (2009), pp. 115-127. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/83619/ARTICULO%20-%20Destinos%20tur%3%ADsticos%20y%20fidelizaci%3%B3n%2C%20%2BFcuesti%3%B3n%20de%20tipolog%3%ADas.pdf>.
56. Mendoza L., R. (2012). "Consideraciones entorno a la gestión ambiental en el cantón Baños de Agua Santa: Sociedad civil, democracia y desarrollo sustentable". Maestría en Estudios Socio Ambientales. FLACSO sede Ecuador. Quito, 110 p.
57. MICENTUR. (2014). Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos. Programa de Cooperación al Desarrollo Económico. Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO Embajada de Suiza en Perú. Disponible en: http://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf.
58. MICENTUR. (2014). Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos. Programa de Cooperación al Desarrollo Económico. Secretaría de Estado para Asuntos Económicos, Perú, 34 p.
59. Ministerio de Turismo, Ecuador. (2012). Matriz de competencias turísticas. Disponible en: <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd38/Ecuador/Acu85-06.pdf>

60. Ministerio de Turismo. (2007). Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020". Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>.
61. Ministerio de Turismo. (2008). Ley de Turismo. Capítulo X. Protección al consumidor de servicios Turísticos. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
62. Ministerio de Turismo (2014). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014., 115 p. Disponible en: http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf.
63. Ministerio de Turismo. (2014). Programa Nacional para la excelencia turística 2014-2017, 85 p. Disponible en: http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf.
64. Ministerio de Turismo. (2015). Proyecto Ecuador potencia turística, pp. 5-40. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp.../05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Turística.pdf>.
65. Norma Internacional ISO 9001:2008. (2008). Grupo de Trabajo "Spanish Translation Task Group" del Comité Técnico ISO/TC 176, 10 p. Disponible en: <http://www.hacienda.gov.py/web-hacienda/concurso/Normativas/Norma%20ISO%209001-2008.pdf>
66. Ocaña Zambrano, W. (2013). Turismo como alternativa de desarrollo territorial: estudio de caso Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua. Tesis para obtener el título de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Desarrollo Local y Territorial. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador, p. 114.
67. Olaz C., A. (2013). La técnica de grupo nominal como herramienta de innovación docente. Revista de la Asociación de Sociología de la Educación | www.ase.es/rase | vol. 6, núm. 1: 114-121. Disponible en: <file:///E:/Descargas/Dialnet-LaTecnicaDeGrupoNominalComoHerramientaDelInnovacion-5144608.pdf>.
68. Organización Mundial del Turismo. (2018). Informe anual de la Organización Mundial del Turismo sobre sus actividades de asistencia técnica. Comisión de la OMT para las Américas, 19 p. Disponible en: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/3_informe_del_sg.pdf
69. Pearce, Douglas G. (2016). Modelos de gestión de destinos. Síntesis y evaluación. Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 25, núm. 1, pp. 1-16. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina.
70. Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021. (2017). Consejo Nacional de Planificación, 674 p. Disponible en: https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf.
71. Reinoso, A. (2017). Observación Directa Según Autores, 31 p. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/357361266/Observacion-Directa-Segun-Autores>.
72. Ritchie, J. & Crouch, G. (2010). A model of destination competitiveness/ sustainability: Brazilian perspectives. Rap — Rio de Janeiro 44(5):1049-1066. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v44n5/v44n5a03.pdf>.
73. Risteski, M.; Kocevski, J. & Arnaudove, K. (2012). "Spatial planning and sustainable development as basis for developing competitive tourist destinations". Procedia-Social and Behavioral Sciences 44: 375-386, Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/82570962.pdf>.
74. Rodríguez E., G. (2010). El enfoque de procesos como principio básico de los sistemas de gestión de la calidad. Revista Científica Avances, Vol. 12, No 1; enero-marzo de 2010, ISSN 1562-3297, 10 p.

75. Rodríguez M., M. (2014). «Productos turísticos integrados en el destino Viñales. Propuesta de procedimiento», Revista Retos Turísticos, Vol. 2 No. 1, 14 p. Disponible en: <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/issue/view/5>.
76. Rubio, G., A. (2013). "Turismo, sociedad y desarrollo". En: Sociología del Turismo. Ángeles Rubio Gil, coordinadora. Barcelona, España. Ariel Turístico, pp.34-45.
77. Ruiz M., M. (2012). Técnicas e instrumentos de investigación, pp. 2-8, Disponible en:
http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html.
78. Samantha A. L., (2017). Concepts, theoretical models: integrative review. International Medical, Society, Vol. 10, No. 166, 6 p. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/317273969_Concepts_theoretical_models_and_nursing_theories_integrative_review.
79. Sánchez R., M., (2011). La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Departamento de Economía Aplicada y Organización de Empresas Universidad de Extremadura, España, pp. 3-10. Disponible en: <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/4269?show=full>.
80. Sánchez T., D. (2017). La competitividad turística de Ecuador, período de análisis 2007-2015. Proyecto de Tesis de Maestría. Pontificia Universidad Católica de Ecuador, pp 26-34. Disponible en:
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13318/Tesis%20Daniela%20S%C3%A1nchez%20%20pdf>.
81. Sancho P., A. et al. (2001). Introducción al turismo, OMT, Madrid. Disponible en: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>.
82. Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017). Disponible en:
<http://www.documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
83. Sepúlveda, S. (2012). "Metodología para estimar el nivel de desarrollo sostenible en espacios territoriales", Costa Rica.
84. SERNATUR. (2008). Guía metodológica para la elaboración del programa de trabajo. Gestión integral de destinos ZOIT 2008. Disponible en: <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/downloads/2011/02/GuiaMetodologicaProgramasZOIT2008-VersionFinal12-0071.pdf>.
85. Soria L., E. (2014). «Proyección del Modelo FUZZY-SECTUR para evaluar el potencial turístico de un territorio», Retos Turísticos, Vol. 13 No. 3, 12 p., 2014, Desarrollo de Productos Turísticos. Disponible en:
<http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/issue/view/16>.
86. Torres M., P. (2014). Algunas consideraciones sobre la medición de la competitividad de destinos turísticos. Revista Retos Turísticos, Vol. 2 No. 2, 12 p. Disponible en: <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/issue/view/6>.
87. Torres, T., Sala, M., Farré, M. (2013). O turismo sostible nas marcas turísticas de Cataluña [El turismo sostenible en las marcas turísticas de Cataluña]. Revista Galega de Economía, 22 (1), 51-72.
88. Twineyo, K., L. (2017). The basics of business management Vol. I. Leadership, financial, management and economics, 284 p. Disponible en: http://www.koleggi-juridica.org/new_web/wp-content/uploads/2017/04/The-Basics-of-Business-Management-%E2%80%93-Vol-I.pdf.
89. UNWTO. (2016). Terminology within Destination Management and Quality, 2 p. Disponible en: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/terminologydm.pdf>.
90. Valls, J. (2004). "Gestión de Destino Turístico Sostenible", Ediciones Gestión 2000, Barcelona, España, pp. 17-24.

91. Vidal L., V. (2016). Revisión documental del proceso de investigación. Universidad Tecnológica de Pereira, pp. 1-5. Disponible en: <https://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/1000/1771/1771.pdf>.
92. Weiss, W. (2015). Fundamentals of Model Theory. Department of Mathematics University of Toronto, 64 p. Disponible en: http://www.math.toronto.edu/weiss/model_theory.pdf
93. Zemla, M. (2016). Tourism destination: The networking approach. Institute of Geonics, The Czech Academy of Sciences, 13 p. Disponible en: https://www.geonika.cz/EN/research/ENMGRCIanky/2016_4_ZEMLA.pdf.

ANEXOS

Anexo 1: Principales síntomas identificados en el destino Baños de Agua Santa.

Tabla 1.1. Principales síntomas identificados en las sesiones de Trabajo en Grupo en el departamento de Turismo en el destino Baños de Agua Santa.

No	Principales síntomas identificados	Puntuación	P1	P2	P3	P4	P5
1	Desarrollo de nuevas ofertas de productos y servicios turísticos	7	X	-	-	-	-
2	Calidad de actividades y prestación de servicios	7	X	-	-	-	-
3	Seguridad turística	6	-	X	-	-	-
4	Formación y capacitación técnica de prestadores de servicios	5	-	-	X	-	-
5	Oficinas de Información y atención al turista ITUR	6	-	X	-	-	-
6	Conservación de recursos naturales y atractivos	5	-	-	X	-	-
7	Planes y programas de desarrollo turístico	5	-	-	X	-	-
8	Metodologías para inventario turístico	4	-	-	-	X	-
9	Promoción y comercialización del destino	6	-	X	-	-	-
10	Infraestructura y equipamiento	4	-	-	-	X	-
11	Gestión de competencias turísticas	7	X	-	-	-	-
12	Programas de señalización turística	5	-	-	X	-	-

Fuente:

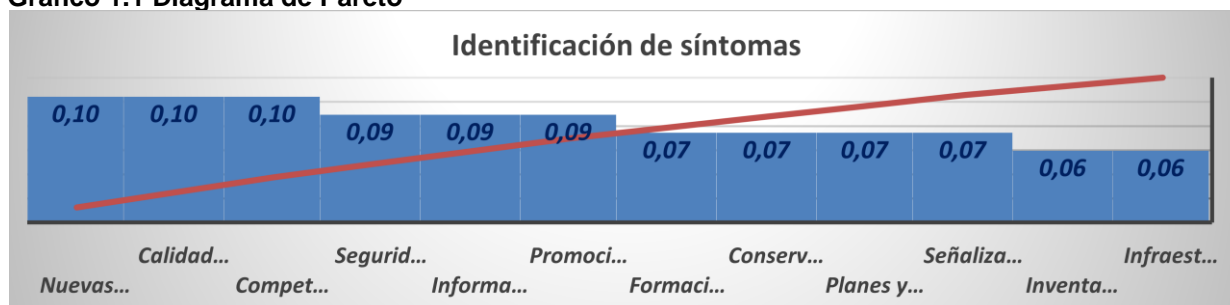
Elaboración propia

Tabla 1.2 Tabla de frecuencias estadísticas para cada uno de los síntomas de la problemática objeto de estudio

Identificación de síntomas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Desarrollo de nuevas ofertas de productos y servicios turísticos	7	0,10	0,10	0,10
Calidad de actividades y prestación de servicios	7	0,10	0,10	0,20
Seguridad turística	6	0,09	0,09	0,29
Formación y capacitación técnica de prestadores de servicios	5	0,07	0,07	0,36
Oficinas de Información y atención al turista ITUR	6	0,09	0,09	0,45
Conservación de recursos naturales y atractivos	5	0,07	0,07	0,52
Planes y programas de desarrollo turístico	5	0,07	0,07	0,61
Metodologías para inventario turístico	4	0,06	0,06	0,67
Promoción y comercialización del destino	6	0,09	0,09	0,76
Infraestructura y equipamiento	4	0,06	0,06	0,82
Gestión de competencias turísticas	7	0,10	0,10	0,92
Programas de señalización turística	5	0,07	0,07	1,000
TOTAL	67	1,000	1,000	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1.1 Diagrama de Pareto



Fuente: Obtenido del paquete Microsoft EXCEL Profesional

Anexo 3. Caracterización del análisis de la demanda turística que participa de las actividades turísticas que se oferta en el destino de Baños de Agua Santa.



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y SERVICIOS
ESTUDIO DE LA DEMANDA TURÍSTICA**

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información acerca de la caracterización del perfil del visitante que participa de las actividades turísticas que se oferta en el destino de Baños de Agua Santa. Le agradecemos su colaboración en responder con sinceridad necesaria las siguientes interrogantes que a continuación se describen:

1. **Género:** Femenino __ Masculino __
2. **Edad:** Hasta 20 años __ entre 21-35 años __ entre 36-50 años __ entre 51-65 años __ más de 66 años __
3. **Lugar de residencia:** País _____ Ciudad _____ Cantón _____
4. **Composición del grupo de viaje:** Sólo __ Con la familia __ Con su pareja __ Con amigos __ Con familiares y amigos __ Con compañeros de trabajo __ Otra __
5. **Frecuencia de visita al destino:** Siempre __ Casi siempre __ En feriados __ En vacaciones __ Casi nunca __
6. **Medios de organización del viaje:** Agencias de viajes __ Sitios web __ Organización propia __
7. **Medios de información consultados:** Televisión __ Radio __ Periódicos o revistas __ Publicidad __ Internet __ Recomendación de familiares y/o amigos __ Otros medios __
8. **Tipo de visitante:** Turista __ Excursionista __
9. **Motivaciones para visitar el destino:** Deportes extremos __ Cultura __ Recreación __ Naturaleza __ Compra __ Atención al cliente __ Calidad del entorno __ Descanso o placer __ Visita a familiares __ Negocios __ Parques temáticos __ Otras __
10. **Medio de transporte utilizado:** Auto propio __ Auto de alquiler __ Autobús __ Otros __
11. **Tipo de alojamiento utilizado:** Hostales __ Hoteles __ Villas __ Casas de rentas __
12. **Principales actividades realizadas en el destino:** Deportes extremos __ Naturaleza __ Salud __ Cascadas __ Gastronomía __ Religiosas y culturales __ Compras __ Otras __
13. **Satisfacción con la oferta turística:** Muy satisfecho __ Satisfecho __ Insatisfecho __ Muy insatisfecho __
14. **Intención de volver a visitar el destino:** Definitivamente sí __ Probablemente sí __ Indeciso __ Probablemente no __ Definitivamente no __

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 4. Estudio de la demanda turística. Caracterización del análisis de la demanda turística que participa de las actividades que se ofertan en el destino de Baños de Agua Santa.

Reporte de salida del paquete estadístico profesional IBM SPSS 20,0

Variable Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hasta 20 años	50	16,9	16,9	16,9
Entre 21-35 años	131	44,4	44,4	61,4
Entre 36-50 años	108	36,6	36,6	98,0
Entre 51-65 años	6	2,0	2,0	100,0
Total	295	100,0	100,0	

Variable Formación académica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	1	,3	,3	,3
Bachillerato	147	49,8	49,8	50,2
Válidos Técnica	117	39,7	39,7	89,8
Universitaria	30	10,2	10,2	100,0
Total	295	100,0	100,0	

Variable Duración de la visita

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De uno a dos días	259	87,8	87,8	87,8
De tres a cinco días	30	10,2	10,2	98,0
Más de seis días	6	2,0	2,0	100,0
Total	295	100,0	100,0	

Variable Presupuesto de gastos promedio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hasta 25,00 usd	58	19,7	19,7	19,7
Entre 26,00 a 40,00 usd	89	30,2	30,2	49,8
Válidos Entre 41,00 a 55,00 usd	99	33,6	33,6	83,4
Más de 56,00 usd	49	16,6	16,6	100,0
Total	295	100,0	100,0	

Variable Medios de organización del viaje

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Agencias de viajes	126	42,7	42,7	42,7
Internet	72	24,4	24,4	67,1
Organización propia	97	32,9	32,9	100,0
Total	295	100,0	100,0	

Anexo 5. Evaluación nivel de satisfacción de la comunidad local con la actividad turística desarrollada en el destino Baños de Agua Santa



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y SERVICIOS
SATISFACCIÓN DE LA COMUNIDAD LOCAL**

Solicitamos su colaboración respondiendo el siguiente cuestionario, sus criterios y opiniones facilitarán el mejoramiento de la gestión de la actividad turística en la zona seleccionada. La presente investigación tiene como objetivo evaluar por parte de la comunidad local su nivel de satisfacción con la actividad turística desarrollada en su localidad. Por favor, indique el grado de satisfacción o insatisfacción con los siguientes aspectos. Marcar con un círculo el número adecuado, utilizando la escala que encontrara a continuación.

Muy insatisfactorio (1) Insatisfactorio (2) Aceptable (3) Satisfactorio (4) Muy satisfactorio (5)

1. Género: Femenino Masculino
2. Edad: Menos de 25 Entre 26 y 35 Entre 36 y 45 Entre 46 y 55 Entre 56 y 65 Más de 66
3. Ocupación actual: Estudiante Empleado Empresario Jubilado Desempleado Ama de casa
4. Formación profesional: Primaria Secundaria Bachillerato Técnica Universitaria

Nº	INDICADORES DE SATISFACCIÓN	MI	I	A	S	MS
1	La actividad turística tiene un impacto positivo para la comunidad local.	1	2	3	4	5
2	La comunidad local se beneficia de la actividad turística.	1	2	3	4	5
3	La actividad turística en mi localidad genera beneficios socioeconómicos como oportunidades de empleo estable	1	2	3	4	5
4	La actividad turística en mi localidad genera servicios sociales que mejoran la calidad de vida de los residentes	1	2	3	4	5
5	La actividad turística en mi localidad mejora los servicios públicos.	1	2	3	4	5
6	La actividad turística en mi localidad contribuye al mejoramiento de la seguridad ciudadana.	1	2	3	4	5
7	La actividad turística en mi localidad contribuye al mejoramiento de los valores personales en la comunidad.	1	2	3	4	5
8	La actividad turística en mi localidad promueve otras actividades económicas y de servicios.	1	2	3	4	5
9	La actividad turística en mi localidad contribuye a la conservación del medio ambiente.	1	2	3	4	5
10	La actividad turística en mi localidad facilita el acceso de los miembros de la comunidad a los productos y servicios turísticos.	1	2	3	4	5
11	La actividad turística en mi localidad promueve la cultura, costumbres, tradiciones y gastronomía local.	1	2	3	4	5
12	La actividad turística en mi localidad limita la disponibilidad de recursos, agua, transporte, energía, entre otros, para la comunidad.	1	2	3	4	5
13	La actividad turística en mi localidad mejora la infraestructura de viales, transporte, tecnologías de comunicación, comercio, entre otros.	1	2	3	4	5
14	La actividad turística en mi localidad cuenta con la participación de la comunidad local.	1	2	3	4	5
15	Los recursos monetarios, impuestos y otros ingresos generados por la actividad turística en mi localidad se invierten en la comunidad local.	1	2	3	4	5
16	La actividad turística en mi localidad contribuye al desarrollo social, cultural, económico, ambiental, entre otras.	1	2	3	4	5
17	Su estado de satisfacción con la actividad turística en su localidad.	1	2	3	4	5

Anexo 6 SATISFACCIÓN DE LA COMUNIDAD LOCAL. Evaluación nivel de satisfacción de la comunidad local con la actividad turística desarrollada en el destino Baños de Agua Santa. Reporte de salida del paquete estadístico profesional IBM SPSS 20,0

Estadísticos			Impacto positivo en la comunidad			
Impacto positivo en la comunidad			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
N	Válidos	152				
	Perdidos	0				
Moda		4				
Desv. típ.		,571				
Varianza		,326				
Rango		4				
Mínimo		1				
Máximo		5				
			Muy insatisfactorio	1	,7	,7
			Satisfactorio	83	54,6	55,3
			Muy satisfactorio	68	44,7	100,0
			Total	152	100,0	100,0

Estadísticos			Beneficia la comunidad local			
Beneficia la comunidad local			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
N	Válidos	152				
	Perdidos	0				
Moda		5				
Desv. típ.		,476				
Varianza		,227				
Rango		1				
Mínimo		4				
Máximo		5				
			Satisfactorio	52	34,2	34,2
			Muy satisfactorio	100	65,8	100,0
			Total	152	100,0	100,0

Estadísticos			Genera beneficios socio económicos			
Genera beneficios socioeconómicos			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
N	Válidos	152				
	Perdidos	0				
Moda		4				
Desv. típ.		,527				
Varianza		,277				
Rango		2				
Mínimo		3				
Máximo		5				
			Aceptable	3	2,0	2,0
			Satisfactorio	88	57,9	59,9
			Muy satisfactorio	61	40,1	100,0
			Total	152	100,0	100,0

Anexo 7. Evaluación del índice de sostenibilidad turística en el destino Baños de Agua Santa



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y SERVICIOS
EVALUACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD
TURÍSTICA**

Solicitamos su colaboración respondiendo el siguiente cuestionario, sus criterios y opiniones facilitarán el proceso de evaluación de la sostenibilidad turística en el destino Baños de Agua Santa. Por favor, indique el grado de satisfacción o insatisfacción con los siguientes aspectos. Marcar con un círculo el número adecuado, utilizando la escala que encontrara a continuación.

Muy insatisfactorio (1) Insatisfactorio (2) Aceptable (3) Satisfactorio (4) Muy satisfactorio (5)

5. Género: Femenino___ Masculino___
6. Edad: Menos de 25___ Entre 26 y 35___ Entre 36 y 45___ Entre 46 y 55___ Entre 56 y 65___ Más de 66___
7. Ocupación actual: Estudiante___ Empleado___ Empresario___ Jubilado___ Desempleado___ Ama de casa___
8. Formación profesional: Primaria___ Secundaria___ Bachillerato___ Técnica___ Universitaria___

Nº	INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD	MI	I	A	S	MS
1	Proporción de la actividad económica local generada por el turismo	1	2	3	4	5
2	Certificaciones ambientales concedidas al destino turístico	1	2	3	4	5
3	Tasa de empleo en la actividad turística	1	2	3	4	5
4	Consumo y calidad del abastecimiento de agua potable lts/hab	1	2	3	4	5
5	Reutilización del agua lts/hab	1	2	3	4	5
6	Calidad de la atmósfera y confort climático	1	2	3	4	5
7	Consumo energético Kw/han	1	2	3	4	5
8	Inversiones realizadas en la obtención de energías renovables	1	2	3	4	5
9	Programas de gestión ambiental implementados en el destino	1	2	3	4	5
10	Prevención de los riesgos naturales en la planificación urbana	1	2	3	4	5
11	Programas de conservación ambiental implementados en el destino	1	2	3	4	5
12	Programas de conservación de la biodiversidad biológica	1	2	3	4	5
13	Tratamiento de residuos sólidos y aguas residuales por residente	1	2	3	4	5
14	Programas de control de la contaminación acústica	1	2	3	4	5
15	Nivel de satisfacción de la comunidad local con la actividad turística	1	2	3	4	5
16	Programas de educación ambiental	1	2	3	4	5
17	Participación de la comunidad local en la actividad turística	1	2	3	4	5
18	Utilización sostenible del suelo	1	2	3	4	5
19	Equipamientos de uso público en espacios naturales protegidos	1	2	3	4	5
20	Nivel de satisfacción de visitantes con la oferta turística en el destino	1	2	3	4	5
21	Control del cumplimiento de las ordenanzas ambientales	1	2	3	4	5
22	Calidad de vida percibida por la comunidad local	1	2	3	4	5
23	Número y estructura de las empresas de servicios turísticos	1	2	3	4	5
24	Grado de preservación de los recursos turísticos	1	2	3	4	5

Anexo 8. Resultados cuantitativos de los ítems que caracterizan el desempeño de prestadores de servicio turísticos en el destino Baños de Agua Santa.

Variable Cuál es su valoración con relación al desarrollo de la actividad turística en el en el destino Baños de Agua Santa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Completamente desarrollado	37	24,7	24,7	24,7
	Muy desarrollado	110	73,3	73,3	98,0
	Medio desarrollado	2	1,3	1,3	99,3
	Nada desarrollado	1	,7	,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Reporte de salida del paquete estadístico profesional IBM SPSS 20,0

Variable Qué tipo de servicio brinda su emprendimiento turístico en el destino Baños de Agua Santa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Transporte	4	2,7	2,7	2,7
	Alojamiento	58	38,7	38,7	41,3
	Alojamiento-Restauración	26	17,3	17,3	58,7
	Restauración	3	2,0	2,0	60,7
	Restauración-Bar	13	8,7	8,7	69,3
	Bar	16	10,7	10,7	80,0
	Agencias de viajes	2	1,3	1,3	81,3
	Financieras	10	6,7	6,7	88,0
	Cultural	15	10,0	10,0	98,0
	Operador Turístico	3	2,0	2,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Variable Qué tiempo de funcionamiento tiene su emprendimiento turístico en el en el destino Baños de Agua Santa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hasta un año	11	7,3	7,3	7,3
	Entre 2-4 años	42	28,7	28,0	35,3
	Entre 5-7 años	90	60,0	60,0	95,3
	Más de 7 años	7	4,7	4,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Variable Cuáles son los períodos de funcionamiento de mayor demanda de su emprendimiento turísticos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Feridos	50	33,3	33,3	33,3
	Vacaciones	65	43,3	43,3	76,7
	Fin de año	7	4,7	4,7	81,3
	Semana Santa	1	,7	,7	82,0
	Carnaval	11	7,3	7,3	89,3
	Fechas Históricas	13	8,7	8,7	98,0
	Todo el año	3	2,0	2,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Anexo 9. Estructura de instrumento para recopilación de información con relación a la protección del turista



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y SERVICIOS
ENCUESTA DE SEGURIDAD TURÍSTICA**

Estimado visitante, solicitamos su cooperación para responder la siguiente encuesta con el objetivo recopilar información acerca de su satisfacción con la seguridad turística en el destino Baños de Agua Santa. Marcar con un círculo el número adecuado, utilizando la escala que encontrara a continuación: **Muy insatisfactorio (MI) Insatisfactorio (I) Aceptable (A) Satisfactorio (S) Muy satisfactorio (MS)**

- Género:** Femenino ____ Masculino ____
- Edad:** Hasta 20 años __ entre 21-35 años __ entre 36-50 años __ entre 51-65 años __ más de 66 años __
- Lugar de residencia:** País: _____ Cantón: _____ Ciudad: _____
- Viaja con:** Sólo __ Con la familia __ Con su pareja __ Con amigos __ Con familiares y amigos __ Con compañeros de trabajo __ Otra __
- Estancia en el destino:** De uno a dos días _____ De tres a cinco días __ Más de cinco días: _____
- Frecuencia de visita al destino:** Siempre _____ En feriados ____ En vacaciones ____
- Motivaciones para visitar el destino:** Gastronomía __ Deportes extremos __ Seguridad __ Naturaleza __ Calidad del entorno __ Descanso o placer __ Cultura __ Religión __ Compras __ Otras __

Aspectos para evaluar de seguridad turística en el destino Baños de Agua Santa	MI	I	A	S	MS
Disponibilidad de servicios locales básicos para el visitante					
Accesibilidad, infraestructura, viabilidad y señalética turística					
Seguridad para niños, mujeres y ancianos					
Calidad de la información turística ofrecida al visitante					
Seguridad del entorno natural y áreas de recreación y ocio					
Equipamiento ofrecido para actividades turísticas y estado de conservación					
Calidad del agua potable, cascadas y ríos					
Calidad del aire y del entorno natural					
Bajo nivel de contaminación acústica (ruido diurno y nocturno)					
Programas de seguridad turística					
Detección y prevención de delitos contra turistas					
Protección de turistas y residentes contra el tráfico de drogas, alcoholismo y prostitución					
Protección de sitios e instalaciones turísticos contra actos ilícitos					
Información de riesgos turísticos potenciales en cada oferta turística					
Adopción de normas de seguridad en las instalaciones y sitios turísticos					
Presencia de personal de Policía de Turismo en sitios de interés turístico					
Control del tráfico vehicular y transporte urbano en las zonas turísticas					
Participación de la comunidad local en actividades de prevención, información y seguridad para los turistas					
Seguridad en la prestación de los servicios y actividades turísticas					
Cumplimiento de las pautas de seguridad por parte de los prestadores de servicios turísticos					
Control de la calidad de los alimentos					
Concientización ambiental por parte de visitantes y comunidad local					
Bajos niveles de drogadicción,					
Seguridad en la ejecución de actividades de deporte extremo y aventuras					
Planes de emergencia y contingencia por parte de los prestadores de servicios turísticos					
Vigilancia, mantenimiento y control a los bienes inmuebles patrimoniales					
Seguridad integral sobre el turista en el destino					

**¡Gracias por su amable colaboración y tiempo!
Autora: Toyis Edilma Cedeño Cevallos**

Anexo 10. Resultados cuantitativos de los ítems que caracterizan satisfacción del turista, prestadores de servicios y comunidad local con la actividad y seguridad turística en el destino Baños de Agua Santa.

Variable Seguridad niños, mujeres y ancianos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy insatisfactorio	10	5,0	5,0	5,0
	Insatisfactorio	46	23,0	23,0	28,0
	Aceptable	102	51,0	51,0	79,0
	Satisfactorio	34	17,0	17,0	96,0
	Muy satisfactorio	8	4,0	4,0	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Variable Calidad de la información turística.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy insatisfactorio	2	1,0	1,0	1,0
	Insatisfactorio	23	11,5	11,5	12,5
	Aceptable	126	63,0	63,0	75,5
	Satisfactorio	38	19,0	19,0	94,5
	Muy satisfactorio	11	5,5	5,5	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Variable Programas de Seguridad Turística.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy insatisfactorio	4	2,0	2,0	2,0
	Insatisfactorio	48	24,0	24,0	26,0
	Aceptable	106	53,0	53,0	79,0
	Satisfactorio	28	14,0	14,0	93,0
	Muy satisfactorio	14	7,0	7,0	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Variable Detección y prevención de delitos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy insatisfactorio	4	2,0	2,0	2,0
	Insatisfactorio	65	32,5	32,5	34,5
	Aceptable	92	46,0	46,0	80,5
	Satisfactorio	30	15,0	15,0	95,5
	Muy satisfactorio	9	4,5	4,5	100,0
Total		200	100,0	100,0	

Anexo 11 Modelo de encuesta aplicada a operadores turísticos

Se presenta la estructura de la encuesta para la recopilación de la información con relación a los operadores turísticos y directivos de Agencias de Viajes para su valoración de la propuesta de un nuevo producto turístico en el destino de naturaleza Baños de Agua Santa.



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
ENCUESTA A OPERADORES TURÍSTICOS Y DIRECTIVOS DE AGENCIAS DE VIAJES
DESTINO BAÑOS DE AGUA SANTA
OFERTA DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS**

Estimado prestador de servicios turísticos, solicitamos su cooperación para responder la siguiente encuesta con el objetivo recopilar información acerca de la propuesta de creación de una CICLORUTA turística en el área urbana de la ciudad de Baños de Agua Santa. Marcar con un círculo el número adecuado, utilizando la escala que encontrara a continuación: Muy en desacuerdo (MD) En desacuerdo (ED) Indiferente (I) De acuerdo (DA) Muy de acuerdo (MA)

- 15. Género: Femenino Masculino
- 16. Edad: Hasta 20 años entre 21-30 años entre 31-40 años entre 41-50 años más de 51 años
- 17. Formación académica: Primaria Secundaria Bachillerato Técnica Universitaria
- 18. Lugar de residencia: Provincia _____ Cantón _____
- 19. Estado Civil: Soltero Casado Divorciado Viudo Otro
- 20. Ocupación Profesional: Empresario Estudiante Pensionado Otro
- 21. ¿Cuál es su principal razón para utilizar la bicicleta en la cicloruta? Deporte Recreación y ocio Salud Economía Otro
- 22. ¿Ha disfrutado como turista del paseo por una cicloruta con fines de recreación y ocio? Siempre Casi siempre Algunas veces Muy pocas veces Nunca
- 23. Presupuesto de gasto promedio en el recorrido de la cicloruta: Hasta 25,00 usd Entre 26,00 a 40,00 usd Entre 41,00 a 55,00 usd Más de 56,00 usd

Aspectos para evaluar por parte de los encuestados	MA	DA	I	ED	MD
La cicloruta como una nueva oferta de recreación y ocio	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	1
La cicloruta debe integrarse a la oferta de servicios de restauración y alojamiento	5	4	3	2	1
La cicloruta debe tener servicio de señalización semáforos y guianza, entre otros	5	4	3	2	1
La cicloruta debe tener servicios públicos, de hidratación, de SSHH, centros de asistencia y mantenimiento, estacionamiento,	5	4	3	2	1
La cicloruta debe disponer de sistema de seguridad, orientación y monitoreo	5	4	3	2	1
En la cicloruta utilizaría el servicio de alquiler de bicicletas	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	1
En la cicloruta prefiere áreas de esparcimiento, visita a lugares y atractivos turísticos	5	4	3	2	1
La cicloruta debe integrarse a la oferta de productos y servicios turísticos	5	4	3	2	1
La cicloruta contribuiría al conocimiento, actividad económica y promoción de los recursos y atractivos turísticos	5	4	3	2	1
La cicloruta motivaría a los visitantes y residentes a la utilización de la bicicleta como transportación amigable con el entorno natural	5	4	3	2	1
La cicloruta ayudaría a la integración con otras ofertas de cicloturismo como (visita al parque de La Familia, y otros atractivos del territorio)	5	4	3	2	1
La propuesta de una cicloruta es un proyecto factible y viable en la ciudad	5	4	3	2	1
La cicloruta debe formar parte del sistema de información turística	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>2</u>	1

¡Gracias por su amable colaboración y tiempo!

Anexo 12 Resultados cuantitativos de los ítems que caracterizan satisfacción de visitantes, operadores turísticos y directivos de agencias de viajes con la oferta de nuevos productos y servicios turísticos en el destino Baños de Agua Santa.

Reporte de salida del paquete estadístico profesional IBM SPSS 20,0

Variable Principal razón de utilización de bicicleta en ciclорuta					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deporte	48	52,2	52,2	52,2
	Recreación	38	41,3	41,3	93,5
	Salud	3	3,3	3,3	96,7
	Economía	3	3,3	3,3	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Variable Disfruta como turista el paseo en ciclорuta					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	20	21,7	21,7	21,7
	Con frecuencia	34	37,0	37,0	58,7
	A veces	19	20,7	20,7	79,3
	Casi nunca	17	18,5	18,5	97,8
	Nunca	2	2,2	2,2	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Variable Ciclорuta como nueva oferta turística					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy en desacuerdo	7	7,6	7,6	7,6
	Indiferente	3	3,3	3,3	10,9
	De acuerdo	12	13,0	13,0	23,9
	Muy de acuerdo	70	76,1	76,1	100,0
	Total	92	100,0	100,0	

Variable Ciclорuta integrase oferta de productos y servicios turísticos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Indiferente	6	6,5	6,5	6,5
	De acuerdo	7	7,6	7,6	14,1
	Muy de acuerdo	79	85,9	85,9	100,0
	Total	92	100,0	100,0	