



Uleam

UNIVERSIDAD LAICA

ELOY ALFARO DE MANABÍ

Análisis del perfil turístico del visitante para diagnosticar la calidad de los servicios
turísticos en Bahía de Caráquez

AUTORA:

Sandra Estefanía López Falcones

Extensión Sucre 1016E01 – Bahía De Caráquez

Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas

Septiembre 2019 - Bahía de Caráquez

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

ING. FERNANDA NAVAS MOSCOSO, CATEDRÁTICA DE LA UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ, EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ.

CERTIFICA:

Que el trabajo de investigación titulado “**ANÁLISIS DEL PERFIL TURÍSTICO DEL VISITANTE PARA DIAGNOSTICAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**” elaborado por la estudiante Sandra López, ha sido revisado y desarrollado conforme con los lineamientos de la metodología de la investigación científica y las normas establecidas por la Facultad de Hotelería y Turismo.

En consecuencia, autorizo su presentación y sustentación.

Bahía de Caráquez, septiembre del 2019

Ing. Fernanda Navas MsC.

TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este trabajo son exclusivamente de la autora.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí” Extensión Bahía de Caráquez.

La Autora

Sandra Estefanía López Falcones

APROBACIÓN TRIBUNAL DE GRADO

Previo al cumplimiento de los requisitos de ley, el Tribunal de Grado otorga la calificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

S. E. Ana Isabel Zambrano Loor
SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

DEDICATORIA

Dedico mi tesis con todo mi amor.

A mis padres María Falcones y Alfredo López quienes fueron los que me forjaron como la persona que soy y me guiaron para seguir adelante, gracias a ellos hoy culmino una de mis grandes metas, todo se los debo a ellos que son y siempre serán mi pilar fundamental junto a mi hijo que fue mi más grande motivación para lograr concluir con esta etapa, sin olvidar a Dios que me acompaña en cada decisión que tomo y me bendice día a día.

Se que no va haber manera de agradecerles tanto apoyo moral y económico que me han brindado, con lágrimas en mis ojos escribo estas palabras y les doy mi más sincero agradecimiento

Sandra Estefanía López Falcones

AGRADECIMIENTO

Quiero de expresar mi profunda gratitud a las autoridades de la Universidad Laica “**Eloy Alfaro**” de Manabí, Extensión Bahía de Caráquez Dr. Héctor Usocovich Balda y a la Facultad de hotelería y turismo, por brindarme la oportunidad de adquirir el título de ingeniera en administración de empresas Turísticas

Al Decano, **Dr. Eduardo Caicedo**, por su apoyo para la finalización de esta carrera profesional.

De la misma manera a la Directora de Tesis, **Ing. Fernanda Mariela Navas Moscoso. Msc**, de la misma manera a **Ing. Ericka Almeida Lino** por con su valiosa aportación y guía, hicieron posible la realización del presente trabajo investigativo.

A todos los catedráticos de la Extensión Bahía de Caráquez, por compartir sus sabios conocimientos que permitieron llegar a alcanzar esta meta.

A mis padres, hermanos, hijo y esposo que durante el proceso de formación en la Universidad me dieron consejos, fuerzas y todo su apoyo y amor incondicional para lograr este título profesional. A mis amigas que estuvieron conmigo en las buenas y malas, apoyándonos mutuamente, dándonos ánimo para continuar con nuestro objetivo de conseguir este título universitario, gracias amigas por esos lindos momentos.

Sandra Estefanía López Falcones

RESUMEN

El presente trabajo analizó las características del turista que visita la zona norte de Manabí, cantón Sucre, parroquia Bahía de Caráquez, cuyo objetivo fue conocer su perfil demográfico, intereses y calidad percibida de los principales sitios turísticos. Este trabajo se lo realizó en el año 2019, feriado Semana Santa, mediante el Proyecto Contribución al Desarrollo Sostenible de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales.

En este análisis se utilizó estadística descriptiva sobre 124 turistas encuestados de manera aleatoria. Los resultados obtenidos señalan sobre un turista nacional, principalmente de la serranía ecuatoriana y otras características. Los mayores mercados nacionales que visitan la zona son Pichincha, Guayas y Manabí. Los mercados internacionales son Canadá, EE.UU. y Argentina, la principal motivación es el turismo de sol y playa por vacaciones. En general, los turistas encuestados consideraron que la experiencia de visita en el destino es buena, muchos de estos turistas son frecuentes, lo que hace pensar que existe cierta fidelidad del visitante con el destino por varios factores.

Como datos negativos, los turistas calificaron al servicio como regular, por lo que es importante elevar la calidad de la oferta turística para una mayor satisfacción. Con estos resultados obtenidos se propuso un, Plan Estadístico Territorial (PET), con el afán de darle continuidad al proceso de monitoreo de los turistas y su calidad percibida del destino.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	II
APROBACIÓN TIRBUNAL DE GRADO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
RESUMEN	VI
ÍNDICE	VII
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	4
1. MARCO TEÓRICO.....	4
1.1 El turismo como fenómeno social	4
1.2 Desarrollo Sostenible.....	4
1.3 Planificación Turística	5
1.4 Gestión Turística.....	5
1.5 Oferta Turística	6
1.6 Demanda Turística.....	7
1.7 Producto Turístico.....	8
1.8 Imagen turística o branding turístico	9
1.9 Turismo de Sol y Playa	9
1.10 Perfil Turístico	10
CAPITULO II	12
2. DIAGNÓSTICO	12
2.1 Diseño Metodológico	12
2.2 Análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la encuesta	13
2.3 Análisis general de los resultados de la encuesta	14

CAPITULO III	17
3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	17
3.1 Título de la Propuesta.....	17
3.2 Antecedentes de la propuesta	17
3.3 Ubicación geográfica del proyecto.....	18
3.4. Objetivos.....	18
Objetivo general.....	18
Objetivos Específicos.....	18
3.5 Diseño de la Propuesta.....	19
3.5.1 ¿Qué es la metodología DANE?.....	19
3.5.2 Identificación y análisis de los actores involucrados en el PET.	19
3.5.3 Selección de entidades que forman parte del ente territorial.	20
3.5.4 Sistematizar la información que permita determinar el perfil de visitante	20
3.5.5 Formular Plan Estadístico Territorial para Bahía de Caráquez.....	21
3.6 Análisis y Descripción de los actores locales de Bahía de Caráquez	22
3.6.1 Bahía de Caráquez.....	22
3.6.2. Actores locales.....	23
3.6.2.1. Universidades y Centros de Investigación	23
3.6.2.2 ONG.....	23
3.6.2.3 Entidades Públicas	23
3.6.2.4 Partidos Políticos	24
3.6.2.5 Instituciones Financieras	24
3.6.2.6 Sociedad Civil	24
3.6.2.7 Sector Privado	24
3.6.2.8 Medios de Comunicación.....	25

3.7 Selección de actores.....	25
3.8 Oferta y Demanda Turística.....	25
3.9 Propuesta para el diseño del Plan estadístico territorial para Bahía de Caráquez.....	26
3.9.1 Factibilidad.....	28
Impacto de la aplicación de la propuesta.....	28
CONCLUSIONES.....	30
RECOMENDACIONES	31
BIBLIOGRAFÍA	32
ANEXOS	36
ANEXO N.1 Modelo de encuesta aplicada en los feriados de carnaval, 10 de agosto 2018 y semana santa 2019.....	36
ANEXO N.2 Resultados estadísticos obtenidos de la tabulación de la actividad perfil de turistas, feriado semana santa 2019, Proyecto de Turismo Contribución al Desarrollo Sostenible de la Zona norte de Manabí.....	38
ANEXO N.3 Actores involucrados en el PET.....	45
ANEXO N.4 Estrategias de recolección de la información en el plan estadístico territorial.....	46
ANEXO N.5 Preguntas utilizadas en el levantamiento de la Información	47
ANEXO N.6 Evidencia Fotográfica	48

Gráfico 1. Datos demográficos - Sexo.....	38
Gráfico 2. Datos Demográficos - Tipo de Turista	38
Gráfico 3. Datos Demográficos – Origen provincia	38
Gráfico 4. Datos demográficos - Origen País.....	39
Gráfico 5. Datos demográficos - Estado civil.....	39
Gráfico 6. Datos demográficos - Edad	39
Gráfico 7. Datos demográficos - situación Ocupacional.....	40
Gráfico 8. Datos demográficos - Días de Estancia.....	40
Gráfico 9. Datos demográficos - Rango Gasto Diario	40
Gráfico 10. Intereses - Viaja.....	41
Gráfico 11. Intereses - Número de Acompañantes	41
Gráfico 12. Intereses - Primera vez que visita Manabí.....	41
Gráfico 13. Intereses - Establecimiento donde se aloja	42
Gráfico 14. Intereses - Medio por el que se rentó el establecimiento.....	42
Gráfico 15. Intereses - Motivo de su viaje a Manabí	42
Gráfico 16. Calidad de destino – Calificación de Atención.....	43
Gráfico 17. Calidad de destino - Calificación de Precios.....	43
Gráfico 18. Calidad de destino - Calificación de Experiencia	44
Gráfico 19. Capacidad de Hospedaje de Bahía de Caráquez.....	44

Imagen 1. Modelo Encuesta aplicada en Semana Santa 2019 - Parte 1.....	36
Imagen 2. Modelo de Encuesta aplicada en Semana Santa 2019 - Parte 2.....	37
Imagen 3. Actores involucrados en el PET	45
Imagen 4. Estrategias de recolección de Información	46
Imagen 5. Preguntas del Levantamiento de la Información.....	47

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años el turismo en general ha dado muestras de una particular capacidad de recuperación y dinamismo, no obstante una serie de circunstancias que se han registrado a escala global, regional y local, como desastres naturales, actos terroristas, inestabilidad política, disturbios civiles, alertas sanitarias, así como algunos episodios de volatilidad en los tipos de cambio e incertidumbre económica, han perturbado territorios, tornándolos así en destinos poco visitados por factores varios (SECTUR, 2018).

La Organización Mundial de Turismo, define a esta actividad como 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.

Por otra parte, turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. (MINTUR, 2018)

El Ministerio de Turismo del Ecuador, en el año 2017 estimó que en los diferentes destinos de todo el mundo acogieron a mil 322 millones de turistas internacionales, casi 83 millones más que en 2016. Esto corresponde a un incremento del 6.7%, significativamente superior al observado en años anteriores y representa el séptimo año consecutivo de resultados positivos.

Según datos de la Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo, el ingreso de extranjeros al país creció un 11% con respecto a 2017, sin considerar el mercado venezolano.

En total ingresaron a Ecuador 2,4 millones de personas, es decir 51% más que en 2017. El mayor número de llegadas se registró por vía terrestre con 1,3 millones, seguido por vía aérea con 1,078.017 millones. Del total de llegadas, 956.067 corresponden a ciudadanos venezolanos. (Banco Mundial, 2019)

En 2018 la balanza turística creció con relación a 2017 y reflejó un saldo positivo de los ingresos frente a los egresos por 1.332,3 millones de dólares, según los datos obtenidos de la Balanza de Pagos del Banco Central del Ecuador.

Uno de los factores importantes para el crecimiento del turismo en 2018 fue el incremento en la llegada de visitantes por vía aérea, que representa un 16%, más que en 2017, gracias al inicio de operaciones de nuevas aerolíneas como Spirit, GOL y Laser Airlines y la ampliación de frecuencias y nueva ruta de Aeroméxico, Aireuropa, Tame y Aeroline.

España es el primer país con mayor crecimiento porcentual. Solo en 2018 se registraron más de 103.008 llegadas (75% más que en 2017), seguido de Estados Unidos con 351.709 llegadas (44% más que en 2017), Canadá (21%), Bélgica (17%) Alemania, Italia (15%), Países Bajos (13%), entre otros.

La mayor problemática de los territorios es la carencia de información sobre perfiles de turistas y la carencia de estadísticas sobre el número de personas que visitan las diferentes ciudades de nuestro país.

Este estudio se centra en el análisis del perfil de turista que visitó la ciudad de Bahía de Caráquez en el feriado de Semana Santa del año 2019, trabajo de campo que se lleva a cabo mediante el Proyecto de investigación sobre Turismo Sostenible en la extensión universitaria Bahía, ULEAM-2019.

En él se valora el perfil demográfico, intereses y calidad percibida desde su experiencia en el destino, enfocados en el turista nacional y extranjero estructurando el trabajo con: una introducción, revisión bibliográfica y estadística, un resumen de la zona norte de Manabí, materiales y métodos y los resultados de la investigación. Por último, se presenta las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas.

Para desarrollar la investigación fue necesario realizar un estudio previo que mediante métodos y técnicas de investigación de: observación, análisis y encuestas, se evidenció la necesidad de recabar información sobre los perfiles de los visitantes para entender la dinámica turística del territorio.

Una vez realizado el estudio inicial en la zona norte, Bahía de Caráquez, se formula el problema de investigación: Cómo el desconocimiento del perfil turístico, afecta a

la calidad en los servicios turísticos. Por lo que queda establecido como objeto de investigación el perfil del turista, en un campo de acción de servicios turísticos en la ciudad caso de estudio.

Se plantea como objetivo: el análisis del perfil del turístico para el diagnóstico de la calidad de los servicios turísticos en la ciudad de Bahía de Caráquez.

Las tareas científicas, que corresponden a las diferentes etapas de la investigación son:

1.- Analizar la información primaria sobre los métodos y técnicas que se consideran para la investigación.

2.- Interpretar la información de los resultados obtenidos del trabajo de campo.

3.- Describir el perfil de turista que arriba a la ciudad de Bahía de Caráquez, mediante los resultados recabados en el trabajo de campo realizado en el Feriado de Semana Santa 2019.

4.- Elaborar un plan estadístico territorial (PET), turístico para Bahía de Caráquez.

Los métodos y técnica utilizados en la investigación: La selección de los encuestados fue aleatorio no probabilístico, con identificación de potenciales turistas siendo esta 124 encuestados, feriado Semana Santa 2019.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 El turismo como fenómeno social

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia a otro en el que no ejercen alguna actividad lucrativa ni remunerada. El turismo se constituye por los visitantes en un país, estado o localidad, y ello se puede verificar mediante la llegada de turistas o bien, mediante la ocupación de cuartos hoteleros. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015)

El turismo, según la Organización Mundial de Turismo (2016), representa: el 10% del PIB a nivel mundial, generando uno de cada 11 empleos, con 1,5 billones en exportaciones, el 7 % del comercio internacional y un 30% en exportaciones de servicios, destaca además que, en este siglo la industria turística y de ocio será considerada como el primer sector de la economía mundial.

1.2 Desarrollo Sostenible

Muños, (2006) modifica algunas definiciones del informe original de Bruntland centrada, en la preservación del medioambiente y en el consumo racional de los recursos no renovables. Muños incorpora al desarrollo sostenible tres ejes considerados esenciales en la actualidad: el progreso económico, la justicia social y la preservación del medio ambiente.

La OMT (2004) reformula su definición de sostenibilidad para atribuir mayor importancia a la consecución de un mayor equilibrio entre los parámetros, medioambientales, económicos y sociales incluyendo incluso parámetros de reducción de la pobreza

Sánchez, Betancourt y Falcón(2012) lo sintetizan destacando la relevancia de los aspectos locales(véase en este sentido la importancia del turismo sostenible integrado con las comunidades residentes).frente a la globalización y sus consecuencias actualmente se busca potenciar las capacidades e iniciativa a nivel

locales, teniendo en cuenta la cercanía a los problemas, así como la necesidades y recursos de las comunidades, permitiendo a esta la elaboración de acciones y estrategias para conseguir el desarrollo sostenible. Dichas acciones y estrategias deben estar concertadas entre los diferentes sectores de los distintos actores,

1.3 Planificación Turística

Para Chías, (2005) la planificación es uno de los principales instrumentos del gestor de destinos turísticos para estimular el desarrollo de esta actividad. El objetivo final en la planificación es transformar recursos en productos turísticos y productos turísticos en ofertas competitivas.

Para Valls (2003) la planificación estratégica puede entenderse como elencos de medidas y mecanismo diseñado por los agentes implicados, directa o indirectamente, en la actividad turística para crear, mantener o convertir un producto o destino turístico determinado en competitivo y facilitando la adopción de decisiones de todas las partes implicadas en el sector.

1.4 Gestión Turística

Keller (1997) se plantea la posibilidad de garantizar la gestión de calidad en destinos del mismo modo que se hace en las empresas. La diferencia de las empresas, en las que tan solo deben controlar su propio producto y servicio, los destinos necesitan un alto grado de cooperación en todos los aspectos que inciden en la actividad turística, en sentido horizontal decir en las diferentes empresas que presenta un servicio de similares características, como vertical, o lo que es lo mismo, en las diferentes actividades, atractivos, infraestructuras, etc. que integran el producto turístico global.

Pérez Campdesuñer (2006) lo plantea como un proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz; consiste en planear, ordenar, liderar y controlar las actividades en la entidad, desarrollada 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 la información en general.

Así mismo Pérez Campdesuñer (2006) afirma que la gestión es un proceso consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones para el logro de un conjunto articulados de atributos, que determinan el grado en que los procesos turísticos que actúa en una zona geográfica determinada logran propiciar la satisfacción de las necesidades de los turistas y la sociedad

1.5 Oferta Turística

Para (Pedreño, 1996) considera la oferta turística únicamente como un conjunto de servicios básicos, aislados entre sí, no será posible la satisfacción del turista. El turista no solo demanda de estos servicios de manera conjunta, sino que además de estos servicios, tiene en cuenta otra serie de factores (recursos naturales, oferta comercial, seguridad, manifestación del destino...) alejados de los servicios turístico básicos; incluso, el turista busca intangibles como relajarse, desconectarse de la rutina, contemplar un paisaje, dar un paseo por el campo o tomar un baño en la playa. Por lo tanto, los elemento que combinados dan lugar a la oferta turística son: recursos naturales, recursos culturales, infraestructuras, estructuras y transportes.

Según (Monchon, 2009) considera la oferta turística como un producto global que incorpora todos aquellos elementos que son capaces de satisfacer las necesidades del turista y que no se limita a la oferta turística tradicional, si no que se identifica con todos los elementos que inciden en la experiencia turística.

Ramírez Blanco (1997) definió a la oferta como el conjunto de servicios turísticos que se les ofrecen a los turistas en lugar visitado. A la vez define a los servicios como aquellas actividades realizadas por una persona física o moral, pública o privada, tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por el desplazamiento turístico. Además, este autor hace referencia a la estructura de servicios turísticos definiéndola como estructura operacional de servicios altamente especializada, permanente cuya misión específica es la de proporcionar los satisfactores de la corriente turística en forma eficazmente adecuada, para que el turista alcance el objetivo de su viaje. Además, hace hincapié en que no basta proporcionar los bienes, sí que es necesario servir esos bienes, ya que se piensa que de ellos depende la eficacia y el éxito de la actividad turística.

Mientras que Quesada (2007), se enfoca más en el área turística y la define como el conjunto de facilidades y servicios utilizado por los turistas para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.

1.6 Demanda Turística

La demanda se entiende como la necesidad que tienen las personas de consumir bienes y servicios para satisfacer una serie de carencias y necesidades, en cuanto a la demanda turística la OMT la identifica como el consumo total que realiza un individuo durante su viaje y estancia en el destino.

Para (Cooper et Al., 2007) el estudio de la demanda turística resulta fundamental para planificar y gestionar las actividades y los destinos turísticos. La medición de tres de sus variables, el volumen del visitante, el perfil del visitante y el gasto turístico, permiten averiguar el número de turistas que visitan un determinado destino, la duración de la estancia, la procedencia de los turistas o la motivación que originaron el viaje. Igualmente, el estudio de la demanda da a conocer cuáles son los recursos turísticos que cuentan con mayor afluencia de público y cuáles pueden adecuarse para complementar la oferta existente.

Para Bullón (1999) la demanda turística puede ser medida desde su aspecto cuantitativo, haciendo referencia a la cantidad de turistas que concurren a un lugar determinado y los ingresos que genera, y desde su aspecto cualitativo, que se refiere al grado de satisfacción alcanzado por el turista con respecto al producto o servicio que ha consumido.

De acuerdo con Iranzo (2003), desde el punto de vista teórico, los factores o variables que determinan y explican el comportamiento de la demanda turística son:

- a) Precios de los bienes y servicios turísticos
- b) El nivel de renta disponible
- c) Los cambios en el ámbito del consumo
- d) La influencia de la comunicación y la publicidad
- e) El tiempo disponible

f) Característica sociodemográficas de la demanda

g) Factores de riesgo

Factores macroeconómicos

1.7 Producto Turístico

Para Valls (1996) el producto turístico se presenta como un conglomerado, una amalgama, una constelación de elementos tangibles e intangibles en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los bienes, los recursos, las infraestructuras y los equipamientos, entre los intangibles están los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio.

Según Furio (2000) una característica del producto turístico es que no es estrictamente elaborado por un único sector de actividad, si no por diferentes sectores productivos, y que no existe una actividad que realice, de modo completo, el ensamblaje final del producto turístico, aunque muchos agentes, especialmente los tour operadores, ofrezcan productos finales bajo la forma de paquetes turísticos, es el propio consumidor turístico, quien en última instancia, elabora su propio producto sobre la base que le ofrecen los agentes productores turísticos.

López (2004): el producto turístico engloba varios subproductos, una marca de una completa cartera de productos. Esos subproductos representan el verdadero valor añadido del producto compuesto por una serie de recursos que lo hacen atractivo (playas, clima agradable) y una serie de servicios y equipamiento que permiten al turista disfrutar de los recursos dotados de infraestructuras adecuadas para que sus atractivos puedan ser disfrutados.

Según López (2004) el producto turístico engloba varios subproductos, una marca con una completa cartera de productos. Esos subproductos representan el verdadero valor añadido del producto, compuesta por una serie de recursos que lo hacen atractivo (playas, clima agradable etc...) y una serie de servicios y equipamiento que permiten al turista gozar de los recursos... dotado de infraestructura adecuada para que sus atractivos puedan ser disfrutados.

1.8 Imagen turística o branding turístico

La imagen de un lugar se define como “la suma de creencias, ideas e impresión que la gente tiene sobre el destino turístico” (Hidalgo, 2014).

Se dice que la imagen es subjetiva y está dada por percepciones, es un conjunto de creencias o asociaciones relativas a ese nombre o símbolo en la mente del consumidor (Ruiz, 2016).

Ésta es fundamental porque crea las motivaciones de desplazamiento y clasifica de una u otra forma las preferencias de los turistas por diferentes variables, por ejemplo: intención de viaje, gasto realizado, características socio demográficas, búsqueda de información, percepción de la imagen del destino, otros.

Esto permite identificar perfiles con el fin de gestionar destinos y productos acorde a las personas, recordando que el turismo es un negocio de gente.

También, con la percepción con la que se vea un destino turístico será la clave para su elección. Si se asocia la imagen de un destino turístico con atributos relevantes y positivos, que contengan características diferenciadoras, se transformará en una ventaja competitiva y será un factor determinante para su elección como destino turístico. Sin embargo, si las asociaciones son negativas ese destino turístico, será rápidamente excluido. Por lo tanto, según el afecto que le produzca el lugar al turista, éste se verá en mayor o menor medida animado, estimulado por el deseo de volver a visitar el destino. (Bollojo, 2015)

1.9 Turismo de Sol y Playa

Según la Organización Mundial de Turismo:

Sol y playa es el más demandado de todos, especialmente, en aquellas zonas del litoral que gozan de una climatología favorable, este segmento del turismo suele asociarse con el ocio, así como con los términos descanso, diversión y entretenimiento, conocidos como las tres S (inglesas): sand, sea, sun. Además, este segmento se ha caracterizado desde siempre por ser el producto estrella dentro del destino turístico.

Aunque este tipo de turismo puede estar asociado a otros segmentos del turismo, por regla general, se trata de un segmento que puede subsistir por sí mismo, que se pueden confirmar año tras año según informes de resumen de visitantes a nivel internacional.

1.10 Perfil Turístico

El perfil turístico constituye por ende un fundamento clave, que, a más de generar información pertinente y necesaria, puede ayudar a las empresas pertenecientes al sector turístico, a tener un panorama claro de los turistas que llegan a la ciudad, con el afán de hacer turismo y conocer nuevos destinos, estimulando la diversificación de la oferta turística en la ciudad de Bahía de Caráquez (Cadme, 2018)

Para SECTUR, sostiene que: contar con un estudio del perfil del turista permitirá:

Identificar la inversión óptima para incrementar la productividad del sector, los datos a recolectar servirán también como base para las negociaciones ante autoridades locales, a fin de que se atiendan los temas evaluados negativamente por el turista, que tienen que ver con los servicios públicos y que, si se mejoran, influyen en el incremento de su satisfacción

Se considera importante el perfil turístico de los visitantes porque por medio de él se puede saber los gustos, preferencias singulares de los visitantes que los diferencia uno de otros, cada visitante ve que destino visitar y busca nuevas experiencias de acuerdo a su estilo de viaje, al plantear esta investigación se lograra saber el comportamiento del visitante en un ambiente turístico, su selección de vacaciones y además saber sus formas de experimentar.

Además, al comprender de qué manera se organizan los viajes y las características que estos y los turistas pueden adoptar, es factible obtener parámetros básicos y realizar perfiles para satisfacer las necesidades de los turistas, así como también visualizar las mejoras en el desarrollo de la actividad turística según las situaciones que se presenten. (Navarro, 2014)

Para realizar un análisis del perfil turístico del visitante es necesario conocer su comportamiento, y diferenciar los factores externos de los internos, los factores

internos son aquellos que dependen del consumidor, como la personalidad, actitudes, creencias, y entre los factores externos se destacan la cultura y estilos de vida, lo que parecería indicar que en la visita a un destino y su retorno depende no únicamente de sus atractivos como la playa o de sus servicios y su infraestructura, sino que existe una influencia de otros factores. (Ordoñez, 2018)

El estudio de las motivaciones permite entender mejor las expectativas, las necesidades y los objetivos de los turistas y es un elemento fundamental para diseñar estrategias de marketing y ayudar al posicionamiento y competitividad de los agentes implicados en la actividad turística. (Beltrán, 2017)

CAPITULO II

2. DIAGNÓSTICO

2.1 Diseño Metodológico

El trabajo in situ sobre el levantamiento de información para determinar el Perfil de Turista, fue realizado en el cantón Sucre, parroquia Bahía de Caráquez Aleatoria no probabilística fue, a 124 turistas, en el feriado de semana Santa en el año 2019.

La encuesta aplicada la desarrolló el equipo técnico del Proyecto de Turismo Sostenible de la zona norte de Manabí ULEAM Extensión Bahía, con el aval del Ministerio de Turismo, tomando como base la encuesta de perfiles de turistas del MINTUR. La diferencia de esta encuesta es la supresión en los criterios de selección, para que el trabajo de campo sea práctico y sencillo. La encuesta se aplicó en feriados del 2018 y 2019, por lo tanto, no puede ser modificada, excepto si se desea obtener otro tipo de datos.

La encuesta estuvo compuesta por tres secciones, formulada con preguntas cerradas de opción múltiple y preguntas categóricas.

1.- Datos sociodemográficos: género, viajero nacional – extranjero, origen, rango por edad, estado civil, situación ocupacional, número de días por estancia y rango de gastos.

2.- Intereses: viaja solo o acompañado, primera vez que visita el destino Manabí, tipo de establecimiento donde está hospedado, medios de contacto, tipo de transporte, motivo de viaje.

3.- Calidad destino: aplicado a la escala de Likert, donde 1 significa pésimo, 2 regular, 3 bueno, 4 excelente.

Para el tratamiento estadístico y tabulación de los datos se utilizó una plantilla de hoja electrónica Excel, con el cual se pudo establecer de manera porcentual los datos más relevantes en cada una de las interrogantes planteadas que permitieron corroborar información anticipada obtenida de manera empírica y a través de la observación previa en campo.

2.2 Análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la encuesta

Objetivo: conocer el perfil turístico del visitante de la ciudad de Bahía de Caráquez

Análisis de cada una de las preguntas de la encuesta, según su orden numérico

1. De los turistas encuestados el 61% son de sexo masculino, y el 38% son de sexo femenino, y el 1% de otros. (Ver Anexo - Grafico N.1).
2. De los encuestadas el 94 % son turistas nacionales y el 6% son turistas extranjeros (Ver Anexo - Grafico N.2).
3. De los encuestados el 38%, respondieron a visitantes de la provincia de Pichincha, un 34% son de la provincia de Manabí, un 17 % son de la provincia del Guayas, y un 5% de la provincia de Santo Domingo. (Ver Anexo -Grafico N.3).
4. De los encuestados el 87% correspondieron a visitantes del país de EEUU, y un 13% corresponde a Alemania. (Ver Anexo - Grafico N.4).
5. De los encuestados el 61% de visitantes es de estado civil casado, el 36% es soltero, el 3% divorciado (Ver Anexo - Grafico N.5).
6. De los encuestados el 35% son de una edad entre 26-33 años, el 34% son de edad entre 34-51 años, el 19% son mayores de 52 años y el 12% son de edad entre 18-25 años. (Ver Anexo - Grafico N.6).
7. De los encuestados un 40 % presenta una relación dependiente, el 31% tienen negocio propio, el 12% son estudiante, el 9% está disponible para trabajar, el 8% tienen trabajo temporal. (Ver Anexo - Grafico N.7).
8. De los encuestados un 36% pernoctaron 3 días de estancias en Bahía de Caráquez, el 28% 4 días o más, el 21% 1 día, el 15% 2 días. (Ver Anexo- Grafico N.8).
9. De los encuestados un 53% gastaron en su estancia en Bahía de Caráquez entre \$25 - \$50 dólares, el 34% gastaron entre \$50 - \$100 dólares, el 11% gastaron entre \$ 100 - \$ 200, y el 2% gastaron mayor a \$200 dólares. (Ver Anexo - Grafico N.9)
10. De los encuestados el 78% viajaron acompañado y el 22% viajó solo. (Ver Anexo - Grafico N.10).
11. De los encuestados, el 69% viaja con número de acompañantes de 1 A 3 y un 31% viaja acompañado de 4 o más. (Ver Anexo - Grafico N.11).

12. De los encuestados, el 95% no viajó por primera vez a Manabí y el 5% si viajó por primera vez a Manabí. (Ver Anexo - Grafico N.12)
13. De los encuestados, el 43% se alojó en vivienda propia, el 19% se alojó en hotel o casa apartamento de renta. (Ver Anexo - Grafico N.13)
14. De los encuestados, el 51% mencionó que el medio por el cual rentó el establecimiento fue otros, el 34% fue por medio de llamada telefónica, y el 15% fue por internet. (Ver Anexo - Grafico N.14)
15. De los encuestados, el 72% visitó Bahía de Caráquez por motivos de vacaciones. el 24% por visitar a familiares, y el 4% otros. (Ver Anexo - Grafico N.15)
16. Los datos de la pregunta número 16, debido a que es motivo de una percepción deben ser observados en el (Anexo – Grafico N.16)
17. Los datos de la pregunta número 17, debido a que es motivo de una percepción deben ser observados en el (Anexo - Grafico N.17)
18. De los encuestados, el 48% mencionó que la experiencia en Manabí es buena, el 44% mencionó que es excelente, el 8% menciona que es regular. (Ver Anexo - Grafico N.18)

2.3 Análisis general de los resultados de la encuesta

Es importante mencionar que los datos expresos en este capítulo han sido tabulados e interpretados por los especialistas miembros del Proyecto de Turismo. Con este antecedente, a continuación, se presenta el resumen del perfil turístico que visita la ciudad de Bahía de Caráquez.

Los Turistas de género masculino y minoría de género femenino, proveniente de la serranía ecuatoriana, quiere decir que existen movimientos de turismo nacional de las diferentes provincias del país y turismo interno de la provincia de Manabí.

Con relación al turismo extranjero, la visitación es mínima, los viajeros son provenientes de Sudamérica: Venezuela, Colombia, Argentina siendo estos los más representativos y Europa: España, Alemania y Francia.

Hay que considerar que los movimientos migratorios de nacionalidad venezolana ingresan al Ecuador en calidad de turistas, sin embargo, muchos han llegado para

quedarse y se pudo constatar que este grupo social se encontraba en diferentes partes de la ciudad en calidad de turistas.

Los rangos de edad de los encuestados oscilan entre los 26 a 51 años, con un nivel de formación medio, en su gran mayoría profesionales de clase media, esto aplica para nacionales y extranjeros, por lo que su nivel de gasto es menor a USD.100 diarios.

Según la valoración en acompañamiento, los nacionales tienden a viajar entre pareja, familia y amigos, sus estancias son cortas, máximo 3 días, todo depende del tiempo libre, vacaciones o días festivos. Muchos de estos manifestaron que suelen trasladarse hacia la costa buscando relajación.

A diferencia de los extranjeros, la mayoría de estos viajan solos buscando nuevas experiencias, si el sitio les resulta agradable su estancia es mucho más extensa, 5 días o más.

Los turistas nacionales son recurrentes, con fidelidad al destino, un porcentaje mayor opta por el uso de establecimientos hoteleros con todas las comodidades y en un menor porcentaje las personas prefieren rentar apartamentos o casas según el número de personas que los acompañan, por lo general suelen ser familias.

Un 90% de los encuestados mencionaron que adquirieron sus alojamientos mediante las redes sociales y páginas web.

Son turistas que viajan por vía terrestre, con ganas de disfrutar del paisaje.

En cuanto a motivaciones principales se refiere:

- Descanso y diversión, conocer el entorno y sus actividades, así como el deguste de la comida tradicional.
- No son turistas que combinan otras actividades que no estén anexas a sol y playa, muchos de los viajeros manifestaron que las playas son el mayor atractivo turístico, ya que la oferta de recursos es limitada por falta de conocimiento y difusión de otros alrededores.

- Las actividades practicadas fueron surf, juegos acuáticos (la banana), kayak, caminatas, ciclismo, paseo en panga, disfrute de la caída del sol, turismo nocturno.

Cabe recalcar que este es un perfil general del visitante de sol y playa con tendencia a la variabilidad. También hay que considerar que existen otros indicadores que pueden guiar hacia el análisis para identificar otros tipos de perfiles, como, por ejemplo: Intereses, expectativas, hábitos de consumo, etc.

CAPITULO III

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1 Título de la Propuesta.

Plan Estadístico Territorial Turístico (PET) en la parroquia Bahía de Caráquez del Cantón Sucre.

3.2 Antecedentes de la propuesta

El proyecto de turismo y su Contribución al desarrollo sostenible de los cantones Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales, fue planificado y se ejecutaron trabajos de campo en los feriados de: Carnaval 2018, 10 de agosto 2018 y Semana Santa 2019. Se encuestaron a 1000 personas de ambos sexos, nacionales y extranjeros, mayores de 18 años en adelante. El ámbito geográfico abarcado fue la zona norte en el cantón Sucre en las playas de San Clemente y Bahía de Caráquez, cantón San Vicente en las playas Perales, Briceño y Canoa, área protegida Isla Corazón y Fragatas, en el cantón Jama en las playas Matal, la División y Tasaste.

Los resultados denotan el perfil de un turista nacional – interno, los mayores mercados nacionales que visitan la zona son Pichincha, Guayas y Manabí. Los turistas provenientes del mercado internacional son de Canadá, EE.UU. y Argentina, la principal motivación es el turismo de sol y playa por vacaciones.

Si bien los datos nos brindan un espectro general del perfil del turista, se consideró que esos datos aún no han sido descifrados por completo, esto nos da una aproximación de la importancia de la estadística permanente en la actividad turística.

La estadística permite reunir, clasificar y recontar hechos con una determinada característica en común, el resultado es la obtención de datos numéricos extraídos para diferentes fines.

Con estos antecedentes se plantea la propuesta de un plan estadístico territorial (PET), un instrumento de gestión que permite contar con un inventario de información estadística para los cantones de la zona norte, a través de las entidades municipales y servidores turísticos, que servirá para la toma de

decisiones, seguimiento, monitoreo, planteamiento de políticas públicas, entre otros territorios.

3.3 Ubicación geográfica del proyecto

Bahía de Caráquez se encuentra ubicada a las 12 m.s.n.m en la región costanera en la desembocadura del Río Chone, cuenta con 20921 habitantes (Archivo Nacional de Datos y Metadatos Estadísticos (ANDA), 2019), denominados Bahiños (as) o Caraquenses. Su fiesta mayor es el 24 de septiembre y su cantonización el 03 de noviembre, es cabecera cantonal, declarada Patrimonio Cultural el 06 de abril de 2013 por Ministerio de Cultura y Patrimonio a través del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural y también denominada Eco-ciudad.

Oscila entre los 23 y 30 grados centígrados y con una altitud entre los 12 a 100 m.s.n.m en las zonas montañosas pertenecientes a la Cordillera del Bálsamo.

Entre las principales actividades productivas de esta región, está la producción camaronera, que genera divisas para el país, así como también la agricultura, ganadería, avicultura, comercio, pesca y turismo.

La ciudad fue fundada en marzo de 1624, por José de Larrazábal, desde 1840 hasta 1864 fue recinto de la actual parroquia Charapotó, y poco tiempo después fue elevada a la categoría de parroquia. El 3 de noviembre de 1875 adquirió la cantonización como Sucre, en homenaje al General Antonio José de Sucre.

3.4. Objetivos

Objetivo general

Proponer Un Plan Estadístico Territorial Turístico (PET) Para La Ciudad De Bahía de Caráquez del Cantón Sucre.

Objetivos Específicos

- Identificar a los actores involucrados en el PET
- Seleccionar a los actores relevantes para la formulación del plan estadístico territorial turístico para Bahía de Caráquez

- Sistematizar la información que permita determinar el perfil de visitante
- Formular el plan estadístico territorial para Bahía de Caráquez.

3.5 Diseño de la Propuesta

3.5.1 ¿Qué es la metodología DANE?

El DANE es el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, coordinador del Sistema Estadístico Nacional (SEN) del Gobierno de Colombia, trabaja por el fortalecimiento y consolidación de la información estadística a nivel nacional, creado en el año 2011. Compila datos de la producción de estadísticas; la generación, adaptación, adopción y difusión de estándares; la consolidación y armonización de la información estadística y la articulación de instrumentos, actores, iniciativas y productos. Estas acciones tienen como fin mejorar la calidad de la información estadística, su disponibilidad, oportunidad y accesibilidad para responder a la a la gran demanda que se tiene de ella.

Lo interesante de esta inventiva es que se concibe como una herramienta de consulta para las entidades, siendo una hoja de ruta que define el camino a seguir para el desarrollo y el fortalecimiento de la actividad estadística de un país, territorio o una entidad, tomando en cuenta las características en común de América latina.

Se debe aplicar un proceso que será descrito a continuación para poder plantear el plan estadístico.

3.5.2 Identificación y análisis de los actores involucrados en el PET.

Siguiendo el proceso de aplicación de la metodología, se deben identificar a los actores que estén involucrados en el territorio. Esa lista abarca sin orden en particular, actores públicos, privados y sociedad civil. Este ejercicio es importante porque se reconoce la competencia de cada actor, el objetivo primordial es la consolidación de los canales de comunicación para fines estratégicos. A continuación, mencionaremos los actores considerados para la realización del Plan Estadístico Territorial (PET). (Ver Anexo - Imagen N.3).

1. Entidades de los poderes ejecutivo legislativo y judicial
2. Partidos políticos
3. Instituciones financieras
4. Sociedad civil
5. Organizaciones regionales y locales
6. Sector público y privado
7. Sindicatos
8. Medios de comunicación
9. Universidades y centros de investigación
10. Organizaciones

3.5.3 Selección de entidades que forman parte del ente territorial.

En este apartado se clasifica las entidades como resultado del punto 3.5.2, se debe aplicar un proceso a través de encuestas o formularios sobre: existencia y usos de información estadística, demanda de información estadística y demanda prospectiva, avalado por un equipo especialista multidisciplinario.

El objetivo está orientado a indagar sobre la existencia y necesidades de información estadística en cada uno de los actores involucrados, tomando en cuenta sus funciones. A continuación, se presenta un diagrama con las estrategias de recolección de la información para el PET que debería ser aplicado para el caso de Bahía de Caráquez. (Ver Anexo - Imagen N.4)

3.5.4 Sistematizar la información que permita determinar el perfil de visitante

El objetivo de este proceso es determinar los requerimientos de información estadística que no son cubiertos por la oferta estadística y la capacidad de los productores para suplirlos de forma confiable, oportuna, coherente y accesible. Todo ello en concordancia con las funciones y objetivos misionales de las entidades, y con los lineamientos estratégicos de información estadística establecidos en los parámetros de priorización.

Como resultado del desarrollo de este proceso se establece la demanda de información estadística satisfecha y la no satisfecha; identificando los vacíos prioritarios en la producción de estadísticas en a nivel cantonal - zonal y

determinando el estado de la calidad estadística con la que se suplen los requerimientos.

Los principales insumos para realizar el cruce oferta y demanda son los inventarios de oferta y demanda de información estadística.

A continuación, se presenta la tabla en la cual se expresa las preguntas utilizadas en el levantamiento de información del punto 3.5.2 para identificar los requerimientos satisfechos e insatisfechos de información estadística. (Ver Anexo - Imagen N.5)

3.5.5 Formular Plan Estadístico Territorial para Bahía de Caráquez

En este apartado se define proceso consolidado aplicando los pasos antes mencionados, aquí se establecen las políticas, objetivos estratégicos, metas, instrumentos, programas estadísticos y el financiamiento para la aplicación del PET, siendo los Municipios los agentes competentes para la realización de este trabajo en colaboración con el resultado del punto 3.5.2.

Este contiene dos partes, la general y la específica. El contenido general debe cumplir con los siguientes parámetros:

Objetivo general. Como punto de partida el plan estadístico debe definir un objetivo general que sustente la definición de los demás elementos. Debe enfocarse a la consecución del resultado final que se quiere alcanzar; ello a partir del diagnóstico expuesto en la fase anterior.

Políticas y objetivos estratégicos (mediano y largo plazo). A partir del objetivo general deben ser formuladas las políticas estadísticas; entendidas como un conjunto de lineamientos, orientaciones y directrices que conducen a la consecución del objetivo general del plan y que están estructuradas a partir de la definición de unos objetivos estratégicos.

Se pueden definir siguiendo dos enfoques que no son mutuamente excluyentes: el enfoque de insumo y el enfoque de resultados. Enfoques que son útiles a la hora de definir algunas dimensiones en las que se pueden enmarcar los objetivos.

El enfoque de insumos toma en consideración la adecuación de los recursos físicos o de capital, la adecuación de los recursos humanos, de los recursos de conocimiento y la eficiencia o eficacia institucional. Por su parte, el enfoque de resultados considera la cobertura, la periodicidad y la oportunidad de las estadísticas; junto con su calidad y la accesibilidad para el público.

La definición de los objetivos estratégicos debe realizarse bajo el Enfoque SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant and Time Bound, por sus siglas en inglés). Los objetivos deben ser Medibles, Realizables, Relevantes y Limitados en el Tiempo. Los resultados en la implementación del plan serán evaluados a la luz de los objetivos.

Metas, estrategias e instrumentos. Se define para cada objetivo estratégico las metas, estrategias e instrumentos necesarios para su efectiva implementación.

Se deben analizar los diferentes instrumentos que cuenta el Gobierno Nacional, provincial y local para alcanzar este resultado.

El contenido específico debe cumplir con los siguientes parámetros:

El PET deberá clasificar y contener las principales estadísticas agrupadas.

Hay que recordar que el trabajo de investigación tiene bases estadísticas turísticas, por lo tanto, hay que definir los diferentes programas estadísticos que se pueden desprender de este trabajo. Las tres áreas temáticas son: Economía, sociedad y medio ambiente.

3.6 Análisis y Descripción de los actores locales de Bahía de Caráquez

3.6.1 Bahía de Caráquez

Llamada también San Antonio de Morgia es la principal ciudad del cantón Sucre y el corazón turístico de éste territorio, cuenta con servicios turísticos entre ellos hoteles, hostales, restaurantes y bares, transporte (público), terminal terrestre, comercios, etc.

3.6.2. Actores locales

3.6.2.1. Universidades y Centros de Investigación

ULEAM – Bahía de Caráquez

La Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, creada mediante Ley No. 10 publicada en el Registro Oficial No. 313 de noviembre 13 de 1985, es una institución de Educación Superior, con personería jurídica de derecho público sin fines de lucro, de carácter laico, autónoma, democrática, pluralista, crítica y científica.

Universidad Técnica de Manabí

Ser institución universitaria, líder y referente de la educación superior en el Ecuador, promoviendo la creación, desarrollo, transmisión y difusión de la ciencia, la técnica y la cultura, con reconocimiento social y proyección regional y mundial.

Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Sede Bahía

Una universidad dedicada a encontrar respuestas efectivas a problemas complejos. Trabajamos con entrega y dedicación para potenciar la curiosidad y la imaginación en cada uno de nuestros estudiantes. Nuestros programas de estudios son y poseen herramientas innovadoras las cuales, junto a nuestro cuerpo docente altamente capacitado, proveen de una plataforma de aprendizaje sólida y vanguardista.

3.6.2.2 ONG

Care Ecuador

Organización social sin fines de lucro, que apoya a la reducción de la pobreza.

3.6.2.3 Entidades Públicas

Coordinación Zonal 4 Ministerio De Turismo

Ejercer la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente por su

excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo consciente como actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible.

Oficina Técnica Instituto Nacional De Estadísticas y Censos

Coordinar, normar y evaluar la producción de la información estadística oficial proveniente del Sistema Estadístico Nacional, mediante la planificación, ejecución y análisis de operaciones estadísticas oportunas y confiables, así como de la generación de estudios especializados que contribuyan a la toma de decisiones públicas y privadas y a la planificación nacional.

3.6.2.4 Partidos Políticos

NO SE CONSIDERA RELEVANTE PARA ESTE ESTUDIO

3.6.2.5 Instituciones Financieras

BAN ECUADOR

BanEcuador oferta productos y servicios financieros de calidad con un claro enfoque de responsabilidad social y sostenibilidad financiera.

3.6.2.6 Sociedad Civil

Habitantes de la ciudad de Bahía de Caráquez, donde se desarrollará el PET.

3.6.2.7 Sector Privado

Cámara de Comercio

Agrupación de empresarios organizados de manera eficiente, solidaria, representativa e influyente del sector productivo del país y que busca el desarrollo de nuestro cantón y del comercio en particular dentro de un marco de legalidad, libertad y respeto. Una cámara donde ser socio es negocio, donde se entra por convicción no por obligación.

Cámara de Turismo

No es un ente Jurídico, pero tiene reconocimiento social del medio.

3.6.2.8 Medios de Comunicación

Radio & TV Online

Radio: En la localidad existen varios sistemas radiales de transmisión nacional y local, e incluso de provincias y cantones vecinos, Bahía Estéreo, Radio Romina, Bahía TV.

Medios televisivos: La mayoría de canales son nacionales, aunque se ha incluido canales locales recientemente. El apagón analógico se estableció para el 31 de diciembre de 2019.

3.7 Selección de actores

Considerando que el plan estadístico es netamente turístico se clasificó a actores, que por su competencia apoyarían al seguimiento y compilación de datos, en este caso ULEAM a través del Proyecto de Turismo Contribución al Desarrollo sostenible de la zona norte y Observatorio turístico, proyectos con información relevante desde el punto de vista investigativo cuantitativo.

Tenemos también al MINTUR y la Coordinación zonal 4 y el INEC, por competencias turísticas y estadísticas.

A través del MINTUR se pretende trabajar con los servidores turísticos, los hoteles, para desarrollar una herramienta que permita monitorear permanentemente el tipo de perfil y la satisfacción de los servicios. Y el INEC sería quién avale dichos datos.

La Cámara de Turismo mediante su representante, es quien hará posible la organización y vínculo con el Gobierno Autónomo para evaluar dicha información y diseñar estrategias para mejorar y elevar la calidad de los servicios en Bahía de Caráquez.

3.8 Oferta y Demanda Turística

El enfoque sistémico del Plan está enfocado a utilizar a los servidores turísticos hoteleros como la fuente principal de captación de información. Los resultados a continuación, son el trabajo del Proyecto de Turismo, actividad, actualización de la planta hotelera.

Posteriormente se procesó la información recolectada del cantón Sucre de las parroquias Leónidas Plaza y Bahía de Caráquez- Con esto se constató las condiciones de la capacidad instalada, verificar que todos los hoteles tienen registro de visitantes, redes sociales, lo que facilita la propuesta.

La oferta turística es la principal fuente de captación de información estadística, provee el número de personas que visitan la zona entre otras características que son fundamentales y que hasta hoy no han podido ser compartidas para estudios e investigaciones por el desconocimiento del uso y aplicabilidad de los datos cuantitativos.

La oferta turística de Bahía de Caráquez es limitada, según en el análisis de perfiles de turistas, estos perciben al destino de buena manera, pero los servicios son de mala calidad, por lo tanto, hay que asegurar un censo permanente con apoyo del sector hotelero, que tiene mayor posibilidad de manejo de datos en el registro de visitantes. (Ver Anexo – Grafico N.19)

Estos establecimientos están registrados como servicios oficiales del Ministerio de Turismo y pueden ser considerados para controlar las estadísticas por temporalidad, siendo una estrategia para obtención de datos oficiales.

3.9 Propuesta para el diseño del Plan estadístico territorial para Bahía de Caráquez

Compendio de estadísticas cantonales – parroquiales.

El plan busca facilitar los datos estadístico haciendo uso de las tecnologías de la información, que es la manera más sencilla y efectiva para la conexión y participación de los diferentes actores que podrían guiar este proceso.

El uso de ambientes virtuales basados en la Web, como herramientas de apoyo se han expandido en los últimos años, precisamente para abrir nuevos caminos para las diferentes profesiones del mundo y múltiples campos de acción del conocimiento. (Muñoz R. y., 2006)

En nuestro país existe una plataforma oficial denominada servicioturismo.gob.ec que almacena datos estadísticos relacionados a turismo del Ecuador de forma

general. En esta plataforma se puede visualizar la contribución del PIB, llegada de extranjeros al país, ingreso de divisas por turismo receptor, empleo en establecimientos turísticos y capacidad hotelera.

No obstante, en el análisis de la página oficial del Ministerio de Turismo, no constatan datos estadísticos por provincia, cantón y parroquia siendo información referencial de importancia para la toma de decisiones en los destinos más pequeños.

Con este antecedente, la propuesta del plan pretende crear una plataforma virtual web con el apoyo del Gobierno cantonal y parroquial para compilar datos veraces aplicando el proceso del PET.

Esta plataforma debe contener:

Resumen:

Explicando el objetivo de la misma y a quienes va direccionado la información; sector público, privado, académico y ciudadanía. Los datos estadísticos demuestran significancia en el impacto nacional versus el mundo, por lo tanto, se debe recabar información necesaria para potenciar el sector turístico.

Indicadores económicos:

Que muestran la medición económica a nivel nacional sugeridos por la OMT, claves para las ciudades pequeñas que pueden ser de gran ayuda para analizar emprendimientos, comercio entre otros.

Visitantes internacionales:

Mediante hoteles y restaurantes, plantear la entrega de la información para medir el ingreso de turistas internacionales a esta ciudad.

Actividad hotelera:

Actualizar anualmente la planta hotelera e instrumentos tecnológicos para el registro de visitantes, esto ayudaría la formalización de los datos para el análisis pertinente.

Oferta turística:

Compilar datos de toda la oferta turística como propuesta potencial de informadores claves del destino.

Visitantes a balnearios:

Crear un grupo técnico entre el Municipio y academia para observar el comportamiento del turismo en balnearios, aplicar las veces que sean necesarias la encuesta de perfiles de turistas.

Responsables de registro de información:

Establecimientos hoteleros, de restaurantes y academias avalados en el Ministerio de Turismo.

Los datos deberán ser entregados mensualmente en un CD, para ser analizados con los especialistas de Turismo de la ULEAM – Ext. Bahía de Caráquez, estos deberán procesar y filtrar la información para generar el informe técnico de datos y presentarlos a la municipalidad.

La metodología debe ser trabajada a nivel cuantitativo y cualitativo. Cuantitativo por datos numéricos recolectados en los establecimientos. Cualitativo aplicando encuestas o entrevistas de satisfacción al turista con relación a los servicios, permanentemente.

3.9.1 Factibilidad

Impacto de la aplicación de la propuesta

La estadística proporciona un sinnúmero de beneficios científicos, es un método que nos ayuda a definir información puntual relacionada a proyectos de cualquier índole. Esto ayuda a obtener, organizar y analizar datos que se obtienen a través de ejercicios característicos del método científico.

Considerando estos aspectos, el impacto de este trabajo resulta tan importante porque nunca antes el Gobierno Autónomo ha podido compilar datos exactos de cuántas personas nos visitan diariamente o temporalmente. El PET puede ser una herramienta útil de organización social, alineada bajo las competencias de los actores del destino.

En el caso de la ULEAM, la academia juega un papel importante en la generación de información. Para muestra de ello, son los resultados obtenidos en los diferentes ferizados, que han permitido definir el perfil de turista de esta zona y su comportamiento de consumo para con el medio.

La investigación es ambiciosa y toma tiempo desarrollarla, pero aplicando los pasos del Modelo colombiano, es posible replicar este efecto y ponerlo en marcha en la ciudad de Bahía de Caráquez como un piloto.

El observatorio Turístico de la Extensión juega un papel importante, pero aún no tiene claro el direccionamiento, el objetivo y el estilo de manejo de datos, esta propuesta podría ser una herramienta de enfoque para guiar de otra manera la utilización de la información generada por cada uno de los proyectos.

A nivel social – turístico, la Organización Mundial de Turismo menciona que la información estadística sobre las múltiples facetas del turismo es esencial para avanzar en el conocimiento del sector, seguir de cerca sus progresos, promover una gestión enfocada a unos resultados y poner de relieve cuestiones de importancia estratégica para las decisiones políticas. El Compendio ofrece datos estadísticos e indicadores sobre turismo receptor, emisor e interno, sobre el número y los tipos de industrias turísticas y sobre el número de asalariados por industria turística, así como indicadores macroeconómicos relacionados con el turismo internacional.

CONCLUSIONES

La revisión de la literatura abordó las diferentes vertientes entorno a la temática relacionado a perfiles de turista para desarrollar la propuesta.

El resultado de perfiles de turistas orientó a tener un panorama claro sobre las condiciones de la ciudad, para planificar y tomar decisiones relevantes para impulsar el turismo en la zona. Si bien es cierto nuestro mercado es el turismo nacional, pero es importante exponer estos resultados con el fin de elevar la calidad del sector e identificar nuevos nichos de mercado para extender la oferta turística sin centrarnos específicamente en el turismo de sol y playa.

Se elaboró la propuesta del plan, con el fin de buscar los medios idóneos para responder ante la necesidad del manejo de estadísticas y cifras exactas en este tipo de destinos turísticos. El PET puede contribuir de manera inmediata si la propuesta es tomada en consideración y trabajarla en conjunto como lo define el proceso metodológico con los actores claves del destino.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al mediante la siguiente propuesta seguir Contribuyendo al Turismo Sostenible en los Cantones de la zona Norte de Manabí, indagar un mayor número de fuentes primarias y secundarias relacionadas con estadísticas de turismo para continuar con el levantamiento de información de perfiles para obtener mayores resultados y mejorar la presente propuesta.

Exponer los resultados estadísticos al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Sucre y Cantones de la zona Norte de Manabí, para desarrollar propuestas relacionadas a perfiles de turistas e intercambiar información pública para valorar las condiciones del sector turístico.

Mejorar el Plan Estadístico Territorial en la ciudad de Bahía de Caráquez, con el fin de poner en ejecución la propuesta, analizar con detenimiento las fuentes principales que alimentan las bases de datos del turismo y generar conciencia sobre la necesidad de dominar una plataforma virtual con estadísticas locales reales.

BIBLIOGRAFÍA

- Archivo Nacional de Datos y Metadatos Estadísticos (ANDA)*. (2019). Получено из www.ecuadorencifras.gob.ec
- Aurelia Bengochea Morancho, M. M. (2006). *Actividad Turística y Medio Ambiente*. Asturias : Septem Ediciones.
- Banco Mundial*. (2019). Получено из <https://datos.bancomundial.org/>
- Becerra Grande, A., Falces Delgado, C., & Sierra Dial, B. (2018). *Una escala para medir calidad percibida en servicios de alojamiento*. Estudios Turísticos.
- Beltrán, M. A. (junio 2017 г.). revistas.um.es/turismo/article/view/290391.
Получено из www.revistas.um.es
- Bollojo, M. (2015). Análisis del perfil y de la motivación del turista. *International Journal of Scientific Management and Tourism*.
- Bolton, N. (2017). *Multistage Model of Consumers Assesment of Service Quality and Value*. México.
- Bullon , R. C. (1999). *Planificación del Espacio Turístico* . México: Editorial Trillas.
- Cadme, E. (2018). *El perfil del turista que visita Azoguez*. Получено из www.udecuena.edu.ec
- Cadotte, E. W. (2017). *Expectations and norms in models of consumer satisfaction*.
- Cadotte.E. (б.д.).
- Campdesuñer, P., & Holguín. (2006). *Modelo y procedimiento para la gestion de la calidad en el destino turístico holguineo*. (tesis en opción al grado científico de doctor en ciencias técnicas).
- Chías, J. (2005). *El negocio de la felicidad: desarrollo y marketing turísticos de países, regiones, ciudades y lugares*. Madrid.

- Cooper, C. (2007). *El turismo teoría y práctica* . Madrid.
- Di-Bella, M. G. (1991). *Introducción al turismo*. Mexico: Reimpresión.
- Furio, B. (2000). *Globalización economía y mercado turístico. En estudios y perspectivas en turismo*. Buenos Aires.
- Iranzo. (2003). La demanda de turismo: La estructura económica de los mercados turísticos. *Instituto de Estudios Económicos*, 59.93.
- Keller. (quality management in tourism). *Quality management in tourism*.
- Landeo, C. A. (2013). *Manual autoformativo Estadística II*. Lima: Noviembre 2013.
- López, J. (2004). *Benidan, presente y futuro de un producto turístico*. Получено из <http://www.eumed.net.ec>.
- Martínez, T. (2012). *Entorno Turístico*. Получено из <https://www.entornoturistico.com/guia-turismo-cuales-funciones/>
- Medina, H. J. (2015). *Actividad Turística Sostenible*. <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13901/1/La%20actividad%20turistica%20sostenible.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. (2015). <https://www.gob.pe/mincetur>
- MINTUR. (2018). *Ministerio de Turismo*. <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Mintur. (2018). *Perfiles de turismo internacional 2017*.
- Morcillo, M. (2004). *Economía y Turismo*. Madrid.
- Muñoz, J. (2006). *Turismo y Sostenibilidad en Espacios Naturales protegidos: La Carta Europea del Turismo Sostenible en la Zona Volcánica de la Garrotxa y El Plan de Desarrollo sostenible en Cabo de Gata-Nijar*. Tesis doctoral. Girona: universidad de Girona.
- Muñoz, R. y. (2006). *Turismo e Internet. Factores de desarrollo en países subdesarrollados*. Merida.

- Navarro, D. (2014). *Recursos turísticos y atractivos*. Получено из www.redalyc.org
- OMT. (2019). *UNWTO*. Получено из <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ordoñez, O. (junio 2018 г.). *Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso Cantón Pasaje, El Oro (Ecuador)*. Получено из www.scielo.conicyt.cl
- Organizacion Mundial del Turismo. (2007). *Entender el turismo: glosario basico*. Naciones Unidas.
- Padilla, O. d. (1980). *Turismo fenomeno social*. Mexico: 16.
- Palacio, M. (2014). *La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas*. Получено из <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Pérez, J. (2014). *Entorno Turístico*. Получено из <https://definicion.de/servicios-turisticos/>
- Perfetti, M. (2018). *Metodología para el desarrollo de planes*. Pavón, Alba. Получено из www.dane.gov.co
- Peter, K. (1997). *Quality management in tourism*.
- Quesada, R. (2007). *Elementos del Turismo*. Costa Rica : Universidad Estatal a Distancia.
- Sanchez, N. (2012). Acercamiento Teórico al Desarrollo Local Sostenible y su Recuperación para el Turismo. *Revista de Turismo, desarrollo y competitividad* .
- Turismo, O. M. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destination*. Madrid.
- Turismo, O. M. (2018). *Perspectivas del Turismo Mundial*.
- Valdéz, P. (1996). El turismo rural en España. *Confort Mir*.

Valls, J. -F. (1996). *Las claves del mercado turístico , como competir con el nuevo entorno.*

ANEXOS

ANEXO N.1 Modelo de encuesta aplicada en los feriados de carnaval, 10 de agosto 2018 y semana santa 2019.

Imagen 1. Modelo Encuesta aplicada en Semana Santa 2019 - Parte 1

ENCUESTA FERIADO SEMANA SANTA 2019 TURISMO NACIONAL - EXTRANJERO



CONFIDENCIALIDAD: LOS DATOS PROPORCIONADOS POR EL INFORMANTE SON ESTRICTAMENTE CONFIDENCIALES Y SERÁN UTILIZADOS ÚNICAMENTE CON FINES ESTADÍSTICOS DE ACUERDO AL ARTÍCULO 21 DE LA LEY DE ESTADÍSTICA. CÓDIGO DE CANTONES: SUCRE C1, SAN VICENTE C2, JAMA C3.

CANTÓN:	
CÓD.	
C	3

ESTADO CIVIL	
SOLTERO	
CASADO	
DIVORCIADO	
VIUDO	

RESPONSABLE:

ENCUESTADOR:

SITUACIÓN OCUPACIONAL	
RELACIÓN DE DEPENDENCIA	
NEGOCIO PROPIO	
TRABAJO TEMPORAL	
ESTUDIANTE	
NO LABORA	

MARQUE CON UNA X

SECCIÓN I. PARA PERSONAS MAYORES DE 18 AÑOS.

GÉNERO	
MASCULINO	
FEMENINO	
OTROS	

NÚMERO DE DÍAS DE ESTANCIA:

VISABRO	
NACIONAL	
EXTRANJERO	

RANGO DE GASTO DIARIO (EN DÓLARES)	
\$25 - 50	
\$50 - 100	
\$100 - 200	
Más de 200	

ORIGEN	
PAÍS	
CIUDAD	

SECCIÓN II. INTERESES

VIAJA:	
SOLO	
ACOMPANADO	
No. de Personas que lo acompañan?	

EDAD	
18 - 24	
25 - 33	
34 - 51	
Más de 52	

PRIMERA VEZ QUE VISITA MANABÍ?	
SI	
NO	

Fuente: Turistas del Feriado de Semana Santa 2019
Elaborado por: Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo

ENCUESTA FERIADO SEMANA SANTA 2019 TURISMO NACIONAL - EXTRANJERO



EN QUE TIPO DE ESTABLECIMIENTO SE ENCUENTRA HOSPEDADO?	
a) HOTEL	
b) HOSTAL	
c) CASA O APARTAMENTO DE RENTA	
d) VIVIENDA PROPIA	
e) OTROS	
f) NINGUNO, (VIAJERO DE PASO)	

SU HOSPEDAJE: HOTEL, HOSTAL, CASA O APARTAMENTO U OTROS LO RENTÓ A TRAVÉS DE:	
a) INTERNET	
b) LLAMADA TELEFÓNICA	
c) OTROS	

TIPO DE TRANSPORTE QUE UTILIZÓ?		
TERRESTRE	TIPO	
	PÚBLICO	PRIVADO

MOTIVO PRINCIPAL DE SU VIAJE A MANABÍ	
VACACIONES	
VISITA A FAMILIARES	
OTROS (ESCRIBA LOS MOTIVOS):	

CALIDAD DEL DESTINO:

1. En la escala del 1 al 4, donde 1 significa pésimo y 4 excelente. Cómo calificaría usted la atención brindada en los siguientes sitios:

ALOJAMIENTO	
ALIMENTACIÓN	
TRANSPORTE	
ACTIVIDADES TURÍSTICAS	
DIVERSION y/o ENTRETENIMIENTO	

2. En la escala del 1 al 4, donde 1 es muy barato y 4 muy caro. Cómo calificaría usted los precios de los siguientes servicios adquiridos:

ALOJAMIENTO	
ALIMENTACIÓN	
TRANSPORTE	
ACTIVIDADES TURÍSTICAS	
DIVERSION y/o ENTRETENIMIENTO	

3. En la escala del 1 al 4, donde 1 significa malo, 2 regular, 3 bueno y 4 muy bueno. ¿Cómo calificaría el estado de la playa que visita (limpieza, ordenamiento, seguridad, otros)?

1	2	3	4
---	---	---	---

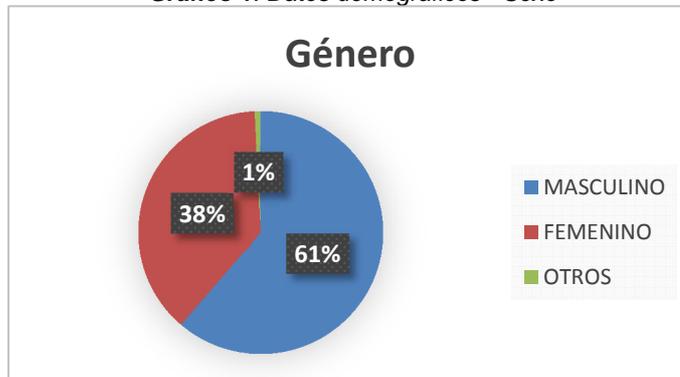
4. En la escala del 1 al 4, donde 1 significa pésimo y 4 excelente. ¿Cómo calificaría su experiencia de viaje en el destino?

1	2	3	4
---	---	---	---

Fuente: Turistas del Feriado de Semana Santa 2019
Elaborado por: Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo.

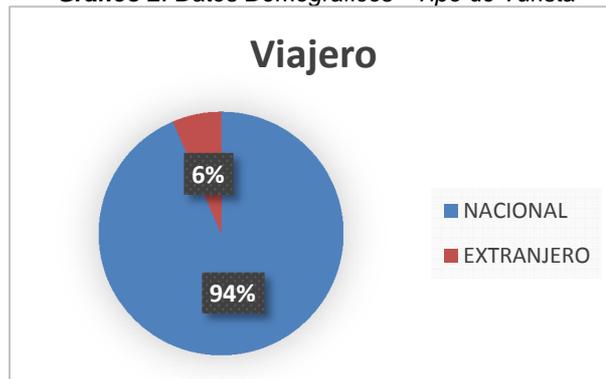
ANEXO N.2 Resultados estadísticos obtenidos de la tabulación de la actividad perfil de turistas, feriado semana santa 2019, Proyecto de Turismo Contribución al Desarrollo Sostenible de la Zona norte de Manabí.

Gráfico 1. Datos demográficos - Sexo



Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 2. Datos Demográficos - Tipo de Turista



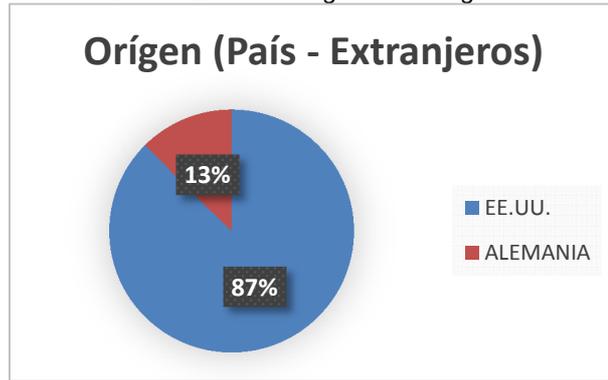
Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 3. Datos Demográficos – Origen provincia



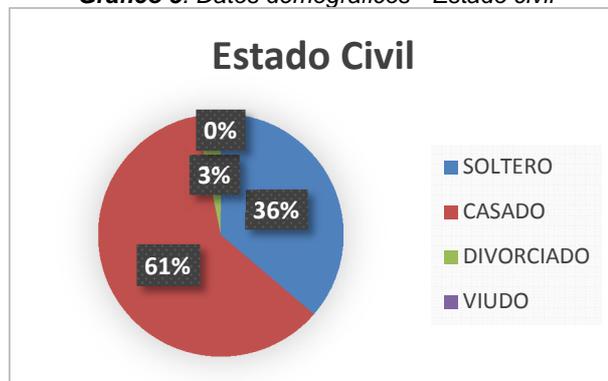
Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 4. Datos demográficos - Origen País



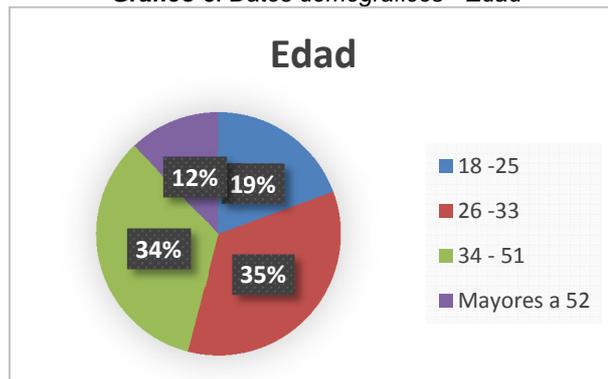
Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 5. Datos demográficos - Estado civil



Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 6. Datos demográficos - Edad



Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 7. Datos demográficos - situación Ocupacional



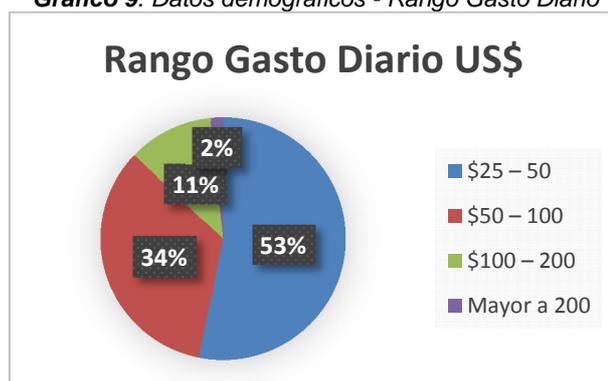
Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 8. Datos demográficos - Días de Estancia



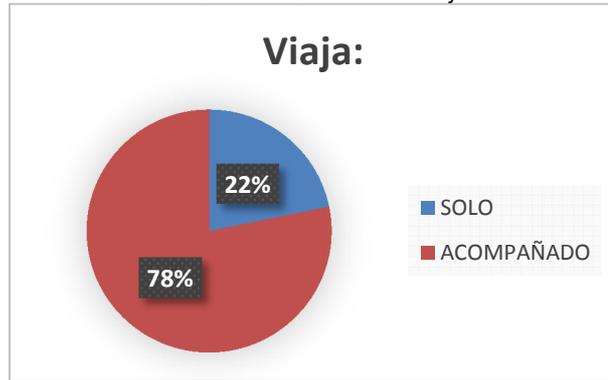
Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 9. Datos demográficos - Rango Gasto Diario



Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 10. Intereses - Viaja



Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 11. Intereses - Número de Acompañantes



Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 12. Intereses - Primera vez que visita Manabí



Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*
Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

Gráfico 13. Intereses - Establecimiento donde se aloja



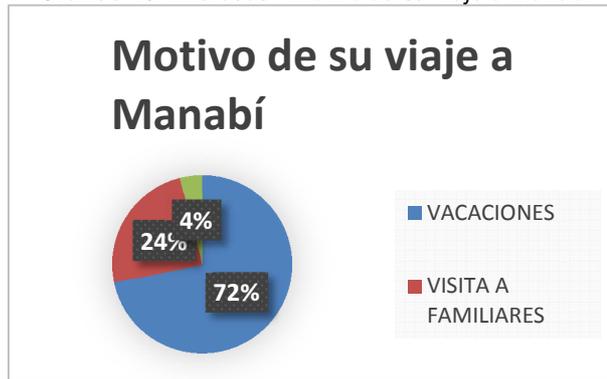
Fuente: Turistas del Feriado de Semana Santa 2019
Elaborado por: Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo

Gráfico 14. Intereses - Medio por el que se rentó el establecimiento



Fuente: Turistas del Feriado de Semana Santa 2019
Elaborado por: Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo

Gráfico 15. Intereses - Motivo de su viaje a Manabí



Fuente: Turistas del Feriado de Semana Santa 2019
Elaborado por: Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo

En una escala del 1 al 4, donde 1 significa pésimo y 4 excelente. ¿Cómo calificaría usted la atención brindada en los siguientes sitios?

Gráfico 16. Calidad de destino – Calificación de Atención



Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*

Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

En una escala del 1 al 4, donde 1 es muy barato y 4 muy caro, ¿Cómo calificaría usted los precios de los siguientes bienes y/o servicios adquiridos en Manabí?

Gráfico 17. Calidad de destino - Calificación de Precios



Fuente: *Turistas del Feriado de Semana Santa 2019*

Elaborado por: *Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo*

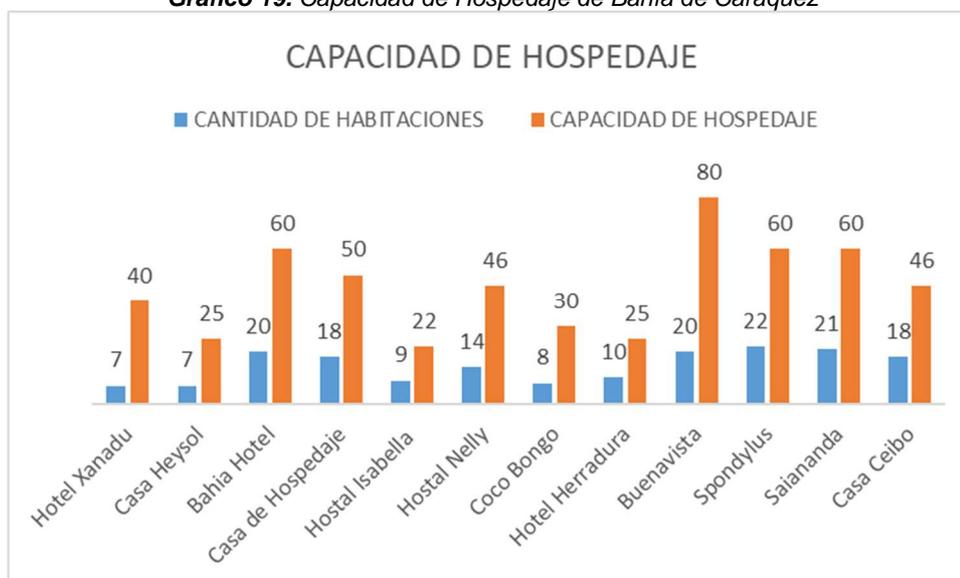
En una escala del 1 al 4, donde 1 significa pésimo y 4 excelente. ¿Cómo calificaría su experiencia de viaje en Manabí?

Gráfico 18. Calidad de destino - Calificación de Experiencia



Fuente: Turistas del Feriado de Semana Santa 2019
Elaborado por: Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo

Gráfico 19. Capacidad de Hospedaje de Bahía de Caráquez



Fuente: Equipo Técnico Proyecto de Turismo
Elaborado por: Informe técnico de actualización de alojamiento turístico de la zona norte de Manabí, 2018

ANEXO N.3 Actores involucrados en el PET

Imagen 3. Actores involucrados en el PET



Fuente: DANE 2012, ejemplo de análisis de actores.

Elaborado por: Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo

ANEXO N.4 Estrategias de recolección de la información en el plan estadístico territorial

Imagen 4. Estrategias de recolección de Información



Fuente: DANE 2012, ejemplo de análisis de actores.
Elaborado por: Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo

ANEXO N.5 Preguntas utilizadas en el levantamiento de la Información

Imagen 5. Preguntas del Levantamiento de la Información

Formulario	Pregunta
Existencias y usos de información estadística – F1	36. ¿Cuál es la información estadística y/o operaciones estadísticas que utiliza de otras fuentes para la construcción de la estadística derivada? 38. ¿Qué información estadística usa de otras fuentes?.
Demanda de información estadística – F2	13. ¿Qué información estadística y/o operaciones estadísticas usa de otras fuentes nacionales? 15. ¿Cuáles son las necesidades de información estadística no satisfechas de esta dependencia/Grupo?
Demanda prospectiva – F3	7. ¿Cuál considera usted que es la información estadística requerida para el desarrollo del sector, y que no está siendo producida?

Fuente: DANE 2012, ejemplo de análisis de actores.

Elaborado por: Equipo técnico Proyecto de Turismo y Ministerio de Turismo

ANEXO N.6 Evidencia Fotográfica



Brindando información a visitantes en la ciudad de Bahía de Caráquez en el feriado de Carnaval



Participantes de las encuestas realizadas a visitantes en la ciudad de Bahía de Caráquez junto a las docentes Carolina Herrera y Fernanda Navas



Llegada de turistas a la Bahía de Caráquez para realizar las encuestas



Encuesta realizada a visitantes en los feriados



Playa paseo de Roberto



Ciudad de Bahía de Caráquez