



MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS VI VERSIÓN

TEMA:

**“ESTUDIO DEL TURISMO RECEPTIVO DEL ECUADOR Y
HÁBITOS DE LOS TURISTAS MEDIANTE CLUSTER ANALISIS”**

ALUMNO:

FREDDY JOSÉ ROJAS VILLA

DIRECTOR:

DOCTOR PIERCOSIMO TRIPALDI

Cuenca 27 de febrero de 2013

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico primeramente a Dios, por se el amigo que nunca nos falla, luego a mi familia que gracias a su apoyo y confianza se cristaliza una nueva meta en mi vida.

De mi madre aprendí que nunca es tarde, que siempre se puede empezar de nuevo.

A mi papi que se que desde el cielo desde hace 18 años cuida y guía mi caminar, a mi hermano Cristian Xavier por el empeño y ahincó que supo darme para culminar con la misma.

Finalmente a todos mis amigos que de alguna formar estuvieron presentes.

AGRADECIMIENTOS

Al Dr. Piercosimo Tripaldi Cappelletti director de este trabajo, por haberme brindado su confianza y apoyo.

Finalmente al Ministerio de Turismo, por haber otorgado los datos para sus análisis respectivos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1: EL “MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR”

1.1 Generalidades	1
1.1.1 Principios	2
1.1.2 Visión	3
1.1.3 Misión	3
1.1.4 Objetivos	3
1.2 Actividad del “Ministerio de Turismo del Ecuador”	4
1.2.1 Descripción de la institución	6
1.2.2 Servicios y Tecnología Actual	86

CAPÍTULO 2: EL TURISMO

2.1. Turismo	102
2.1. Reseña histórica del turismo	107
2.1.1 Turismo Receptivo en el mundo	110
2.1.1 Tendencia	112
2.1.1 Características del turismo	112
2.1.2 Turismo Emisor	114
2.1.3 Turismo Receptivo en el Ecuador	114
2.1.4 Turismo receptivo actual en el Ecuador	118
2.1.5 El Turismo interno en el Ecuador	120

CAPÍTULO 3: TÉCNICAS DE ANÁLISIS MULTIVARIANTE DE DATOS

3.1 Técnicas explorativas	131
3.1.1 Análisis de componentes principales	132
3.1.2 Análisis de cluster	141
3.2 Técnicas de modelado discreto	142
3.2.1 Método del vecino más cercano	146
3.2.2 Contra propagación	148
3.3 Selección de variables por algoritmos genéticos	152

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE CLUSTER

4.1 Distancias y similaridad	156
4.2 Técnicas de construcción de clusters jerárquicos	158
4.3 Métodos jerárquicos	160
4.3 Interpretación de dendrogramas	163
4.4 Método K-means	164

CAPÍTULO 5: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Preparación de datos	166
5.1 Presentación de los diferentes dendrogramas.	169
5.2 Presentación de los diagramas de centroides del método jerárquicos y del método k-means	225
5.3 Interpretación de resultados	232

CAPTITULO 6: Conclusiones y Recomendaciones.

236

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y CUADROS

CAPÍTULO 1: EL “MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR”

Figura 1.2.1.4. Cadena de Valor	14
Figura 1.2.1.4.1 Mapas de procesos	15
Figura 1.2.1.4.2 Orgánico de Procesos	16
Figura 1.2.1.4.2 Orgánico Desconcentrada	72

CAPÍTULO 3: TÉCNICAS DE ANÁLISIS MULTIVARIANTE DE DATOS

Figura 3.1. Extracción de información usando quimiometría a partir de datos	123
Figura 3.2. Pretratamiento de los datos: Escalado de las variables	131
Figura 3.3. Rotación de los ejes en componentes principales	133
Figura 3.4. Diagrama del proceso de Análisis de componentes principales	137
Figura 3.5. Ejemplo de Loading Plot en análisis de componentes principales	139
Figura 3.6. Ejemplo de Scores Plot en análisis de componentes principales	140
Figura 3.7. Ejemplo de Biplot en análisis de componentes principales	141
Figura 3.8. Modelos de clasificación: a) Método de clasificación no modelantes.	
b) Método de clasificación modelante	143

Tabla 3.1. Matriz de confusión C	144
Figura 3.9. Clasificación por el método del vecino mas cercano utilizando $k=3$	147
Figura 3.10. Disposición de las capas de neuronas en un análisis CP-ANN	149
Figura 3.11 Visualización del mapa toroidal para el método CP-ANN	150
Tabla 3.2. Conformación de un cromosoma en Algoritmos Genéticos	151
Figura 3.12. Representación esquemática de trabajo en algoritmos genéticos	152

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE CLUSTER

Figura 4.1. Tipos de cluster: A) Compacto y circular, B) Disperso y circular, y C) Disperso y alargado	158
Figura 4.2. Algoritmo de construcción de clusters	159
Figura 4.3. Representación de los tipos de linkage que se usan en cluster	161
Figura 4.4. Dendrograma en el método de cluster jerárquico	162

CAPÍTULO 5: RESULTADOS Y DISCUSIONES

Figura 5.1. Flujograma de procesos para el análisis de la Base de datos Turísticos	167
Figura 5.2.1 Cluster 1: Dendrograma de grupo de Empresarios	168
Figura 5.2.2 Cluster2: Porcentaje de turistas por nacionalidad que visitan Ecuador	171

Figura 5.2.3 Cluster 2: número de turistas por país de residencia	172
Figura 5.2.4 Cluster 2: Porcentaje de turistas por país de residencia que visitan Ecuador	172
Figura 5.2.5 Cluster 2: Número de los idiomas de los turistas que ingresaron al Ecuador	174
Figura 5.2.6 Cluster 2: Porcentaje de los idiomas de los turistas que ingresaron al Ecuador	174
Figura 5.2.7 Cluster 2: Porcentaje Forma en que los turistas preparan el Viaje al Ecuador	175
Figura 5.2.8 Cluster 2: Porcentaje Impacto de los medios de comunicación para el turismo en el Ecuador	176
Figura 5.2.9 Cluster 2: Lugares con Mayor Afluencia de turistas en el territorio Ecuatoriano	177
Figura 5.2.10 Cluster 2: Número de turistas que visitan la Zona 1 del Ecuador	178
Figura 5.2.11 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitan la Zona 1 del Ecuador	179
Figura 5.2.12 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 1	180
Figura 5.2.13 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 1 del Ecuador	181
Figura 5.2.14 Cluster 2: Número de turistas que visitaron la Zona 2 del Ecuador	182

Figura 5.2.15 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 2 del Ecuador 183

Figura 5.2.16 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones
de la Zona 2 del Ecuador 184

Figura 5.2.17 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones
de la Zona 2 del país 184

Figura 5.2.18 Cluster 2: Número de turistas que visitaron las Provincias
de la Zona 3 del país 185

Figura 5.2.19 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron las Provincias
de la Zona 3 del país 186

Figura 5.2.20 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones
de la Zona 3 del Ecuador 187

Figura 5.2.21 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones
de la Zona 3 del Ecuador 188

Figura 5.2.22 Cluster 2: Número de turistas que visitaron las Provincias
de la Zona 4 del Ecuador 189

Figura 5.2.23 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron las Provincias
de la Zona 4 del Ecuador 190

Figura 5.2.24 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 4 del Ecuador	191
Figura 5.2.25 Cluster 2: Número de turistas que visitaron la Zona 5 del Ecuador	192
Figura 5.2.26 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 5 del Ecuador	198
Figura 5.2.27 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 5 del Ecuador	194
Figura 5.2.28 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 5 del Ecuador	195
Figura 5.2.29 Cluster 2: Número de turistas que visitaron la Zona 6 del Ecuador	196
Figura 5.2.30 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 6 del Ecuador	197
Figura 5.2.31 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 6 del Ecuador	198
Figura 5.2.32 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 6 del Ecuador	199
Figura 5.2.33 Cluster 2: Número de turistas que visitaron las Provincias de la Zona 7 del Ecuador	200
Figura 5.2.34 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron las Provincias	

de la Zona 7 del Ecuador	201
Figura 5.2.35 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones	
de la Zona 7 del Ecuador	202
Figura 5.2.36 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones	
de la Zona 7 del Ecuador	203
Figura 5.2.37 Cluster 3: Concentración de Turistas que les agrada	
la Megadiversidad del País	204
Figura 5.2.38 Cluster 5: Grupo de Turistas que regresarían al Ecuador	209
Figura 5.2.39 Cluster 6: Grupo de turistas que organizan el viaje por cuenta propia	212
Figura 5.2.40 Cluster7: Grupo de Turistas Migrantes	215
Figura 5.2.41 Cluster 8: Grupo de turistas primera vez en Ecuador	219
Figura 5.2.42 Cluster 9: Grupo de Turistas Migrantes que poseen hospedaje	222
Figura 5.3.1 Centroide Cluster 1: Grupo de Empresarios	224
Figura 5.1.2 Cluster 3: Grupo de Turistas que les agrada la Megadiversidad del País	225
Figura 5.1.4 Cluster 5: Grupo de Turistas que regresarían al Ecuador	226
Figura 5.1.5 Cluster 6: Grupo de Turistas que organizan el viaje por cuenta propia	227
Figura 5.1.6 Cluster 7: Grupo de Turistas Migrantes	228

Figura 5.1.7 Cluster 8: Grupo de Turistas primera vez en Ecuador 229

Figura 5.1.8 Cluster 9 Grupo de turistas Emigrantes que poseen hospedaje 230

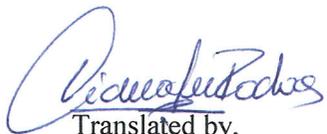
RESUMEN

El objetivo de este trabajo fue el de realizar un ESTUDIO DEL TURISMO RECEPTIVO DEL ECUADOR Y HABITOS DE LOS TURISTAS MEDIANTE CLUSTER ANALISIS, analizando la base de datos levantada en el año 2011 por el MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, la misma que se obtuvo aplicando una encuesta a los turistas al momento de su salida de los dos aeropuertos internacionales del país y en los pasos fronterizos. Debido a la enorme globalidad de datos existentes se hizo complejo el estudio, por lo cual se procedió a la preparación de los datos realizando la transformación de la Base de datos “base Marca y Habitos.xls” a una base de datos compatible para el análisis multivalente. Para ello se realizó cambios de variables alfanuméricas a numéricas, y posteriormente se normalizaron los datos mediante un escalado de rango. El método K-means fue utilizado para obtener 10 clusters que guarden similitudes. Posteriormente se realizaron los dendrogramas de los diversos clusters, así como los cálculos de moda y mediana, para finalmente obtener gráficos de Pareto y de Centroides. Con la información obtenida se pudo visualizar la existencia de comportamientos comunes de turistas de la misma nacionalidad; axial también, comportamientos comunes en la organización y planificación del viaje por parte de turistas extranjeros, y tipologías homogéneas de fallas en los servicios turísticos que brinda el país.

ABSTRACT

The goal of this project was to carry out a STUDY OF RECEPTIVE TOURISM IN ECUADOR AND THE HABITS OF THE TOURISTS THROUGH A CLUSTER ANALYSIS, based on the data from the year 2011 provided by the MINISTRY OF TOURISM OF ECUADOR. The information was obtained through a survey applied to tourist during their departure in the two international airports and the country's borders. The study turned out to be very complex due to the enormous variety of data, which is why we proceeded to transform the data base "Brand and Habits.xls base" into a data base that is compatible for a multivalent analysis. In order to accomplish this we did changes in the alphanumeric and numeric variables and then we normalized the data through a range scale. The K-means method was employed in order to obtain 10 clusters that maintain similarities. Next, we developed the dendrograms for the different clusters, as well as the mode and median calculations. Finally, we obtained Pareto and Centroid diagrams. With this information we were able to visualize the existence of common behavior in the organization and trip planning of the foreign tourists and homogeneous weakness typologies in the country's touristic services.




Translated by,
Diana Lee Rodas

CAPÍTULO I

EL “MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR”

1.1 Generalidades

El Ministerio de Información y Turismo del Ecuador, fue creado por el Presidente de la República, Arq. Sixto Durán Ballén, mediante Decreto Ejecutivo N.04 el 10 de agosto de 1992, tras suprimir la Secretaría Nacional de Comunicación -SENAC-, entidad dependiente de la Presidencia de la República y pasar el recurso humano, técnico, y financiero.

El Decreto Ejecutivo en mención, en su artículo 6 señala que: el Ministro de Información y Turismo será, al mismo tiempo, el delegado del Presidente de la República al Directorio de la Corporación Ecuatoriana de Turismo, de conformidad con el artículo 6 de la Ley de Turismo vigente a esa fecha.

El 29 junio de 1994 el Presidente Durán Ballén, mediante Decreto Ejecutivo No. 2841, modifica el Decreto N.04 de 10 de agosto de 1992 y cambia la denominación al Ministerio de Información y Turismo, por Ministerio de Turismo.

El 23 diciembre de 1998, el Presidente Jamil Mahuad mediante Decreto Ejecutivo N. 412 al considerar que el funcionamiento del sector turístico está encargado del Ministerio de Turismo y la Corporación Ecuatoriana de Turismo y que es necesario optimizar su gestión, fusiona en una sola entidad el Ministerio de Turismo y la Corporación Ecuatoriana de Turismo, bajo la denominación de Ministerio de Turismo. Los funcionarios, empleados y trabajadores de la Corporación Ecuatoriana de Turismo pasan desde esa fecha a prestar sus servicios en el Ministerio de Turismo.

En 1999 el Presidente Mahuad, mediante Decreto Ejecutivo, 1323 fusiona los ministerios de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca y de Turismo, en una sola entidad, que se denomina Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Turismo.

En enero del 2000, mediante Decreto Ejecutivo N.26 el Dr. Gustavo Noboa Bejarano, en su calidad de Presidente de la República, le devuelve la categoría de Ministerio a la entonces Subsecretaría de Turismo del MICIP y la fusiona al Ministerio de Ambiente en una sola entidad denominada Ministerio de Turismo y Ambiente. En abril del 2000 el mismo Presidente de la República, Dr. Gustavo Noboa Bejarano mediante Decreto Ejecutivo N.259, deroga el Decreto N.26 e individualiza el funcionamiento de las dos áreas turismo y ambiente con total independencia jurídica, financiera y administrativa, dejándolos como Ministerio de Turismo y Ministerio de Ambiente.

1.1.1 Principios

Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes o estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y/o por otros motivos y no por motivos lucrativos. Las motivaciones que impulsan a las personas a hacer turismo en la actualidad se han ido modificando cuantitativa y cualitativamente con respecto a las últimas décadas.

Conocer nuevos lugares, vivenciar diferentes culturas, deleitarse con maravillosos paisajes se junta con el merecido descanso, con la posibilidad de compartir con la familia, con la ampliación de las redes sociales y la oportunidad de hacer actividades que la cotidianidad no siempre lo permite.

Respondiendo a estos nuevos usos y motivaciones del tiempo libre surge la Animación Turística que lejos de proponer un conjunto de actividades estandarizadas para todos (propias del turismo tradicional) propone acompañar al turista en las disímiles formas de disfrutar su tiempo libre.

1.1.2 Visión

El Ministerio de Turismo garantizará que la actividad turística se constituya en fuente prioritaria y permanente de ingresos del país, posicionando al Ecuador entre los más importantes destinos de Latinoamérica, aportando a la mejora de la calidad de la vida de los ecuatorianos, mediante el desarrollo social, económico y ambiental.

1.1.3 Misión

El Ministerio de Turismo, como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador; desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.

1.1.4 Objetivos

Desarrollar el turismo ecuatoriano de manera sostenible, sustentable y competitiva con base en un alto nivel de calidad, seguridad y diversidad de oferta turística.

1.1.4.1 Objetivos Estratégicos:

- a. Desarrollar de manera armónica y cohesionada el turismo en el Ecuador.
- b. Liderar el sistema de gobernanza turística.

c. Ser un modelo de gestión pública eficaz, eficiente y efectivo que coadyuve al desarrollo sostenido del sector turístico.

1.2 ACTIVIDAD DEL “MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR”

Valores institucionales

- Ética y transparencia
- Responsabilidad
- Vocación de servicio
- Compromiso con el desarrollo sostenible del sector
- Conservación del ambiente y patrimonio cultural
- Mejoramiento continuo de la calidad de los servicios
- Revalorización de la identidad ecuatoriana y de su diversidad cultural
- Concentración interinstitucional e intersectorial
- Trabajo de equipo
- Creatividad e innovación
- Pro actividad
- Equidad social y de género

Estrategias

- Alianza pública y privada.
- Fortalecimiento del rol rector y dinamizador del Estado.
- Descentralización y fortalecimiento capacidades de los entes seccionales.
- Capacitación y desarrollo.

- Fomento de la calidad de los destinos y productos turísticos.
- Participación ciudadana y concentración con los actores.
- Eficiencia y transparencia institucionales.
- Fortalecimiento de la identidad nacional.

Nuestro modo de ser

a) **COMPAÑERISMO Y RESPETO.-** Los funcionarios y los servidores del Ministerio de Turismo respetamos a todos y cada uno de los/as compañeros/as de la institución, cumpliendo con nuestros deberes, derechos y prohibiciones.

b) **INTEGRACIÓN Y COMUNICACIÓN.-** Los funcionarios/as y los servidores/as del Ministerio de Turismo trabajamos en equipo y nos comunicamos asertivamente, es decir, de forma directa, honesta, pertinente, fundamentada y adecuada. Los canales de comunicación son los necesarios para apoyar la gestión de todos en el Ministerio.

c) **INSTITUCIONALIDAD Y CONSISTENCIA.-** Los funcionarios/as y los servidores/as del Ministerio de Turismo realizamos nuestras labores para beneficiar al país, al sector turístico y al Ministerio, erradicando intereses individuales o sectoriales. Se respetan los procesos anteriores pero se busca mejorarlos continuamente.

d) **ENFOQUE HACIA RESULTADOS Y SOSTENIBILIDAD.-** En el Ministerio de Turismo se reconoce la acción. El error y las buenas prácticas son fuentes de aprendizaje y mejoramiento continuo de la gestión. La institución alinea los principios de sostenibilidad, sustentabilidad y competitividad, con el desarrollo social, económico y conservación ambiental.

1.2.1 Descripción de la institución

ACUERDO No. 20090026

Eco. Verónica Sión de Josse

MINISTERIO DE TURISMO

CONSIDERANDO:

Que, mediante Acuerdo Ministerial 119, Registro Oficial 114 de 6 de Julio del 2000, el Ministerio de Turismo expídase el Manual de Organizaciones y funciones.

Que, mediante Decreto Ejecutivo No. 259 de marzo 30 del 2000 se reforma el Decreto Ejecutivo No. 3 de enero 3 del 2000, que unificó los Ministerios de Turismo y Ambiente y se individualiza el funcionamiento de estas Carteras de Estado para que rijan con total independencia jurídica, financiera y administrativa;

Que, en el artículo tercero del mencionado decreto faculta a la máxima autoridad realizar los trámites jurídicos, administrativos y económicos que permita el buen funcionamiento de cada Secretaría de Estado;

Que, el artículo 15 de la Ley Turismo, que el Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana;

Que, el Ministerio de Turismo se encuentra en proceso de modernización y es necesario que cuente con una estructura con visión corporativa y técnica que responda a las demandas

actuales y modernas y permita el cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la organización para brindar un servicio integral y de calidad, tanto para los clientes internos como externos, que redunde en beneficio del desarrollo turístico del país;

Que, la Oficina de Servicio Civil y Desarrollo Institucional ha emitido dictamen favorable a través de oficio No. OSCIDI-2000 00902 de mayo 25 del 2000 conforme lo establece el artículo 3 de la Ley No. 16 publicada en el Registro Oficial No. 193 de marzo 17 de 1989, artículo 1 del Decreto Ejecutivo No. 1275 publicado en Registro Oficial No. 389 de marzo 6 de 1990 y artículo 23 del Estatuto de Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva;

Que, el equipo técnico del Ministerio de Turismo presenta el proyecto de Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos, el mismo que fue aprobado por la Ministra de Turismo, mediante Memorando No. SAF 20080276.

Que, con Oficio No. MF – SP – CDPP – 20090446, de 13 de febrero de 2009, el Ministerio de Finanzas de conformidad con lo que establece el artículo 113 inciso 3ro del Reglamento de la Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa y de Unificación y Homologación de las Remuneraciones del Sector Público ha emitido dictamen presupuestario favorable al Proyecto de Reforma al Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Turismo;

Que, mediante Oficio No. SENRES – DI – 2009 – 0002371, de 23 de marzo de 2009, el Secretario Nacional Técnico de la SENRES emite dictamen favorable al Proyecto de Reforma al Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Turismo;

Que, es necesario ajustar el diseño de la Estructura Organizacional del MINTUR y su Estatuto Orgánico por Procesos a los lineamientos determinados por la Secretaria Nacional Técnica de Desarrollo de Recursos Humanos y Remuneraciones del Sector Público – SENRES mediante la Norma Técnica de diseño de Reglamentos o Estatutos Orgánicos sobre Gestión Organizacional, promulgada con Resolución SENRES No. 046, publicada en el Registro Oficial No. 251 de 17 de Abril del 2006.

En uso de sus facultades legales.

ACUERDA:

Emitir la siguiente REFORMA AL ESTATUTO ORGANICO DE GESTION ORGANIZACIONAL POR PROCESOS DEL MINISTERIO DE TURISMO.

Artículo 1.- Estructura Organizacional por Procesos.- La estructura organizacional del Ministerio de Turismo se alinea con su misión, visión y objetivos estratégicos, sustentada en la Ley de Turismo y su Reglamento; en PLANDETUR 2020; en la filosofía de productos y procesos compatibles con la demanda y satisfacción de los clientes internos y externos, realizados con eficiencia y eficacia, basado en el mejoramiento continuo de los procesos.

Artículo 2.- Procesos del Ministerio de Turismo.- Los procesos del Ministerio de Turismo, se ordenan y clasifican en la medida que agregan valor al cumplimiento de la misión institucional:

a. Procesos Gobernantes, direccionan la gestión institucional a través de la expedición de políticas, normas e instrumentos para poner en funcionamiento a la organización.

b. Procesos Agregadores de Valor, generan, administran y controlan los productos y servicios destinados a usuarios externos e internos y permiten cumplir con la misión institucional; constituyen la razón de ser de la Entidad.

c. Procesos Habilitantes, están encaminados a generar productos y servicios para los procesos gobernantes, agregadores de valor y para sí mismos, viabilizando la gestión institucional.

d. Procesos Desconcentrados, están encaminados a generar productos y prestar servicios de manera desconcentrada y directamente al cliente usuario.

Artículo 3.- Puestos Directivos.- Los puestos Directivos son los encargados de cumplir y hacer cumplir las gestiones institucionales; mismas que se encuentran establecidos en la estructura organizacional de Ministerio de Turismo y consideran a:

- ✓ Ministro/a de Turismo
- ✓ Subsecretarios de Estado de: Gestión Turística, Mercadeo Turístico, Planificación y; Administración y Finanzas;
- ✓ Subsecretarios Regionales: para las zonas administrativas No: 1, 3, 4, 5, 6, 7.

Artículo 4.- Comité de Gestión de Desarrollo Institucional.- De conformidad a lo establecido en el artículo 115 del Reglamento a la Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa y de Unificación y Homologación de las Remuneraciones del Sector Público -LOSCCA-, el Comité de Gestión de Desarrollo Institucional está integrado por: Ministro/a de Turismo, quien lo presidirá, el Subsecretario de Administración y Finanzas, quien actuará en calidad de presidente alterno, Subsecretarios de Estado de: Gestión

Turística, Mercadeo Turístico, Planificación, Director de la UATHs y Subsecretarios Regionales. Podrá optar en calidad de observador el Presidente de la ASOMET.

Artículo 5.- Responsabilidades del Comité de Gestión de Desarrollo Institucional

El Comité de Gestión de Desarrollo Institucional del Ministerio de Turismo, a más de las responsabilidades establecidas en el artículo 115 del Reglamento de la LOSCCA, tendrá las siguientes responsabilidades:

- a. Asegurar que la entidad cuente con una gestión pública capaz de ofrecer servicios de calidad, con eficacia, eficiencia y transparencia.
- b. Definir las directrices para que la institución cuente con los recursos necesarios para atender las obligaciones y prioridades establecidas por el Gobierno Central para el sector turístico.
- c. Sugerir, instrumentar y monitorear la aplicación de políticas, normas y mecanismos relativos al desarrollo institucional, de recursos humanos, remuneraciones y capacitación en cumplimiento y apoyo a las competencias previstas en la Ley de Turismo y sus reglamentos.
- d. Proponer o desarrollar soluciones para mejorar continuamente la gestión del Ministerio de Turismo.
- e. Evaluar el impacto de la gestión institucional.
- f. Planificar y elaborar el presupuesto institucional en base a las directrices del Ministerio de Finanzas para fortalecer su capacidad de gestión.

Este comité se reunirá ordinariamente una vez al mes, y extraordinariamente cuando el Presidente del Comité así lo requiera.

Artículo 6.- Estructura Organizacional.- El Ministerio de Turismo, definirá su estructura organizacional considerando su base legal y direccionamiento estratégico institucional.

Artículo 7.- Estructura Básica Alineada A La Misión:

La estructura organizacional del Ministerio de Turismo, para el cumplimiento de su misión y objetivos institucionales, integra los procesos internos y desconcentrados, que serán de responsabilidad de las siguientes Unidades Administrativas:

1.2.1.1. PROCESOS GOBERNANTES

1.2.1 1.1 Dirección Estratégica para la generación y formulación de Políticas de Turismo

1.2.1.2. PROCESOS AGREGADORES DE VALOR

1.2.1.2.1 GESTION TURÍSTICA

1.2.1.2.1.1 Gestión de Regulación y Control

1.2.1.2.1.2 Gestión de Proyectos e Inversiones

1.2.1.2.1.3 Gestión de Desarrollo y Facilitación Turística

1.2.1.2.2 GESTION DE MERCADEO TURÍSTICO

1.2.1.2.2.1 Gestión de Mercadeo Estratégico

1.2.1.2.2.2 Gestión de Inteligencia de Mercados

1.2.1.2.2.3 Gestión de Promoción Turística

1.2.1.3. PROCESOS HABILITANTES

1.2.1.3.1 ASESORIA

1.2.1.3.1.1 GESTION DE PLANIFICACIÓN

1.2.1.3.1.1.1 Gestión de Planificación Institucional

1.2.1.3.1.1.2 Gestión de Planificación Sectorial y Seguridad Turística

1.2.1.3.1.2 GESTION DE AUDITORIA INTERNA

1.2.1.3.1.3 GESTION DE ASESORIA JURÍDICA

1.2.1.3.1.4 GESTION DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE

1.2.1.3.2 APOYO

1.2.1.3.2.1 GESTION DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

1.2.1.3.2.1.1 Gestión Administrativa

1.2.1.3.2.1.2 Gestión Financiera

1.2.1.3.2.1.3 Gestión de Tecnologías de la Información

1.2.1.3.2.1.4 Gestión del Talento Humano -UARHs.

1.2.1.3.2.2 GESTION DE DOCUMENTACION Y ARCHIVO

1.2.1.4. PROCESOS DESCONCENTRADOS

Ejecución y monitoreo de planes, programas, proyectos turísticos en los ámbitos geográficos de su jurisdicción.

1.2.1.4.1 Coordinación Zonal 1: Imbabura, Esmeraldas, Carchi y Sucumbíos.

1.2.1.4.2 Coordinación Zonal 2: Pichincha, Napo y Orellana.

1.2.1.4.3 Coordinación Zonal 3: Pastaza, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo.

1.2.1.4.4 Coordinación Zonal 4: Santo Domingo de los Tsáchilas y Manabí.

1.2.1.4.5 Gestión Regional 5: Guayas, Los Ríos, Península de Santa Elena, Bolívar y Galápagos.

1.2.1.4.6 Coordinación Zonal 6: Cañar, Azuay y Morona Santiago.

1.2.1.4.7 Coordinación Zonal 7: Loja, El Oro y Zamora Chinchipe.

REPRESENTACIONES GRÁFICAS DE LAS ESTRUCTURAS DE GESTIÓN DEL MINISTERIO DE TURISMO

Se define las siguientes representaciones gráficas:

CADENA DE VALOR

La cadena de valor es el diseño estratégico, que clasifica y organiza los procesos del Ministerio de Turismo con el propósito de organizar y enfocar los programas de mejoramiento.



Figura 1.2.1.4. Cadena de Valor

MAPAS DE PROCESOS

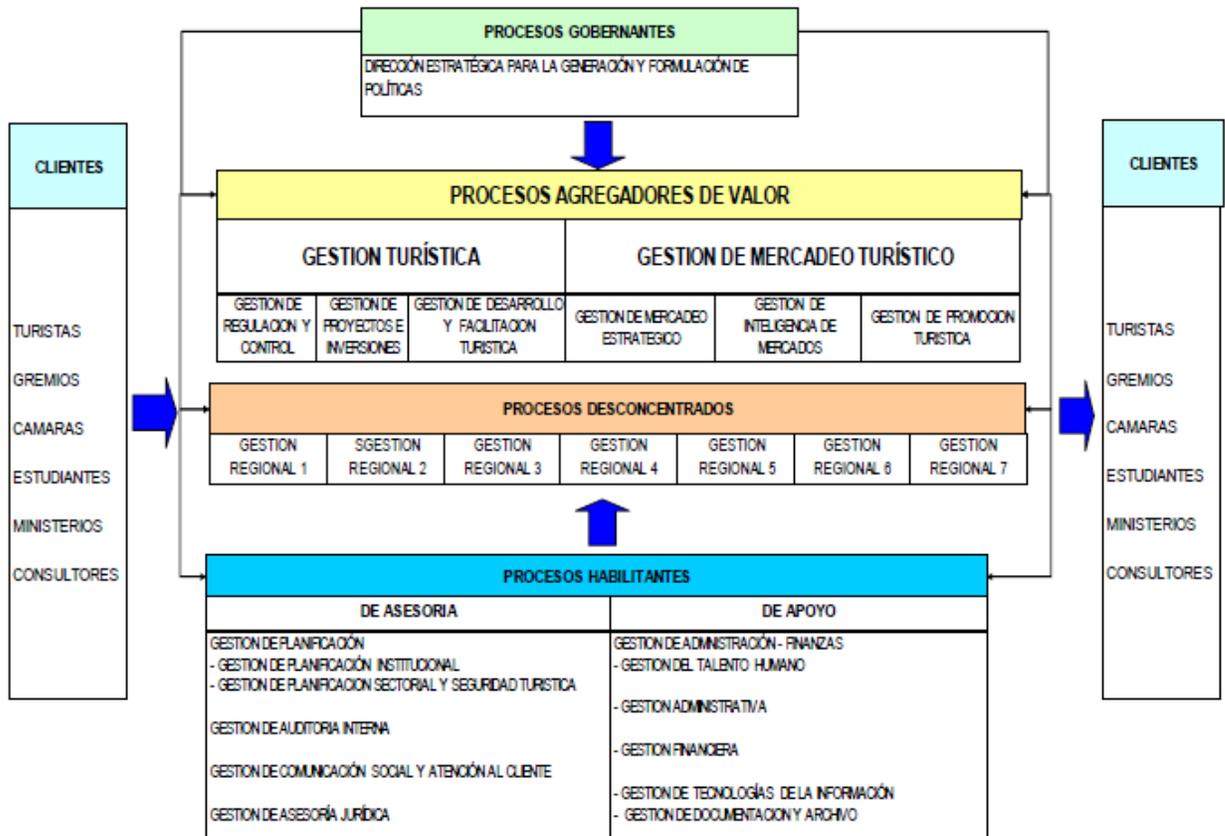


Figura 1.2.1.4.1 Mapas de procesos

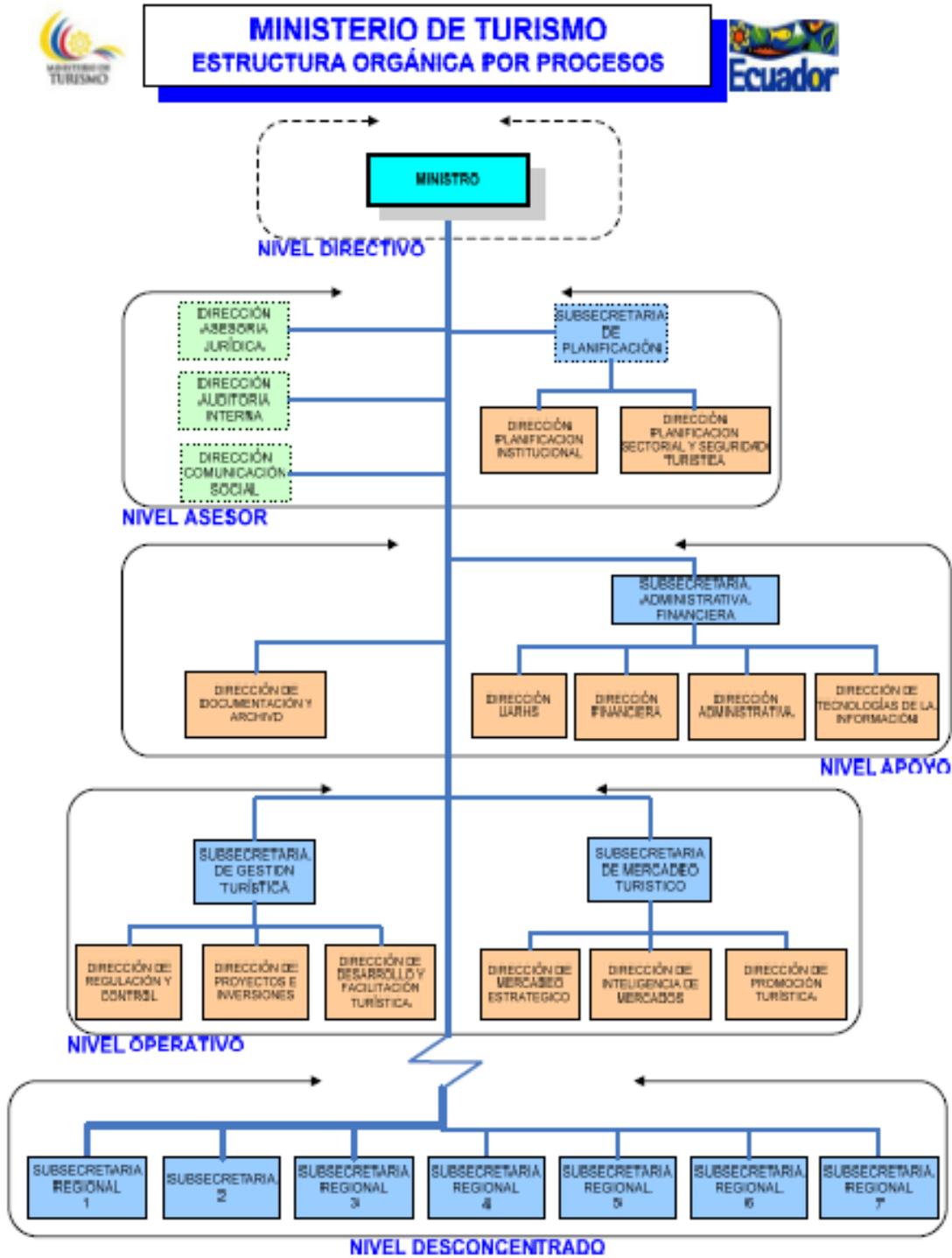


Figura 1.2.1.4.2 Orgánico de Procesos

ESTRUCTURA DESCRIPTIVA

1.2.1.1. PROCESOS GOBERNANTES

Dirección Estratégica para la generación y formulación de Políticas de Turismo.

a. MISIÓN

Formular, orientar, estimular y supervisar políticas de turismo tendientes a promocionar, fortalecer y controlar la actividad turística al amparo de disposiciones constitucionales, convenios internacionales, leyes y reglamentos, políticas y planes gubernamentales y en cooperación con gobiernos seccionales, sector social y privado y; dirigir la gestión institucional a través del establecimiento de normas y procedimientos que coadyuven al cumplimiento de los objetivos del Ministerio. Este proceso se gestiona en el Despacho del Ministro/a de Turismo

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

A más de las establecidas en la Ley de Turismo, tendrá las siguientes atribuciones:

- Representar legalmente al Ministerio de Turismo en lo que estuviere facultado por ley o por decreto ejecutivo.
- Asesorar al Presidente de la República en materia turística.
- Someter a consideración del Presidente de la República las políticas, planes y proyectos para el desarrollo turístico del país.

- Planificar, organizar, dirigir, coordinar y monitorear la gestión del Ministerio de manera directa o mediante desconcentración, delegación de funciones y descentralización.
- Suscribir convenios y contratos, con organismos públicos, privados, nacionales e internacionales que permitan el desarrollo turístico y el mejoramiento de la gestión.
- Expedir, conforme a la ley, acuerdos, resoluciones y disposiciones relacionadas con el ámbito de su competencia en materia turística y administrativa.
- Nombrar, remover y legalizar toda acción administrativa o delegarlas, de acuerdo con la ley.
- Aprobar la proforma presupuestaria de la institución.
- Autorizar gastos de acuerdo a la normatividad vigente.
- Integrar y participar; por sí o por su delegado, en organismos colegiados en los que tenga representación.
- Velar por el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias de aplicación general, en materia turística y administrativa.
- Y las demás que le sean asignadas por el Presidente de la República

1.2.1.2. PROCESOS AGREGADORES DE VALOR

1.2.1.2.1 GESTION TURISTICA

a. MISIÓN

Contribuir al desarrollo turístico del país a través del control y regulación de las actividades turísticas, del fomento al desarrollo de proyectos e inversiones turísticas así como en la dotación de facilidades a través de la capacitación, señalización e inventario turístico;

tomando en cuenta las políticas de competitividad y las metas previstas en el plan estratégico de turismo sostenible PLANDETUR 2020. Este proceso se gestionará en la Subsecretaría de Gestión Turística.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Asesorar al Ministro/a y a los diferentes actores del sector turístico, para el fomento, desarrollo y competitividad de la actividad turística en todo el territorio nacional.
- Dirigir, coordinar y controlar la gestión de las unidades operativas y productivas de la Subsecretaría, en materia de control y regulación; proyectos e inversión; y desarrollo o facilitación turística.
- Apoyar de manera sistémica la cadena de valor turística en el ámbito de su competencia.
- Dirigir y coordinar la elaboración de normas, instructivos y reglamentos que permitan regular las diferentes actividades turísticas.
- Gestionar con los comités provinciales de competitividad turística el desarrollo y fortalecimiento de la actividad en la región, con la participación de los diferentes actores del sector, mediante la implementación de planes y programas turísticos.
- Someter a consideración del Ministro/a, proyectos que garanticen el desarrollo turístico sostenible y sustentable.
- Participar en la elaboración del Plan Operativo con las diferentes unidades administrativas, operativas y productivas del Ministerio de Turismo.
- Fomentar la inversión turística nacional e internacional en las regiones con potencial turístico del país.

- Las demás que le asignare el Ministro/a y las establecidas en leyes y normas pertinentes.

1.2.1.2.1.1 GESTION DE REGULACION Y CONTROL

a. MISIÓN

Fomentar la calidad de los servicios y productos turísticos ofertados en el País, a través de la implementación y aplicabilidad de normas técnicas que permitan una adecuada gestión de regulación y control, fomentando el registro de los establecimientos turísticos en las diferentes actividades y modalidades del sector turístico. Este proceso se gestionará en la Dirección de Regulación y Control

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Elaborar normas, instructivos y reglamentos que permitan regular las diferentes actividades y modalidades turísticas, poniendo a consideración de la autoridad competente para su aprobación.
- Desarrollar mecanismos eficientes tendientes a evaluar y estandarizar el manejo del registro de establecimientos turísticos con el fin de ofrecer información actualizada para la planificación y desarrollo turístico.
- Brindar la asistencia técnica para la clasificación, reclasificación, categorización, concesión o suspensión de licencias, eliminación de establecimientos turísticos de catastros, clausuras, multas y otras sanciones previstas en la Ley de Turismo y su reglamento y registrar cambio de propietario o actividad.
- Consolidar el catastro nacional de establecimientos turísticos en función de los catastros regionales.

- Realizar la fiscalización, control y supervisión de actividades y modalidades turísticas.
- Facilitar la información técnica de regulación y control a las diferentes unidades del Ministerio, para la toma de decisiones.
- Coordinar y monitorear las actividades relacionadas con el control de las actividades turísticas, ejecutadas por las regionales e informar al Subsecretario de Turismo.
- Controlar que la calidad de los establecimientos turísticos registrados, cumplan con las normas emitidas para el efecto.
- Participar en el proceso de planificación estratégica del Ministerio de Turismo y elaborar los planes operativos de la unidad.
- Ejercer las demás funciones, atribuciones, delegaciones y responsabilidades que le correspondan en relación a los programas, proyectos y las asignadas por el nivel jerárquico superior.

c. PRODUCTOS

- ✓ Normativas técnicas de actividades turísticas.
- ✓ Catastro de establecimientos turísticos consolidado a nivel nacional -SIIT (registro de establecimientos turísticos).
- ✓ Informe de verificación de empresas calificadas y registradas para la homologación de máquinas tragamonedas en casinos registrados en el MINTUR.
- ✓ Autorización de importación de máquinas tragamonedas.

- ✓ Ejercer la jurisdicción coactiva en el cobro de los ingresos del Ministerio de Turismo.

1.2.1.2.1.2 GESTION DE PROYECTOS E INVERSIONES

a. MISIÓN.

Fomentar el desarrollo de proyectos e inversiones turísticas tomando en consideración el potencial turístico existente en cada región a través de una participación directa con los diferentes actores del sector turístico nacional, para la generación de fuentes de empleo, ingresos económicos y mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. Este proceso se gestionará en la Dirección de Proyecto e Inversiones

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Gestionar, ejecutar y dirigir el desarrollo técnico de macro proyectos de inversión turística establecidos en la planificación institucional.
- Coordinar la asignación de los recursos económicos requeridos para el desarrollo de los proyectos asignados, ante las instancias correspondientes.
- Fortalecer la capacidad técnica y mecanismos para la ejecución de proyectos de inversión turística, tanto en el Ministerio como con los actores del sector.
- Implementar y mantener el Banco de Proyectos y de Gestión del Conocimiento, realizados y otros propuestos.
- Calificar y aprobar los proyectos de inversión privada presentados

- Identificar los principales mercados para la creación de oficinas de inversión turística.
- Participar en la identificación de potenciales proyectos de desarrollo y fortalecimiento turístico tendientes a favorecer el sector.
- Brindar asesoramiento en la identificación y formulación de proyectos potenciales que fomenten la competitividad de los destinos locales.
- Las demás que le asignare el Subsecretario/a y las establecidas en leyes y normas pertinentes.

c. PRODUCTOS

- Informe técnico de calificación de proyectos turísticos nacionales.
- Coordinación para la ejecución de proyectos nacionales.
- Coordinación de convenios nacionales e internacionales.
- Programas de fomento turístico nacionales.
- Toma de decisiones para el análisis de Indicadores para conocer los impactos y la capacidad de carga turística en áreas naturales y zonas de reserva.
- Coordinación de la declaratoria de Áreas de Reserva Turística.
- Programas nacionales en Turismo Social.
- Evaluación de proyectos nacionales.
- Coparticipación con el sector privado en el desarrollo turístico nacional.
- Informes de Fiscalización de inversiones o reinversiones efectuadas nacionales.
- Difusión de facilidades para la inversión nacional.

- Incrementar la Inversión privada nacional y extranjera en turismo a nivel nacional.
- Difusión de beneficios tributarios a las empresas de turismo receptivo.

1.2.1.2.1.3 GESTION DE DESARROLLO Y FACILITACION TURÍSTICA

a. MISIÓN.

Promover el desarrollo turístico en las regiones del país con potencial turístico, dotando de facilidades para la identificación de los atractivos turísticos; la señalización turística y capacitación, acorde a las necesidades prioritarias del sector. Este proceso se gestionará en la Dirección de Desarrollo y Facilitación Turística.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Elaborar, jerarquizar y mantener actualizado el inventario de recursos turísticos a nivel nacional.
- Identificar, evaluar y brindar información sobre el potencial turístico y los atractivos turísticos del país, con el objetivo de atraer la inversión nacional y extranjera.
- Coordinar con los diferentes organismos la señalización turística.
- Formular estrategias de coordinación interinstitucional para la conservación de los atractivos naturales y culturales del país.

- Emitir informe técnico de incremento de cupos de operación para áreas naturales y zonas de reserva.
- Levantar un diagnóstico de necesidades de capacitación turística para todos los actores del sector turístico.
- Realizar un plan nacional de capacitación en base a las principales necesidades del sector turístico.
- Realizar convenios para la ejecución de eventos de capacitación con distintas entidades públicas y privadas.
- Coordinar e implementar estudios de impacto de los diferentes planes de capacitación ejecutados.
- Mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector turístico a través del fortalecimiento de las capacidades del Recurso Humano en los niveles técnico, operacional y de gestión.
- Identificar las competencias laborales y necesidades de capacitación acorde a la demanda del sector turístico para incluirlas en el Plan Nacional de Capacitación a fin de satisfacer la demanda del recurso humano especializado para el sector.
- Coordinar la implementación de señalización turística en áreas con potencial de desarrollo.
- Elaborar un Plan Nacional de Señalización turística.
- Las demás que le asignare el Subsecretario de Gestión Turística y las establecidas en leyes y normas pertinentes.

c. PRODUCTOS

- Inventario de atractivos turísticos consolidado a nivel nacional.
- Directrices para la señalización turística a nivel nacional.
- Informe de control técnico de mapas especializados en temas turísticos a nivel nacional.
- Planes de coordinación interinstitucionales para la conservación de los recursos naturales y culturales.
- Diagnostico de detección de necesidades de capacitación turística a nivel nacional.
- Plan nacional de capacitación turística.
- Evaluación de capacitación efectuada por las regionales.
- Asesoría técnica al sector turístico.
- Plan Nacional de Desarrollo Turístico.
- Propuestas de facilitación, para el desarrollo turístico a nivel nacional.
- Políticas de capacitación para el sector turístico.
- Propiciar la inclusión de los principios de turismo sostenible en la malla curricular de los centros educativos.

1.2.1.2.2 GESTION DE MERCADEO TURÍSTICO

a. MISIÓN.

Proyectar al Ecuador como un destino turístico competitivo, diverso y único en el contexto mundial, basado en la gestión de estadística e información; inteligencia y tendencia de

mercados; diseño, desarrollo e innovación de productos; estrategias y acciones de mercadeo y promoción turística a nivel nacional e internacional.

Este proceso se gestionará a través de la Subsecretaría de Mercadeo Turístico

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Revisar y autorizar el Plan Estratégico de Investigación de Mercados, Mercadeo y Promoción Turística a nivel nacional e internacional del País.
- Proponer políticas en el ámbito de su competencia.
- Impulsar el buen uso de la Marca Turística a través de la coordinación y suscripción de convenios, contratos o compromisos de uso, con instituciones públicas y privadas a nivel nacional e internacional
- Promover la Marca Turística, midiendo su impacto y posicionamiento a nivel nacional e internacional a través de acciones y estrategias de promoción e inteligencia de mercados.
- Obtener información estratégica del mercado y sus tendencias a nivel nacional e internacional, a través de un sistema de inteligencia para desarrollar planes y acciones de promoción y mercadeo.
- Analizar perfiles de productos, segmentos, consumidores para desarrollar estrategias de promoción.
- Aprobar los informes técnicos de factibilidad para la participación en proyectos de promoción, mediante convenios de cooperación con los gobiernos seccionales, empresa privada, gremios, asociaciones turísticas, ONGs y comunidades.

- Aprobar los productos y piezas promocionales, los canales de distribución así como coordinar la difusión de información general y específica de los recursos turísticos que tiene el País.
- Revisar y aprobar los planes de medios para la ejecución de campañas de concienciación y difusión de destinos, en coordinación con la Dirección de Comunicación Social.
- Planificar, organizar, dirigir y supervisar las actividades relacionadas con la promoción turística nacional e internacional.
- Promover y coordinar los eventos, ferias, convenciones, congresos, seminarios, conferencias, foros, etc. que se realicen a nivel internacional con stands, folletos y souvenirs que promuevan la imagen del país.
- Coordinar viajes de familiarización con medios y personajes del medio turístico internacional, de reconocida trayectoria, para promocionar al Ecuador como destino turístico mundial.
- Designar los participantes para los eventos, ferias, convenciones, congresos, seminarios, conferencias, foros, viajes de familiarización, etc. coordinados por el Ministerio de Turismo, a realizarse a nivel nacional e internacional, en reconocimiento de sus competencias y aporte al sector turístico nacional.
- Proveer al Ministro/a la información de inteligencia y estratégica de turismo para la toma de decisiones, formulación de políticas y proyectos.
- Asesorar al Ministro/a para la formulación y aplicación de políticas de promoción turística y mercadeo, a ejecutarse en coordinación con los organismos públicos y privados, nacionales e internacionales.

- Las demás que le asignare el Ministro/a y las establecidas en leyes y normas pertinentes.

1.2.1.2.2.1 GESTION DE MERCADEO ESTRATEGICO

a. MISIÓN.

Contribuir al desarrollo turístico sostenible, sustentable y competitivo del Ecuador, a través de la innovación, creación y ampliación del inventario de la oferta de productos turísticos, dirigidos a los principales mercados y segmentos nacionales e internacionales existentes y potenciales, mejorando la cadena de valor del turismo y proyectando la imagen del Ecuador como destino turístico mundial.

Este proceso se gestionará en la Subsecretaría de Mercadeo Estratégico.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Planificar, coordinar y orientar las actividades de promoción turística nacional e internacional.
- Coordinar los requerimientos nacionales y gestionar los internacionales, sobre la demanda de destinos y productos turísticos identificados por Inteligencia de Mercados.
- Planificar el desarrollo e innovación de productos turísticos nacionales.
- Coordinar la creación, fomento y facilitación de los insumos necesarios para el desarrollo e innovación de productos turísticos.
- Asesorar a entidades y organismos, en desarrollo de productos turísticos.

- Manejar la imagen turística del Ecuador a través de la aprobación de los diseños de material promocional.
- Gestionar el manejo y actualización de las páginas Web del Ministerio de Turismo en coordinación con la Dirección de Tecnologías y la Dirección de Comunicación Social aportando con insumos propios de su área.
- Coordinar y aprobar el material a ser entregado como información turística a nivel nacional e internacional.
- Participar en el proceso de planificación estratégica del Ministerio de Turismo y canalizar los planes operativos de la unidad.
- Formular planes y programas nacionales en materia de mercadeo estratégico capaz de generar recursos económicos que contribuyen al desarrollo social.
- Promover la comercialización de todos los productos turísticos del Ecuador.
- Promover el desarrollo y la infraestructura necesaria para facilitar el turismo alternativo como: de aventura, ecoturismo y rural, así como el turismo tradicional que incluye el cultural, negocios, salud, compras, deportes, entre otros.
- Desarrollar y ejecutar campañas de concienciación turística dirigidas a la población y a los turistas nacionales e internacionales.
- Las demás funciones que le sean asignadas por el Subsecretario de Mercadeo Turístico, dentro del ámbito de la misión del área.

c. PRODUCTOS

MERCADEO ESTRATEGICO

- Campañas Nacionales de Concienciación y sensibilización turística.

- Material promocional nacional.
- Banco de imágenes y audiovisual.
- Otros cooperados con entidades públicas y gremios del sector.
- Generación de capacidades de promoción turística en los gobiernos seccionales y microempresarios turísticos para mercado nacional e internacional.
- Políticas macro de promoción turística internacional.
- Gestión de contratos de licencia para uso de la marca turística.
- Servicio de información turística a nivel nacional.
- Desarrollo e innovación de productos turísticos.
- Diseños de piezas promocionales nacional.
- Sistemas de administración de las diferentes muestras de piezas promocionales nacional e internacional.
- Administración de la marca turística del Ecuador a clientes internos y externos.
- Administración óptima de las páginas Web del Ministerio de Turismo y del portal de ofertas turísticas del Ecuador.
- Consolidación del Inventario de productos turísticos del Ecuador.
- Presupuesto de mercadeo y promoción nacional.
- Plan de Marketing Turístico nacional actualizado y evaluado.

GESTION DISEÑO GRAFICO

- Diseño de piezas promocionales.
- Manejo y administración de las diferentes muestras de piezas promocionales.
- Manejo de la marca turística del Ecuador a clientes internos y externos.

1.2.1.2.2.2 GESTION DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

a. MISIÓN

Proporcionar datos e información técnica de los estudios e investigaciones realizados en mercados turísticos nacionales e internacionales, analizando consumidores, competencias, oferta y demanda de los destinos y productos turísticos, para la promoción del sector turístico. Este proceso se gestionará en la Dirección de Inteligencia de Mercados.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Coordinar la Investigación de mercados nacionales e internacionales en temas referentes al turismo.
- Realizar el análisis de motivaciones y definición de perfiles de consumidores de productos turísticos.
- Informar periódicamente a la Subsecretaría de Mercadeo sobre las investigaciones de mercado nacional e internacional referente al turismo para aplicar estrategias de marketing.
- Brindar asistencia técnica a gobiernos seccionales y demás actores del sector turístico, en temas de inteligencia de mercados.
- Realizar estudios especializados para impulsar el turismo sostenible en el Ecuador promoviendo acciones de ecoturismo, etnoturismo y turismo cultural de las diferentes regiones del país.
- Desarrollar herramientas para identificar posibles nuevos mercados turísticos, interesados en visitar el Ecuador.

- Coordinar la aplicación de estudios de mercado laboral turístico, para detectar necesidades de capacitación técnica de promoción y mercadeo de los productos turísticos.
- Informar sobre el posicionamiento de la marca turística, previo su monitoreo respectivo.
- Coordinar el seguimiento y evaluación del Plan Nacional de Marketing.
- Planificar estrategias del mercado e identificar los medios más efectivos para promocionar al sector turístico del País.
- Implementar y fortalecer en el ámbito nacional las oficinas de información turística i-Tur del Ministerio de Turismo.
- Las demás funciones que le sean asignadas por el Subsecretario de Mercadeo Turístico, dentro del ámbito de la misión del área.

c. PRODUCTOS

- Normas técnicas para la planificación y orientación de actividades de promoción turística.
- Sistema de inteligencia de mercados nacionales e internacionales.
- Monitoreo del Posicionamiento de marca turística en eventos especiales a nivel internacional y nacional.
- Evaluación anual de Marketing Ecuador y PLANDETUR 2020.
- Evaluación de campañas publicitarias, ferias nacionales e internacionales.
- Benchmarking, análisis comparativo de destinos del país.
- Perfil y motivación del turista nacional e internacional.

- Definición de segmentos y nichos de mercado para los productos turísticos del Ecuador.
- Consolidación de la información a través de observatorios turísticos e Iturs.
- Análisis de mercado en ferias y eventos turísticos nacionales e internacionales.

1.2.1.2.2.3 GESTION DE PROMOCION TURISTICA

a. MISIÓN

Ejecutar actividades de promoción turística del Ecuador a nivel nacional e internacional, aplicando las acciones contempladas en el Plan de Marketing, para posicionar al país como un destino líder en turismo sostenible en el mundo, que permita incrementar la demanda turística y el ingreso de divisas que coadyuven a mejorar la calidad de vida de la población ecuatoriana. Este proceso se gestionará en la Dirección de Promoción Turística.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Participar en la actualización del Plan de Marketing, a fin de incrementar el ingreso de divisas al país.
- Implementar programas de financiamiento o convenios de cooperación con el sector privado, para la promoción y el desarrollo turístico del Ecuador.
- Ejecutar campañas de promoción turística del Ecuador a nivel local, regional, nacional e internacional.
- Coordinar y ejecutar acciones de promoción para posicionar al Ecuador como un destino turístico a nivel nacional e internacional, de acuerdo a lo establecido en el Plan de Mercadeo.

- Planificar acciones de promoción para crear, difundir y mantener el posicionamiento de la imagen turística del Ecuador
- Coordinar con el sector privado los mecanismos para promocionar la oferta turística a nivel nacional e internacional.
- Coordinar la participación del Ministerio de Turismo en ferias, eventos y workshops a nivel nacional e internacional.
- Proponer las principales actividades de promoción a ser publicadas en la Página Web institucional.
- Las demás funciones que le sean asignadas por el Subsecretario de Mercadeo Turístico, dentro del ámbito de la misión del área.

c. PRODUCTOS

- Campañas Nacionales e Internacionales de Promoción Turística.
- Participación en ferias nacionales internacionales y Workshops.
- Viajes de prensa.
- Programa de prensa turística internacional.
- Viajes de familiarización nacionales e internacionales.
- Cooperados en acciones de promoción y publicidad turística internacional.
- Estrategias y acciones de Posicionamiento de marca turística en eventos especiales a nivel nacional e internacional.
- Implementación y fortalecimiento de las oficinas de información turística i-Tur.
- Relaciones públicas para promoción turística internacional del Ecuador.

- Promoción de la oferta turística realizada por el sector privado a nivel nacional e internacional.
- Atención e información turística en eventos a escala nacional e internacional.
- Página Web para información y promoción.

1.2.1.3. PROCESOS HABILITANTES

1.2.1.3.1 ASESORÍA.

1.2.1.3.1.1 GESTION DE PLANIFICACIÓN

a. MISIÓN

Impulsar el desarrollo integral del sector turístico a través de la elaboración de planes estratégicos –operativos y el aprovechamiento de la cooperación externa; alineándolos con los planes nacionales y sectoriales, a fin de promover el desarrollo social, cultural, económico productivo, ambiental y seguridad turística, sobre los principios de integración, participación, descentralización, desconcentración, transparencia y eficiencia. Este proceso se gestionará en la Subsecretaría de Planificación

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Coordinar, integrar y facilitar los procesos de planificación institucional, así como la formulación sistemática y evaluación de los planes estratégicos, operativos y proyectos, de tal manera que se cuente con la información necesaria para la toma de decisiones oportuna en el Ministerio de Turismo.
- Articular e integrar con el Subsecretario de Administración y Finanzas, el presupuesto y la programación anual de los planes institucionales.

- Analizar y validar las actividades estratégicas institucionales y articularlas con la programación presupuestaria anual del Ministerio de Turismo.
- Proponer y formular reglamentos y procedimientos, para la gestión del sector turístico y mantenerlos debidamente actualizados.
- Definir reglamentos, lineamientos y mecanismos de mediano y largo plazo que promuevan los procesos de descentralización y desconcentración, con el fin de generar un desarrollo regional competitivo y equilibrado.
- Definir los lineamientos y mecanismos de colaboración mutua en materia turística con gobiernos amigos y con organismos internacionales.
- Facilitar, gestionar y coordinar la articulación de los procesos de formulación de la política sectorial con la planificación operativa institucional.
- Establecer estándares que fomenten la calidad de la inversión del Ministerio de Turismo.
- Coordinar las acciones requeridas durante el ciclo de los programas y proyectos de inversión pública.
- Formular planes de prevención y gestión de riesgos con enfoque de desarrollo y planes de emergencia y contingencia con énfasis a la protección al turista.
- Realizar el seguimiento, monitoreo y evaluación de los planes, programas y proyectos sectoriales e institucionales, así como de las metas e indicadores del Plan Nacional de Desarrollo que corresponde a su competencia.
- Brindar elementos técnicos e información de calidad que faciliten a la autoridad ministerial la toma de decisiones en el marco de sus competencias.

- Las demás que le asignare el Ministro/a y las establecidas en leyes y normas pertinentes.

1.2.1.3.1.1.1 GESTION DE PLANIFICACIÓN INSTITUCIONAL

a. MISIÓN

Contribuir en el diseño e implementación de planes, programas y proyectos institucionales, que viabilicen el desarrollo turístico en base a estrategias globales y sectoriales; definidas a largo y mediano plazo, considerando la misión, visión, objetivos y políticas del gobierno nacional y los de la propia institución. Este proceso se gestionará en la Dirección de Planificación Institucional.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Establecer los lineamientos básicos de la planificación integral del sector turístico nacional, de común acuerdo con la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- En concordancia con lo establecido por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, definir lineamientos para que conjuntamente con las Gerencias Regionales del Ministerio, formular las políticas y estrategias generales del sector Turístico.
- Coordinar las acciones de los distintos proyectos con las Subsecretarías Regionales, para alcanzar el cumplimiento de las Metas y Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo y del Milenio.

- Lograr que la entidad, a través de la planificación, cuente con un sistema articulado con principios y mecanismos, que permitan organizar la gestión institucional y orientar la actividad turística privada para alcanzar los objetivos nacionales e institucionales.
- Elaborar los planes generales a mediano y largo plazo del sector, con base al PLANDETUR 2020.
- Consolidar y ajustar los planes operativos y el Presupuesto Anual del Ministerio, en concordancia al PLANDETUR 2020 y a las directrices de la máxima autoridad.
- Coordinar la programación trimestral de compromisos y desembolsos; así como, analizar y emitir opinión acerca de las modificaciones presupuestarias que se propongan.
- Supervisar y evaluar los programas y planes operativos del Ministerio, vigilando el cumplimiento de las metas físicas y financieras e informar al Ministro/a y, cuando proceda, al organismo superior de planificación.
- Apoyar al cumplimiento de las disposiciones emanadas por autoridad competente en materia presupuestaria.
- Apoyar y promover las acciones de las Subsecretarías Regionales, tendientes a la formulación de los planes regionales.
- Promover la gestión por resultados y la rendición de cuentas, a través de indicadores de gestión en relación a objetivos y metas planteadas.
- Dirigir, coordinar, supervisar y evaluar los proyectos a su cargo, en la puesta en operación, correspondiente a la etapa de post-inversión.

- Formular los lineamientos generales y las directrices específicas para la calificación de proyectos.
- Coordinar con organismos nacionales e internacionales la suscripción de convenios para la asistencia técnica y ejecución de proyectos que requieren dicho apoyo y/o financiamiento.
- Las demás funciones que le señalen las Leyes, Reglamentos, resoluciones y demás actos normativos, en su área de acción y las dispuestas por las autoridades de turno.

c. PRODUCTOS

CONTROL DE GESTION

- Evaluación de Convenios interinstitucionales a nivel nacional.
- Consolidación de los Informes de proyectos regionales.
- Coordinación y seguimiento de los comités temporales.
- Diseño de lineamientos para la generación de proyectos en diferentes modalidades de turismo sostenible (ecoturismo, comunitario, cultural, aventura, agroturismo, etc.).
- Coordinación de nuevos productos y destinos turísticos de nivel nacional.
- Monitoreo y Evaluación de planes y proyectos a nivel nacional.

PLANIFICACION ESTRATEGICA Y OPERATIVA

- Consolidación de planes, programas y proyectos desarrollados por el MINTUR.
- Modelos estandarizados para elaboración de informes técnicos.
- Metodologías para la elaboración y ejecución de planes, programas y proyectos.

- Diseño de lineamientos de evaluación y seguimiento a planes, programas y proyectos ejecutados por el MINTUR a nivel nacional.
- Consolidación y validación de planes estratégico de la actividad turística.
- Plan estratégico institucional.
- Consolidación y validación Plan Operativo Anual presupuestado.
- Lineamientos para los términos de referencia para la elaboración de Guías y Manuales especializados.
- Relacionamiento con organismos de cooperación externa.

SEGUIMIENTO DE CONVENIOS Y PROYECTOS

- Informe consolidado de avance de proyectos a nivel nacional para SENPLADES.
- Informes de gestión para varias instituciones.
- Base de datos de planes y proyectos a nivel nacional orientados a la actividad turística.

1.2.1.3.1.1.2 GESTION DE PLANIFICACIÓN SECTORIAL Y SEGURIDAD TURISTICA

a. MISIÓN

Definir y ejecutar lineamientos y mecanismos que fortalezcan los procesos de gestión territorial y sectorial, desconcentración y descentralización, con el fin de generar un desarrollo regional competitivo, armónico y equilibrado de la actividad turística, garantizando la seguridad a los usuarios de los servicios turísticos, mediante la implementación de estrategias, actividades y medidas de control y prevención por parte de

los prestadores del servicio. Este proceso se gestionará en la Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Promover procesos de gestión territorial y sectorial que coadyuven a la desconcentración y descentralización de competencias, a fin de generar un desarrollo regional equilibrado.
- Implementar los planes y estrategias acordados en reuniones binacionales, relacionados al desarrollo turístico fronterizo.
- Coordinar, apoyar y evaluar los procesos de descentralización de atribuciones del Ministerio de Turismo, hacia los gobiernos seccionales.
- Analizar y evaluar estadísticas e indicadores del sector turístico para la planificación y formulación de políticas tendientes al desarrollo del sector turístico regional y nacional.
- Brindar asistencia técnica a los gobiernos seccionales y demás actores locales en la elaboración de planes y proyectos de desarrollo turístico local y regional
- Calificar y evaluar los proyectos nacionales de cofinanciamiento y supervisar los presentados por los gobiernos seccionales y organismos sin fines de lucro.
- Formular y evaluar políticas y planes de seguridad turística a ser implementados a nivel nacional.
- Identificar posibles riesgos turísticos potenciales, por tipos de viaje, localizaciones y sectores afectados.

- Establecer directrices para los operadores de establecimientos turísticos en temas de seguridad turística.
- Normar prácticas de seguridad en instalaciones y sitios turísticos en cuanto a protección contra incendios, robos, higiene y sanidad.
- Diseñar y difundir documentos e información apropiada sobre seguridad para viajeros en sus visitas a los destinos turísticos.
- Prevenir a los turistas sobre aspectos y cuidados de salud que deben considerar de acuerdo a las características naturales propias de cada destino, notificando sobre los posibles problemas que en este campo se encuentre en el país.
- Coordinar y apoyar la implementación del seguro turístico y de asistencia médica para turistas.
- Realizar el seguimiento a las denuncias de irregularidades en materia de turismo, presentadas a las entidades correspondientes y generar estadísticas.
- Las demás funciones que le señalen las Leyes, Reglamentos, resoluciones y demás actos normativos, en su área de acción y las dispuestas por las autoridades de turno.

c. PRODUCTOS

PLANIFICACION SECTORIAL

- Programas de descentralización, delegación y desconcentración.
- Evaluación de las competencias transferidas a los Gobiernos seccionales descentralizados.
- Conformación de la cadena de valor turística productiva a nivel nacional.

SEGURIDAD TURISTICA

- Prevención y erradicación de la explotación sexual y comercial de niños y niñas adolescentes asociados al turismo, campaña de concienciación del programa ESCNNA
- Emitir políticas para el control de las empresas turísticas, para la ejecución de planes de seguridad al turista.
- Coordinar la aplicación de acciones de seguridad en el viajero del transporte aéreo.
- Plan Estratégico de seguridad al turista
- Establecer lineamientos de seguridad turística para vigilar los atractivos turísticos.
- Apoyo a los planes de riesgo y seguridad identificados por los organismos competentes.

ESTADISTICA E INFORMACION DE TURISMO

- Implementación del Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador.

1.2.1.3.1.2 GESTION DE AUDITORIA INTERNA

a. MISIÓN

Realizar el examen y evaluación de las operaciones y actividades de la entidad, a través de las auditorias y exámenes especiales, con sujeción; a las disposiciones legales, normas nacionales e internacionales; generar informes de calidad con recomendaciones tendientes a mejorar la gestión institucional y brindar asesoría técnica-administrativa a las autoridades,

niveles directivos y servidores de la entidad, exclusivamente en las áreas de control. Este proceso se gestionará en la Dirección de Auditoría Interna

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Asesorar a las autoridades y funcionarios a nivel nacional en las áreas de su competencia.
- Elaborar y ejecutar el Plan anual de Auditoría para la institución y someterlos a la aprobación de la Contraloría General del Estado.
- Auditar conforme al Plan Anual, las operaciones técnicas, financieras y administrativas, comprobando su legalidad, exactitud, pertenencia, necesidades, conveniencias, veracidad y conformidad con las políticas y normas, planes y programas en vigencia.
- Asesorar técnica y administrativamente a las dependencias del Ministerio en el área de su competencia.
- Verificar las transacciones, registros informes y estados financieros correspondientes al período examinado.
- Revisar y evaluar el control interno financiero de la institución y hacer recomendaciones para mejorarlo.
- Examinar y evaluar la planificación, organización, dirección y control interno administrativo.
- Revisar y evaluar la eficiencia, efectividad y economía con que se han utilizado los recursos humanos, materiales y financiero, en el Ministerio.

- Revisar y evaluar los resultados de las operaciones programadas, a fin de determinar si han alcanzado las metas propuestas.
- Preparar informes de las auditorías realizadas, con sus respectivos comentarios, conclusiones y recomendaciones, a la Contraloría General del Estado y a nivel ejecutivo del Ministerio.
- Prestar a los auditores externos la colaboración que soliciten, incluyendo información sobre exámenes efectuados y la documentación pertinente.
- Auditorías operacionales.
- Auditorías de gestión.
- Exámenes especiales.
- Informes de recomendaciones y sanciones.
- Informes y pronunciamientos.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes y reglamentos pertinentes, así como las que en materia de auditoría interna fueran dictadas por la Contraloría General del Estado y demás organismos autorizados para el efecto.

c. PRODUCTOS

- Plan Anual de Control
- Auditoría Administrativa y de Gestión
- Exámenes Especiales
- Asesoría

1.2.1.3.1.3 GESTION DE ASESORIA LEGAL

a. MISIÓN

Coordinar asuntos jurídicos y de normatividad en la revisión, asesoramiento, análisis y aplicación de criterios jurídicos adecuados, para que los actos y acciones del Ministerio de Turismo, se encuentren estrictamente apegados al principio de legalidad, eficiencia, moralidad y de esta forma brindar certeza a los mismos, cuidando que siempre tiendan al interés institucional, logrando el bienestar de la colectividad en pro de la efectiva y eficaz gestión institucional para el desarrollo turístico sostenible. Este proceso se gestionará en la Dirección de Asesoría Jurídica

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Brindar asesoría jurídica al Ministro/a y a las diversas unidades administrativas.
- Absolver consultas jurídicas en la aplicación de las diferentes leyes que regulan la administración pública y la actividad turística.
- Formar parte de comisiones, juntas, comités de conformidad con los reglamentos a los que fuere convocado por el Ministro/a o al amparo del mandato legal.
- Elaborar, revisar o analizar proyectos de leyes, decretos, reglamentos, acuerdos, resoluciones y otros instrumentos de índole legal relacionados con las competencias del Ministerio.
- Analizar los documentos legales que sustenten los acuerdos que otorga el Ministerio a favor de personas naturales o jurídicas sobre calificación de proyectos, concesión de beneficios, peticiones en derecho y otros.

- Analizar y proponer cambios; revisar acuerdos de otorgamiento de personería jurídica a corporaciones y fundaciones cuyo objeto se relacione con el turismo.
- Participar en los procesos precontractuales y contractuales que realice la institución mediante la elaboración y revisión de bases y documentos necesarios para la contratación; supervisar el cumplimiento de los contratos sobre la base de las disposiciones legales y participar en los comités de contratación.
- Coordinar y colaborar con la Procuraduría General del Estado, para la defensa de los intereses institucionales en todos los procesos y documentos correspondientes a las actividades del Ministerio.
- Representar legalmente al “Ministerio de Turismo” y sus unidades administrativas en los términos de los poderes que se le otorguen, ante los tribunales de justicia, organismos autónomos, órganos jurisdiccionales contencioso - administrativos y autoridades administrativas, en los procesos o procedimientos de toda índole.
- Asesorar jurídicamente en la elaboración de circulares, resoluciones, contratos, convenios, actas, bases de coordinación, decretos y acuerdos y llevar el registro de estos y de los documentos y disposiciones internas que regulen la actividad jurídica.
- Participar como abogado o procurador en recursos administrativos, medios de impugnación, juicios contenciosos administrativos y judiciales que se interpongan en contra de los actos y resoluciones del “Ministerio de Turismo”, llevando a cabo los actos que se requieran para su trámite y resolución.
- Formular demandas, contestaciones, reclamaciones, absolver posiciones de todo tipo de promociones y recursos en los juicios o procedimientos en que el “MINTUR” o las unidades administrativas sean actoras o demandadas, tengan

interés jurídico o se les designe como parte, ante las autoridades judiciales, administrativas fiscales, laborales, penales, civiles o ante árbitros o de cualquier índole.

- Realizar los actos que se requieran para iniciar y tramitar los procedimientos administrativos de incumplimiento de contrato por parte de proveedores.
- Asesorar a las unidades administrativas del “MINTUR” para que cumplan adecuadamente las resoluciones jurisdiccionales pronunciadas o las recomendaciones emitidas por la CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO, así como aquellos casos de ejecución de disposiciones de carácter nacional que afecten a la Institución.
- Asesorar en convenios y procedimientos de cooperación externa.
- Brindar asesoramiento en Comisiones Interinstitucionales donde el Ministerio es parte.
- Ser Juez de Coactiva y coordinar su proceso.
- Las demás funciones que le sean asignadas por el Ministro/a, dentro del ámbito de la misión del área.

c. PRODUCTOS

Juicios

Juicios iniciados por el Ministerio

Juicios iniciados en Contra del Ministerio

Convenios

Tutelas administrativas

Juzgado de coactiva

Procedimientos Administrativos

Sumarios Administrativos.

Quejas.

Actos Administrativos.

Contratos

Contratos personales.

Contratos de Servicios Bienes u Obras.

Estatutos

Aprobación de Estatutos.

Reforma de Estatutos.

Registro de Directiva.

Criterios Jurídicos

Criterios Jurídicos Internos.

Criterios Jurídicos Externos.

Criterios Jurídicos solicitados por la Ministra o Ministro

1.2.1.3.1.4 GESTION DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y ATENCION AL CIUDADANO

a. MISIÓN

Definir y recomendar estrategias de Comunicación y Difusión enmarcadas en las directrices del PLANDETUR 2020 que permitan posicionar la gestión ministerial; socializar su ejecución mediante productos digitales, impresos y carteleras al interior de la institución;

así como difundir y promocionar la imagen y capacidad de gestión a nivel nacional e internacional. Este proceso se gestionará en la Dirección de Comunicación Social

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Definir, ejecutar y evaluar el Plan Estratégico de Comunicación que responda al marco conceptual de las máximas autoridades del Ministerio de Turismo.
- Asesorar a las autoridades del Ministerio de Turismo en materia de Comunicación Social.
- Participar en los procesos de Planificación del Ministerio de Turismo.
- Mantener una buena relación con representantes de medios de Comunicación; de organismos gubernamentales y del sector público e instituciones empresariales y gremiales del sector turístico.
- Definir mecanismos de Comunicación Interna.
- Dirigir la ejecución del Proyecto "Difusión y Comunicación" a responsabilidad de esta Dirección.
- Diseñar esquemas de coordinación de la información con otras instituciones relacionadas con la gestión del Ministerio de Turismo.
- Monitorear la satisfacción de los usuarios por los productos y servicios recibidos.
- Elaborar banco de preguntas y estadísticas sobre la atención al cliente de los productos y servicios recibidos o brindados por la institución.
- Preparar informes mensuales para la toma de decisiones sobre la atención al usuario y la calidad de los productos y servicios ofrecidos por la institución.

- Atender y orientar a los ciudadanos en función de los productos y servicios que genera la institución.
- Formular sugerencias para mejorar la imagen y posicionamiento institucional.
- Implementación y Coordinación de Call Center.
- Las demás funciones que le sean asignadas por el Ministro/a, dentro del ámbito de la misión del área.

c. PRODUCTOS

COMUNICACIÓN SOCIAL

- Plan Estratégico de comunicación institucional interna y externa
- Seguimiento del Plan de comunicación
- Programa de Difusión y cobertura
- Plan de Imagen corporativa
- Rueda de prensa a Cargo de Autoridades Institucionales e Instituciones Afines
- Protocolo y relaciones Públicas Institucionales
- Seguimiento de Prensa y Valoración en medios impresos
- Producción de Videos promocionales y pastillas informativas
- Banco de videos de la gestión Institucional
- Guiones de Spot y cuñas de publicidad de la Institución
- Archivo fotográfico Digital de la institución
- Archivo de audio, de entrevistas y de participación de autoridades en medios de Comunicación Social
- Monitoreo de noticieros de Televisión

- Edición de Noticias
- Administración segmento de Web

ATENCION AL CIUDADANO

- Indicadores de gestión de productos y servicios al ciudadano.
- Plantillas de encuestas y servicios al ciudadano.
- Estadísticas de satisfacción del ciudadano.
- Plan de mejoramiento continuo de productos y servicios al ciudadano.
- Informes de ejecución, seguimiento y evaluación del plan mejoramiento continuo de productos y servicios al ciudadano.
- Manual de atención al usuario.
- Informes periódicos de recomendaciones, sugerencias y reclamos a las autoridades correspondientes.
- Banco de preguntas más frecuentes.
- Cuadro comparativo de estadísticas mensuales de atención a los ciudadanos.
- Call Center

1.2.1.3.2 APOYO

1.2.1.3.2.1 GESTION DE ADMINISTRACION Y FINANZAS

a. MISIÓN

Facilitar la gestión institucional prestando asesoría a la máxima autoridad en materia administrativa, de recursos humanos, financiera y de tecnologías de información, para el cumplimiento de la misión, visión y objetivos institucionales, asegurando un continuo

proceso de fortalecimiento y desarrollo institucional, con el fin de que el Ministerio pueda cumplir con eficiencia y eficacia sus responsabilidades. Este proceso se gestionará en la Subsecretaría de Administración y Finanzas

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Asesorar al Ministro/a en materia administrativa, de recursos humanos y financiera para el cumplimiento de la misión, visión y objetivos institucionales.
- Planificar, organizar, dirigir, coordinar y monitorear la gestión de las diferentes unidades de apoyo de la entidad.
- Someter a consideración del Ministro/a planes, programas y proyectos para un eficiente desarrollo organizacional.
- Impulsar, promover, coordinar e implantar procesos que aseguren el fortalecimiento y el desarrollo institucional así como, adoptar medidas correctivas para el mejoramiento de la gestión administrativa y de tecnologías de información.
- Formular políticas para la eficiente administración de recursos humanos del Ministerio.
- Autorizar gastos para adquisición de bienes, servicios y ejecución de obras necesarias para el buen desenvolvimiento del Ministerio de acuerdo a la normatividad vigente y dentro de los límites otorgados por la máxima autoridad.
- Legalizar previa aprobación o delegación del Ministro/a los acuerdos y resoluciones que se emitan en el ámbito de su competencia.
- Representar por delegación del Ministro/a a la institución en el país o en el exterior.

- Coordinar con entidades del sector público y privado del país o del exterior programas y proyectos que fortalezcan el desarrollo organizacional.
- Dirigir y formular planes, programas y proyectos de las unidades bajo su administración.
- Aprobar informes técnico-administrativos y financieros de su competencia.
- Presidir los Comités de Adquisiciones de Bienes, Ejecución de Obras y Prestación de Servicios.
- Establecer mecanismos internos de supervisión para fortalecer la gestión del desarrollo institucional.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias en el ámbito de su competencia.
- Cumplir con las demás funciones legales y reglamentarias y las que le asigne el Ministro/a de Turismo con sujeción a la ley.

1.2.1.3.2.1.1 GESTION ADMINISTRATIVA

a. MISIÓN

Brindar con eficiencia y eficacia productos y servicios de apoyo logístico con la entrega oportuna de equipos, materiales, suministros y servicios tecnológicos para fortalecer la gestión institucional de acuerdo a la demanda de servicios, formuladas por los procesos gobernantes, agregadores de valor, habilitantes y clientes externos de conformidad a la normativa que rige sobre la materia.

Este proceso se gestionará en la Dirección Administrativa

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Administrar la adecuada prestación de servicios básicos y generales tales como: transporte, seguridad, mantenimiento, conserjería reproducción de documentos y demás servicios afines que permitan el funcionamiento apropiado de las dependencias del Ministerio de acuerdo con las políticas, disposiciones legales y normas establecidas para el efecto.
- Diseñar y aplicar sistemas técnicos normativos para la correcta administración de bienes muebles, materiales y demás servicios requeridos por el Ministerio, de conformidad con las normas y procedimientos existentes sobre la materia.
- Organizar y controlar el uso adecuado y mantenimiento de los vehículos del Ministerio y coordinar la contratación de seguros para los mismos.
- Supervisar el uso de equipos de oficina, equipos de comunicación utilizados en la transmisión y recepción de mensajes oficiales.
- Dirigir y coordinar con la Dirección Financiera, la elaboración del plan anual de adquisiciones del Ministerio, acorde con las necesidades institucionales y ponerlo a consideración de la Subsecretaría de Administración y Finanzas.
- Procurar el uso óptimo de las instalaciones que ocupan las unidades del Ministerio, las mismas deben encontrarse en buenas condiciones de servicio y presentación.
- Notificar y tramitar ante las compañías aseguradoras sobre los siniestros de vehículos, equipos y bienes del Ministerio.
- Dar cumplimiento al Reglamento de Bienes del Sector Público y demás disposiciones legales vigentes sobre la materia.

- Definir y aplicar de conformidad con las disposiciones legales respectivas los procesos de traspasos, bajas, incineración y remates de bienes del Ministerio.
- Coordinar con la Dirección Financiera procesos de remate y baja de bienes.
- Participar en los Comités de Contrataciones del Ministerio.
- Asesorar a las Unidades del Ministerio en materia de Contratación Pública; elaborar expedientes y demás documentos precontractuales de acuerdo a la ley.
- Ejercer las demás atribuciones, delegaciones y responsabilidades en el ámbito de su competencia que le asignen la subsecretaría de Administración y Finanzas y las demás establecidas en la normativa vigente.

c. PRODUCTOS

SERVICIOS INSTITUCIONALES

- Servicio de transporte institucional.
- Pagos de servicios de transporte (combustible, lubricadora)
- Matriculación
- Plan nacional de adquisiciones.
- Consolidación de la ejecución del plan de adquisiciones.
- Expedientes y documentos precontractuales.
- Registro único de proveedores.
- Compras directas.
- Proveedores nuevos evaluados.
- Plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles.

- Inventario de suministros y materiales.
- Informe de inventarios físicos y constatación física de activos fijos
- Entrega - recepción de suministros y materiales.
- Inventario de activos fijos.
- Informe de pagos de suministros básicos.
- Informe de administración de bodegas y suministros
- Actas de custodios finales de bienes.
- Bajas de muebles y equipos de Oficina
- Informe de administración de pólizas.

CENTRO DE DOCUMENTACION

- Atención al Cliente en Centro de Documentación Préstamo de material bibliográfico turístico

Uso de Internet para consultas bibliográficas

- Estadística de atención al usuario y procesamiento de libros
- Centro de Documentación

Selección y clasificación de material bibliográfico.

Adquisición de material de lectura relacionada con Turismo

Inventario de material bibliográfico

Ubicación física de material bibliográfico

1.2.1.3.2.1.2 GESTION DEL TALENTO HUMANO – UARHs

a. MISIÓN

Planificar, dirigir y controlar la ejecución de actividades y procesos técnico - normativos de administración de RRHH y Desarrollo Institucional, a fin de que el MINTUR cuente con personal idóneo, competitivo y comprometido con los valores institucionales. Este proceso se gestionará en la Dirección de la UARHs

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Cumplir y hacer cumplir la LOSCCA dentro de su jurisdicción administrativa, así como preparar los proyectos de reglamentos internos que fueren necesarios.
- Promover, diseñar, programar, ejecutar e intervenir en la realización de programas educativos, de ética pública y de capacitación para el personal de la institución.
- Proporcionar asesoramiento para el establecimiento de sistemas técnicos de administración y de remuneración de recursos en la institución.
- Cumplir las funciones técnicas que le fueren delegadas por la Secretaría Nacional Técnica de Desarrollo de Recursos Humanos y Remuneraciones del sector Público.
- Desarrollar programas de reclutamiento para seleccionar candidatos idóneos para la institución.
- Elaborar y administrar las pruebas para el ingreso de los aspirantes a puestos, mediante concursos de méritos y oposición, bajo las modalidades de comparecencia, sin comparecencia, abiertos, cerrados y otros.
- Planear y administrar el sistema de evaluación del desempeño de la entidad.
- Preparar los registros y estadísticas del personal de la institución.

- Tramitar las sanciones disciplinarias a los servidores de la institución, de conformidad con el régimen disciplinario vigente.
- Informar sistemáticamente y permanentemente a la SENRES de sus actividades, así como preparar las sugerencias y trabajos para el mejoramiento de la administración de recursos humanos.
- Establecer prácticas adecuadas de gestión de personal, supervisión, sistemas de sugerencias, salubridad y seguridad, evaluación de rendimiento, psicología laboral, motivación, condiciones adecuadas de trabajo y otras.
- Suscribe informes técnicos legales para movimientos de personal.
- Participa en la formulación de reformas, instrumentos, normas y disposiciones legales y técnicas inherentes a la administración de Recursos Humanos.
- Desarrollar anualmente el plan operativo de la unidad de recursos humanos.
- Programa el calendario anual de vacaciones del personal.
- Entregar informes de actualización de nómina a dirección financiera para proceso de roles en el e-Sipren y e-Sigef.
- Programar, organizar, dirigir, ejecutar y evaluar la gestión relacionada con el sistema de Desarrollo Institucional.
- Las demás establecidas en la ley, sus reglamentos y las dispuestas por el nivel jerárquico superior.

c. PRODUCTOS

GESTION DE RECURSOS HUMANOS

- Selección de personal.
- Base de datos de aspirantes
- Plan de capacitación Nacional del personal de la Institución
- Evaluación del desempeño
- Movimientos de personal (vacaciones, licencias, comisiones de servicio, nombramientos y cesación
- Contratos del personal
- Informe de creación y supresión de puestos
- Sumarios Administrativos
- Póliza de fidelidad
- Sanciones
- Pasantías
- Becas al exterior
- Ingresos y salidas del personal del IEES
- Inventario consolidado de Recursos Humanos
- Registro y Control consolidado del distributivo
- Administración de nómina (E-sipren)

DESARROLLO INSTITUCIONAL

- Plan de fortalecimiento Institucional.
- Estandarización e implementación de procesos
- Proyectos de reglamentos o estatutos orgánicos institucionales y su reforma

- Informes técnicos de estructuración y reestructuración de los procesos institucionales, unidades o áreas.

1.2.1.3.2.1.3 GESTION FINANCIERA

a. MISIÓN

Organizar, administrar, coordinar y gestionar los recursos financieros, mediante la dotación oportuna de los mismos, para el cumplimiento de la misión, visión y objetivos institucionales, así como, mantener un sistema de información financiera general e integrada que permita la toma de decisiones y el fortalecimiento de gestión del Ministerio de Turismo. Este proceso se gestionará en la Dirección Financiera.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Planificar, organizar, dirigir, coordinar, evaluar y controlar la legalidad y el buen uso de todas las actividades financieras del Ministerio de Turismo.
- Entregar con oportunidad la información requerida para la toma de decisiones a cada uno de los niveles de la institución, así como también entrega información oportuna de acuerdo a los requerimientos de la Contraloría General del Estado y al Ministerio de Finanzas;
- Elaboración de la Pro forma Presupuestaria en coordinación con la Dirección de Planificación Institucional.
- Mantener el sistema y el manual de contabilidad actualizados, conforme a las disposiciones de la Ley Orgánica de Administración Financiera y Control, políticas y normas técnicas.

- Cumplir con las normas de control interno financiero, así como, la oportuna liquidación y cancelación de todas las obligaciones del Ministerio de Turismo.
- Controlar y registrar la ejecución presupuestaria en base al presupuesto aprobado por el Ministerio de Finanzas y establecer métodos específicos de evaluación, de acuerdo a las leyes, normas y manuales correspondientes.
- Registrar oportunamente las transacciones, elaborar y entregar Estados Financieros, Ejecuciones Presupuestarias e informes financieros, de acuerdo a las normas establecidas en leyes, reglamentos y demás normas vigentes.
- Realizar el control contable de los Activos Fijos, bienes y existencias sujetos a control.
- Controlar y elaborar el flujo de caja de los recursos de autogestión para su ejecución en base al presupuesto aprobado con esta fuente de financiamiento.
- Establecer mecanismos de recaudación oportuna y recaudar los recursos financieros de acuerdo a las disposiciones legales vigentes en la Ley de Desarrollo Turístico con el correspondiente registro y control.
- Establecer sistemas de custodia y control de los valores que maneja el Ministerio.
- Asesorar a las autoridades ministeriales para la toma de decisiones en temas de administración financiera.
- Las demás funciones que les sean asignadas por el Ministro/a, por el Subsecretario de Administración y Finanzas. Dentro del ámbito de su competencia.

c. PRODUCTOS

PRESUPUESTO

- Consolidación de Proforma Presupuestaria.
- Programación Indicativa anual.
- Consolidación de la Programación Financiera
- Programación Cuatrimestral de Compromiso
- Programación mensual de devengado
- Reformas presupuestarias
- Consolidación de las Reprogramaciones Financieras
- Liquidaciones presupuestarias
- Certificaciones presupuestarias
- Reporte presupuestario
- Consolidación de la ejecución presupuestaria

CONTABILIDAD

- Registros Contables y devengados
- Ajustes y Reclasificaciones.
- Informes Contables y Presupuestarios
- Conciliaciones bancarias (Ctas. Convenios).
- Registro de bienes y muebles valorados.
- Registro de Inventario de suministros de materiales valorados.

ADMINISTRACIÓN DE CAJA

- Libro Auxiliares caja - bancos
- Registro de garantías y valores.
- Retenciones y declaraciones al SRI.
- Pagos y Transferencias.
- Recaudaciones y control de ingresos.
- Emisión de Títulos de Crédito por coactivas.

1.2.1.3.2.1.4 GESTION DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.

a. MISIÓN

Asesorar, contribuir y asistir en la gestión informática institucional, dotando y manteniendo un óptimo grado de disponibilidad de la infraestructura y servicios informáticos, para alcanzar mayor productividad en el manejo, almacenamiento y administración técnica de datos; velar por el cumplimiento de la normatividad para la adquisición de bienes y servicios informáticos, a través de un plan operativo basado en tecnologías de información y comunicación. Este proceso se gestionará en la Dirección de Tecnologías de la Información.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Establecer Políticas dentro de las Tecnologías de Información y comunicaciones, a ser aprobadas por la máxima autoridad de la Institución.
- Asesorar, planificar, organizar, dirigir, coordinar, evaluar y controlar todas las actividades inherentes a la tecnología informática.

- Asesorar y proponer soluciones informáticas y tecnológicas de conformidad a los requerimientos de las unidades administrativas.
- Gestionar para dotar o desarrollar aplicaciones y programas para el Ministerio de Turismo.
- Participar en el proceso de planificación estratégica del Ministerio de Turismo.
- Administrar, orientar la capacitación y el uso de sistemas de información automatizados (software) y hardware, proporcionando el apoyo técnico necesario a los operadores y usuarios; coordinando la provisión de recursos y servicios informáticos y de comunicaciones para el procesamiento de datos e información institucional.
- Diseñar, implementar y desarrollar sistemas informáticos, computarizados necesarios para lograr eficiencia y economía en las actividades desarrolladas por las dependencias ministeriales.
- Llevar actualizados los inventarios informáticos y elaborar auditorías informáticas.
- Cumplir y hacer cumplir las leyes y reglamentos tecnológicos.
- Administrar los recursos de hardware y software de la institución.
- Administrar los respaldos “Backups” de los sistemas en uso, así como de los medios físicos de su seguridad.
- Evaluar periódicamente el uso de los servidores y equipos de comunicación e implementar las medidas correctivas necesarias.
- Velar y garantizar el buen funcionamiento de los equipos de computación.
- Elaborar el Plan informático Institucional de acuerdo a los lineamientos y normas técnicas pertinentes.

- Participar en las reuniones de trabajo de ámbito tecnológico que se asignen en el Ministerio de Turismo.
- Las demás funciones que les sean asignadas por el Ministro/a, por el Subsecretario de Administración y Finanzas, dentro del ámbito de su competencia.

c. PRODUCTOS

- Administración de Portales Web

Estadísticas de acceso a portales Web

Creación de Nuevos requerimientos de la página Web Actualización de páginas Web (datos y/o información contenida)

- Mantenimiento de Software y Hardware

Mantenimiento de Software y Hardware

Mantenimiento preventivo de Software y Hardware

- Instalación de Software

- Requerimientos Tecnológicos

Requerimientos de seguridad

Requerimientos de Seguridad configuración Urgente

- Gestión de Soporte Tecnológico

Gestión de soporte de problemas

Gestión de incidentes

- Desarrollo de Aplicación de Software

- Plan de Desarrollo de Software

- Planificación de Infraestructura Informática

- Análisis de Infraestructura Informática

1.2.1.3.2.2 GESTION DE DOCUMENTACION Y ARCHIVO

a. MISIÓN

Certificar los actos administrativos y normativos expedidos por el Ministerio, y salvaguardar la documentación interna y externa; y prestar atención eficiente y eficaz a los clientes internos y externos. Este proceso se gestionará en la Dirección de Documentación y Archivo.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Administrar técnicamente la documentación, archivo e información de la gestión del Ministerio de Turismo de conformidad a las disposiciones reglamentarias.
- Promover reformas o aplicaciones tendientes a modernizar los sistemas y procedimientos de documentación y archivo de la institución.
- Recibir, clasificar, registrar y distribuir la documentación que ingresa y egresa del Ministerio de Turismo, así como llevar a conocimiento de las autoridades ministeriales, en forma prioritaria y oportuna los asuntos urgentes y reservados.
- Certificar los actos administrativos y normativos expedidos por la institución; custodiar y salvaguardar la documentación interna y externa; y, prestar atención eficiente, eficaz y oportuna a clientes internos y externos.
- Diseñar, implantar y desarrollar sistemas de información para el mejoramiento continuo de atención al cliente.
- Realizar el seguimiento de tiempos y atención a todos los trámites de clientes del Ministerio de Turismo.

- Canalizar las recomendaciones y reclamos en informes periódicos a las autoridades correspondientes.
- Ejercer las demás atribuciones, delegaciones y responsabilidades en el ámbito de su competencia que le asignen las autoridades ministeriales.

c. PRODUCTOS.

- Sistema de administración de archivo, información y documentación interna y externa.
- Registro de control numérico de oficios, acuerdos en orden secuencial y orden numérica.
- Guías de correspondencia de documentos a nivel local, nacional e internacional.
- Control de facturas de los servicios de correos.
- Informe de tiempos de máximo y mínimos de tránsito de documentos.
- Estadística actualizada de trámites ingresados y egresados del Ministerio de Turismo.

1.2.1.4. PROCESOS DESCONCENTRADOS.-

Ejecución y monitoreo de planes, programas, proyectos turísticos en los ámbitos geográficos de su jurisdicción.

a. MISIÓN

La Misión para las Gestiones Regionales es la siguiente: Coordinar la implementación de políticas, normas, planes, proyectos y programas, así como también gestionar recursos que permitan administrar de manera eficaz, eficiente y productiva las actividades propias de la Subsecretaría, tendientes a promover la industria turística como elemento estratégico del desarrollo sostenible y sustentable; conforme a las necesidades de su jurisdicción.

Este proceso será gestionado en las Subsecretarías Regionales, de conformidad con la zonificación administrativa propuesta en el Decreto Ejecutivo No. 878.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Cumplir y hacer cumplir las políticas, normas, estrategias y disposiciones emitidas por la matriz, en el ámbito de la Subsecretaría Regional.
- Coordinar con las instituciones públicas y privadas, la gestión turística en el ámbito de su jurisdicción.
- Planificar, organizar, dirigir, supervisar y controlar las actividades técnico administrativas que le corresponde realizar dentro de su jurisdicción regional.
- Participar en los procesos de planificación estratégica, planes operativos y plan de inversión anual del Ministerio de Turismo para posteriormente aplicarlos en su Subsecretaría.
- Retroalimentar información técnica administrativa y de gestión con las diferentes unidades del Ministerio, que permita mantener un seguimiento de planes, programas, proyectos de trabajo y presupuesto que se desarrollen en la respectiva región.

- Crear y conformar Comités de Turismo y de Competitividad para promocionar eficientemente el desarrollo turístico de la región y de las provincias que la conforman, de acuerdo a las políticas del Ministerio.
- Brindar asistencia técnica a los comités de turismo.
- Identificar, promover e incentivar la inversión turística en su respectiva región.
- Implementar estrategias para promocionar e innovar los productos turísticos de la región.
- Suscribir contratos y convenios, sujetándose a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes.
- Elaborar informes técnicos y administrativos cuatrimestrales y anuales, sobre la gestión institucional desarrollada, para la evaluación y difusión de los objetivos cumplidos.
- Coordinar con la matriz procesos y actividades que garanticen el cumplimiento de las disposiciones legales, técnicas y reglamentarias vigentes, acorde a las políticas de desconcentración.
- Elaborar y mantener actualizado el inventario de recursos turísticos, y el catastro de la infraestructura turística de la región para facilitar la información requerida por los diversos sectores.
- Ser el ordenador de gasto de la Subsecretaría Regional acorde a las disposiciones legales y reglamentarias correspondientes.
- Las demás funciones que le sean asignadas por el Ministro/a de Turismo, dentro del ámbito de la misión de la Subsecretaría.

c. ESTRUCTURA BÁSICA

La Estructura Orgánica a ser implementada en las Subsecretarías Regionales es la siguiente:

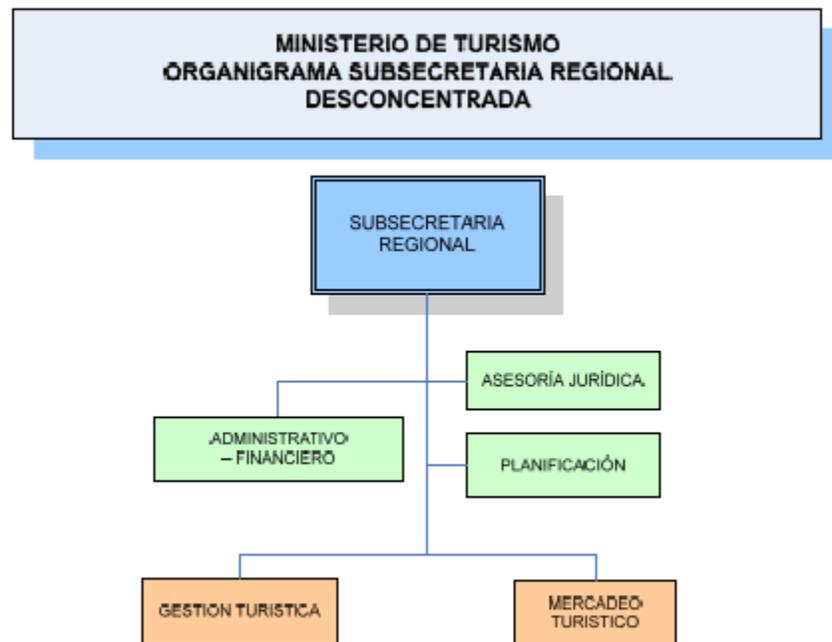


Figura 1.2.1.4.2 ORGANICO DESCONCENTRADA

1.2.1.4.1 ESTRUCTURA DESCRIPTIVA DE LOS PROCESOS DESCONCENTRADOS

La Subsecretarías Regionales serán responsables de los siguientes procesos técnicos administrativos:

PRODUCTOS AGREGADORES DE VALOR

1.2.1.4.1.1 GESTION TURISTICA

MISION

Contribuir al desarrollo turístico de la región a través del control de las actividades turísticas, de la ejecución de proyectos e inversiones turísticas, brindar facilidades a través de la capacitación, señalización e inventario turístico regional; tomando en cuenta las políticas de competitividad y las metas previstas en el plan estratégico de turismo sostenible PLANDETUR 2020.

1.2.1.4.1.1.1 GESTION DE REGULACION Y CONTROL

PRODUCTOS DESCONCENTRADOS

- Consolidación del Registro de establecimientos nuevos consolidados nivel regional.
- Consolidación de la Actualización de establecimientos a nivel regional.
- Consolidación de la Actualización SIIT Regionales.
- Sanciones y clausuras a establecimientos turísticos no registrados.
- Consolidación de certificados de registro de establecimientos turísticos otorgados en su jurisdicción.

Dirección Estratégica de Generación y Formulación de Políticas Asesoría Legal

CLIENTES PROCESOS GOBERNANTES PROCESOS AGREGADORES DE VALOR PROCESOS HABILITANTES

Gestión Administrativa - Financiera

ASESORES APOYO

Planificación Institucional, Sectorial y Seguridad Turística

CLIENTES

Mercadeo y Promoción

Desarrollo y Facilitación Turística

Proyectos e Control Inversiones

- Consolidación de Licencias de funcionamiento otorgadas a establecimientos en municipios no descentralizados, de su jurisdicción.
- Reporte consolidado de control y supervisión de establecimientos turísticos de la región.
- Coordinación de Identificación de establecimientos por tipo y categoría a través de distintivos establecidos oficialmente.
- Consolidación de licencias de guías de turismo otorgadas en la regional.
- Recopilación de reportes de pago relacionados con el uno x mil sobre los activos fijos de los establecimientos turísticos registrados en su jurisdicción.
- Coordinación para enajenación de equipos y máquinas de juego de azar.
- Registro de máquinas tragamonedas, mesas de juego y memorias solo lectura.
- Registro de destrucción de máquinas tragamonedas que dejan de prestar servicios en los establecimientos.

1.2.1.4.1.1.2 GESTION DE PROYECTOS E INVERSION

PRODUCTOS DESCONCENTRADOS

- Informe técnico de calificación de proyectos turísticos regionales.
- Coordinación para la ejecución de proyectos regionales.
- Coordinación de convenios de cofinanciamiento para ejecutar proyectos a nivel regionales.
- Programas de fomento turístico regionales.
- Análisis de indicadores sobre impactos de carga turística regionales en áreas naturales y zonas de reserva.
- Sugerencia para declaración de áreas de reserva turística.
- Ejecuta programas de Turismo Social de su jurisdicción.
- Evaluación de proyectos regionales.
- Coparticipación con el sector privado en el desarrollo turístico regional.
- Informes de Fiscalización de inversiones o reinversiones efectuadas regional.
- Difusión de beneficios tributarios a las empresas de turismo receptivo en su jurisdicción.

1.2.1.4.1.1.3 GESTION DE DESARROLLO Y FACILITACION TURISTICA

PRODUCTOS DESCONCENTRADOS

- Inventario de atractivos turísticos consolidado a nivel regional.
- Coordinación de la Señalización turística regional.
- Informe de control técnico de mapas especializados en temas turísticos a nivel regional.

- Diagnostico de detección de necesidades de capacitación turística a nivel regional.
- Coordinación de la capacitación a nivel regional.
- Consolidación de informes de eventos o cursos de capacitación turística ejecutados a nivel regional.
- Evaluación de capacitación efectuada por las oficinas provinciales.
- Asesoría técnica al sector turístico.
- Planes regionales de desarrollo turístico.
- Propuestas de facilitación, para el desarrollo turístico a nivel regional.

1.2.1.4.1.2 GESTION DE MERCADEO TURÍSTICO

MISION

Proyectar a la Región como un destino turístico competitivo y diverso, basado en la gestión de inteligencia y tendencia de mercados; estudio e innovación de productos; acciones de mercadeo y promoción turística a nivel nacional.

1.2.1.4.1.2.1 GESTION DE MERCADEO ESTRATEGICO PRODUCTOS

DESCONCENTRADOS

- Material promocional regional.
- Banco de imágenes y audiovisual.
- Otros cooperados con entidades públicas y gremios del sector.

- Coordinación de apoyo para la Generación de capacidades de promoción turística en los gobiernos seccionales y microempresarios turísticos para mercado nacional e internacional.
- Análisis y Seguimiento informe técnico previo a entregar fondos para el funcionamiento de la bolsa internacional de turismo – bite (decreto ejecutivo 193 – b).
- Gestión de contratos de licencia para uso de la marca turística.
- Servicio de información turística a nivel nacional.
- Desarrollo e innovación de productos turísticos.
- Diseños de piezas promocionales regional.
- Sistemas de administración de las diferentes muestras de piezas promocionales a nivel regional.
- Administración de la marca turística del Ecuador a clientes internos y externos.
- Administración óptima de las páginas Web del Ministerio de Turismo y del portal de ofertas turísticas de la región.
- Inventario de productos turísticos a nivel regional.
- Presupuesto de mercadeo y promoción regional.
- Plan de Marketing Turístico regional actualizado y evaluado.

1.2.1.4.1.2.2 GESTION DE SISTEMA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS PRODUCTOS DESCONCENTRADOS

- Sistema de inteligencia de mercados regionales.
- Evaluación anual del Marketing regional.

- Evaluación de campañas publicitarias, ferias regionales.
- Benchmarking, análisis comparativo de destinos de la región.
- Perfil y motivación del turista nacional e internacional.
- Recopilar información a través de observatorios turísticos e I-turs regional.
- Análisis de mercado en ferias y eventos turísticos regional.

1.2.1.4.1.2.3 GESTION DE PROMOCION TURISTICA PRODUCTOS DESCONCENTRADOS

- Participación en ferias nacionales internacionales y Workshops.
- Viajes de prensa.
- Viajes de familiarización nacionales e internacionales.
- Cooperados en acciones de promoción y publicidad turística nacional.
- Estrategias y acciones de Posicionamiento de marca turística en eventos especiales a nivel nacional e internacional.
- Implementación y fortalecimiento de las oficinas de información turística i-Tur.
- Promoción de la oferta turística realizada por el sector privado a nivel nacional e internacional.
- Atención e información turística en eventos a escala nacional e internacional.
- Página Web para información y promoción.

1.2.1.4.1.3 PRODUCTOS HABILITANTES – ASESORES

1.2.1.4.1.3.1 GESTION DE ASESORIA LEGAL

a. MISIÓN

Coordinar asuntos jurídicos, asesoramiento, análisis y aplicación de criterios jurídicos adecuados, para que los actos y acciones del Subsecretario Regional, se encuentren estrictamente apegados al principio de legalidad, eficiencia, moralidad y de esta forma brindar certeza a los mismos, cuidando que siempre tiendan al interés institucional de la institución.

b. PRODUCTOS DESCONCENTRADOS

Juicios

Juicios iniciados por el ministerio

Juicios iniciados en contra del Ministerio

Procesos Administrativos

Sumarios Administrativos

Quejas

Actos Administrativos

Tutelas Administrativas

Juzgado de coactiva

Contratos

Contratos personales

Contratos de servicios bienes u obras

Convenios

1.2.1.4.1.3.2 GESTIÓN DE PLANIFICACIÓN

MISIÓN

Impulsar el desarrollo integral del sector turístico a través de la elaboración de planes estratégicos – operativos de la región, alineándolos con los planes nacionales y sectoriales, a fin de promover el desarrollo social, cultural, económico productivo, ambiental y seguridad turística, sobre los principios de integración, participación, descentralización, desconcentración, transparencia y eficiencia.

1.2.1.4.1.3.2.1 GESTION PLANIFICACION INSTITUCIONAL PRODUCTOS DESCONCENTRADOS

- Ejecución y cumplimiento de Convenios interinstitucionales regionales.
- Informe de proyectos regionales.
- Participación en comités regionales.
- Difunde y ejecuta los lineamientos a nivel regional.
- Identificación y desarrollo nuevos productos y destinos turísticos a nivel regional.
- Monitoreo y Evaluación de planes y proyectos a nivel regional.
- Aplicación de los lineamientos de evaluación y seguimiento a planes, programas y proyectos ejecutados por el MINTUR de nivel regional.
- Diseño del plan estratégico de la actividad turística regional.
- Informe consolidado de avance de proyectos a nivel regional para SENPLADES.
- Informes de gestión para varias instituciones.

1.2.1.4.1.3.2.2 GESTION DE PLANIFICACION SECTORIAL Y SEGURIDAD TURISTICA PRODUCTOS DESCONCENTRADOS

- Coordinación para la suscripción de Convenios para la transferencia de competencias con Municipios, Consejos Provinciales y Mancomunidades.
- Seguimiento de las competencias transferidas a los Gobiernos seccionales descentralizados en su región.
- Fortalecimiento a Gobiernos Seccionales.
- Conformación de la cadena de valor turística productiva a nivel local y provincial.
- Prevención y erradicación de la explotación sexual y comercial de niños y niñas adolescentes asociados al turismo, campaña de concienciación del programa ESCNNA.

1.2.1.4.1.4 PRODUCTOS HABILITANTES – APOYO

1.2.1.4.1.4.1 GESTION DE ADMINISTRACION Y FINANZAS

MISION

Facilitar la gestión regional en materia administrativa, de recursos humanos, financiera y de tecnologías de información, asegurando un continuo proceso de fortalecimiento y desarrollo institucional, con el fin de que la Subsecretaría Regional pueda cumplir con eficiencia y eficacia sus responsabilidades.

PRODUCTOS DESCONCENTRADOS SERVICIOS INSTITUCIONALES

- Servicio de transporte institucional.
- Pagos de servicios de transporte (combustible, lubricadora)
- Matriculación.
- Plan regional de adquisiciones.

- Consolidación de la ejecución del plan de adquisiciones a nivel regional.
- Expedientes y documentos precontractuales.
- Registro único de proveedores.
- Compras directas.
- Plan de mantenimiento de bienes muebles e inmuebles.
- Inventario de suministros y materiales.
- Informe de inventarios físicos y constatación físicas de activos fijos.
- Entrega - recepción de suministros y materiales.
- Inventario de activos fijos.
- Informe de pagos de suministros básicos.
- Informe de administración de bodegas.
- Actas de custodios finales de bienes.
- Informe de administración de pólizas.
- Bajas de muebles y equipos de oficina.

GESTION FINANCIERA

• PRESUPUESTO

- Proforma Presupuestaria
- Programación indicativa anual
- Programación Regional Cuatrimestral de Compromiso
- Reformas presupuestarias
- Reprogramaciones financieras
- Liquidaciones presupuestarias
- Certificaciones presupuestarias

- Reporte presupuestario
- Ejecución presupuestaria, distributivo de remuneraciones unificadas mensuales

• **CONTABILIDAD**

- Registros Contables y devengados
- Ajustes, Reclasificaciones y Depreciaciones.
- Informes financieros regionales.
- Estados financieros (Convenios).
- Registro de bienes y muebles valorados.
- Registro de Inventario de suministros de materiales valorados.

• **ADMINISTRACIÓN DE CAJA**

- Libro Auxiliares caja - bancos
- Registro de garantías y valores.
- Retenciones y declaraciones al SRI.
- Pagos y Transferencias.
- Recaudaciones control de ingresos.

GESTION DEL TALENTO HUMANO – UARHS

- Selección de personal.
- Base de datos de aspirantes
- Evaluación del desempeño
- Plan de de Capacitación del personal de la Institución
- Movimientos del personal (vacaciones, licencias, comisiones de servicios, nombramientos y cesación)
- Contratos de personal

- Sumarios administrativos
- Póliza de fidelidad
- Pasantías.
- Ingresos y Salidas del IESS
- Inventario consolidado de Recursos Humanos
- Plan anual de vacaciones
- Administración de nómina

• **DESARROLLO INSTITUCIONAL**

- Estandarización e implementación de procesos
- Informes técnicos de estructuración y reestructuración de los procesos institucionales, unidades o áreas.

GESTION TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION

- Administración de Portales Web
- Estadísticas de acceso a portales Web
- Creación de nuevos requerimientos de la página Web
- Actualización de páginas
- Mantenimiento de Software y Hardware
- Mantenimiento correctivo de hardware y software
- Mantenimiento preventivo
- Análisis de uso de la Infraestructura Informativa

1.2.1.4.2 OFICINAS TECNICAS PROVINCIALES

a. MISIÓN

Contribuir con el desarrollo del sector turístico en la provincia, mediante procesos participativos y concertados; promoviendo a la industria turística como elemento estratégico del desarrollo sustentable, observando las directrices de la Subsecretaría Regional.

b. ATRIBUCIONES Y COMPETENCIAS:

- Planificar, organizar, dirigir, supervisar y controlar las actividades que le corresponde realizar dentro de su jurisdicción provincial.
- Participar en el proceso de planificación estratégica de la Subsecretaría Regional, y elaborar los planes operativos de la oficina.
- Intercambiar información técnica y de gestión con las diferentes unidades de la subsecretaría regional que le permita mantener el seguimiento de planes, programas y proyectos de trabajo que se desarrollen en la respectiva provincia.
- Crear y participar en comités de turismo tendientes a la promoción adecuada del desarrollo turístico de la provincia, en coordinación con las directrices de la Subsecretaría Regional;
- Identificar, promover e incentivar la promoción e inversión turística en su respectiva provincia.
- Elaborar y difundir informes técnicos y administrativos periódicos, sobre la gestión cumplida en su provincia, para efectuar el control y evaluación pertinente de gestión.
- Desarrollar actividades técnicas en coordinación con la Subsecretaría

Regional, cumpliendo las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, en base a políticas de desconcentración.

- Fomentar, crear y participar en comités provinciales de competitividad turística tendientes a promocionar el desarrollo turístico de la provincia, en función de las directrices que la Subsecretaría Regional emita.
- Elaborar y mantener actualizado el inventario de recursos turísticos, así como el catastro de infraestructura turística de la provincia para facilitar la información requerida por los diversos sectores.

1.2.2 Servicios y Tecnología Actual

PROGRAMA NACIONAL DE CAPACITACION TURISTICA

El Ministerio de Turismo del Ecuador elaboró un documento de planificación de la actividad turística denominada Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020, el cual ha sido alineado y se ha convertido en un componente importante para conseguir los objetivos propuestos en el Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador a través de cuatro políticas fundamentales:

- a. Desarrollo de oferta de calidad con inclusión social
- b. Fomento del turismo interno
- c. Promoción orientada a la demanda especializada
- d. Fortalecimiento institucional y articulación transversal

Estas políticas articuladas a través del PLANDETUR 2020 que es considerado una herramienta técnica de “planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en todos los ámbitos de

actuación para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos” (PLANDETUR 2020, pág.127), permitirán gestionar en los próximos años, cada uno de los 22 programas y 78 proyectos previstos, muchos de los cuales se están ejecutando actualmente y otros serán puestos en marcha en los próximos 11 años.

Desde los pilares de la sostenibilidad turística, se justifica por las siguientes razones:

- Económicamente es beneficioso porque al mejorar la calidad del recurso humano, por consecuencia genera mayor interés por parte de los visitantes quienes estarían dispuestos a invertir en la compra de un servicio turístico.
- Socialmente es beneficioso porque permite además de elevar el nivel de conocimientos técnicos, involucrar a los actores turísticos y la población en general que requieren de motivación, incentivos para su desempeño laboral efectivo.

Ambientalmente es beneficioso ya que al impartir información sobre las Buenas prácticas ambientales en los establecimientos turísticos, se genera un alto interés en los involucrados para replicar dichos conocimientos en los visitantes y demás pobladores.

El objetivo es implementar un programa de capacitación turística integral a nivel nacional dirigido a los actores involucrados en el sector turístico con la finalidad de fortalecer el 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.

Los diez componentes que se han estructurado como esenciales para ser atendidos a través del programa nacional de capacitación turística son los siguientes:

1. Gestión de Calidad y Buenas prácticas de Turismo Sostenible (Para gerentes y propietarios de actividades turísticas de lujo y primera categoría)
2. Formación de Formadores (Para profesionales en turismo ubicados en todas las provincias del Ecuador)
3. Competencias Laborales (Para personas con experiencia en el sector turístico, que laboran actualmente en el sector), basados en las siguientes competencias:

Administrador de Empresas de Alojamiento

Recepcionista Polivalente

Camarera de pisos

Administrador de empresas de Restaurante

Mesero Polivalente

Cocinero Polivalente

Seguridad alimentaria para personal operativo

Gerente de Operadora

Conductor de transporte turístico

Agente de ventas

Hospitalidad

4. Jóvenes productivos y emprendedores (Dos segmentos: a) jóvenes –entre 17 a 29 años de edad- interesados en incursionar en el sector turístico; y b) jóvenes de educación media con especialidad en turismo así como jóvenes universitarios que cursan carreras profesionales relacionadas con turismo).
5. Hospitalidad y seguridad alimentaria para Negocios de Comidas Típicas (para personal operativo que labora en establecimientos turísticos de Comidas Típicas)

6. Turismo Comunitario (para personas involucradas en operaciones turísticas comunitarias)
7. Guías especializados y nativos (para guías turísticos interesados en especializarse o personas de comunidades interesadas en formarse como guías nativos)
8. Pequeños Turistas (para niños pertenecientes a escuelas de Educación básica)
9. Negocios Turísticos Productivos (para ciudadanos emprendedores interesados en negocios del sector turístico)
10. Gestión de destinos turísticos (para funcionarios responsables del Turismo en Gobiernos Seccionales)

Responsables

EN LA ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN:

Ministerio de Turismo – Dirección de Desarrollo y Facilitación Turística (Unidad de Capacitación) y Dirección de Regulación y Control (Unidad de Calidad)

EN EL APOYO A TRAVÉS DE CONVENIOS:

Instituciones públicas como otros Ministerios (MAE, INPC, MINISTERIO DE EDUCACIÓN, MINISTERIO DE CULTURA, MINISTERIO DE DEPORTE, MIPRO, MAGAP MINISTERIO DE GOBIERNO Y POLICÍA, MINISTERIO DE SALUD), Organismos de cooperación internacional, Universidades (que posean la Carrera de Turismo y Hotelería); Cámaras Provinciales de Turismo; CNCF

EN EL ASPECTO OPERATIVO:

Centros operativos de capacitación como SGS, CAPACITUR, SECAP, entre otros;
Facilitadores pertenecientes a universidades (docentes); Instructores contratados por el
MINTUR que forman parte de la base de datos a nivel nacional.

FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS TURISTICOS

Consolida, Turismo Comunitario



El programa pretende mejorar el producto turístico comunitario mediante el apoyo directo del Ministerio de Turismo a las comunidades que desarrollan actividades turísticas.

Objetivo

El programa pretende mejorar el producto turístico comunitario mediante el apoyo directo del Ministerio de Turismo a las comunidades que desarrollan actividades turísticas.

Componente

- Asistencia técnica especializada

- Capacitación
- Crédito para implementación de estándares de calidad.
- Promoción en el marco de las acciones de marketing del Ministerio de Turismo

¿A quién se dirige?

El programa está dirigido a todas las comunidades organizadas que desarrollan actividades turísticas.

¿Cuáles son los beneficios?

- Acceso a líneas de crédito con la banca pública.
- Formación a los miembros de la comunidad dentro del Programa Nacional de Capacitación Turística.
- Generación de Planes de Negocios para las comunidades participantes del programa.
- Difusión y promoción de las iniciativas turísticas comunitarias.
- Dotación de camisetas y gorras a los miembros de la comunidad.

¿Requisitos para acceder al programa?

1. Comunidades legalmente reconocidas por la Secretaria de los Pueblos y Nacionalidades.
2. Comunidades en proceso de legalización como CTC ante el MINTUR.

El programa “Negocios Turísticos Productivos” busca fortalecer el componente productivo de los negocios turísticos a través de:

- Identificación de oportunidades de inversión en emprendimientos turísticos.
- Asistencia técnica especializada en gestión de proyectos.

- Apoyo técnico especializado en gestión de crédito con organismos de la banca pública.

Los beneficiarios del programa son emprendedores turísticos en operación o potenciales empresarios turísticos. El programa contempla brindar apoyo a la generación y fortalecimiento de emprendimientos que sean capaces de impulsar el desarrollo de micro, pequeños y medianos proyectos turísticos de calidad, con alta posibilidad de acoplarse a la dinámica turística, contribuyendo al desarrollo económico local, regional y nacional.

Componentes:

1. Identificación de oportunidades de inversión en emprendimientos turísticos: Apoyamos en la generación, evaluación y orientación de sus ideas de negocios o emprendimientos en el sector turístico, en base a los recursos con los que cuente, con sus aspiraciones y sus limitaciones.
2. Asistencia técnica especializada en gestión de proyectos. Una vez concebida su idea, le apoyamos en la elaboración de un plan de negocios, base estratégica que le guiará en el desarrollo exitoso de su proyecto.
3. Apoyo técnico especializado en gestión de crédito con organismos de la banca pública: Cuando conozcamos cuanto necesita se le orientará en la obtención de su crédito a través de la banca Pública.
4. Validación técnica de proyectos previos a la obtención del crédito a través de la banca pública: Considerando que uno de los requisitos para la obtención del crédito es la emisión de un certificado actualizado de aval técnico del Ministerio para proyectos nuevos y en marcha, se ha agregado este proceso para apoyar a la obtención del crédito, bajo parámetros

claros de elegibilidad y calificación de proyectos, el Ministerio tanto a nivel de matriz como de sus regionales avalarán técnicamente a la iniciativa.

Requisitos para acceder al Programa:

1. Contar con una idea de negocio o proyecto turístico (sea nuevo, para ampliación o mejoras de uno existente).
2. Acercase a la oficina más cercana a su localidad del Ministerio de Turismo para mantener una primera entrevista de asesoramiento para la estructuración de su proyecto y la inscripción en el programa.

IMPUESTO DEL UNO POR MIL



El Ministerio de Turismo pone a disposición el Acuerdo 2005015 y el Instructivo para la cancelación del Impuesto de Uno x Mil de los activos fijos, obligación que debe ser cumplida por las personas naturales y jurídicas propietarias de establecimientos turísticos del Estado ecuatoriano.

Formulario de Declaración uno por mil sobre Activos Fijos

Establecimiento nuevo

Todo establecimiento oferente de servicios turísticos y registrados en el Ministerio de Turismo tiene la obligación de cancelar el 1 x 1000 sobre los activos fijos, desde el año 2003, año en que entro en vigencia este mandato legal. Por primera vez se cancela a través de un inventario valorado de activos fijos (edificaciones e instalaciones, maquinarias, muebles enseres y equipos de computación), que conforman el establecimiento y debe presentar original y 3 copias del formulario diseñado para el efecto, firmado por el propietario o representante del establecimiento, además del original y dos copias del depósito.

Establecimiento existente

A partir del segundo año de funcionamiento del establecimiento, se debe realizar el pago del 1 x 1000 con base a la declaración del impuesto a la renta del año anterior inmediato. El formulario debe ser llenado con letra clara de imprenta y firmado por el propietario o representante del establecimiento, debe incluir el número de cédula de ciudadanía y firma.

Además se deberá adjuntar:

FORMULARIO 102 A (DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES Y SUCESIONES INDIVISAS NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD), para efectos de control deberá presentar el original y adjuntar una copia, además del listado valorado de activos fijos instalados en el establecimiento turístico.

FORMULARIO 101 (DECLARACION DEL IMPUESTO A LA RENTA Y PRESENTACION DE BALANCES FORMULARIO-UNICO SOCIEDADES), presentar

el original y adjuntar una copia clara del mismo, se utiliza los datos del activo fijo. Se debe realizar el pago en los bancos Pichincha cuenta No 3056 328804 y Banco del Pacífico cuenta No. 5750415, denominado Fondo Mixto de Promoción Turística.

Al realizar el pago debe presentar el formulario original y tres copias, el depósito original y tres copias; y la declaración del impuesto a la renta que sirvió de base para el cálculo respectivo.

De acuerdo con lo previsto en el artículo 21 del Código Tributario Codificado y en el artículo 1 de la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador, en los que se establece que el interés anual por obligación tributaria no satisfecha equivaldrá a 1.5 veces la tasa activa referencial para noventa días determinada por el Banco Central del Ecuador, la tasa mensual de interés por mora tributaria a aplicarse en el período Enero – Marzo de 2012 es la siguiente:

Período de vigencia: 01 de Enero de 2012 – 31 de Marzo de 2012

Tasa: 1,021%

Adicionalmente se adjunta un histórico de las tasas vigentes en trimestres anteriores:

Servicio de Rentas Internas

Tasas de Interés Trimestrales por Mora Tributaria

LA MULTA ES DEL 3% POR MES O FRACCIÓN DE MES

Para más información comunicarse con la Dirección de Desarrollo del Ministerio de Turismo al teléfono 3999 333 ext.: 1020, 1002, 1018.

LICENCIA DE GUIAS DE TURISMO



REQUISITOS PARA LA OBTENCION DE LA LICENCIA DE GUIA DE TURISMO POR PRIMERA EMISION:

- ✚ Original y Copia sencilla del Título Profesional de Guía de Turismo
- ✚ Original y Copia sencilla del Certificado emitido por CONESUP que permita la verificación de la legalidad del Título Profesional.

- ✚ Original y copia sencilla del Certificado de Aprobación de los niveles de idioma /s extranjero /s exigidos en la Carrera de Guía de Turismo o Certificado otorgado” por una institución reconocida por el Ministerio de Educación

- ✚ Original y Copia sencilla del Título Profesional de Guía de Turismo

- ✚ Original y Copia sencilla del Certificado emitido por CONESUP que permita la verificación de la legalidad del título profesional
 - Original y copia sencilla del Certificado de Aprobación de los niveles de idioma /s extranjero /s exigidos en la Carrera de Guía de Turismo o Certificado otorgado” por una institución reconocida por el Ministerio de Educación

 - 1 fotografía tamaño carné a color

 - Original y Copia sencilla del Certificado de tipo de sangre

 - Original y Copia de la cédula de identidad

 - Original y copia de la papeleta de votación correspondiente al último período de elecciones o el documento que justifique su abstención o el que acredite haber cumplido la sanción impuesta. De no hacerlo no serán atendidos (Art. 79 De la Ley Orgánica de Elecciones).

 - Currículum vitae (Según formato adjunto: Hoja de vida)

 - Oficio de Solicitud de emisión de licencia dirigida al Ministerio de Turismo (Según formato adjunto: Solicitud primera emisión de licencia)

- ✚ Requisitos para la obtención de la Licencia de Guía de Turismo (RENOVACIÓN):
 - Oficio de solicitud de renovación de licencia dirigido al Ministerio de Turismo
 - (Según formato adjunto: Solicitud renovación de licencia)
 - Original y Copia simple de la licencia caducada por ambas caras.
 - Original y copia de la papeleta de votación correspondiente al último período de elecciones o el documento que justifique su abstención o el que acredite haber cumplido la sanción impuesta. De no hacerlo no serán atendidos (Art. 79 De la Ley Orgánica de Elecciones).

- ✚ PARA EXTRANJEROS: Además de los requisitos solicitados, presentar copia de título refrendado en el país por una institución educativa reconocida por el CONESUP, copia del pasaporte y autorización laboral emitida por el Ministerio de Trabajo.

- ✚ COSTOS

- ✚ La licencia de ejercicio de la actividad profesional deberá renovarse cada dos años y tiene un costo de:
 - Guías Nacionales: \$30,00 primera emisión / \$15,00 por renovación o canje.
 - Guías nativos: \$4,00 primera emisión / \$2,00 por renovación

- Guías especializados: \$20,00 primera emisión / \$10,00 por renovación

REGISTRO CATASTRAL TURÍSTICO

El catastro de actividades turísticas, es el producto final del proceso de recopilación de los insumos utilizados, se toma en una herramienta referencial y de relevante importancia dentro de los procesos para el registro y actualización de datos de los establecimientos legalmente registrados en el Ministerio de Turismo.

1. Procesos de Regulación y Control

Proceso de registro de los establecimientos turísticos y otorgamiento de la Licencia Única de Funcionamiento.

Proceso de actualización de la Planta Turística de municipios NO Descentralizados

Proceso de Gestión de Clausuras de establecimientos turísticos

Proceso de Cambio en establecimientos turísticos

Proceso de operativos de Control establecimientos no registrados

Proceso de seguimiento y Control de 1 x 1000 para establecimientos ya existentes y renovación de LUAF

Proceso de seguimiento y control de ECODELTA

Proceso de Gestión de Denuncias

Proceso de consolidación y monitoreo del Catastro

2. Formularios

Solicitud de registro de agencias de viajes

Solicitud de registro de alimentos y bebidas / alojamiento

Solicitud de registro de transporte terrestre

Solicitud de registro de transporte aéreo

Solicitud de registro de transporte marítimo fluvial

Solicitud de registro de transporte marítimo Galápagos

Solicitud de registro de CTC

Presentación de la hoja de planta de establecimientos turísticos

Presentación de la hoja de planta de embarcaciones marítimas

Guía para el registro y actualización de datos de establecimientos turísticos

Modelos de informes presentados por los Sres. Supervisores del Ministerio de Turismo

Manual de usuario del sistema integrado de información turística

Modelo de Certificado de Registro de establecimientos turísticos utilizado por el Ministerio de Turismo

Modelo de Licencia Única de Funcionamiento de los establecimiento turísticos utilizado por el Ministerio de Turismo

3. Base legal

- Ley de Turismo
- Reglamento General de Actividades Turísticas
- Reglamento de Aplicación a la Ley de Turismo
- Acuerdo ministerial 20050015

CAPÍTULO II

EL TURISMO

2.1. Turismo

La palabra turismo, etimológicamente considerada se deriva de la palabra latina " tornus " que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al " turismo". Por eso hoy cuando se ofrece un viaje turístico. O sea, un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se les invita a participar de un " tour " a determinado destino. (ARQHYS)

El turismo, como materia de investigación universitaria, comienza a interesar en el período comprendido entre las dos grandes guerras mundiales de este siglo (1919-1938). Durante este período, economistas europeos comienzan a publicar los primeros trabajos, destacando la llamada escuela berlinesa con autores como Glucksmann, Schwinck o Bormann.

En 1942, los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K. Krapf, definían el turismo como: «la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada» (Hunziker y Krapf, 1942).

Obviamente, esta definición lanzada en plena guerra mundial y como anticipo de lo que sería el posterior turismo de masas es demasiado amplia y poco esclarecedora, ya que introduce muchos conceptos indeterminados que debieran ser previamente definidos. Así, la palabra “fenómenos”, ¿a qué se refiere? ¿Puede considerarse un fenómeno turístico el extravío de una maleta en un aeropuerto? Por otra parte, dicha definición permite

considerar como turista a quien tuviera que hacer un desplazamiento para una visita con fines terapéuticos, por ejemplo.

Posteriormente, se definió el turismo como: «los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos» (Burkart y Medlik, 1981).

En esta definición, conceptos tales como “desplazamiento fuera del lugar de residencia y de trabajo” introduce positivamente la connotación de viaje y vacaciones/ocio por contraposición a “residencia” y “trabajo”, pero al mismo tiempo, deja fuera conceptos modernos de turismo como son los viajes por motivos de negocio, con o sin complementos lúdicos o las vacaciones en segundas residencias. Es también criticable, la vaguedad del término “desplazamiento corto”.

Mathieson y Wall (1982), por su parte, utilizaron una definición muy similar a la anterior aunque con algunas modificaciones: «El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas». Como se puede observar, acotan el espacio temporal de la actividad turística al introducir el término “período inferior a un año”. Además introducen dos innovaciones importantes: por una parte, recogen la perspectiva de la oferta cuando mencionan las “facilidades creadas”; por otra, introducen en la definición el fundamento de toda actividad turística: la satisfacción de las necesidades de los turistas/clientes.

Finalmente, hay que destacar la definición que ha sido adoptada por la OMT (1994), que recoge todos los puntos positivos de las expuestas anteriormente y, a su vez, formaliza todos los aspectos de la actividad turística. Ésta es la siguiente:

«El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros». (Turismo en Quintana Roo)

La definición tradicional del turismo está basada en el concepto de demanda y se refiere a todas aquellas actividades que realizan las personas que viajan a algún lugar fuera de su entorno habitual por un tiempo menor de un año y con motivos de ocio, diversión, negocios u otros.

Por otro lado, Santana, profesor de Antropología del Turismo, acepta la definición de turismo como el movimiento de gentes a destinos fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender a sus necesidades. El estudio del turismo será, así, el estudio de la gente fuera de su hábitat usual, de los establecimientos que responden a las necesidades de los viajeros y de los impactos que ellos tienen sobre el bienestar económico, físico y social de sus anfitriones». Definición de turismo que supera la vaguedad de la usualmente utilizada por la Organización Mundial de Turismo, que lo designa como «la estancia de visitantes temporales por más de veinticuatro horas en un país visitado, esté enmarcado el propósito del viaje en el ocio o en los negocios». (Santana 1997)

El Turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal, cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etcétera, y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria. La definición del turismo es sencilla si se refiere en cada caso a la opinión de cada quien, a lo que cada quien percibe o interprete, pero, al englobar la definición para satisfacer la expectativa general, definir el turismo es difícil. (Angelfire)

El concepto de turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo forman. Como ya se ha mencionado anteriormente, existe todavía un debate abierto para intentar llegar a un concepto unívoco y estándar del turismo que quede reflejado en una definición universal. (Sancho, 1998)

Se trata de una definición amplia y flexible, que concretiza las características más importantes del turismo. Éstas son:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocio, otros”
- Acotación temporal del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos –tres meses– o con la periodificación prevista por algunas legislaciones para la delimitación de lo que se considera residencia habitual –seis meses–.
- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.

- Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera de su entorno habitual”.

Respecto a esta última característica y en un intento por precisar qué se entiende por entorno habitual, la OMT (1995) establece: «El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente».

De todas las definiciones anteriormente expuestas cabe destacar la importancia de los siguientes elementos que son comunes a todas ellas, no obstante las particularidades propias de las mismas:

- Existe un movimiento físico de los turistas que, por definición, son quienes se desplazan fuera de su lugar de residencia.
- La estancia en el destino ha de ser durante un período determinado de tiempo, no permanente.
- El turismo comprende tanto el viaje hacia el destino como las actividades realizadas durante la estancia.
- Cualquiera que sea la motivación para viajar, el turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas.

Castaño analiza la definición de turismo como así también su aplicación en el terreno de la investigación empírica. Recordando la primera definición científica de turismo en Guyer-Freuler en 1905 como la necesidad creciente de descanso y “cambio de aires”, Castaño analiza historiográficamente toda una batería de definiciones acerca del turismo que

abarcan desde la Escuela Berlinesa hasta las más actuales en donde se enfatiza en la división entre el tiempo del ocio y del trabajo, aun cuando en los últimos años se ha dado gran importancia al encuentro entre visitantes y anfitriones dentro de las transacciones e interacciones propias de la actividad y sus impactos derivados (sean estos positivos o negativos). El autor, observa que la idea de vincular al turismo con el desplazamiento geográfico ha estado presente como “paradigma” en todas las escuelas, mas no necesariamente ello deba ser considerado así. (Castaño, 2005)

Todos hemos realizado turismo en algún momento de nuestra vida. Sabemos que la actividad está asociada al ocio, el descanso y el descubrimiento de nuevos lugares, entre otras cuestiones. Pero, ¿qué es exactamente el turismo?

Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año. (Definición de)

2.1.1 Reseña histórica del turismo

Este término surgió como consecuencia del fenómeno que se generó con el desplazamiento de turistas ingleses a Europa Continental durante las postrimerías del siglo XVII y principios del siglo XIX.

Es en Inglaterra, donde por primera vez se le define y aparece en 1811 como: “La teoría y la práctica del viaje de placer”. (Lanquar, 1978,8)

Posteriormente y conforme a la actividad turística se va incrementando, surgen sus estudiosos, quienes describen y definen al turismo en concordancia con su especialidad o profesión. Es de este modo como en Alemania aparece en 1929 “La Escuela Berlinese” representada por investigadores del turismo, quienes, entre otras cosas, brindan definiciones más completas como es la siguiente de Schwink (Fernández, 1978,24):

Movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia por cualquier motivo relacionado con el espíritu, su cuerpo o profesión.

Estas y otras definiciones hacen énfasis en el concepto de traslado temporal de personas por diversos motivos (cultura, placer, comercio, etc.) que no fueran a laborar o a fijar su residencia en el destino (inmigrantes), pues el carácter mismo del turismo es viajar con regreso al lugar de origen, es decir implica un ir y venir.

Otros investigadores comprenden en su definición aspectos distintos, que surgen del carácter multidisciplinarios del turismo, el que ejerce un impacto socioeconómico relevante en el destino. Es así como en 1942, los expertos suizos Hunziker y Krapf emiten su definición, la cual es quizás la más universalmente aceptada “Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa” (Fernández, 1978,27).

Esta definición, sin embargo, no considera como turistas a quienes viajen por motivos de trabajo, lo cual hoy en día sí es aceptado, por considerarse que éstas personas demandan y utilizan servicios por ellos demandados, tanto en el origen como en el destino, lo cual

implica evidentemente diversidad de relaciones y efectos (positivos y negativos) entre quienes participan en este fenómeno, sea de manera directa como indirecta.

La historia del turismo es extensa. Sus orígenes pueden rastrearse en la Antigua Grecia, cuando miles de personas se desplazaban para asistir a las Olimpiadas cada cuatro años. Entendido como actividad comercial, el turismo nace de la mano del inglés Thomas Cook, quien organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841 y fundó, una década después, la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son.

Hoy el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio.

Pese a que la actividad turística proviene de tiempos ancestrales, recién se definió hace unos años como actividad económica independiente y dado que engloba a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas, encontrar una definición absoluta del término es un tanto difícil. Puede verse de una u otra forma de acuerdo al aspecto o la actividad desde la que se lo desee definir.

En el sector económico podrían definir el turismo a partir del consumo, mientras que un psicólogo realizaría un análisis partiendo de los comportamientos turísticos. Por su parte, un geógrafo ofrecería una definición cuyo principal elemento sería el territorio, sus propiedades y demás cuestiones que toquen su área de trabajo.

A continuación citamos algunas definiciones académicas que se han hecho sobre el turismo:

Burkart y Medlik ofrecen una descripción sobre el concepto que lo ve como aquellos desplazamientos cortos y temporales que realizan las personas fuera del lugar donde residen o trabajan y realizando actividades diversas que las que acostumbran.

Mathieson y Wall, por su parte explican que se llama así al movimiento temporal de gente a lugares lejanos a su residencia y por períodos menores a un año.

2.1.2 Turismo Receptivo en el mundo

A nivel internacional tenemos que para el 2002 los ingresos registrados por la industria turística mundial fueron de 443,265 miles de millones de dólares. Europa goza de una gran parte de los ingresos turísticos mundiales, casi el 51.2% del total de ingresos, esto se debe a que ahí se encuentra la mayor parte de la civilización mundial con un mejor nivel de ingresos y la mayor parte se produce por turismo Inter-Regional. Además Europa cuenta con estos excelentes paquetes de servicios públicos que son bien vistos por los turistas, otro factor importante es que el turismo en la zona es también por negocios en su mayor parte.

Medio Oriente cuenta con una participación de ingresos (0.2%), esto se debe al estado continuo de guerras y terrorismo que reina en la zona. En la actualidad el turismo en África cuenta con una participación muy pequeña (0.7%), Egipto es uno de sus mayores representantes cuyo turismo se ha visto reducido por efectos del terrorismo reinante en ese país. América es un continente que cuenta con una participación del (27.7%), en él su principal exponente, EE.UU., el cual es el principal modelo americano de cómo debe un país prepararse para un turismo receptivo

La importancia económica del turismo es diferente en cada una de las regiones mundiales, ya que el grado de desarrollo del turismo no ha seguido el mismo ritmo de crecimiento en todas ellas. Este hecho se debe, fundamentalmente, a la incidencia de diversos factores (Secretaría General de Turismo, 1990), entre los cuales cabe destacar los siguientes:

- Grado de desarrollo y crecimiento económico
- Renta disponible de la población
- Tiempo de ocio
- Aspectos demográficos (diferencias en la edad media de la población, en el tamaño de la misma, etc.)
- Entorno político
- Costumbres y creencias religiosas
- Nivel general de educación
- Grado de desarrollo tecnológico, etc.

Muchos de estos factores, están claramente interrelacionados, así por ejemplo, cuanto mayor sea el desarrollo económico de una región, mayor será su desarrollo tecnológico, la renta disponible del ciudadano medio, su nivel de educación, su tiempo de ocio, etc., favoreciendo todo ello al crecimiento del turismo. Por ello, se puede considerar que los flujos turísticos se han desarrollado, principalmente, entre países desarrollados y, desde ellos, han ido incrementándose hacia los países en desarrollo y regiones periféricas. Como ya se ha indicado, la mayor actividad económica que tiene lugar en los países desarrollados genera una mayor renta, más tiempo libre disponible, un mayor nivel de educación, un mejor estado de salud de la población, etc. Además, los flujos turísticos en los países

industrializados se han visto favorecidos por las mejoras constantes en los medios de transporte y de comunicación, que han facilitado los desplazamientos y la obtención de información

2.1.2 Tendencia Histórica

En lo que se refiere al turismo internacional, cabe destacar que su evolución ha registrado un crecimiento casi ininterrumpido a lo largo del tiempo, aumentando en periodos de auge económico, moderando su crecimiento en periodos de recesión y recuperando rápidamente su elevado ritmo de crecimiento tras un periodo de crisis económica. Por consiguiente, la actividad turística está claramente influenciada por el crecimiento económico, distinguiéndose distintas etapas en su evolución:

La corriente o flujo de divisas hacia el área de destino que produce el turismo no sólo constituye una importante fuente de ingresos para aquellas empresas o personas vinculadas directamente con la actividad turística, sino que también beneficia al resto de sectores de la economía a través del denominado efecto multiplicador.

2.2.1 Características del Turismo

Características del turismo según la OMT

Según la Organización Mundial del Turismo las principales características son: Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuando en el futuro, al tiempo que reportan su beneficio.

El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales, la calidad ambiental se mantiene y mejora.

Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.

Elementos del Turismo

La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente.

Concretamente, se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

1. La demanda: formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos.

Bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores.

Demanda potencial: bienes y servicios que podrían ser solicitados por los consumidores

2. La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.

Bienes y servicios colocados efectivamente en el mercado. Bienes como artesanías, café, souvenir venden gracias al turismo, pero en esencia la oferta turística son servicios

3. El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

4. Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

2.2.2 Turismo Emisor

Es el que realizan los visitantes residentes de un país cuando salen fuera del territorio económico del país dado que viajan a otro país o región, se lo conoce también como (outbound). Estos turistas efectúan gastos en el exterior por diferentes motivos como, vacaciones, visita a familiares o amigos, trabajos eventuales, negocios, etc. La permanencia de esta clase de turistas está comprendida entre 1 a 365 días.

El crecimiento de la economía a nivel mundial ha permitido que los habitantes puedan cubrir en su gran mayoría con sus necesidades básicas y así disfrutar cada vez más del placer de viajar al extranjero. (<http://es.scribd.com>)

2.2.3 Turismo Receptivo en el Ecuador

Históricamente, han sido las agencias de viajes y luego las empresas operadoras de turismo las organizaciones que hicieron posible el avance y desarrollo de la industria turística en el país. Hay testimonios en el sentido de que fue en la década de los años cuarenta cuando aparecen las primeras oficinas dedicadas a ofrecer servicios a unos pocos Ecuatorianos que salían del país y a quienes se interesaban en conocer los recursos naturales del país.

En el comienzo de los años 60 se habló reiteradamente sobre planes turísticos. Las agencias de viajes y empresas promotoras de turismo se dirigieron a los gobiernos de turno en orden a conseguir que atiendan sus sugerencias y analicen con detenimiento lo que estaba ocurriendo en países vecinos a fin de estimular el ingreso de visitantes extranjeros que venían con ánimo de gastar. Fue así que el 10 de julio de 1964 se creó la Corporación de Turismo – Cetituris -. Con la presencia de ésta Corporación se logró un relativo avance en cuanto a planes de promoción turística con lo que fueron más frecuentes los encuentros de empresarios nacionales y extranjeros dedicados al turismo.

Ocho años más tarde, en 1972, nace la Dirección Nacional de Turismo (Dituris) adscrita al Ministerio de recursos naturales. Después pasó a depender del Ministerio de Industrias, Comercio e Integración.

El 20 de junio de 1989, durante el gobierno del Dr. Rodrigo Borja, Dituris se transforma en Cetur – Corporación Ecuatoriana de Turismo- inicialmente adscrita a la Presidencia de la República.

Para entonces estaba claro que el país debía invertir parte de sus recursos en la creación de una infraestructura turística a fin de responder eficientemente a turistas venidos de diversos continentes. 12 Se mencionó varias veces la necesidad de incorporar a la función Ejecutiva un Ministerio de Turismo, justamente por la importancia que había adquirido este sector. Y, en efecto, en el inicio del gobierno del Arq. Sixto Durán Ballén, en 1992, se creó el Ministerio de Turismo. La misión del Ministerio de Turismo se orienta a fomentar la competitividad de la actividad turística, mediante procesos participativos y concertados,

posicionando al turismo como eje estratégico del desarrollo económico, social y ambiental del Ecuador.

El turismo es una de las actividades con mayor relevancia a nivel mundial, además es de gran importancia para el desarrollo socio-económico y cultural de un país. El turismo es una herramienta fundamental para la conservación de los sistemas naturales, contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades locales y acerca a las comunidades generando intercambio de experiencias, pero si esta actividad se lleva a cabo de manera desorganizada, descontrolada y poco planificada puede causar daños tanto al medio natural como al cultural. Por esta razón la implantación de actividades turísticas conlleva una serie de impactos positivos y negativos en un lugar. Yo opino que una de los aspectos positivos de esta industria, son los beneficios económicos generados, es una fuente de ingresos debido a la constante necesidad de viajar de las personas, ya sea por ocio o por negocios. También es un instrumento generador de divisas gracias al número de visitantes extranjeros; genera así mismo nuevos empleos con el fin de atender por completo la demanda. El turismo es un medio de intercambio social, revela la importancia histórica y cultural de una comunidad, contribuyendo a la conservación de monumentos, lugares históricos, costumbres, tradiciones, artesanía, folklore, etc. Otra cualidad importante es que concede a las persona la experiencia de conocer y darse a conocer frente a otros pueblos y culturas, y con esto crecer y enriquecerse. También la actividad turística hace que la población local proteja su entorno y cree zonas de especial protección como parques naturales. Por otro lado, el turismo trae consigo efectos negativos. Creo que uno de los más importantes es el impacto al medio ambiente. La actividad turística requiere de infraestructura que a veces deteriora el medio ambiente natural, no solo trasformando el

ambiente físico de las zonas, sino destruyendo ecosistemas, contaminación de los suelos, extinción de especies de fauna y flora, entre otros. Además produce un crecimiento rural y la creación de espacios artificiales como vías de comunicación deteriora el paisaje natural. Otro aspecto negativo pueden ser las diferencias entre la población local y los visitantes, ya que en algunos lugares, especialmente en los países en vía de desarrollo, los residentes llegan a convertirse en “siervos” de los turistas, esto crea en la población local algún resentimiento hacia los visitantes. Por esta razón también puede haber desculturización ya que la cultura de los visitantes parece más fuerte que la de la población local. Por esto las culturas indígenas se adaptan a las culturas de los visitantes y se puede destruir las costumbres que los caracterizan.

En conclusión puedo decir que el turismo es una actividad que genera muchos beneficios, pero también conlleva efectos negativos que perjudican la población local. El sector turístico ocupa alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no solo en empleo directo, sino en indirecto. Por esto la importancia desarrollar la industria de una forma que no solo beneficie el mercado nacional e internacional, sino también el local por medio de estrategias que busquen minimizar los efectos negativos.

Según el informe final Plandetur 2020 indica que la población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica. El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) señala que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afroecuatorianos. Cada región geográfica y dentro

de ellas aglutina diversas manifestaciones de la cultura ecuatoriana y sus estilos de vida, lo que confirma que cuatro mundos coexisten en un solo territorio.

2.2.3 Turismo receptivo actual en el Ecuador

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el Ecuador participa de una cuota de mercado regional de 0.4% en llegada de turistas internacionales en el año 1999.

En el año 2000 se registraron 615 mil llegadas de extranjeros al Ecuador, que representaron un incremento de +21% respecto a los arribos de 1999. Es así como se superó el crecimiento promedio de la década (+5% anual) y se revirtió el estancamiento del flujo turístico receptivo evidenciado en el año de crisis 1999 (0% de crecimiento). 13

Los turistas extranjeros que visitan el país proceden en su mayoría de Colombia (185 Mil, 30%), Estados Unidos (137 mil, 22%) y Perú (60 mil, 10%). En el 2001 se registrarían cerca de 620 mil arribos (+0,2% respecto al 2000). La meta del Plan de Competitividad Turística es lograr 2 millones de llegadas en el año 2010, que implicarían un crecimiento anual medio de +14%. Si se cumplen estas proyecciones, en el 2006 el turismo receptivo alcanzaría el 10% de la población ecuatoriana (1,2 millones de visitas).

El turismo ecuatoriano arrancó el año 2011, con cifras positivas al registrar en enero un incremento de visitantes del 9,83%, con relación a enero del año anterior, según información del Ministerio de Turismo (Mintur).

Datos provisionales entregados por la Dirección Nacional de Migración al Mintur, en enero de este año llegaron al país un total de 105.541 visitantes, mientras que en igual período, en 2009 la cifra se ubicó en 96.062 extranjeros.

Entre los principales mercados emisores registrados en el mes de enero de 2011 se encuentran: Colombia, Estados Unidos y Perú, con una importante participación porcentual del 26,68%, 17,23% y 15,13% en su orden, y mercados tales como España, y Alemania que contribuyen con las llegadas al país, con valores relativos de: 4,67% y 1,87% respectivamente.

En el caso del mercado colombiano se evidencia un 29,6% de crecimiento en el mes de enero de 2011 con respecto al mismo mes del año anterior, al pasar de 21.730 a 28.162 llegadas. En enero de 2011 el 60% de entradas de extranjeros lo hacen por vía aérea y el 36% por vía terrestre.

En lo que respecta al Ingreso de Divisas por concepto de turismo, en el período enero – septiembre del año 2010 el país contabilizó en su Balanza de Pagos (Viajes + transporte de pasajeros aéreo) 583,7 millones de dólares, de los cuales 579,9 millones de dólares corresponden al gasto en compras directas realizadas por los no residentes en el país y 3,8 millones de dólares al gasto en transporte aéreo de pasajeros.

Para este año, el Ministerio de Turismo aplicará varias estrategias de difusión, promoción y marketing a escala nacional e internacional entre ellas la participación en 28 ferias y eventos turísticos en mercados de Estados Unidos y Canadá; Europa; Latinoamérica y Asia, cuya meta es alcanzar el crecimiento y desarrollo de la actividad turística en el país.

Motivo de visita

El 64% de las personas que ingresan al Ecuador lo hacen por vacaciones (392 mil), asociándose estas llegadas al turismo de sol, playa, naturaleza y ecología. Un 19% adicional

arriba al país para visitar a familiares y amigos (118 mil); este motivo se relaciona fundamentalmente con los arribos de ecuatorianos residentes en el extranjero, quienes invierten parte de su estadía en el país en realizar actividades de turismo natural. Razones de negocios, convenciones, ferias y congresos originan otro 8% de llegadas.

La Región Interandina del Ecuador es la más concurrida por el turista extranjero, sea que arribe al país vía aérea o terrestre.

El 70% de los viajeros visita Quito, el 30% Otavalo, el 27% Cuenca y el 23% Baños. En la costa los destinos preferidos son Guayaquil (40%), las playas de Esmeraldas (13%) y las playas de Guayas (10%). Los visitantes también acuden en cantidades importantes a la Amazonía (19%) y Galápagos (17%). El turista medio visita tres sitios en cada arribo.

2.2.4 El Turismo interno en el Ecuador.

El turismo interno produce alrededor de 1.100 millones de dólares como aporte a la economía nacional, de acuerdo a las cifras del año 2010 de la cuenta satélite, “lo que representa el 80% del gasto turístico y permite la redistribución de la riqueza, además de la apropiación de las maravillas culturales, históricas y naturales del país”, aseguró en diálogo periodístico.

Los datos registrados en los años 2003 y 2004 demuestran que alrededor de 2 a 3 millones de personas se movilizaban durante los feriados para realizar turismo interno. En el 2011 las cifras evidencian un incremento en el número de ciudadanos que visitan la Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, se contabilizaron algo más 10 millones de viajes.

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador, el aumento se debe al cambio de cultura de viaje del ecuatoriano, quien “no era un viajero sobre todo dentro del país, a lo sumo se reducía a viajes en feriados, sin embargo, ahora se reporta que en fines de semana normales hay un alto flujo de viajeros, lo que mejora la redistribución de la riqueza”, concluyó.

Otro factor importante que contribuye al turismo interno es la calidad de la oferta turística. En el 2006 existían 8 mil establecimientos registrados y algo menos de 40 mil personas trabajando en el sector turístico; mientras que para el 2012 se registran más de 20 mil establecimientos turísticos y más de 100 mil personas vinculadas directamente a la actividad turística.

Ecuador es:

- Un país fácil de recorrer
- Multi-destino ideal para familias, amigos, multi-generacional y para disfrutar todo el año
- Destino para el Buen Vivir, socialmente incluyente, participativo y comprometido con el turismo accesible

Ecuador tiene:

- Cuatro mundos por descubrir: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía
- Comida típica variada en aromas y sabores auténticos

CAPÍTULO III

TÉCNICAS DE ANÁLISIS MULTIVARIANTE DE DATOS

Las técnicas de análisis multivariante de datos se engloban dentro de una ciencia denominada Quimiometría (Todeschini, 1998). En los tiempos actuales se viven grandes cambios: Cambian los sistemas geopolíticos, las grandes referencias ideológicas, etc.; en otras palabras los datos cada vez son más complejos y juegan un papel crucial en la definición de las líneas de desarrollo. En muchos casos reales un proceso o un sistema en estudio no se lo puede describir a la luz de una teoría bien definida; para estos problemas a menudo las teorías constituyen solo un conocimiento sin fondo que permite el análisis del problema, pero no permite resolver el problema específico.

En un estudio complejo las variables a ser analizadas son numerosas, pero no todas son controladas con la precisión deseada, de muchas de ellas no se conoce exactamente la relevancia para el problema en estudio y cuanto error experimental enmascara los verdaderos defectos de las variables consideradas.

La complejidad de un sistema repercute necesariamente sobre la complejidad intrínseca contenida en los datos relativos al mismo sistema. En la figura 3.1 se muestra como los métodos quimiométricos buscan separar 1.- el contenido de información útil, 2.- la presencia de error experimental, 3.- información redundante debida al efecto de correlación de variables, 4.- presencia de información de buena calidad pero no directamente relacionada para el problema estudiado. De la información útil que se puede extraer del sistema complejo en estudio es la que busca alcanzar los objetivos de un problema.

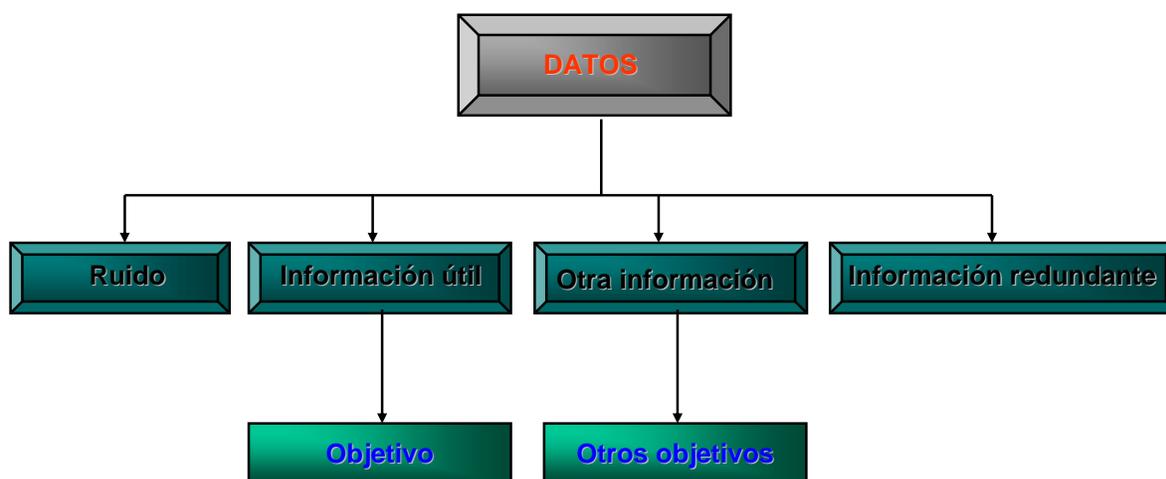


Figura 3.1. Extracción de información usando quimiometría a partir de datos

Actualmente los métodos quimiométricos, a diferencia de sus nombres, han superado el ámbito químico y se utilizan como una metodología general en grado de extraer información de datos de cualquier naturaleza: Química, farmacología, ciencias ambientales, ciencias económicas, ciencias políticas, ciencias sociales, marketing, economía, etc.

Los métodos quimiométricos se utilizan para la exploración de los datos, es decir abre una ventana a la complejidad con la finalidad de visualizar la estructura de los datos, la relación y correlación existente entre ellos, su congruencia, la relevancia y la redundancia con el cual el problema es descrito. Los datos reales se presentan comúnmente como un conjunto holístico en el cual la información útil y secundaria, error y redundancia se encuentran intrínsecamente mezclados. Separar las diversas fuentes y los diversos efectos es uno de los objetivos en la exploración de los datos.

Las técnicas quimiométricas se aplican normalmente a una estructura de datos representados por una tabla de números (matriz de datos) constituido de un cierto número de muestras, cada una de las cuales es representada por variables que definen las muestras.

Una tabla común de datos es entonces representada con una matriz, en la cual las n filas representan los objetos (muestras, experimentos, muestras, etc.) y las p columnas representan las variables (características, descriptores, etc.) con el que cada objeto es descrito

Las variables pueden ser distinguidas en dos grupos lógicos: el bloque \mathbf{X} de los predictores (variables independientes) y el bloque \mathbf{Y} de las respuestas (variables dependientes). En base a un criterio predefinido se puede también asociar a los objetos un vector que contiene la información de la pertenencia de cada objeto a una de las G clases (categorías, grupos) predefinidas. Este vector represente números enteros comprendidos entre 1 y G , que representan las clases donde G es el número total de las clases.

Las variables son las que se utilizan para estudiar un fenómeno dado y para describir las muestras; pueden ser experimentales o calculadas por vía teórica. Entonces, las variables representan el modo en el cual se describe un sistema relacional empírico, y las escalas de medida representan el modo con el cual la información empírica se transforma en información numérica.

Los objetos representan las muestras u observaciones que se tienen a disposición para entender el fenómeno en estudio, para construir modelos matemáticos, para aceptar una hipótesis formulada. Una muestra puede ser descrita de una sola medida o de múltiples medidas; en este último caso los objetos se definen como multivariantes. El conjunto de las

medidas efectuadas sobre una muestra es representado de las variables seleccionadas para describir el objeto: el conjunto de valores que lo definen constituye el dato.

Las clases: en ciertos casos las muestras disponibles no son homogéneas, es decir pertenecen a clases o categorías diferentes. Para considerar esta característica de un sistema también es necesario considerar la clase de pertenencia de cada objeto. Cuando se buscan modelos de clasificación, comúnmente el número de las clases es pequeño (de 2 a 6), pero no existen limitaciones para asignar un número de clases. Eventualmente un límite puede ser de orden práctico.

Pretratamiento de datos: antes de efectuar cualquier tipo de análisis quimiométrico es siempre necesario un pretratamiento de datos, que busca controlar y predisponer los datos para análisis sucesivos.

En el control de que los datos sean correctos, la primera etapa consiste en verificar que no existen errores evidentes de transcripción de los datos y la presencia de eventuales datos faltantes. También es necesario verificar que no existe alguna variable constante, es decir que los valores sean todos iguales para todos los objetos en estudio; en este caso es necesario excluir la variable para posteriores análisis. Un control más generalizado se refiere a verificar el tipo de variables que describen el sistema de datos: esto es, la presencia de variables no continuas, por ejemplo variables binarias (0,1), de variables discretas ordinales (1, 2, 3, 4) o de variables reales pero altamente degeneradas (es decir que asumen pocos valores diversos para todos los objetos considerados).

Datos faltantes:

En muchos casos sucede que no para todos los objetos sean disponibles los valores correspondientes a todas las variables que lo describen. Este es un aspecto poco agradable en los datos que obliga a tomar alguna decisión, en cuanto ninguna de las metodologías matemáticas esta en grado de trabajar problemas donde falten algunos valores en la matriz de los datos. Para solucionar este problema existen diversas posibilidades, las cuales pueden ser:

1.- Eliminación de objetos: El método más simple es recurrir a la eliminación de objetos en los que se encuentran datos faltantes. Esta es una buena solución solo si el número de objetos es elevado, por lo tanto la eliminación de algún objeto no contribuirá a la pérdida de información relevante.

2.- Eliminación de variables: Una alternativa al caso anterior es la eliminación de una o más variables para las cuales existan datos faltantes, conservando entonces solo aquella variable para las cuales existen todos los valores. Evidentemente que en este caso se pierde completamente la eventual información de las variables eliminadas.

3.- Sustitución con un valor medio: cuando los datos faltantes no son muy numerosos, es posible sustituir el valor faltante con el valor medio calculado sobre todos los datos restantes de las variables para las cuales falta el dato. En este caso se atenúa la información útil presente en las variables para las cuales diversos objetos son representados únicamente por el valor medio.

4.- Sustitución con un valor casual: en este en este caso los datos faltantes se sustituyen de un número casual extraído uniformemente del intervalo de la variable calculado sobre todos

los datos restantes. Esta es una solución análoga a la anterior, pero en este caso se adiciona error a los datos.

5.- Sustitución mediante regresión: en este caso los valores faltantes para cada variable se predicen utilizando un modelo de regresión obtenido de todas las muestras sin valores faltantes, como descriptores se utilizan las variables faltantes y como respuesta la variable para la cual se quiere predecir el valor faltante: del modelo obtenido se estiman los valores faltantes para la variable considerada como respuesta. Una limitación de este método es que los valores calculados pueden ser valores extrapolados, sobre todo por muestras situadas a los límites del espacio muestral; y por consiguiente valores no aceptables al menos en línea teórica.

6.- Sustitución mediante similaridad local: este método para el cálculo de los valores faltantes se basa en el método de clasificación multivariante K-NN (*k-nearest neighbours*). En este caso los objetos para los cuales no existen datos faltantes se utilizan para estimar la distancia de cada objeto para el cual existe un dato faltante. La distancia de cada objeto para el cual existe un dato faltante se calcula utilizando todas las demás variables definidas para el mismo.

7.- Sustitución mediante análisis de componentes principales: se puede utilizar el análisis de componentes principales para estimar los datos faltantes. En este caso el análisis de componentes principales se realiza utilizando todos los valores existentes mediante el algoritmo *NIPALS* que permiten calcular los componentes principales incluso con matrices incompletas. Una vez estimado el número de componentes significativos, es posible

reconstruir los datos originales mediante el producto de la matriz de los *scores* por la matriz de *loadings*.

Preparación de las variables: en ciertos casos las variables presentan comportamientos indeseados como aquellos de no-normalidad, no-aditividad, no-linealidad respecto a otras variables, Heterocedasticidad (la varianza muestral no es distribuida uniformemente, es decir lo opuesto a la homoscedasticidad). En general, las transformaciones de una variable responden a uno de los siguientes argumentos:

- Estabilizar la varianza.
- Linealizar la relación entre variables.
- Normalizar la distribución.
- Obtener aditividad.
- Realizar modelos más robustos.

Las transformaciones de las variables se pueden realizar tanto a las variables independientes, como a las variables dependientes. Las transformaciones más comunes son las siguientes:

- Transformación logarítmica.
- Transformación arco seno.
- Transformación raíz cuadrada.
- Transformación inversa.
- Transformación tangente hiperbólica
- Transformación de potencia.
- Transformaciones de Box-Cox.

Escalado de los datos (scaling):

En muchos casos los métodos quimiométricos necesitan que los datos originales sean pretratados con la finalidad de poder obtener información útil y no información banal, además de eliminar información obvia y no importante. Particularmente, cuando se busca informaciones sobre las relaciones entre las variables, objetivo muy común del análisis multivariante, es importante maximizar la confrontabilidad entre las variables. Por ejemplo, los métodos quimiométricos como el análisis de componentes principales y todos los métodos que se basan en los cálculos de distancias (análisis de cluster) no son invariantes al escalado de las variables, por lo tanto se debe realizar a priori que tipo de escalado utilizar.

Los tipos de datos más comunes son los siguientes:

Centrado (centering)

Este tipo de escalado consiste en centrar los datos respecto al valor medio de cada variable (centroide). La propiedad fundamental de los datos centrados es que el valor medio de cada variable es igual a cero. Este escalado no modifica la varianza de los datos.

$$x'_{ij} = x_{ij} - \bar{x}_j$$

Escalado respecto al valor máximo (maximum scaling)

Este tipo de escalado pone un vínculo al valor máximo que cada variable puede asumir, dividiendo los datos relativos a una variable por su valor máximo. Los datos escalados de esta manera tiene la propiedad de que el valor máximo será igual a 1.

$$x'_{ij} = \frac{x_{ij}}{U_j}$$

Escalado de intervalo (range scaling)

Este tipo de escalado pone doble vínculo a cada variable: el valor mínimo y el valor máximo son iguales a cero y uno, respectivamente. La propiedad de los datos escalados de esta forma son que el valor máximo será igual a uno y el valor mínimo será igual a cero.

$$x'_{ij} = \frac{x_{ij} - L_j}{U_j - L_j}$$

Autoescalado (autoscaling)

Es uno de los escalados mas utilizados en los métodos quimiométricos y consiste en un centrado seguido de una normalización a varianza unitaria (en este tipo de escalado se divide cada valor para la varianza de la variable). La media y la varianza de las variables autoescaladas son 0 y 1, respectivamente.

$$x'_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{s_j}$$

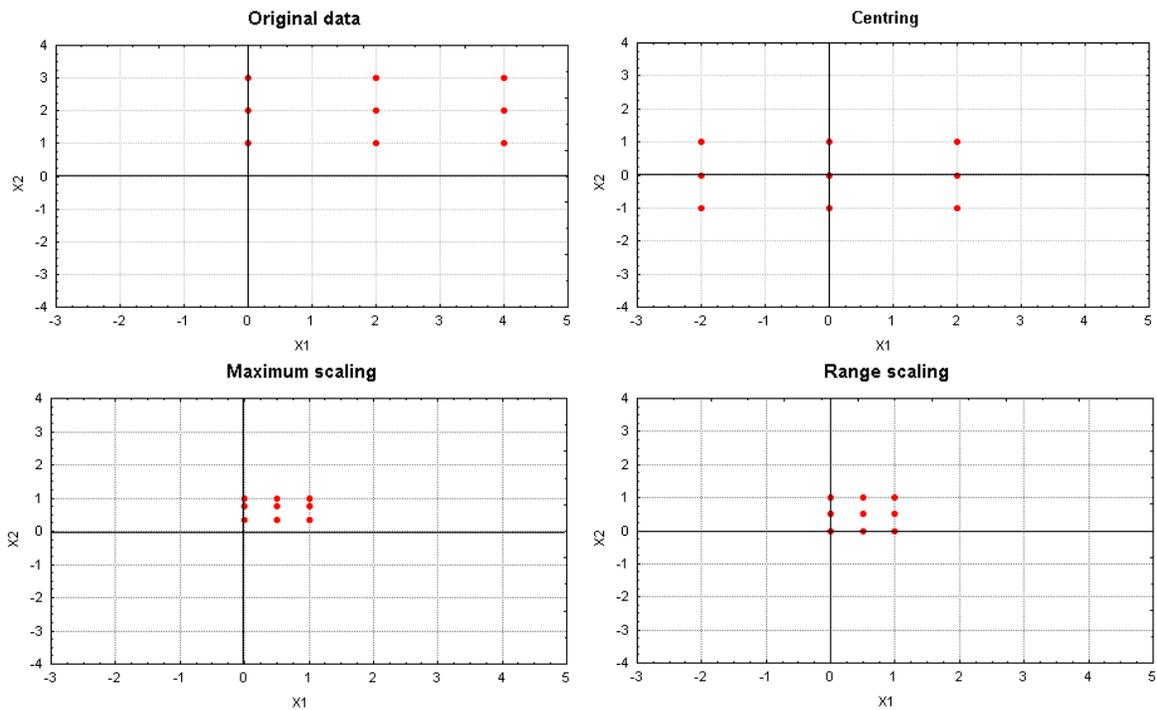


Figura 3.2. Pretratamiento de los datos: Escalado de las variables

3.1 Técnicas explorativas

Las técnicas de exploración (Frank y Todeschini, 1994) de datos permiten obtener información a partir de bases de datos complejas, donde la estadística tradicional no permitiría encontrar información, mas que evaluando una variable a la vez. La estructura multivariante (matriz) permite realizar ciertos tipos de análisis, de los cuales en Análisis de componentes principales y el Análisis de cluster son los dos más utilizados.

3.1.1 Análisis de componentes principales

En Análisis de Componentes Principales (PCA, Principal Component Analysis) (Wold, *et al.*, 1987) es una técnica de análisis multivariante propuesta por Karl Pearson en el año 1901 y desarrollada en la forma actual de análisis por Harold Hotelling en el año de 1933.

En PCA las variables que describen los datos se transforman en nuevas variables, denominadas *Componentes Principales o Variables Latentes*, que resultan de las combinaciones lineales de las variables originales, y que su principal característica es de ser ortogonales entre ellas. Además, el Análisis de Componentes Principales es una operación intermedia para muchas de las demás técnicas multivariantes, tipo Regresión, clasificación, etc. Mediante PCA es posible:

1. Evaluar la correlación entre las variables y su relevancia
2. Visualizar los objetos, permitiendo identificar outliers, clases, etc.).
3. Sintetizar la descripción de los datos mediante la eliminación de error o información inútil.
4. Reducir la dimensión de los datos.
5. Definir un modelo de representación de los datos dentro de un espacio ortogonal.

PCA consiste en un proceso de rotación de los datos de la matriz original “**X**” de dimensiones $n \times p$, realizado de tal manera que el primer nuevo eje esté orientado en la dirección de máxima varianza de los datos, el segundo sea perpendicular al primero, y así sucesivamente para todos los p nuevos ejes. La figura 3.3 muestra un ejemplo en dos variables; donde la primera componente principal (PC 1) se encuentra en la dirección de

máxima varianza y la varianza residual se representa en la segunda componente principal (PC 2) en dirección perpendicular a la primera componente.

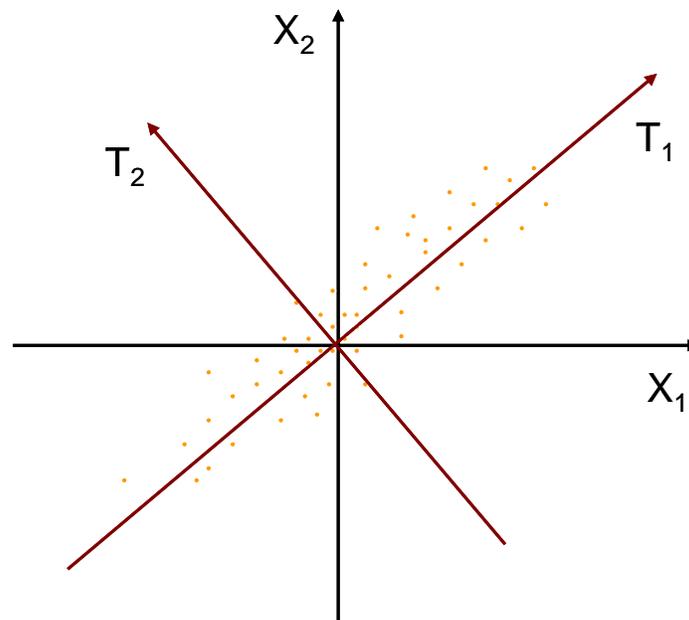


Figura 3.3. Rotación de los ejes en componentes principales

El procedimiento matemático para la determinación de las componentes principales consiste en el cálculo de los autovalores y autovectores de la matriz de covarianza (o de correlación) de los datos \mathbf{X} , es decir, en la diagonalización de la matriz de covarianza \mathbf{S} de \mathbf{X} , definida como:

$$diag(S) = \left[\frac{X_c^T X_c}{n-1} \right]$$

Donde X_c es la matriz centrada de los datos. Normalmente PCA se realiza con la matriz de covarianza, o mas comúnmente sobre la de correlación. La matriz de covarianza que se obtiene luego del autoescalado coincide con la matriz de correlación de los datos originales.

La diagonalización de la matriz de covarianza permite obtener una matriz diagonal Λ (p, p), denominada **matriz de autovalores**, cuyos elementos diagonales son los autovalores λ_m , ordenados de manera decreciente; y de una **matriz de loadings** L (p, m), cuyas columnas son los autovectores λ_m de la matriz de covarianza, es decir, cada columna contiene los coeficientes del autovector correspondiente. Los ejes del nuevo espacio (componentes principales) son los ejes relativos a las direcciones de máxima varianza en orden decreciente.

La matriz de covarianza se puede descomponer en dos matrices L y Λ mediante la técnica de descomposición singular (SVD) como:

$$S = L \Lambda L^T = \sum \lambda_j l_j l_j^T$$

Resultando entonces posible representar la matriz de los datos X en un nuevo espacio ortogonal, según la siguiente relación:

$$T = X L$$

$$(n, M) = (n, p)(p, M)$$

Donde **L** tiene la función de una matriz de rotación y **T** se denomina *matriz de scores*. En el caso en que $M=p$, la operación consiste en una simple rotación de los datos originales en un nuevo sistema de coordenadas, sin modificación de la información contenida inicialmente en la matriz de datos **X**.

Dado que los autovalores λ_m representan la varianza que se encuentra asociada a cada autovector (componente principal), es probable que los autovalores mas pequeños se encuentren asociados a la variabilidad debida a información no relevante o error. En estos casos es posible eliminar esta parte de varianza solo un número M de componentes menores a p . Este aspecto de la PCA es fundamental y se han propuesto varios métodos para determinar el número de componentes significativas, entre ellos el índice de correlación **K** (Todeschini, 1997).

Posterior al cálculo de las componentes principales, el procedimiento inverso permite representar la matriz original de los datos **X** como el producto de dos matrices:

$$X = T L^T$$

$$(n, p) = (n, M)(M, p)$$

Donde \mathbf{T} y \mathbf{L} son las matrices de los scores y de los loadings, respectivamente.

Si el número de componentes principales M consideradas para el análisis coinciden con el número total de variables p , la matriz original de datos \mathbf{X} estaría completamente reproducida en la descomposición $[\mathbf{T}, \mathbf{L}]$; mientras que si el número de componentes significativas M consideradas es menor que el total de variables p , la matriz de los datos reproducida X del producto de la descomposición es una aproximación de \mathbf{X} , de la cual se ha eliminado el error o información no relevante.

Loadings y scores en PCA

La matriz \mathbf{L} de los loadings es una matriz cuyas columnas representan los autovectores de la matriz de covarianza (o de correlación), mientras que las filas representan las variables originales; es decir, seleccionando un autovector, en cada fila se encuentran los coeficientes numéricos que representan la importancia de cada variable original en aquel autovector (figura 3.4).

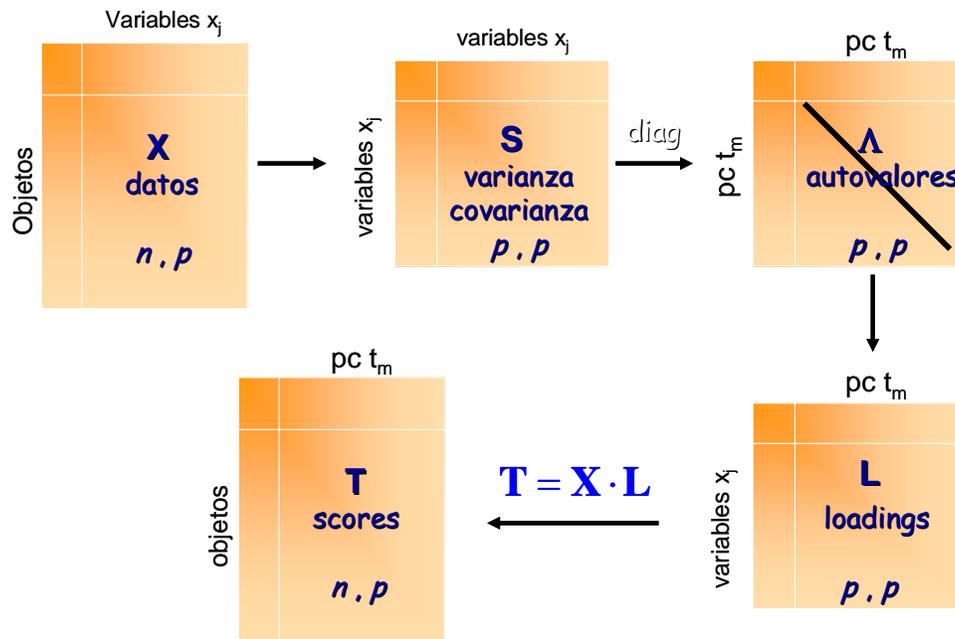


Figura 3.4. Diagrama del proceso de Análisis de componentes principales

Los loadings son coeficientes lineales estandarizados, esto significa que, la suma de los cuadrados de los loadings de un autovector es igual a 1, o que los autovectores tienen varianza unitaria:

$$-1 \leq \ell_{jm} \leq 1 \quad \sum_j \ell_{jm}^2 = 1$$

El valor de los scores es el resultado de una combinación lineal, en la cual las variables son las variables originales (generalmente escaladas) y cuyos coeficientes multiplicativos son los loadings de la m -ésima componente:

$$t_{im} = X_i^T \ell_m$$

En el producto anterior los vectores tienen una dimensión p ; es decir, el número de variables originales. A diferencia de los loadings donde los valores son limitados a ± 1 , los scores tienen valor medio igual a cero, pero pueden asumir cualquier valor numérico.

Gráficos en PCA

Un aspecto de gran importancia dentro del estudio de problemas multivariantes es la posibilidad de ver gráficamente los datos. PCA permite una solución algebraica que permite la representación gráfica sea solo de objetos (scores plot) o solo de las variables (loadings plot), o de los dos contemporáneamente (biplot).

Loadings plot

Este tipo de gráfico permite analizar el rol de cada variable en las diversas componentes principales, sus relaciones directas o inversas, así también de su importancia. Luego de seleccionar las dos componentes que constituyen los ejes coordenados, las coordenadas de cada variable se definen de los pares de loadings (matriz \mathbf{L} de los loadings) que cada variable tiene en las dos componentes consideradas. El dominio para cada variable está comprendido entre ± 1 . Cuando existen variables que se encuentran en torno al origen (0,0) son variables que no son importantes para ninguna de las dos componentes seleccionadas; mientras que variables que se ubican al extremo del eje, son variables consideradas importantes en esa componente (loadings grande en valor absoluto). Grupos de variables que se encuentran juntas en el gráfico de los loadings indican que, brindan la misma información (son correlacionadas) en esas componentes seleccionadas.

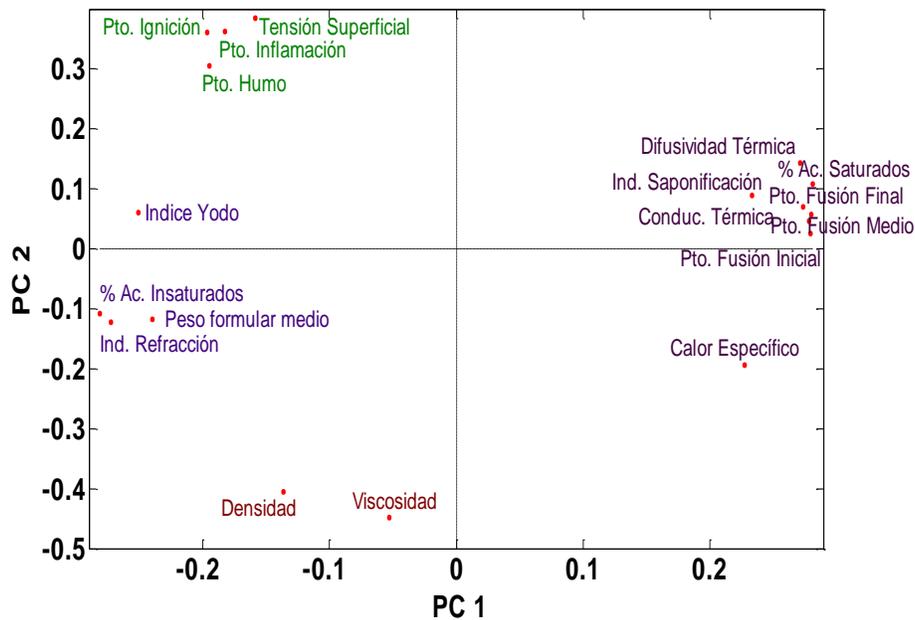


Figura 3.5. Ejemplo de Loading Plot en análisis de componentes principales

Scores plot

Este tipo de gráfico permite analizar el comportamiento de los objetos en las componentes seleccionadas como ejes y su similaridad. Una vez que se han seleccionado las dos componentes que constituyen los ejes coordenados, las coordenadas de cada objeto son definidos por los pares de scores (matriz **T** de los scores) que cada objeto tiene para las dos componentes consideradas. El gráfico de los scores permite analizar el comportamiento de los objetos dentro de las componentes consideradas.

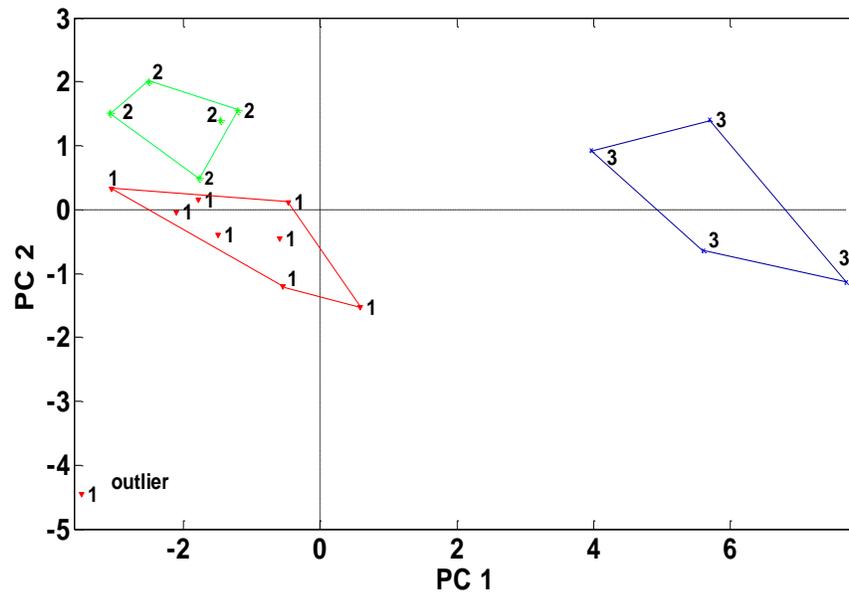


Figura 3.6. Ejemplo de Scores Plot en análisis de componentes principales

Biplot

El gráfico biplot permite representar contemporáneamente los objetos y las variables, con la finalidad de poder evaluar la relación que entre ellos existe. Aquí se puede atribuir la posición de las muestras u objetos en el scores plot a los valores de las variables del correspondiente loading plot.

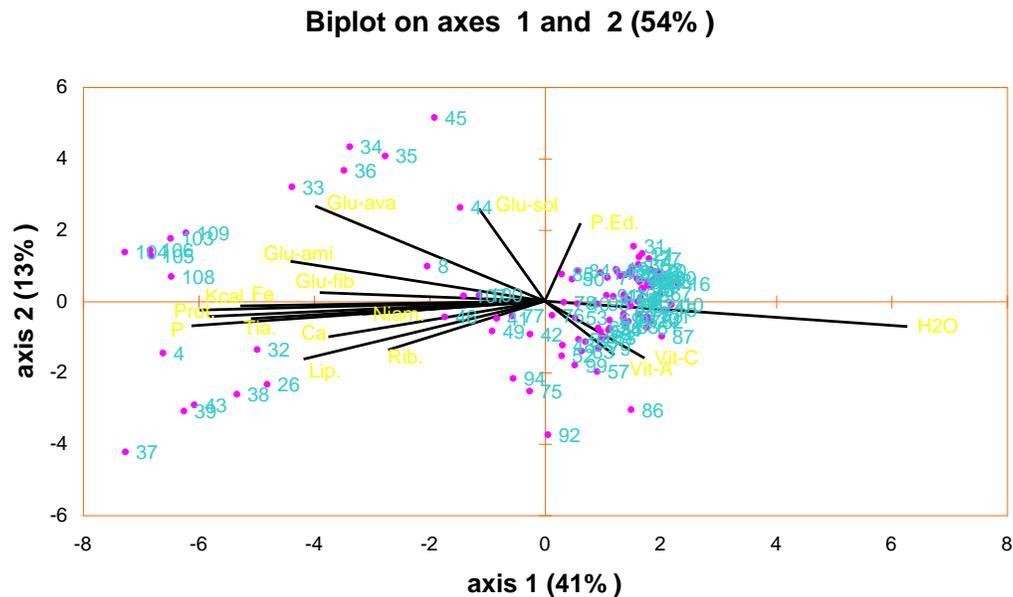


Figura 3.7. Ejemplo de Biplot en análisis de componentes principales

3.1.2 Análisis de clúster

El análisis de conglomerados (Malholtra, 2008) es una técnica usada para identificar objetos o casos en grupos relativamente homogéneos llamados conglomerados. Los objetos de cada conglomerado tienden a ser similares entre si y diferentes de los objetos de otros conglomerados. El análisis de conglomerados también se conoce como *análisis de clasificación*. Los siguientes estadísticos y conceptos se asocian con el análisis de conglomerados:

- **Calendario de aglomeración:** este programa brinda información sobre objetos o casos que combinan en cada etapa el proceso de conglomeración jerárquica.
- **Centroide del conglomerado:** es la media de los valores de las variables de todos los objetos o casos de un conglomerado particular

- **Centros del conglomerado:** son el punto de partida en la conglomeración no jerárquica. Los conglomerados se construyen entorno a estos centros o semillas.
- **Pertenencia al conglomerado:** indica al conglomerado que corresponde cada objeto o caso.
- **Dendrograma:** conocido como *gráfica de árbol*, es un medio gráfico para representar los resultados de la conglomeración. Las líneas verticales representan conglomerados que están unidos. La posición de la línea en la escala indica las distancias en las que se unen los conglomerados. El dendrograma se lee de izquierda a derecha.
- **Distancias entre los centros de los conglomerados:** estas distancias indican que tan separados están los pares individuales de conglomerados. Los que están separados son distintos y por lo tanto, son deseables.
- **Diagrama de carámbanos:** es una representación gráfica de los resultados de la conglomeración, recibe ese nombre porque parece una fila de carámbanos que cuelgan del tejado de una casa. Las columnas corresponden a los objetos que se conglomeran; y las filas, al número de conglomerados. Un diagrama de carámbanos se lee de abajo hacia arriba.
- **Matriz de coeficiente de semejanza y distancia:** es una matriz de triángulo inferior que contiene distancias entre pares de objetos o casos.

3.2 Técnicas de modelado discreto

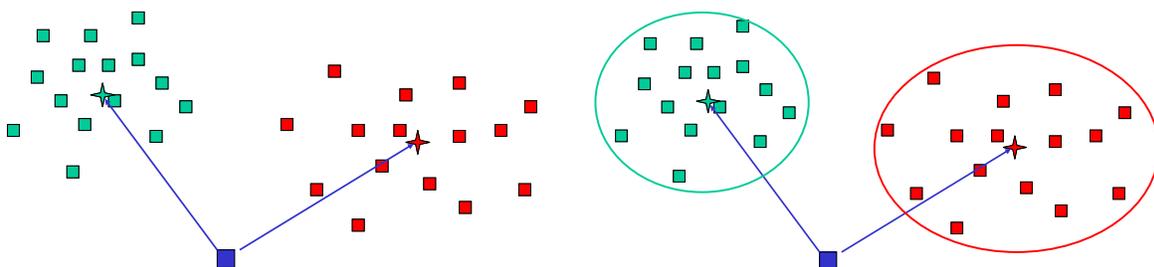
Los métodos de clasificación multivariante (Gemperline, 2006) son métodos que buscan construir a partir de un cierto número de variables independientes, un modelo capaz de

identificar la clase a la cual perteneces un objeto. Son similares a los métodos de regresión (que buscan una relación funcional entre las variables independientes y la respuesta). En clasificación la relación entre las variables independientes se realiza con una respuesta cualitativa o clase. Las clases pueden definirse de la siguiente manera:

1. Se denominan a priori por vía teórica.
2. Se definen a partir de una variable categórica.
3. Se buscan a partir de los métodos de cluster análisis.
4. Mediante la categorización de una variable cuantitativa.

Los métodos de clasificación, buscan entonces asignar un nuevo objeto cuya clase es desconocida a una de las clases con las cuales se construyó el modelo (predicción). En la construcción de un modelo de clasificación, las variables utilizadas para construir el modelo deben ser independientes de las clases.

En clasificación se pueden distinguir entre los métodos modelantes y los métodos no modelantes. Los primeros generan un modelo con el cual se define también un espacio o frontera para cada clase; esto significa que un objeto puede no ser clasificado dentro de una clase.



a)

b)

Figura 3.8. Modelos de clasificación: a) Método de clasificación no modelantes. b) Método de clasificación modelante

Parámetros de evaluación de un modelo de clasificación

El resultado de un modelo de clasificación puede resumirse en una matriz denominada *matriz de confusión C*. en esta matriz las filas representan las clases verdaderas, mientras que las columnas las clases asignadas a los objetos por la técnica de clasificación (calculadas).

Tabla 3.1. Matriz de confusión C

Clases asignadas

Clases		A'	B'	C'	n_g
Clases verdaderas	A	9	1	0	10
	B	2	8	2	12
	C	1	2	5	8
n_g'		12	11	7	$n=30$

En la diagonal de la matriz de confusión se encuentran los objetos clasificados correctamente por el algoritmo de clasificación; es decir, 9 para la clase A, 8 para la clase B y 5 para la clase C. los números en las celdas fuera de la diagonal principal corresponden a los objetos que el algoritmo asigna erróneamente a otra clase; por ejemplo: 1 objeto de la

clase A se asigna a la clase B, 2 objetos de la clase B se asignan a la clase A y clase C y 1 objeto de la clase C es asignado a la clase A, mientras 2 son asignados a la clase B.

La última columna de la matriz de confusión reporta el total de filas (n_g) correspondiente al total de objetos distribuidos en las clases originales, mientras que la última línea de la matriz reporta el total de objetos redistribuidos en las tres clases en base al modelo calculado (n_g').

1. Non-error rate (NER %)

Es el parámetro más simple que sintetiza el resultado de un proceso de clasificación multivariante, y se define como:

$$NER\% = \frac{\sum_g C_{gg}}{n} \times 100$$

Donde C_{gg} son los elementos diagonales de la matriz de confusión.

2. Error rate (ER %)

Es el parámetro complementario al non-error rate, y se define como:

$$ER\% = \frac{n - \sum_g C_{gg}}{n} \times 100 = 100 - NER\%$$

3. Sensitivity (Sn)

La sensibilidad de una clase se define como el reporte porcentual entre los objetos asignados a aquella clase (C_{gg}) y el número total de objetos que pertenecen a la misma clase (n_g):

$$Sn_g = \frac{C_{gg}}{n_g} \times 100$$

4. Specificity (Sp)

La especificidad de una clase se define como el reporte porcentual entre los objetos de la clase considerada asignados a la clase g' y los objetos totales asignados a aquella clase $n_{g'}$:

$$Sp_g = \frac{C_{gg'}}{n_{g'}} \times 100$$

3.2.1 Método del vecino más cercano

El método K-NN (k-nearest neighbours) (Massart, *et al.*, 2003) es un método de clasificación no paramétrico; es decir, que no tiene en consideración de la distribución estadística de las variables. Éste método utiliza el concepto de analogía dentro de su algoritmo. Para el algoritmo se debe seleccionar una distancia (generalmente la euclidea) y la selección de un número entero de vecinos cercanos “K” (objetos lo mas cercanos al objeto a clasificar).

El algoritmo que sigue el método K-NN es el siguiente:

1. Escalado de los datos.
2. Selección de un tipo de distancia a utilizar.
3. Selección del número de vecinos K útiles para la clasificación.
4. Calculo de la matriz de distancias.
5. Para cada objeto se consideran los K vecinos más cercanos.
6. El objeto se asigna a la clase más representativa respecto a los K vecinos.

La forma como el objeto a clasificar se asigna a una clase, se trata de un criterio de mayoría; es decir, la clase a la que se asigna el objeto es aquella mas presente en los K vecinos más cercanos (Figura 3.9). En casos en los que los numero de vecinos mas cercanos son iguales (ejemplo $K=4$: 2 son de la clase A y 2 de la clase B), el objeto se asigna a la clase a la cual es mínima la suma de las distancias calculadas separadamente para los dos objetos mas cercanos de cada clase. Por esta razón, $K=2$ no se utiliza casi nunca, pues el resultado seria similar si se utilizaría $K=1$.

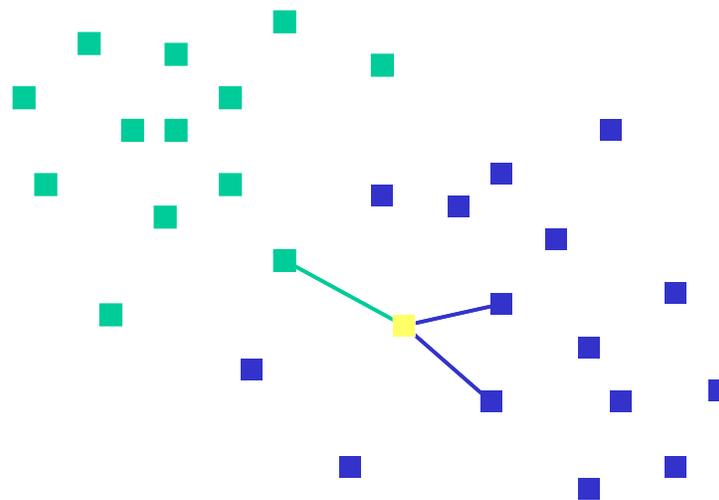


Figura 3.9. Clasificación por el método del vecino mas cercano utilizando $k=3$

El método K-NN no genera un modelo matemático o una función analítica que se aplique sucesivamente a los objetos desconocidos por clasificar. K-NN está constituido del mejor valor de K, del tipo de medida utilizado y de todos los objetos que forman parte del *training set*. La predicción de un nuevo objeto a una clase se asigna en función de los *k* objetos más cercanos pertenecientes al *training set*. Este método permite obtener buenos resultados y es particularmente útil cuando las superficies de separación entre las diversas clases no son lineales y complejas (una clase al interior de otra clase).

3.2.2 Contrapropagación

Los métodos de redes neuronales artificiales (Artificial Neural Network) (Zupan, 1994. Zupan *et al.*, 1997) son estrategias ampliamente utilizadas, entre ellas: error back-propagation, Kohonen y counter-propagation. Estos métodos han sido ampliamente utilizados especialmente en química (Zupan *et al.*, 1997).

El método de contrapropagación (Counterpropagation artificial neural networks CP-ANNs) es una metodología muy similar a los mapas de Kohonen; es decir, se componen de una capa de entrada de neuronas o Kohonen y una capa adicional (respuestas) que contiene exactamente el mismo número de capas de neuronas como la de Kohonen (Figura 3.10)

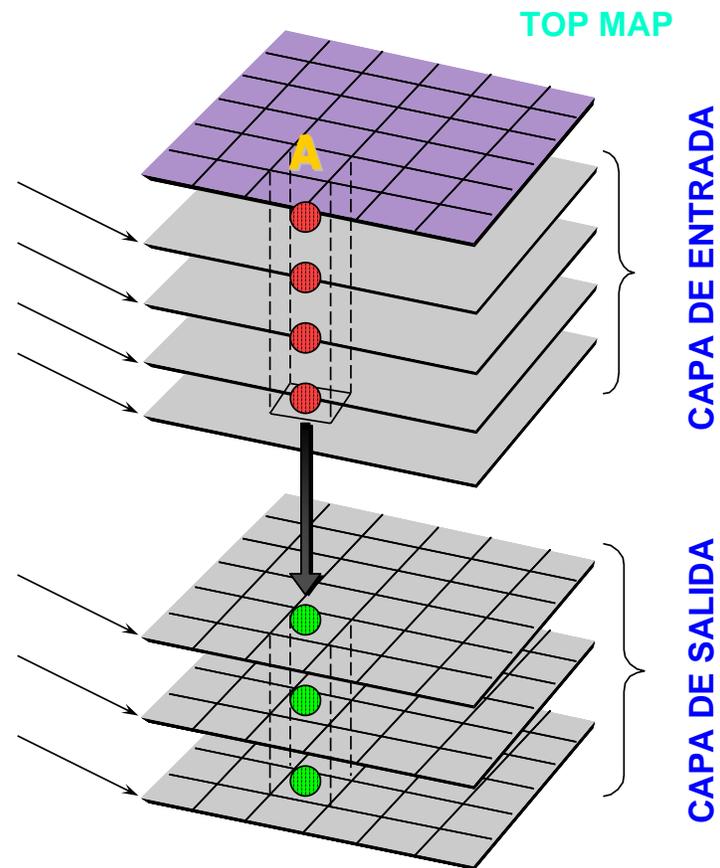


Figura 3.10. Disposición de las capas de neuronas en un análisis CP-ANN

Ambas capas de neuronas se colocan exactamente perpendiculares, la capa Kohonen en la parte superior y la capa de adicional para las respuestas exactamente debajo de la capa Kohonen; como resultado la capa de Kohonen y la capa de salida se encuentran en correspondencia.

CP-ANN es por lo tanto una mejoría de los mapas de Kohonen. La intención principal para establecer CP-ANNs es para permitir a los mapas de Kohonen trabajar con tipos de problemas supervisados. Aunque la capa adicional de neuronas (también a veces de salida o a veces capa de Grossberg) tiene exactamente la misma capa de neuronas como la superior, sus neuronas tienen un número diferente de pesos comparados con las neuronas en la capa de Kohonen. En la capa de salida las neuronas tienen también pesos como el vector de salida tiene respuestas. Los resultados se visualizan en un mapa que tiene la característica de ser toroidal (Figura 3.11)

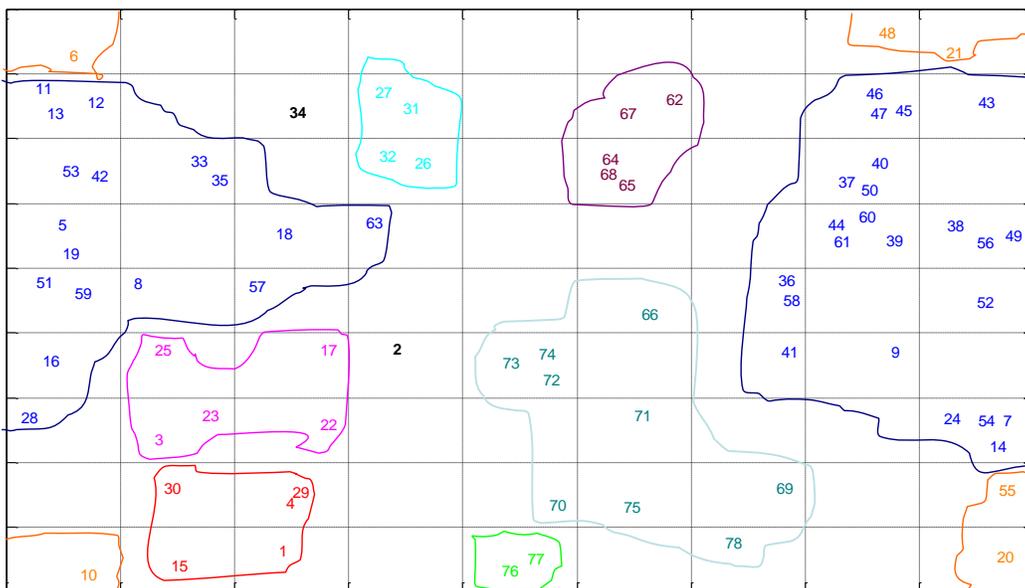


Figura 3.11 Visualización del mapa toroidal para el método CP-ANN

3.3 Selección de variables por algoritmos genéticos

Los algoritmos genéticos (Genetic Algorithms, GA) (Leardi, 2003) son una de las técnicas de optimización, que fue propuesto por Holland en 1975. Los algoritmos genéticos son ideales para la búsqueda de los mejores modelos multivariantes.

GA se basa en la descripción de los valores que cada variable puede asumir mediante un código binario, donde cada termino binario constituye un bit; es decir, asume los valores de 0 y 1. en el lenguaje de los algoritmos genéticos cada codificación binaria de un numero (variable, parámetro numérico) constituye un gen, es decir, un conjunto de bits; el conjunto de genes (grupos de bits) constituyen un cromosoma. cada cromosoma es una representación de un punto en el espacio p-dimensional de los parámetros independientes a optimizar, donde cada parámetro es representado de un gen.

Tabla 3.2. Conformación de un cromosoma en Algoritmos Genéticos

Variable	1	2	3	4	5	6
Valor binario	0	1	1	0	1	0

El cromosoma esquematizado en la tabla anterior muestra la presencia en el modelo de las variables 2, 3 y 5, mientras las restantes se encuentra momentáneamente excluidas.

A cada cromosoma, es decir, al conjunto de los valores de los parámetros a optimizar (el número de genes), se asocia una respuesta, que corresponde al valor de la función cuyos

parámetros tienen los valores numéricos representados en el cromosoma. La respuesta puede ser cuantitativa (regresión) o cualitativa (clasificación).

la siguiente figura presenta la estrategia general para la optimización de la función, sea ésta de maximizar (R^2_{cv}) o minimizar (correlación entre la respuesta y las variables).

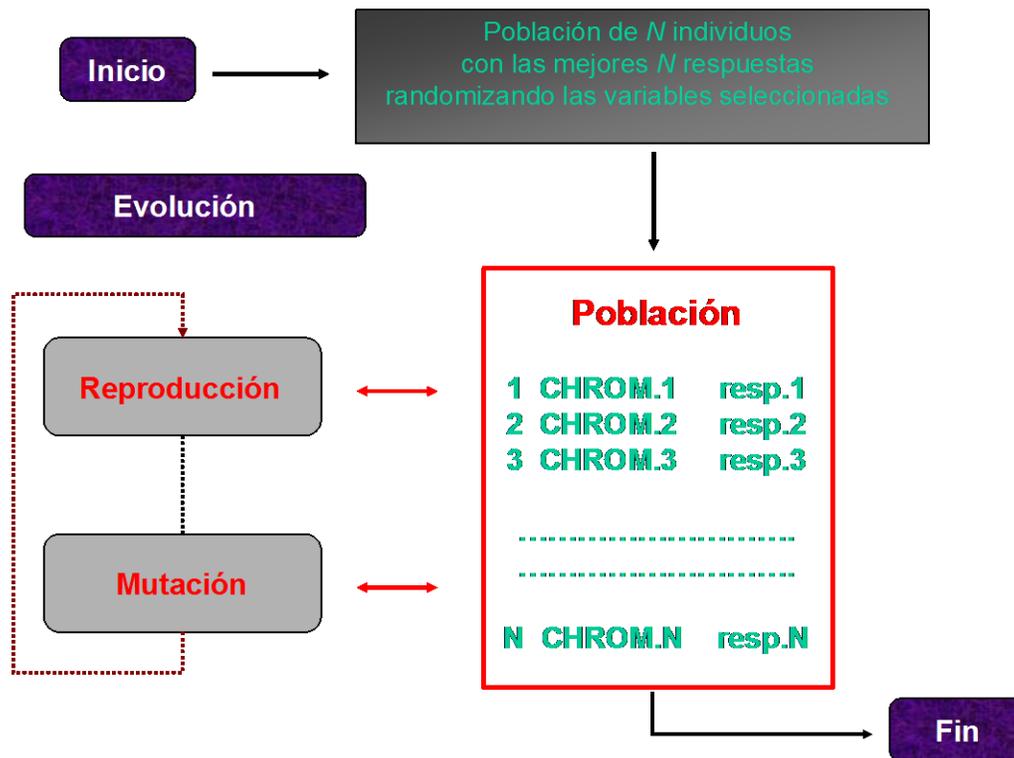


Figura 3.12. Representación esquemática de trabajo en algoritmos genéticos

Una vez que se definen los parámetros a optimizar (R^2_{cv} , $NER\%$) y sus intervalos de variación, así también de los parámetros necesarios para ejecutar el proceso genético de optimización, el procedimiento general se basa en los siguientes pasos:

Fase inicial

- Se define la dimensión de la población (número de cromosomas) a partir del cual procederá en la evolución (ejemplo 100).
- Se construye a caso un cierto número de cromosomas, mayor a la dimensión de la población (ejemplo 300).
- Se evalúa la respuesta de cada uno de los cromosomas iniciales.
- Se insertan en la población los mejores cromosomas, en orden decreciente de respuesta.

Fase evolutiva

- Se seleccionan pares de cromosomas de la población, con una probabilidad de selección proporcional a la calidad de cromosoma y se procede, con una probabilidad de acoplamiento (cross-over probability) prefijada, al acoplamiento de los dos cromosomas padres (iniciales), generando dos cromosomas hijos en la que se llama fase de generación.
- Para cada cromosoma hijo se evalúa la respuesta, y si esta es mejor que una de las respuestas asociadas a los cromosomas de la población, se inserta en la población en la posición que le compete, mientras el último cromosoma de la población se elimina.
- Una vez que se efectúa un cierto número fijo de acoplamientos y la respectiva evaluación de la respuesta, se pasa a la fase evolutiva que prevé la mutación de los cromosomas de la población actualmente existente. Cada cromosoma se analiza y en base a una probabilidad de mutación (mutation probability) prefijada y generalmente

mas pequeña de la probabilidad de acoplamiento, algunos de los cromosomas mutan en uno o mas genes che lo componen (de 0 en 1 o de 1 a 0).

Fase final

El procedimiento finaliza en base a criterios preestablecidos, por ejemplo:

- Cuando el procedimiento a superado un número máximo de interacciones previamente establecido.
- cuando la población no se renova, por lo tanto no mejora la calidad de la población.

CAPÍTULO IV

ÁNALISIS DE CLUSTER

Los métodos de cluster (Steinbach, *et al.*, 2003) no deben ser confundidos con los métodos de clasificación. En los métodos de cluster los grupos no pertenecen a una clase, mientras que en clasificación los grupos se denominan clases y pre-existen a los objetos que se consideran en el estudio.

4.1 Distancias y similitud

La similitud (Massart, *et al.*, 1997) es un concepto de gran importancia tanto en la ciencia como en la práctica. es la transposición matemática del concepto de analogía, concepto que se utiliza a cada momento en la vida con la finalidad de reconocer, distinguir y clasificar. para medir cuantitativamente el concepto de analogía es posible utilizar el concepto de distancia: cuanto mas sean dos objetos distantes respecto a un punto de referencia son disimilares; así mismo al contrario, cuanto mas cercanos son, se los puede considerar similares.

Algunas de las distancias mas utilizadas en cálculos multivariantes son:

$$d_{st} = \sqrt{\sum_{j=1}^p (x_{sj} - x_{tj})^2}$$

Distancia Euclidea

Distancia de Manhattan

$$d_{st} = \sum_j |x_{sj} - x_{tj}|$$

Distancia de Lagrange

$$d_{st} = \max_j |x_{sj} - x_{tj}|$$

Distancia de Camberra

$$d_{st} = \sum_{j=1}^p \frac{|x_{sj} - x_{tj}|}{(x_{sj} + x_{tj})}$$

Distancia de Lance-Williams

$$d_{st} = \frac{\sum_j |x_{sj} - x_{tj}|}{\sum_j (x_{sj} + x_{tj})}$$

Distancia de Minkowski

$$d_{st} = \sqrt[r]{\sum_j |x_{sj} - x_{tj}|^r}$$

Distancia de Mahalanobis

$$d_{st} = (x_s - x_t)^T S^{-1} (x_s - x_t)$$

Distancia de Pearson

$$d_{st} = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^p (x_{sj} - x_{tj})^2}{s_j^2}}$$

donde S^{-1} es la inversa de la matriz de covarianza y s_j^2 es la varianza de la j -ésima variable.

La distancia euclídea y la distancia de Manhattan son casos particulares de la distancia de Minkowski, para $r=1$ y $r=2$, respectivamente.

4.2 Técnicas de construcción de clusters jerárquicos

Aunque los métodos de cluster son muy numerosos, se los puede dividir en dos grandes categorías: 1) los métodos jerárquicos y 2) los métodos no jerárquicos.

Los métodos jerárquicos incluyen métodos como: single linkage, average linkage, complete linkage. Los métodos no jerárquicos incluyen metodologías cuyas estrategias son mucho más diferentes entre ellos, por ejemplo, los métodos de 1) Jarvis-Patrick y 2) k-means.

Los cluster que cada método identifica se caracterizan de su posición en el espacio p -dimensional de un **centroide**, definido como el vector de las medias de las variables calculadas para los objetos asignados al cluster; o de un **centrotipo**, que se define como el objeto más representativo entre todos los objetos asignados al cluster, por regla general termina siendo el más cercano al centroide. A diferencia del centroide, el centrotipo es un objeto siempre presente en los datos.

Por otro lado, cada cluster se caracteriza por la propia dimensionalidad, es decir, el número de objetos que contiene, de la compactación de los objetos en torno al centroide (definida de la desviación estándar respecto al mismo) y de la forma propia en el espacio p -dimensional.

En la figura 4.1 se muestran cluster de diversos tipos. El primero es un cluster circular y compacto; el segundo es un cluster constituido de algunos objetos dispersos y el tercero es un cluster compacto pero de forma alargada

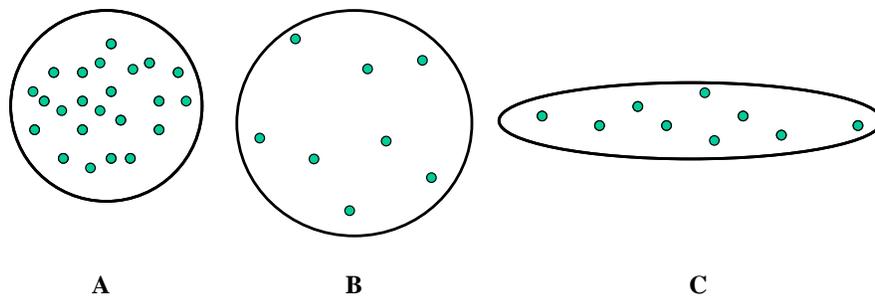


Figura 4.1. Tipos de cluster: A) Compacto y circular, B) Disperso y circular, y C) Disperso y alargado

Generalmente la mayoría de los métodos de análisis de cluster se desarrollan según el procedimiento que se esquematiza en la figura 4.2. Después de haber seleccionado un tipo de distancia, se calcula la matriz de las distancias y a partir de esta, la matriz de similaridad. Aplicando el algoritmo de clustering, se obtiene la partición final de los objetos en clusters. La interpretación de cada cluster conlleva a la eventual identificación de clases.

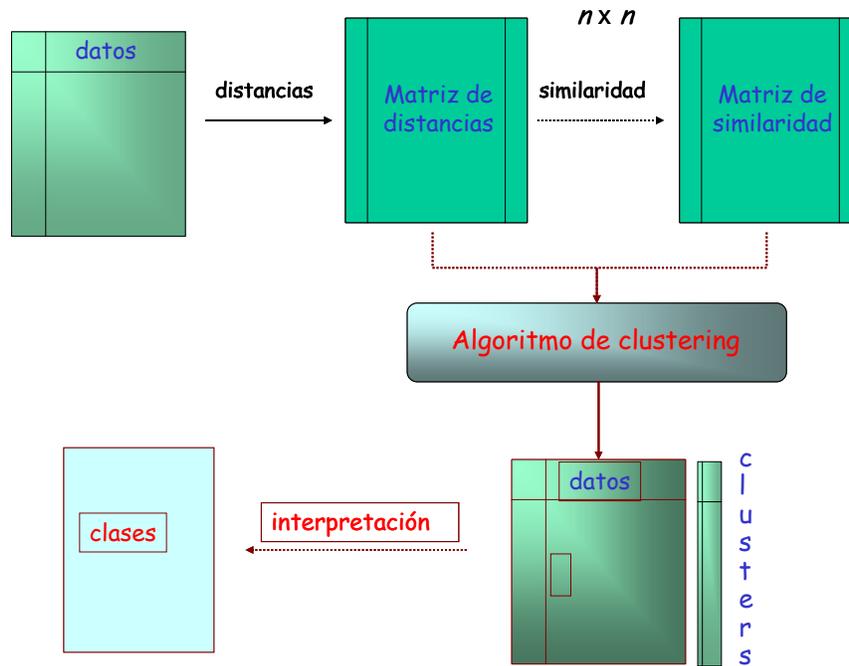


Figura 4.2. Algoritmo de construcción de clusters

4.3 Métodos jerárquicos

Los métodos jerárquicos de cluster se dividen en dos grandes categorías: 1) los métodos jerárquicos divisivos y 2) los métodos jerárquicos aglomerativos. El primer tipo es muy poco utilizado en la práctica, y se basan en una estrategia que parten de un conjunto que comprende todos los datos iniciales y van separando sucesivamente las muestras que se diferencian mayormente de las otras. Contrariamente, los métodos aglomerativos son los más utilizados en la práctica y parten de un número de clusters par al número de objetos, procediendo a unirse o fusionarse en clusters de dimensiones siempre mayores.

Los métodos jerárquicos aglomerativos por regla necesitan de los siguientes pasos preliminares.

- a) Definición de la matriz a utilizar.
- b) Cálculo de la matriz de distancias entre los objetos.
- c) Cálculo de la correspondiente matriz de similitud.

Luego de haber calculado la matriz de similitud, se la analiza y se reduce según los siguientes criterios:

- a) Se identifican los dos cluster mas similares (en la primera fase, los objetos mas similares)
- b) Los dos cluster u objetos se unen en un único y nuevo cluster a otro nivel de similitud.
- c) Para el nuevo cluster se calcula su nivel de similitud respecto a los cluster u objetos restantes, según criterios que difieren de un método a otro. Esta operación consiste en eliminar de la matriz de similitud las filas y las columnas relativas a los dos cluster u objetos que se colocan juntos y adicionar una fila y una columna relativa a las similitudes del nuevo cluster con todos los restantes clusters.

Los métodos de cluster jerárquico aglomerativos se los conoce también con los siguientes nombres: 1) Weighted Average Linkage, 2) Unweighted Average Linkage, 3) Single Linkage, 4) Complete Linkage, 5) Centroid linkage, 6) Median Linkage y 7) Ward Method. En la figura 4.3 se observa que el método simple linkage hace que coincidan las distancias entre los dos cluster con la distancia mínima entre los objetos; al contrario, el método

complete linkage utiliza la distancia máxima entre los objetos; por otro lado, el método centroid linkage utiliza una distancia entre los centroides de los cluster.

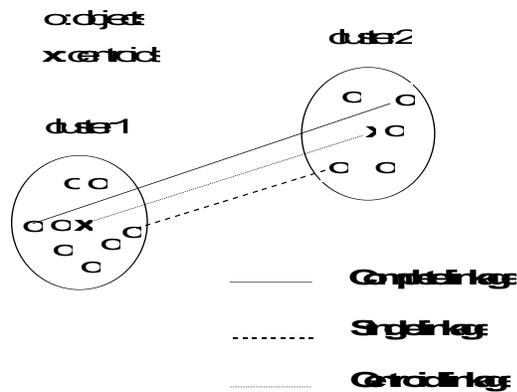


Figura 4.3. Representación de los tipos de linkage que se usan en cluster

El resultado final se representa mediante un gráfico denominado *dendrograma*, el cual permite un análisis visual altamente informativo de la jerarquía de las similitudes entre los objetos considerados.

4.4 Interpretación de dendrogramas

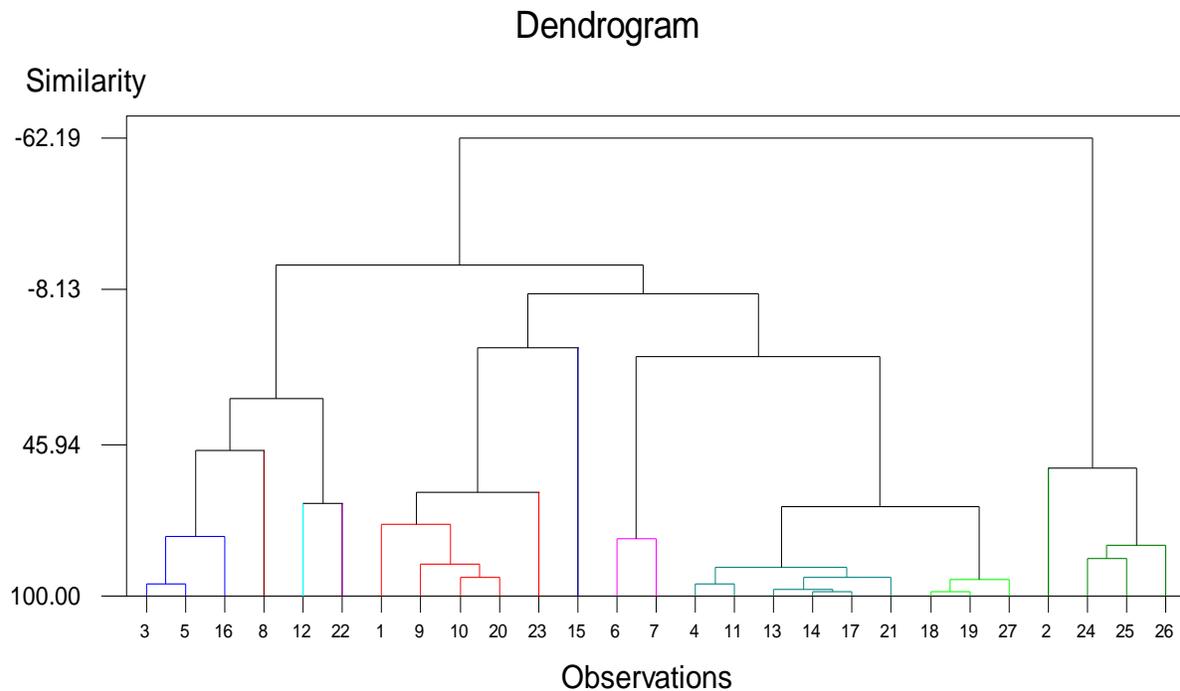


Figura 4.4. Dendrograma en el método de cluster jerárquico

En la figura anterior se presenta en ejemplo gráfico de los resultados obtenidos aplicando el método de clustering jerárquico aglomerativo. En el eje de las abscisas se grafican las muestras descritas por un cierto número de variables; mientras que en el eje de las ordenadas se grafica el valor de similaridad comprendida entre cero (en alto) y uno (en bajo). Observando el gráfico desde la parte baja hasta la parte alta, se puede observar los pares de muestras que son lo más similares entre ellos.

4.5 Método no jerárquico K-means

El método K-means (MacQueen, 1967) es un método cuyo algoritmo de reubicación de los datos se base en la comparación de las distancias de cada objeto respecto al centroide de cada cluster. El número de clusters \mathbf{G} se debe fijar a priori. El algoritmo es el siguiente:

- a) Disponer una partición casual de los objetos en \mathbf{G} clusters.
- b) Determinar el centroide de cada cluster: $\bar{C}_g = [\bar{X}_{g1} \bar{X}_{g2} \dots \bar{X}_{gp}]$
- c) Calcular la distancia entre cada objeto y cada centroide
- d) Reasignar cada objeto al cluster más cercano.
- e) Si al menos un objeto viene colocado en otro cluster, regresar al punto b.
- f) Termina el algoritmo.

Los nuevos centroides se calculan después de haber definido la recolocación de todos los objetos.

Una variante del método K-means prevé el recálculo de los centroides cada vez que un objeto debe ser recolocado en otro cluster. En este caso se utilizan fórmulas que permiten la actualización inmediata de los centroides. Los nuevos centroides obtenidos luego de haber movido el objeto i del cluster \mathbf{a} en el cluster \mathbf{b} son datos de estas dos expresiones:

$$\bar{X}_{a'j} = \frac{1}{n_a - 1} (n_a \bar{X}_{aj} - X_{ij})$$

$$\bar{X}_{b'j} = \frac{1}{n_b - 1} (n_b \bar{X}_{bj} - X_{ij})$$

Los resultados obtenidos con el método K-means dependen entonces de:

- a) La partición inicial.
- b) La selección de la medida con la cual se miden las distancias entre los objetos y los centroides, y
- c) Del número de clusters seleccionados.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSION

ANÁLISIS DE LA BASE DE DATOS BASE MARCA Y HÁBITOS.XLS

El Ministerio de Turismo del Ecuador en el año 2011 contrató una consultoría para levantar un estudio de los hábitos de los turistas que visitan el Ecuador. A mediados de año 2011, la empresa contratante proporcionó al Ministerio de Turismo una gran base de datos, la cual para temas estudiantiles se facilita para el estudio y análisis de la misma.

La base de datos contiene encuestas levantadas hacia turistas en los aeropuertos internacionales José Joaquín de Olmedo, en el Mariscal Sucre y en los dos pasos de frontera uno en Huaquillas y otro en Tulcán, en las cuales se levantaron datos estadísticos de cuan atractivo es el Ecuador a los turistas que lo visitan.

Se realizaron 4265 encuestas con 338 preguntas, las cuales claramente se pueden observar en la base de datos “base Marca y Habititos.xls”. Las preguntas que se levantaron fueron las siguientes: nacionalidad?, país de residencia?, ingresos económicos?, que lugares visitaron?, que ciudades visitaron?, con quién vinieron?, quien les recomendó visitar el Ecuador?, nivel de ingreso?, nivel de educación?, entre otras.

5.1 Preparación de Datos:

Los datos a ser analizados se encuentran dentro de una gran base en formato .xls, la misma que para los análisis multivariantes y de clúster, se trabajó previamente transformando los datos alfanuméricos de cada pregunta por cada encuestado a datos numéricos.

Esta transformación se realizó para poder ejecutar el análisis en Matlab y así poder clasificar los cluster, luego se procede con la creación de los diferentes dendrogramas mediante un software especializado “STATISTIC” y así realizar su respectivo análisis, y finalmente, se realizaron conclusiones y recomendaciones.

Flujograma de Procesos Análisis de Datos.

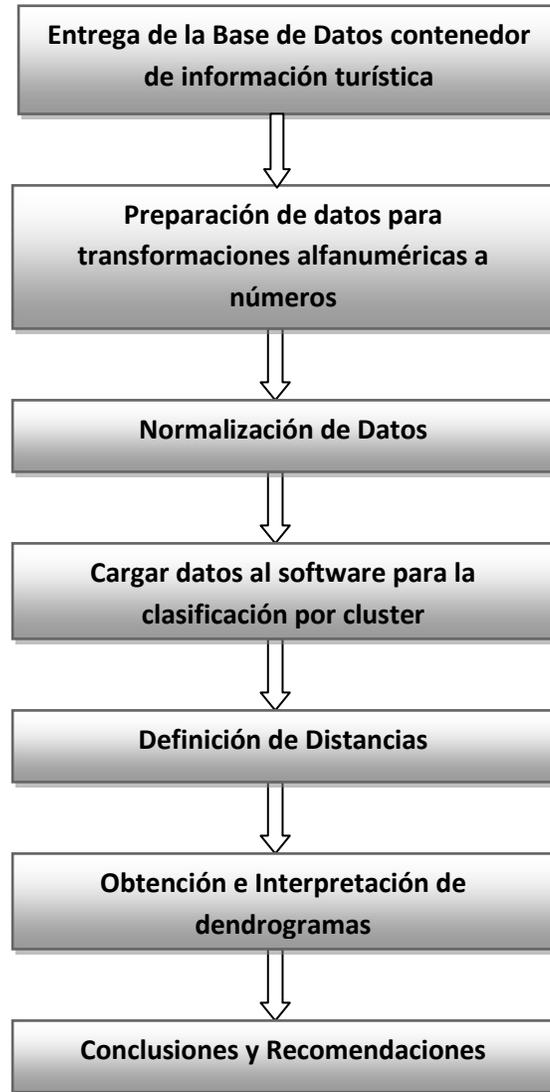


Figura 5.1. Flujograma de procesos para el análisis de la Base de datos Turísticas

5.2 Presentación de los diferentes dendrogramas.

CLUSTER 1.- Grupo Empresarios

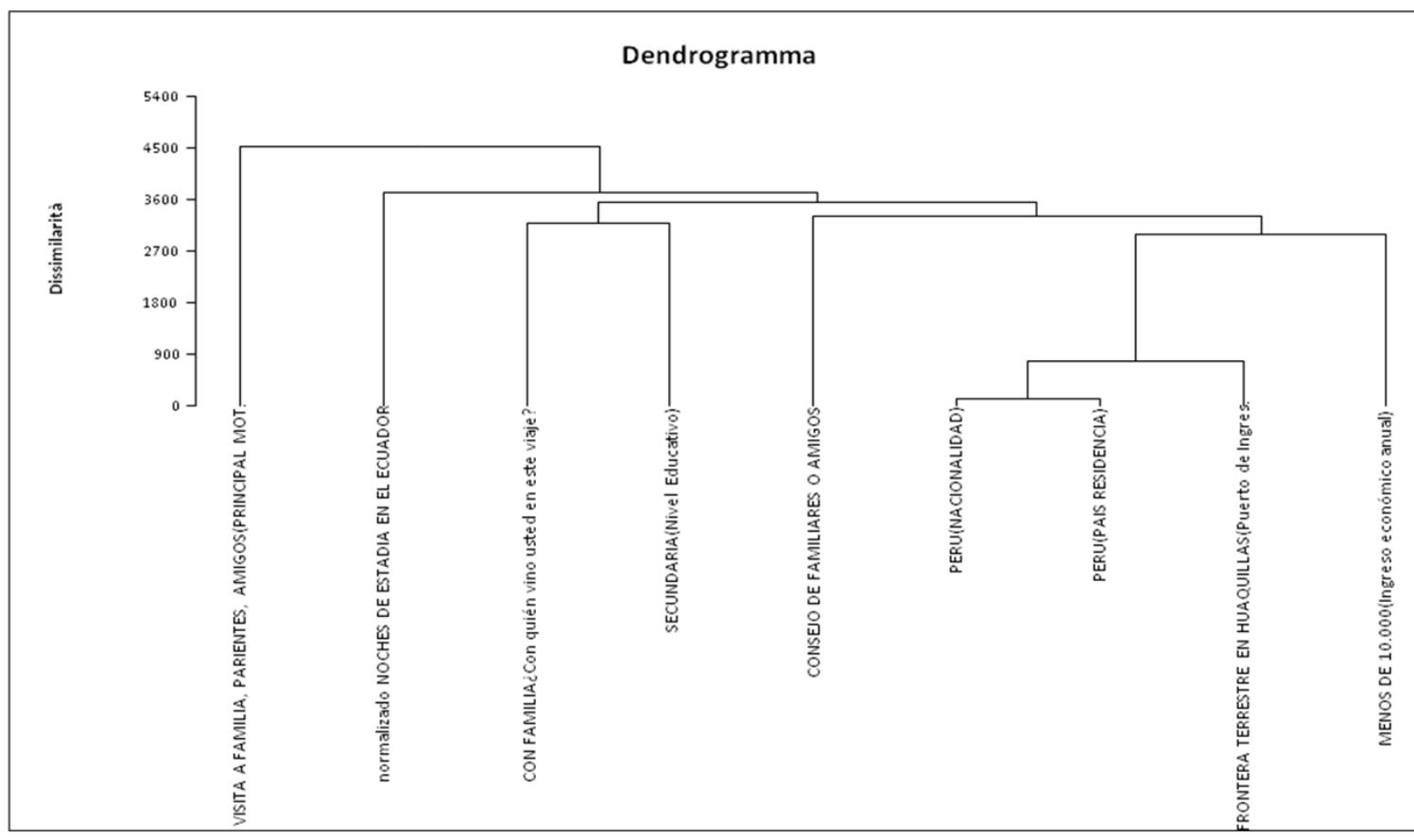


Figura 5.2.1 Cluster 1: Dendrograma de grupo de Empresarios

Nodo 1 (Nacionalidad / Residencia).-

Mediante el análisis realizado en este nodo la moda nos da un valor de 0, demostrándonos claramente que la mayor parte de turistas no tienen nacionalidad Peruana y tampoco residen en este país.

Nodo 2 (Nacionalidad, Residencia / Puerto de ingreso).-

Al analizar el siguiente nodo del dendrograma y realizar el análisis se observa que el puerto de ingreso al país no fue la frontera terrestre de Huaquillas por lo que se refleja que el ingreso se lo realiza por los otros puertos de acceso al país.

Nodo 3 (Nacionalidad, Residencia / Puerto de ingreso / Ingreso económico anual).-

Continuando con el análisis de los nodos que se presenta en la Figura 5.2.1, y al reflejar que su ingreso económico anual no es \$10.000, se presume que su nivel económico es mayor, y se puede suponer que este tipo de turistas poseen un nivel económico Medio-Alto.

Nodo 4 (Noches de estadía en el Ecuador / Consejo de familiares o amigos).-

Al realizar el análisis y obtener la mediana de los datos originales se pudo determinar que los días de estadía en Ecuador no sobrepasan los 11 días promedio, y que el consejo de familiares y amigos no tiene injerencia en la visita del País.

Nodo 5 (Con quién vino usted en este viaje / Nivel Educativo).-

En el estudio de este nodo, su nivel educativo no es secundario, presumiendo que el nivel educativo es superior y este grupo refleja que la visita realizada al país no fue con familiares concluyendo que son turistas rápidos.

Análisis General Cluster 1.-

Según el estudio realizado al cluster 1 se puede decir que estas variables están asociadas y que este grupo de turistas no realizan su ingreso por una frontera terrestre obviando el paso de Huaquillas, además se presume que su nivel educativo es Superior y su nivel de ingreso anuales son mayores a los \$10.000, reflejando que este grupo es gente de dinero y su estatus económico refleja una clase media-alta. Al no venir con familia y la estadía promedio en el Ecuador fueron 11 noches, son turistas q realizaron negocios y se marchan. . Finalmente hay que mencionar que los empresarios que realizan negocios frecuentemente no hacen sus ingresos al país por tierra.

CLUSTER 2.- Hábitos de Turistas

El cluster 2 es de difícil interpretación y contienen una gran cantidad de variables agrupadas por lo que no se puede generar un dendrograma. Este se cluster se analizara mediante el análisis de gráficos de pareto identificando grupos homogéneos. Cabe mencionar que en este cluster se concentra la mayor parte de los hábitos de turistas.

Porcentaje Nacionalidad de Turistas



Figura 5.2.2 Cluster2: Porcentaje de turistas por nacionalidad que visitan Ecuador

Al realizar el análisis del grupo de nacionalidad se puede observar claramente que el país predominante es Estados Unidos, puesto que en el año 2011 el Ministerio de Turismo levantó esta encuesta y el país había sido considerado como la mejor opción para el retiro, en especial para los ciudadanos Norteamericanos.

El siguiente grupo homogéneo que presenta este cluster es de nacionalidad colombiana lo cual refleja el ingreso y salida de este tipo de personas en la frontera norte del país, en los cuales se presume que es debido al vínculo comercial del paso de Tulcán.

Finalmente el grupo más representativo es el grupo de Ecuador los cuales retornan a su país para pasar con sus familias como claramente se presenta en el cluster 8.

Número de Turistas por País de Residencia

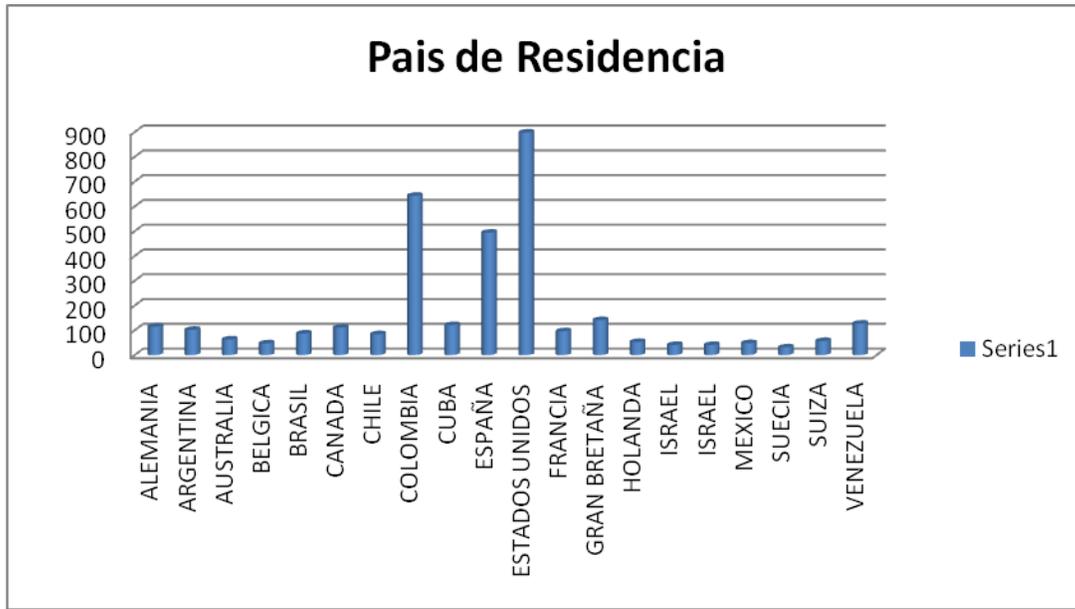


Figura 5.2.3 Cluster 2: número de turistas por país de residencia

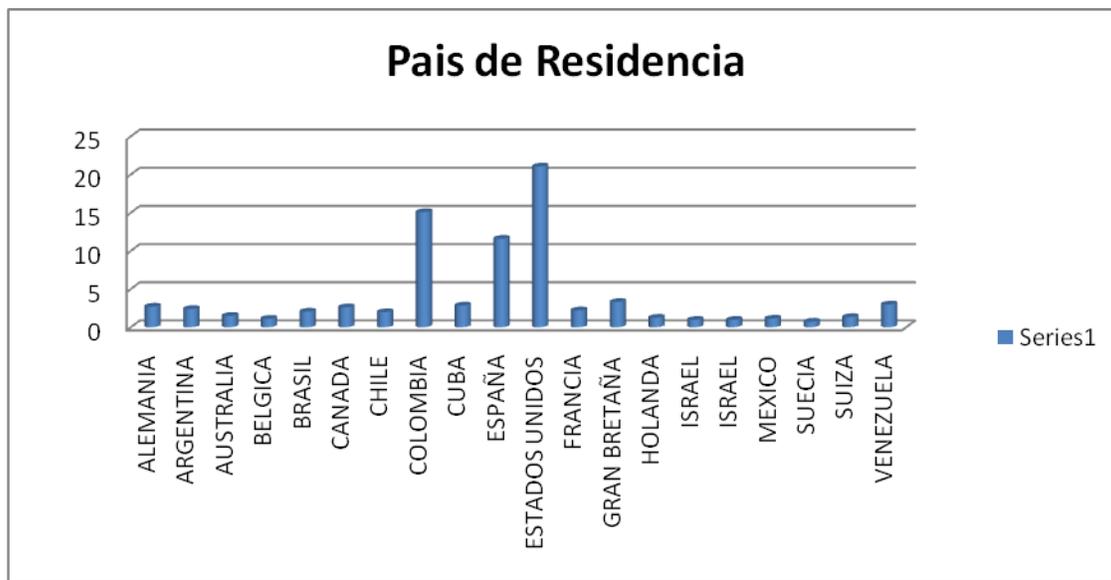


Figura 5.2.4 Cluster 2: Porcentaje de turistas por país de residencia que visitan Ecuador

En la Figura 5.2.4 se puede observar que el predominante es la residencia de Estados Unidos lo cual manifiesto la visita, no solo de grupos quienes analizan vivir su retiro en nuestro país, sino también como grupos de estudiantes que estuvieron interesados en aprender el idioma español.

El siguiente País representativo es Colombia, evidenciando lo antes descrito sobre la frontera de Tulcán, demostrando que seda nexos comerciales.

Finalmente se observa que España es el tercer país de residencia lo que deja en evidencia que también la migración se hizo presente al hacer una relación Nacionalidad y País de residencia.

Idioma de los turistas que ingresaron al Ecuador

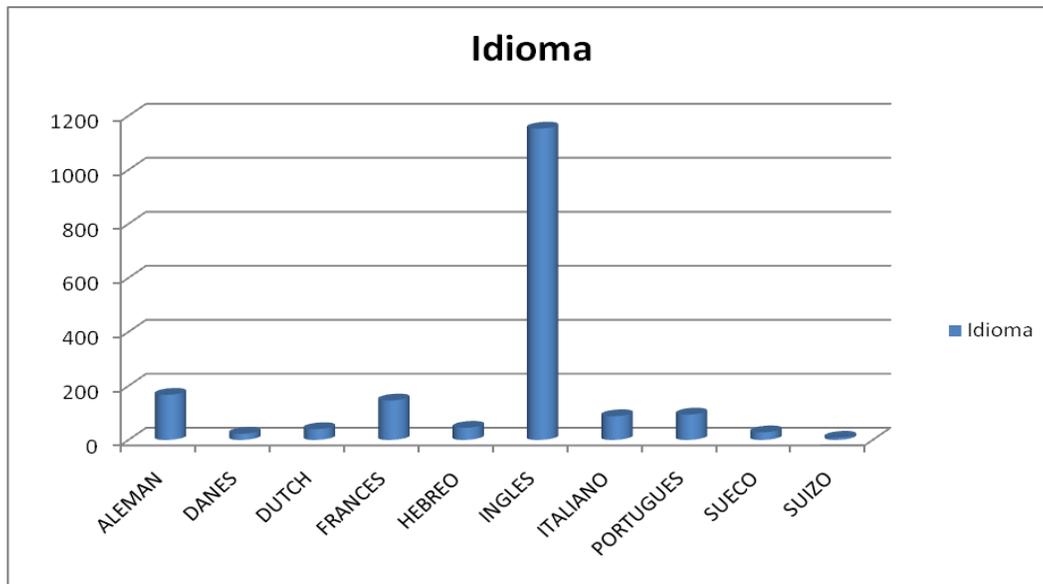


Figura 5.2.5 Cluster 2: Número de los idiomas de los turistas que ingresaron al Ecuador

Porcentaje de Idioma de los turistas que ingresaron al Ecuador

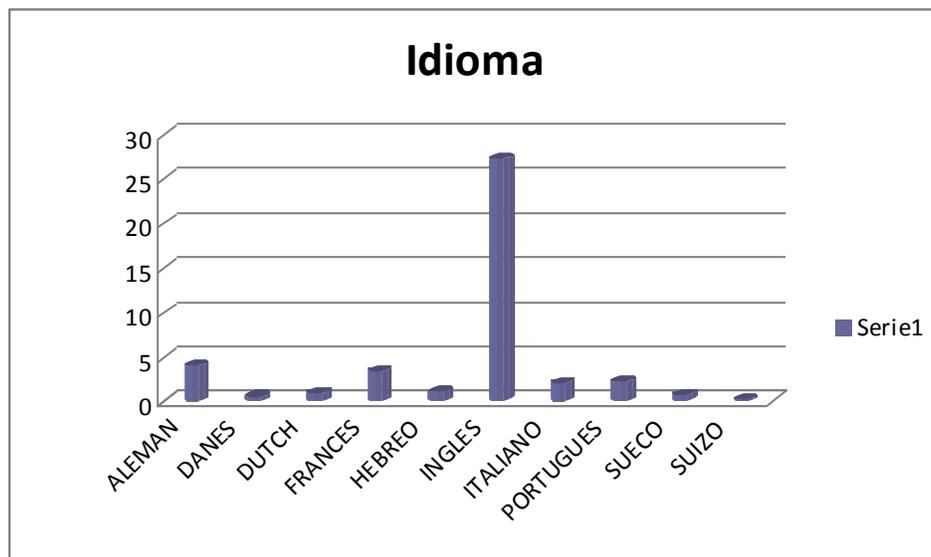


Figura 5.2.6 Cluster 2: Porcentaje de los idiomas de los turistas que ingresaron al Ecuador

EL idioma predominante claramente se puede observar en la Figura 5.2.6, es el idioma inglés, cabe recalcar que se sigue guardando relación con los visitantes de nacionalidad norteamericana, ya que fueron los que mayor índice de turistas obtuvieron en visitas al Ecuador. Aquí no se toma en cuenta al idioma español ya que fue clasificado en otro cluster.

Forma de preparación de Viaje

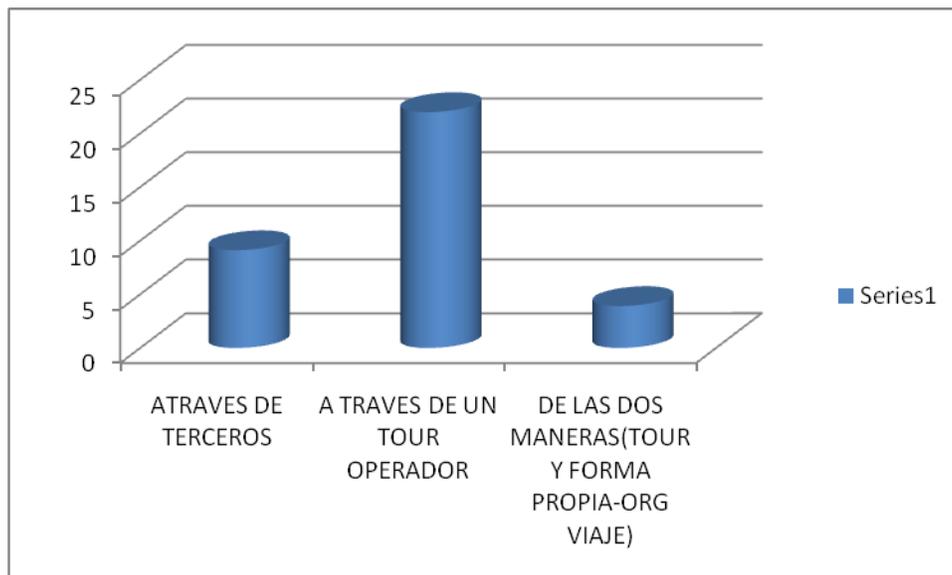


Figura 5.2.7 Cluster 2: Porcentaje Forma en que los turistas preparan el Viaje al Ecuador

Es indiscutible que las tour operadoras son las que organizaron el viaje de estas personas, claramente se evidencia que al tener una gran afluencia de posibles retirados norteamericanos frecuentemente ellos utilizaron un intermediario.

Porcentaje de influencia de medios que motivan la visita al Ecuador

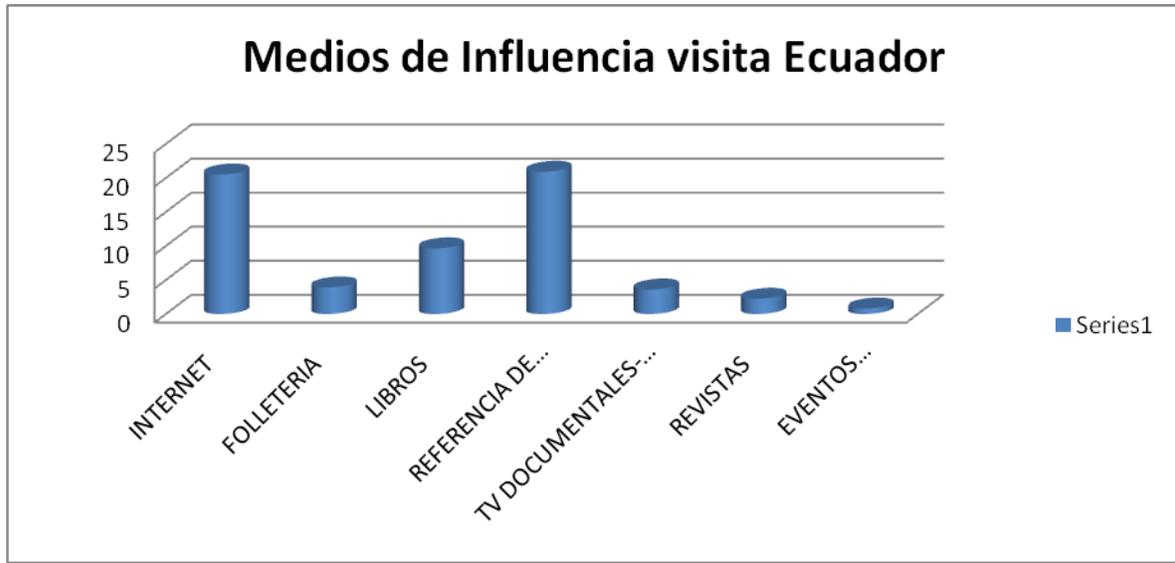


Figura 5.2.8 Cluster 2: Porcentaje Impacto de los medios de comunicación para el turismo en el Ecuador

Como se puede observar en la Figura 5.2.8, el Internet es una de las fuentes que mejor a promocionado al país, se presume que la promoción que se realiza del País tiene un mayor alcance en este medio, el segundo con similar enfoque es el testimonio de aquellos turistas que ya visitaron el País y gracias a lo experimentado referente a megadiversidad o localización geográfica lo recomiendan. Finalmente revistas, folleteria y documentales tuvieron un alcance no tan significativo.

Lugares con mayor afluencia de turistas



Figura 5.2.9 Cluster 2: Lugares con Mayor Afluencia de turistas en el territorio Ecuatoriano

En la Figura anterior se observa que los turistas, visitaron los centros históricos de las principales ciudades del País teniendo mayor énfasis la ciudad de Quito, sin dejar de lado la dinamización de la economía puesto que también uno de los lugares visitados son los centros comerciales.

ZONA 1-Provincias visitadas



Figura 5.2.10 Cluster 2: Número de turistas que visitan la Zona 1 del Ecuador

Según el análisis realizado se observa con claridad que dentro de la Zona 1 la provincia de Imbabura resulto ser la más visitada con un alrededor de 150 turistas.

Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 1



Figura 5.2.11 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitan la Zona 1 del Ecuador

La provincia de Imbabura refleja un 3,51%, porcentualmente sigue siendo aquella que atrajo mayor número de visitantes a la Zona 1.

Numero de turistas que visitaron los Cantones de la Zona1

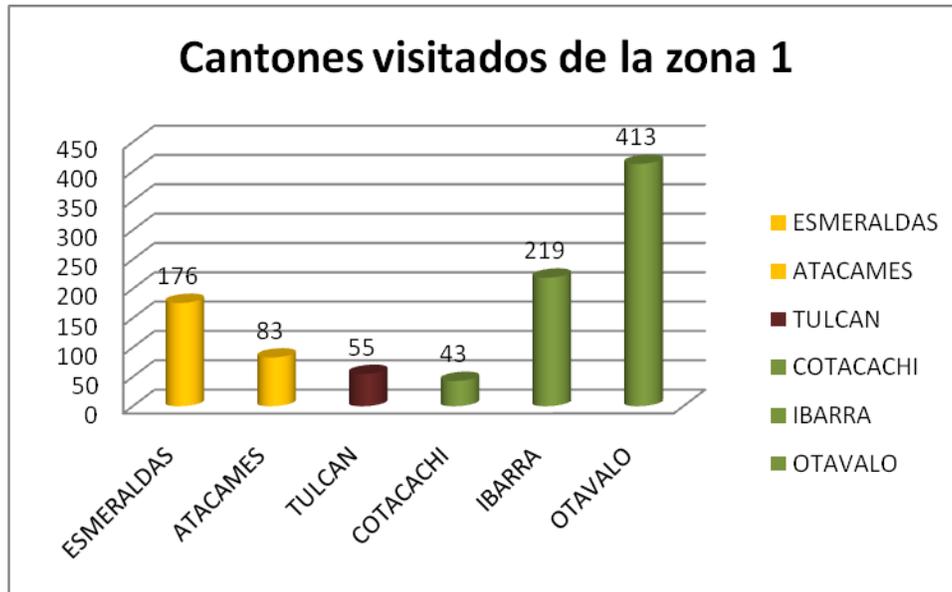


Figura 5.2.12 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 1

El estudio realizado pone de manifiesto que dentro de la Figura 5.2.12, como se demostró en la Figura 5.2.11 Imbabura resulto ser la más representativa lo que guarda relación con el análisis de los cantones visitados por los turistas en la Zona 1 en donde se encuentran Cotacachi, Ibarra y Otavalo como los más visitados. Es importante notar que .los turistas no se familiarizan con los nombres de las provincias pero si por las ciudades mas atractivas del norte del País.

Porcentaje de turistas que visitaron los cantones de la Zona 1

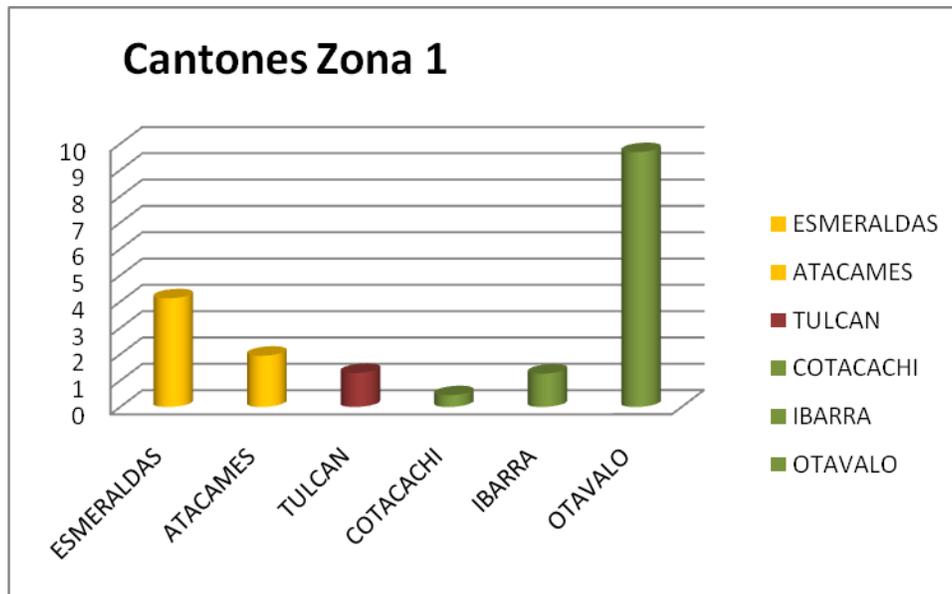


Figura 5.2.13 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 1 del Ecuador

Al realizar el estudio se demuestró que Otavalo resultó el cantón más visitado dentro de la Zona 1 y en relación a lo anteriormente expuesto continúa siendo el más alto porcentualmente asumiendo que se encuentra medianamente posesionados turísticamente este cantón con relación a los otros.

Numero de turistas que visitaron la Zona 2

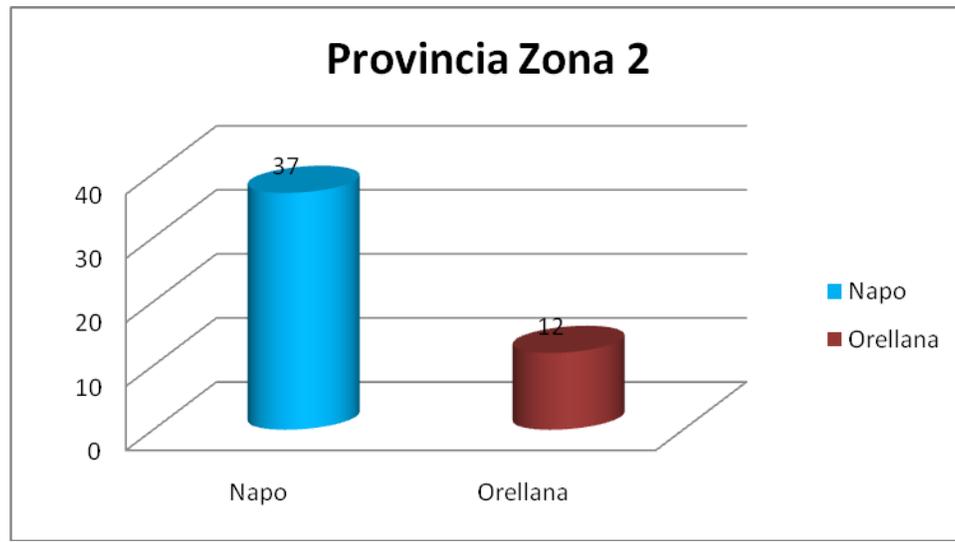


Figura 5.2.14 Cluster 2: Número de turistas que visitaron la Zona 2 del Ecuador

Según la investigación realizada dentro de la Zona 2 la provincia de Napo resultó ser la más visitada de turistas, gracias a que posee una alta diversidad biológica.

Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 2



Figura 5.2.15 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 2 del Ecuador

La provincia de Napo reflejo un 0,8%, lo que la convierte en la provincia más visitada de la Zona 2, aunque se posee parte de la Amazonia desarrollada en esta zona, el índice de visitantes es bastante bajo.

Numero de turistas que visitaron los cantones de la Zona 2

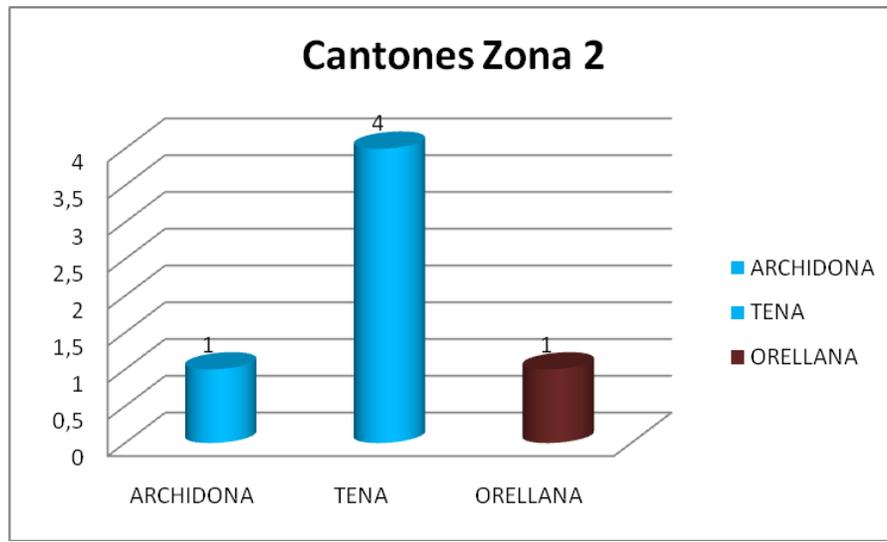


Figura 5.2.16 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 2 del país

Porcentaje de turistas que visitaron los cantones de la Zona 2

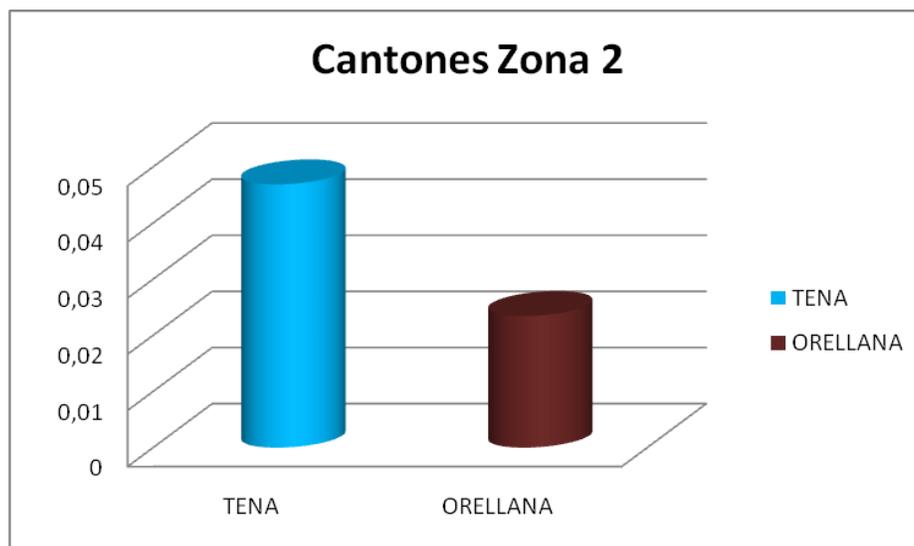


Figura 5.2.17 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 2 del país

La afluencia de visitantes se denota que fue baja, y claramente se debe trabajar en las mejoras de los servicios turísticos para crear una mayor demanda turística.

Numero de turistas que visitaron la Zona 3

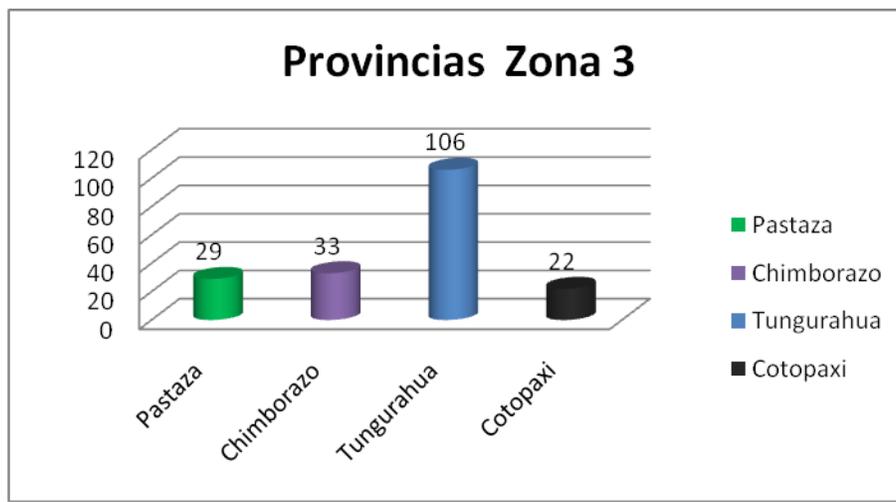


Figura 5.2.18 Cluster 2: Número de turistas que visitaron las Provincias de la Zona 3 del país

En la Zona 3 compuesta por las provincias de Pastaza, Chimborazo, Tungurahua y Cotopaxi, en la Figura 5.2.18 la que más atrajo turistas, fue la provincia de Tungurahua. Se puede apreciar además que en las provincias de Pastaza y Chimborazo el número de turistas se presume que es aproximado, Cotopaxi resulta ser la provincia menor visitada

Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 3

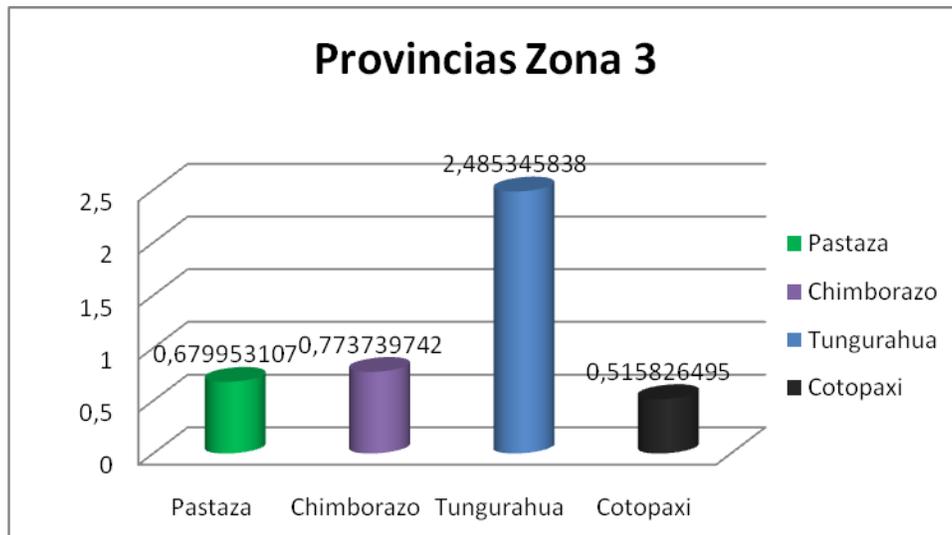


Figura 5.2.19 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron las Provincias de la Zona 3 del país

La investigación realizada expresa un 2.48%, como el porcentaje más alto que representa los 106 turistas que visitaron Tungurahua, lo que la convirtió en la provincia más visitada de la Zona 3, sin embargo el número de visitantes es bajo.

Numero de turistas que visitaron la Zona 3

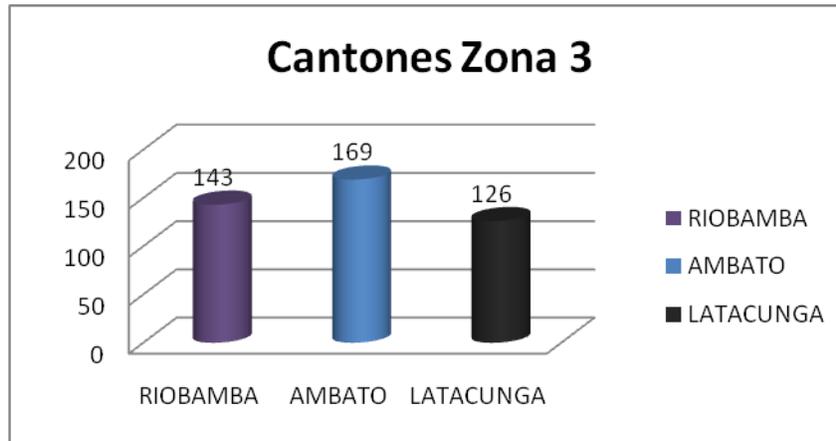


Figura 5.2.20 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 3 del Ecuador

El análisis en la Zona 3 muestra que no existe una diferencia significativa entre las provincias de Riobamba, Ambato y Latacunga, pero sin embargo Ambato es aquella a la cual los turistas escogen como la mejor opción para visitar.

Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 3

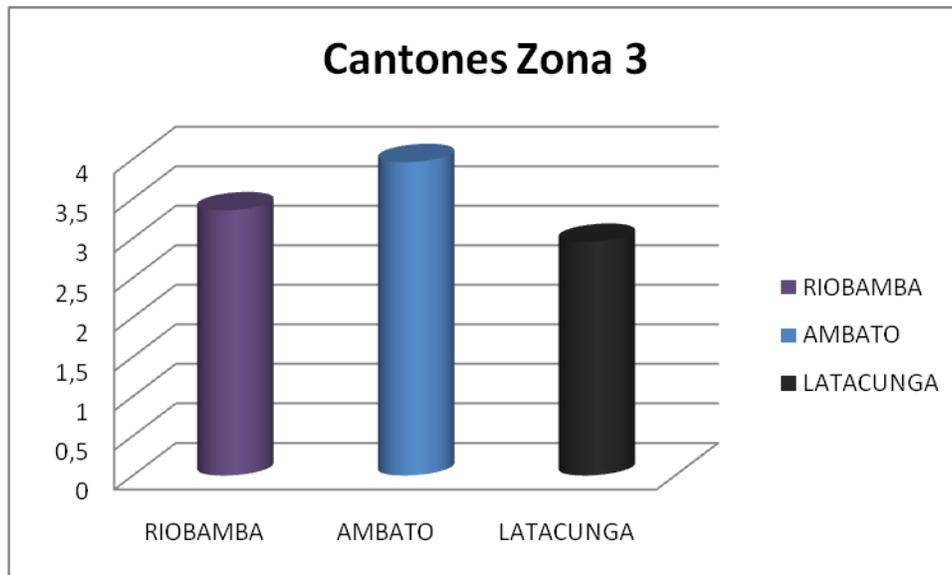


Figura 5.2.21 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 3 del Ecuador

En la Figura 5.2.21 se puede observar el porcentaje que representa en su totalidad cuantos turistas visitaron cada una de los cantones siendo bajo.

Numero de turistas que visitaron la Zona 4

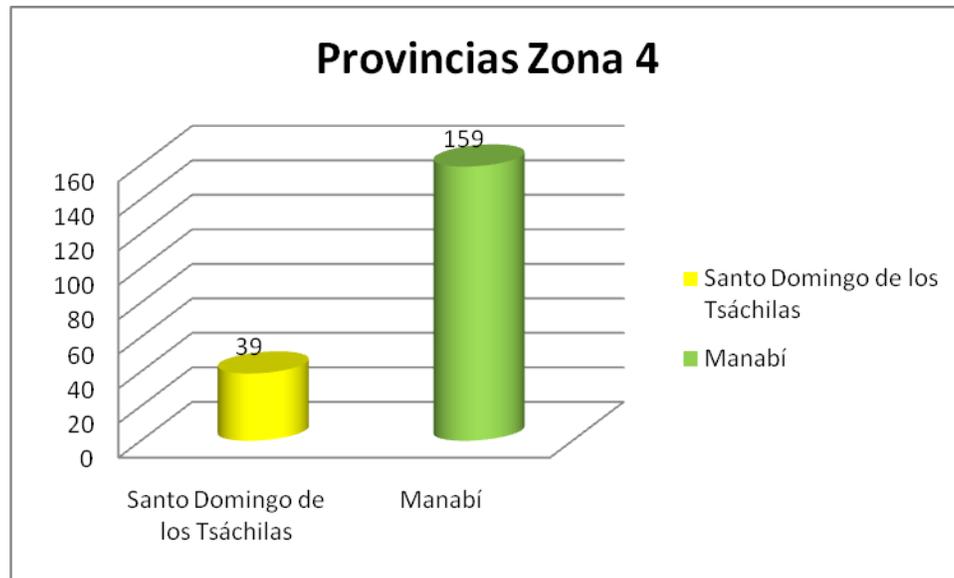


Figura 5.2.22 Cluster 2: Número de turistas que visitaron las Provincias de la Zona 4 del Ecuador

Al observar la Zona 4 del País, la provincia de Manabí ciertamente es la que cautiva con mayor potencia a los turistas para que la visiten.

Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 4

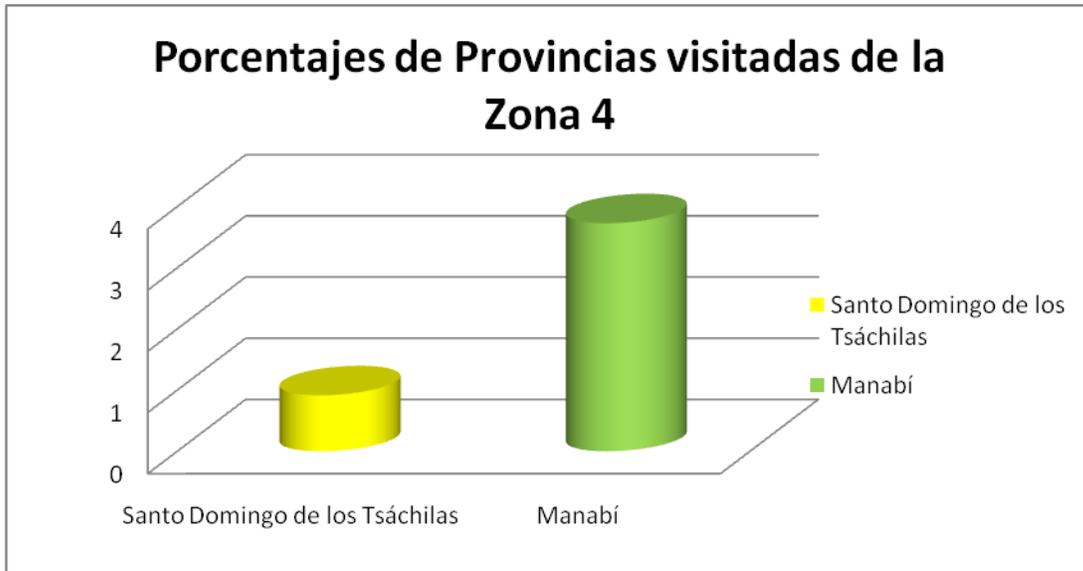


Figura 5.2.23 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron las Provincias de la Zona 4 del Ecuador

Número de turistas que visitaron la Zona 4

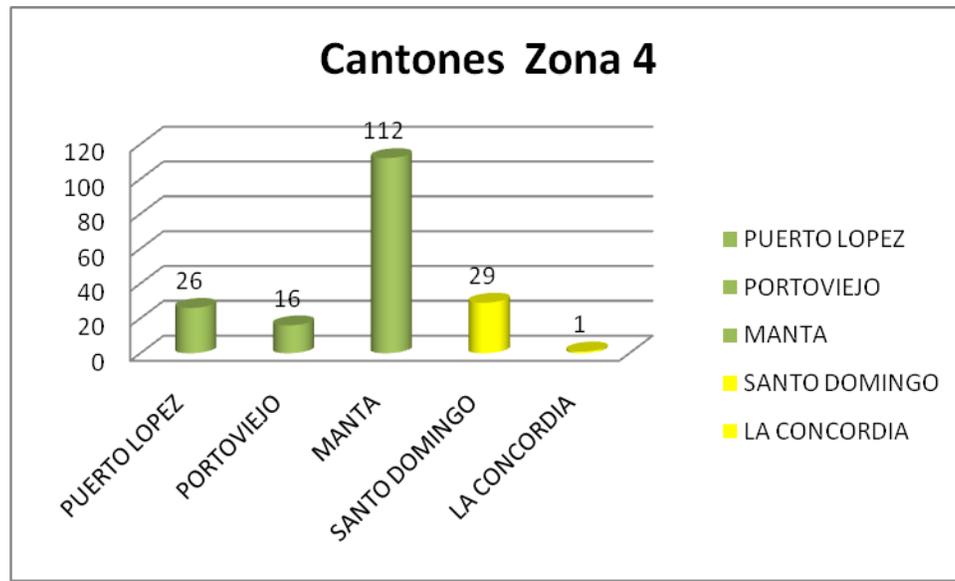


Figura 5.2.24 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 4 del Ecuador

Según el estudio realizado se puede observar en la Figura 5.2.24 con claridad que Manta cantón de la provincia de Manabí, sin duda alguna es la más que más agrado y en consecuencia atrajo el mayor número de visitantes.

Número de turistas que visitan la Zona 5



Figura 5.2.25 Cluster 2: Número de turistas que visitaron la Zona 5 del Ecuador

En este cluster no se tomo en cuenta la provincia de Guayas ya que fue clasificada en otro cluster y en las otras provincias como Bolívar, Los Ríos es casi nula la existencia de turistas.

Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 5



Figura 5.2.26 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 5 del Ecuador

Número de turistas que visitaron los cantones de la Zona 5

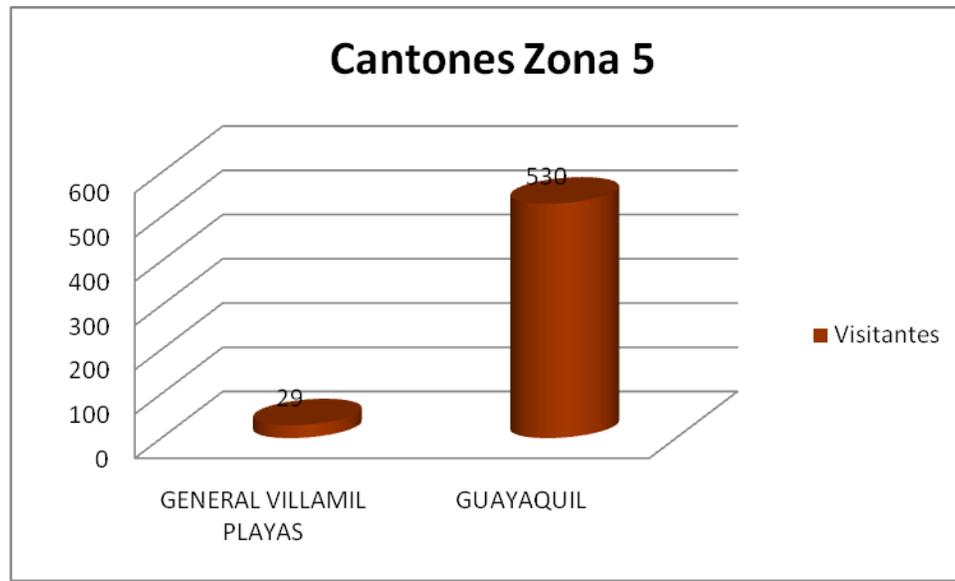


Figura 5.2.27 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 5 del Ecuador

En la zona 5 la ciudad de Guayaquil, la calidez del clima y quizás por su gastronomía exótica, según el estudio que se realizó cautivó de una manera muy relevante a la mayoría de turista que visitaron la zona 5, guardando relación con los datos obtenidos en la **Figura 5.2.8 Lugares con Mayor Afluencia Cluster 2** en el cual se puede observar que se los turistas se inclinan por visitar los centros históricos de las principales ciudades y locales comerciales y el cerro santa Ana de Guayaquil.

Porcentaje de turistas que visitaron los cantones de la Zona 5

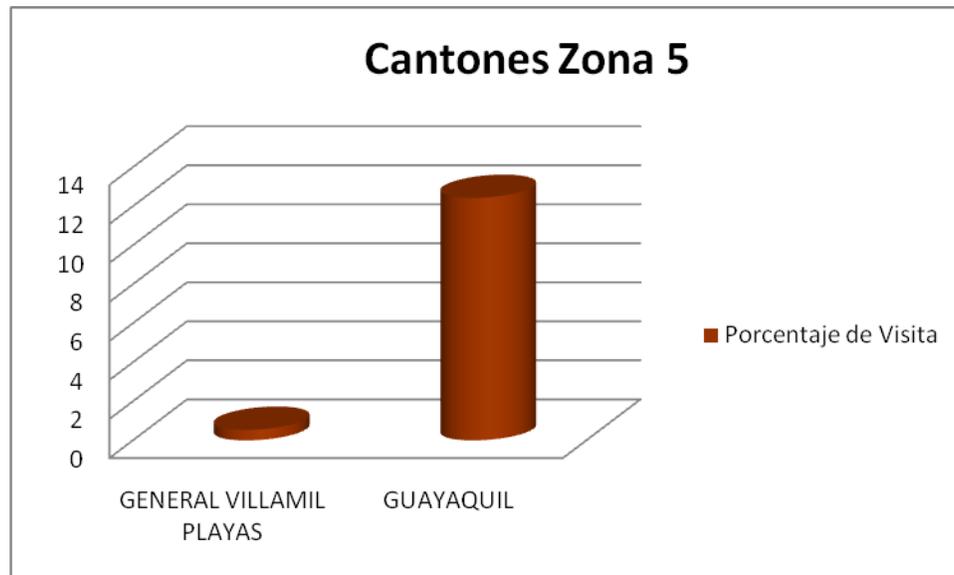


Figura 5.2.28 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 5 del Ecuador

Al realizar el análisis del porcentaje de turistas, se observa que guayaquil fue el sitio turístico más visitado.

Numero de turistas que visitaron las provincias de la Zona 6

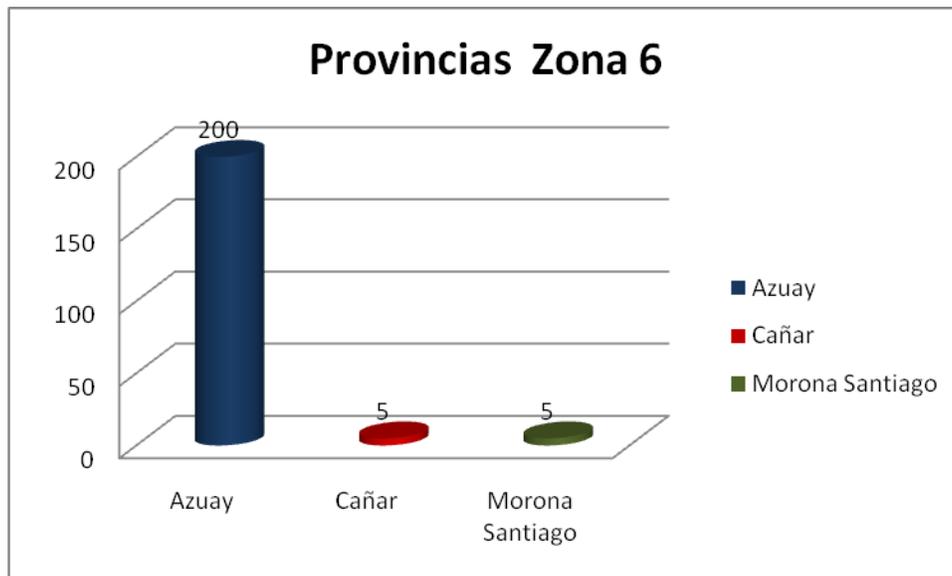


Figura 5.2.29 Cluster 2: Número de turistas que visitaron la Zona 6 del Ecuador

En el estudio de la Zona 6 comprendida por las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago, los turistas prefirieron visitar la provincia de Azuay, mientras que Cañar y Morona Santiago se observa que fueron poco visitadas.

Porcentaje de turistas que visitaron las provincias de la Zona 6

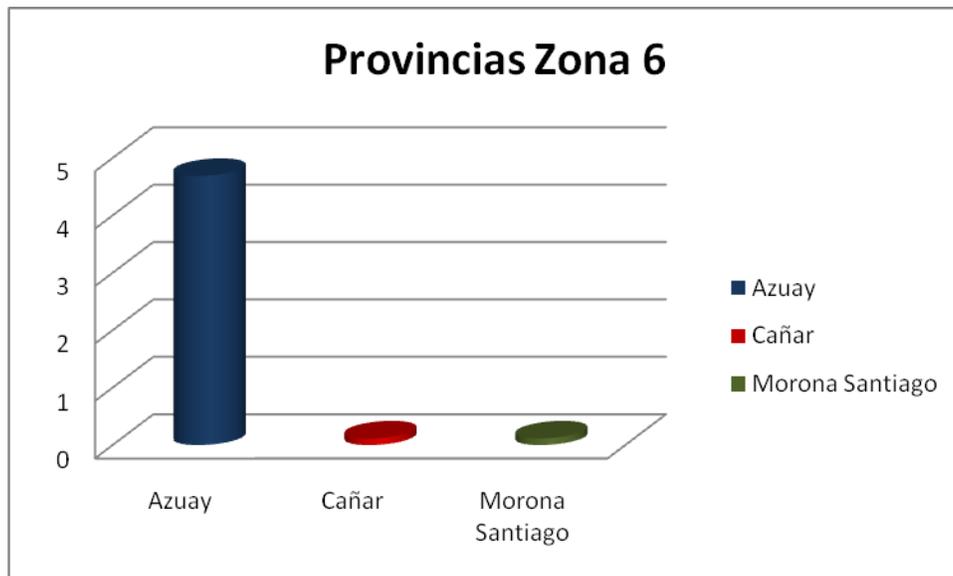


Figura 5.2.30 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron la Zona 6 del Ecuador

Número de turistas que visitaron los cantones de la Zona 6

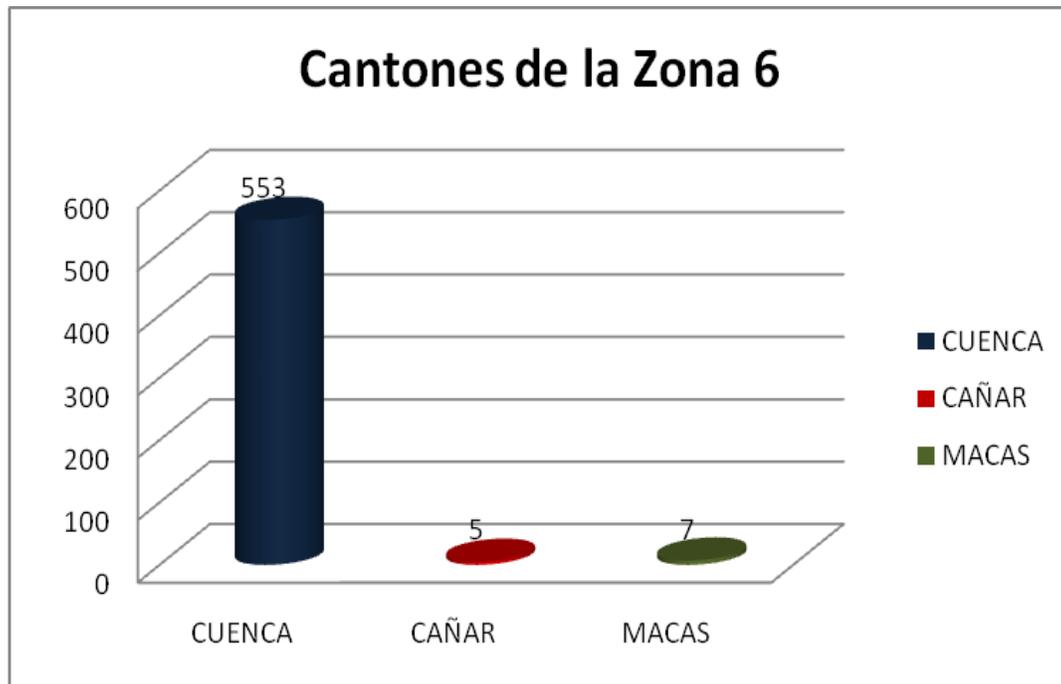


Figura 5.2.31 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 6 del Ecuador

El número de turistas que visitó Cuenca fue ciertamente representativo, lo que demuestra que la ciudad como tal posee atractivos turísticos que han sido de gran ayuda para fomentar el turismo dentro de la provincia del Azuay y en el Cantón Cuenca.

Porcentaje de turistas que visitaron los cantones de la Zona 6



Figura 5.2.32 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 6 del Ecuador

El gráfico anterior indica que Cuenca fue la ciudad mas visitada en la Zona 6, con un 14%.

Número de turistas que visitaron las provincias de la Zona 7

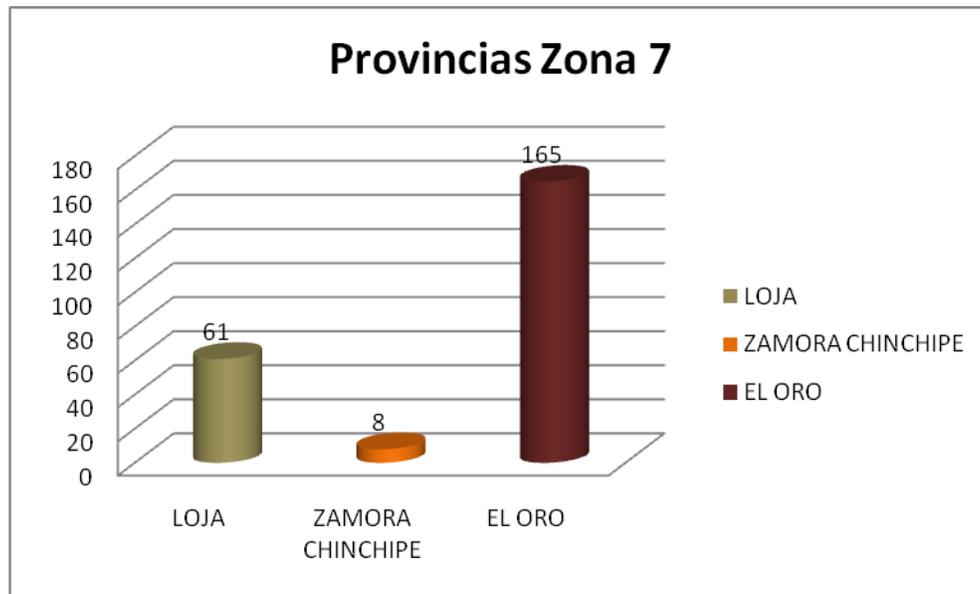


Figura 5.2.33 Cluster 2: Número de turistas que visitaron las Provincias de la Zona 7 del Ecuador

Los turistas prefirieron visitar la provincia del El Oro; Zamora fue muy poco visitada dentro de la Zona 7, mientras que la provincia de Loja obtuvo un nivel de visitantes no tan significativo.

Porcentaje de turistas que visitaron las provincias de la Zona 7

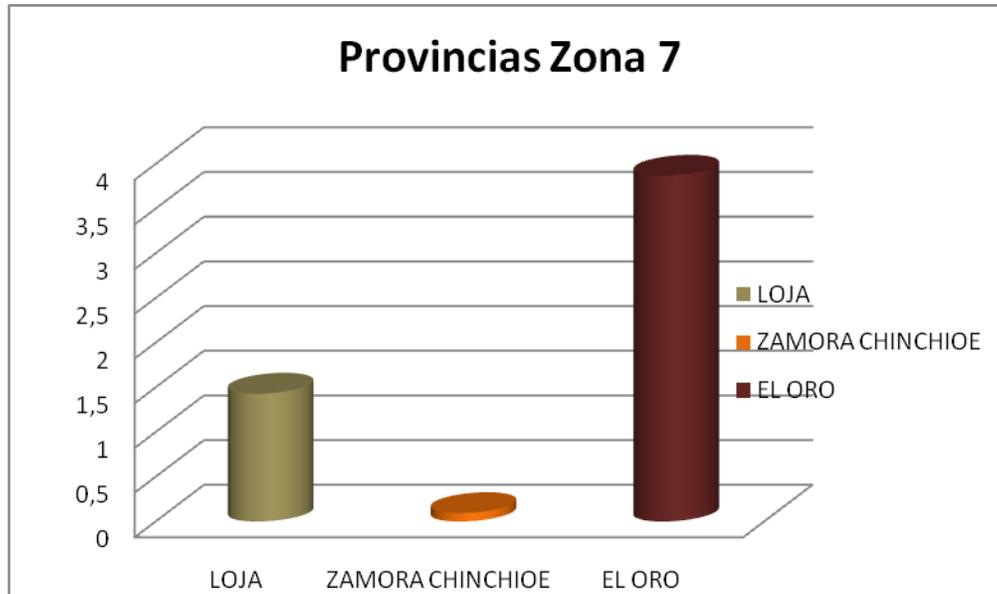


Figura 5.2.34 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron las Provincias de la Zona 7 del Ecuador

Número de turistas que visitaron los cantones de la Zona 7

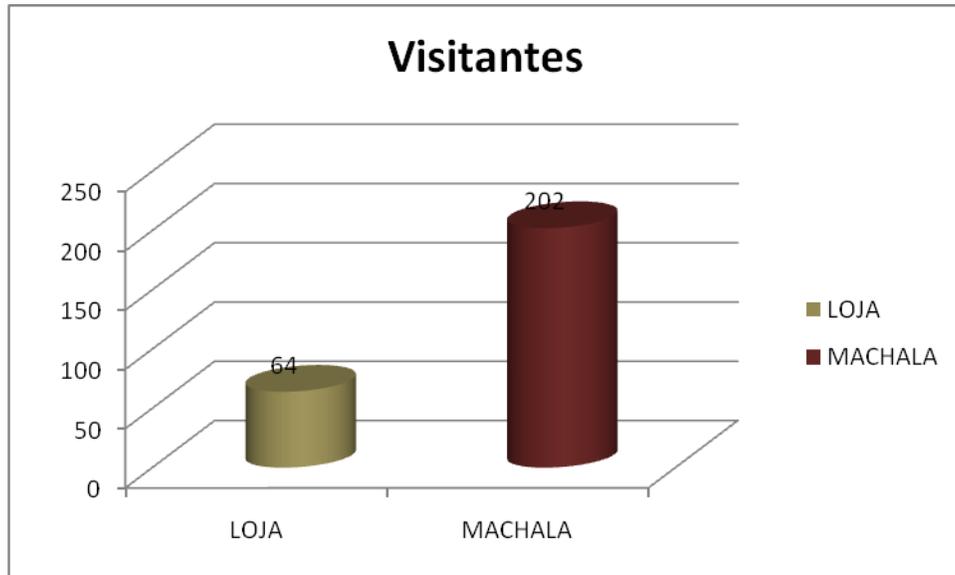


Figura 5.2.35 Cluster 2: Número de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 7 del Ecuador

Porcentaje de turistas que visitaron los cantones de la Zona 7

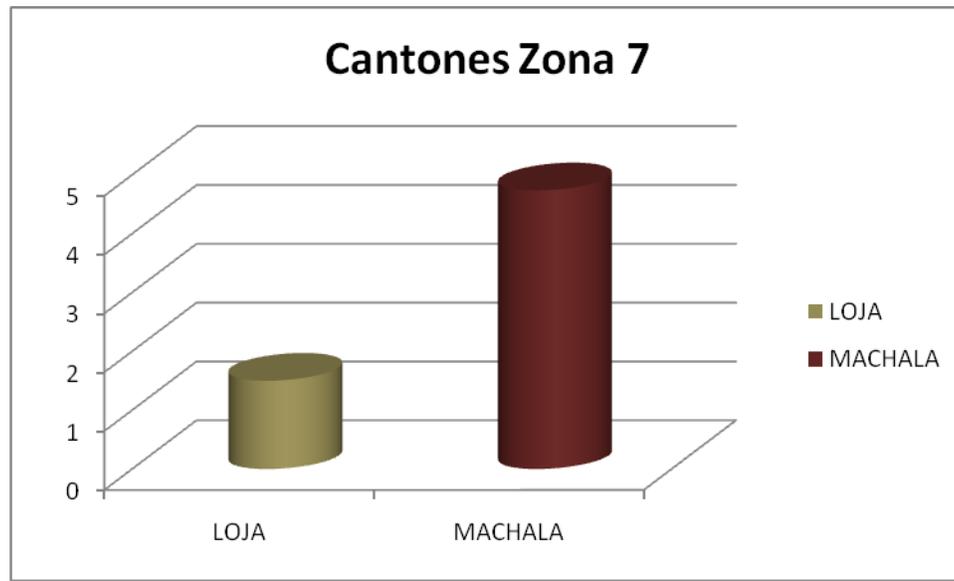


Figura 5.2.36 Cluster 2: Porcentaje de turistas que visitaron los Cantones de la Zona 7 del Ecuador

En la Zona 7 se puede observar en la Figura 5.2.3, que los turistas tuvieron una inclinación por visitar la ciudad de Machala.

CLUSTER 3.- Concentración de Turistas que les agrada la Megadiversidad del País

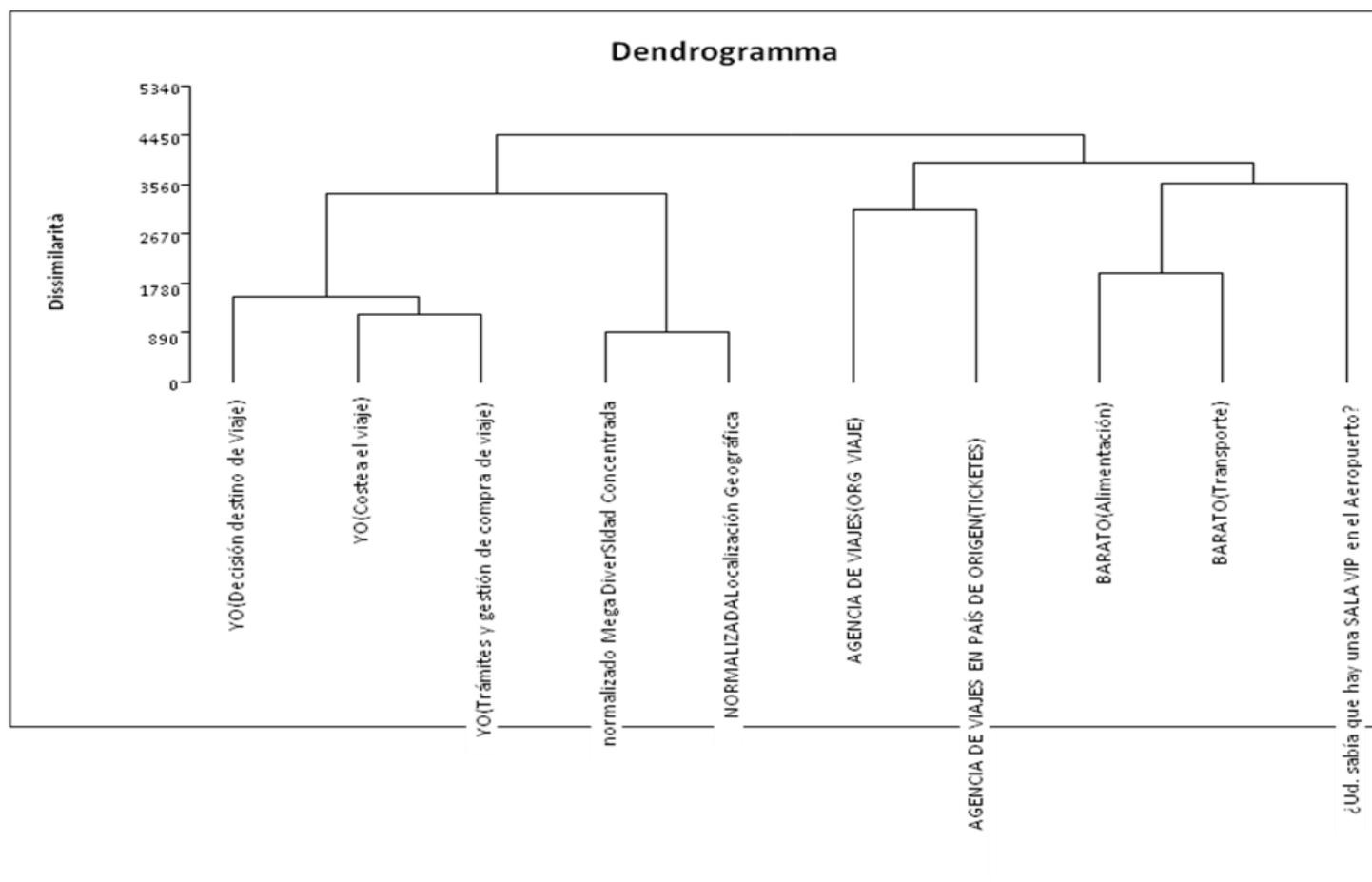


Figura 5.2.37 Clúster 3: Concentración de Turistas que les agrada la Megadiversidad del País

Nodo 1 (Costeo del viaje / Tramites y gestión de compra de viaje).-

Al analizar estos nodos en la Figura 5.2.37, claramente que este grupo de turistas dedicaron el tiempo necesario para los trámites y para el costeo del viaje, realizando personalmente los mismos.

Nodo 2 (Decisión destino de viaje).-

En el estudio realizado al nodo 2 se puede observar que mayoritariamente el que decidió el viaje es únicamente el turista encuestado, en muchos de los casos el jefe o jefa de hogar, más no influyeron en dicha decisión ni familiares ni amigos.

Análisis Nodo1 y Nodo2.-

En un análisis más específico de estos dos Nodos se puede dar cuenta de características un poco más obvias en lo que a turistas respecta, como hemos visto el costo de viaje, su decisión en el destino de viaje y los trámites respectivos de salida de su país de origen son de responsabilidad única del turista en cuestión. Lo que nos da entender que estas preguntas guardan gran similitud ya que son de importancia al momento de decidir un viaje.

Nodo 3 (Megadiversidad concentrada / Localización Geográfica).-

Es de gran importancia saber que tanto la megadiversidad y la localización geográfica fueron factores representativos que al momento de decidir un viaje atraen a turistas extranjeros para visitar el país.

Análisis Nodo1, Nodo2, Nodo3.-

Después de haber analizado los tres primeros nodos de este dendrograma se puede suponer en base a los resultados que el Ecuador tiene un gran atractivo turístico hacia las personas que están buscando pasar un tiempo de ocio o mejor llamado vacaciones. Ya que al poseer una gran variedad en megadiversidad y por su ubicación geográfica llama la atención dando un plus al País para que sea atractivo a otros mercados.

Nodo 4 (Alimentación / Transporte).-

La alimentación y transporte, datos expuestos en el nodo número 4 del cluster indican que los turistas que ingresaron al país les parece costosa la alimentación y transporte que tuvieron que cubrir para hacer turismo en los diferentes sectores del país

Nodo 5 (Sala VIP en el aeropuerto)

Los datos expuestos en el cluster nos dan a conocer que la mayoría de turistas que visitaron el país desconocían la existencia de la sala VIP con la que cuenta el aeropuerto, pero es de suma importancia ya que claramente se evidencia que estos grupos de turistas realizaron el ingreso y la salida al país por los aeropuertos internacionales del Ecuador.

Análisis Nodo 4 y Nodo 5.-

Según los datos de los nodos 4 y 5 se puede decir que para los turistas que ingresaron al país a pasar su temporada de vacaciones les parece costoso los precios que maneja el país en lo que respecta a transporte y alimentación, adicionalmente el análisis de este cluster nos indica que los turistas no conocieron de la existencia de la sala VIP con la que cuenta el aeropuerto.

Nodo 6 (Organización de Viaje / Tickets).-

Se observa que este tipo de turistas compraron sus tickets en el país de origen, utilizando a la agencia de viajes emisora únicamente como un intermediario para adquirir sus pasajes con destino final a Ecuador, no compraron tours directamente con la agencia de viajes, de su País, pero si adquirieron tours directamente en Ecuador utilizando nuevamente un intermediario. Se debe formular de mejor manera estas preguntas ya que no se generaliza bien el sentido de la agencias de viajes.

Análisis Nodo 4, Nodo 5 y Nodo 6.-

Realizando un análisis más completo sobre estos nodos podría decirse que los turistas que visitaron el país organizaron su viaje desde su país de origen, pero en realidad desconocen los costos reales de alimentación y transporte que las agencias de viajes les proporcionaran, es por eso que les pareció caro estos rubros en el país.

ANALISIS CLUSTER 3.-

Haciendo un análisis más completo de todo el cluster se puede decir que los turistas que vinieron de visita al país se vieron atraídos por la localización geográfica y la megadiversidad concentrada que posee el Ecuador por kilómetro cuadrado según lo manifestado en el Plan Nacional del Buen Vivir y en nuestra constitución. Además, el turista fue el encargado de toda la organización del viaje y así mismo decidió los destinos. Adicionalmente, se pudo concluir que las personas que organizaron el viaje por cuenta propia mayoritariamente les pareció costoso el transporte y la alimentación dentro de su estadía en el Ecuador, ya que compraron tours con agencia de viajes y se presume que las mismas realizaron tours o visita de lugares costosos.

La mayor parte de personas de este grupo no fueron emigrantes y reflejó que lo que les llama la atención es la megadiversidad y la localización geográfica del país, pero lamentablemente se encontraron con servicios de transporte y alimentación costosos.

CLUSTER 5.- Grupo de Turistas que regresarían al Ecuador

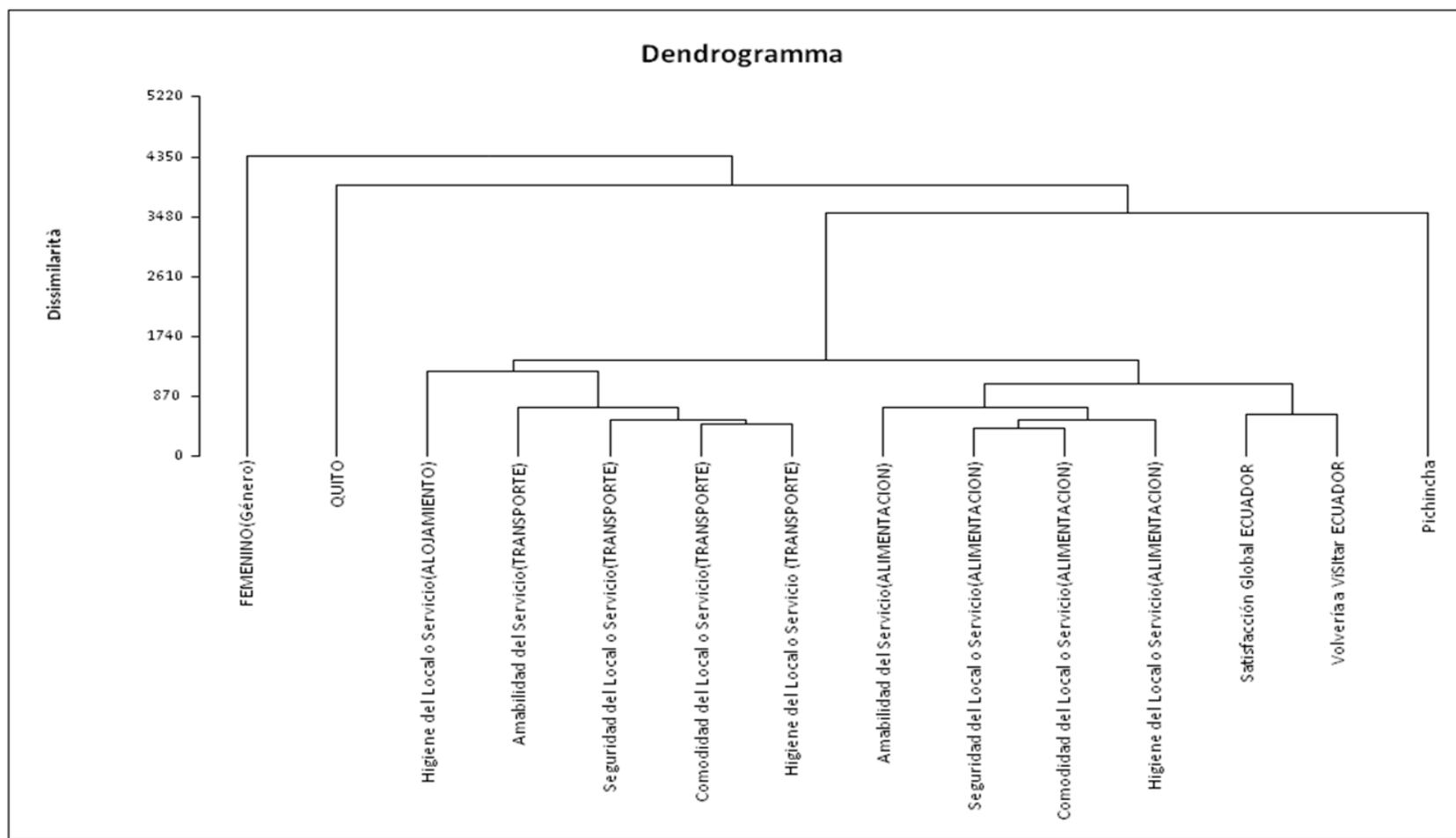


Figura 5.2.38 Cluster 5: Grupo de Turistas que regresarían al Ecuador

Nodo 1 (Satisfacción Global del Ecuador/ Lo volvería a visitar)

Al realizar el análisis de este grupo homogéneo nos demuestra que su estadía en el Ecuador fue placentera y de seguro lo volvería a visitar, tanto que los niveles de estas variables están sobre el nivel promedio aceptable dando valores de 0,6 y 0,7 a estas respuestas. Este indicador es de suma importancia para nuestra cartera de estado ya que refleja que el turista tuvo un nivel sobre el promedio para un posible retorno.

Nodo 2 (Satisfacción / Comodidad / Amabilidad / Seguridad Servicio o Local de Alimentación)

En lo referente a los servicios de alimentación y según el estudio realizado, se pudo determinar que es la satisfacción y la comodidad que encontraron en los lugares de Alimentación estuvo sobre el promedio. Encontrando resultados similares en lo que respecta a la amabilidad y a la seguridad que pudieron percibir en los restaurantes que visitaron.

Nodo 3 (Amabilidad/Seguridad/Comodidad/Higiene en el Servicio de Transporte)

Al realizar el análisis, claramente se puede dar cuenta que el nivel de percepción es bajo dejando evidenciado claramente que estos son malas que aquejan en la mayor parte al servicio de transporte del país.

ANALISIS CLUSTER 5.-

En relación al análisis global del cluster 5, presenta claramente el nivel de satisfacción que causó la visita de turistas en el Ecuador, teniendo niveles altos en lo que refiere a la satisfacción y al próximo retorno a visitar el País, el puerto de ingreso es el Aeropuerto Mariscal Sucre pero existe una peculiaridad estos grupo aparentemente, la mayor parte no visita ni Quito ni la provincia de Pichincha y prevalece el género masculino en la visita. Sus traslados internos los realizaron en transporte terrestre, en el cual los niveles de percepción de este servicio no es lo que esperaban encontrar, en el tema referente a la alimentación este se encuentra en un nivel intermedio.

CLUSTER 6.- Grupo de Turistas que organizan el viaje por cuenta propia

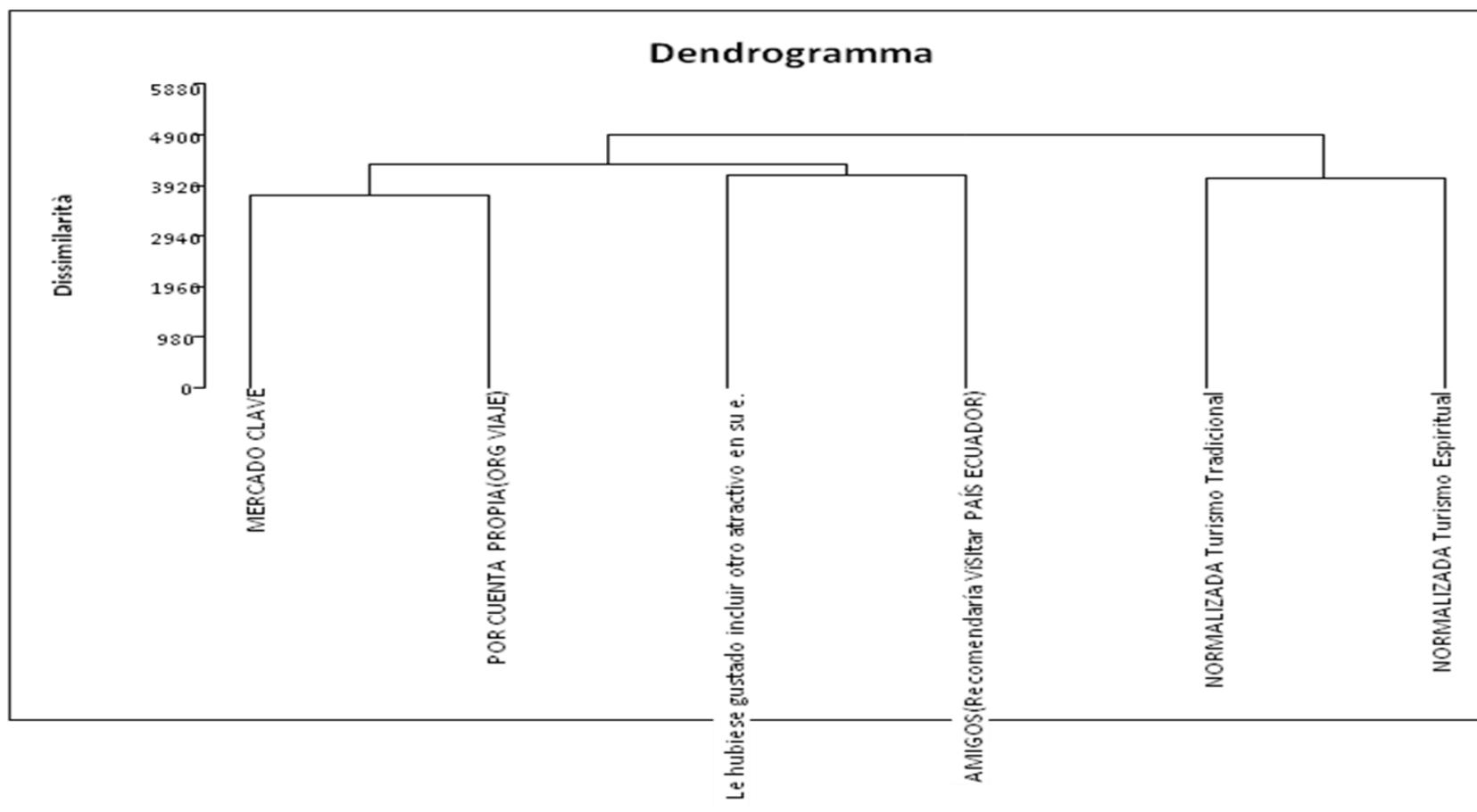


Figura 5.2.39 Cluster 6: Grupo de turistas que organizan el viaje por cuenta propia

Nodo1 (Mercado clave / organización del viaje).-

Como se observa el mercado clave del turismo en el Ecuador organizó su viaje por cuenta propia, esta información complementa los datos obtenidos en el cluster 3 ya que se vuelve a repetir que el turista es el que organizó su viaje.

Nodo2 (Incluir atractivos / Recomendar Ecuador).-

Según la información obtenida a los turistas les gustaría incluir atractivos turísticos en sus planes de viaje, esto es aceptable por que cuando se visita un país diferente siempre se quiere conocer más de él, además un índice bastante bueno es que la mayoría de turistas indicaron que recomendarían a nuestro País para que sus amigos, familiares, realicen sus vacaciones futuras.

Análisis Nodo 1y2.-

Realizando un análisis de estos 2 nodos se puede decir que a los turistas les gustó visitar Ecuador pero se debería agregar más atractivos turísticos , ya que los existentes al parecer no satisfacen, además también se recalca que los turistas organizan su viaje desde su país de origen

Nodo 3 (Turismo tradicional/ Turismo espiritual).-

Como se observan los datos de éste cluster dice que principalmente los turistas vienen por un turismo tradicional antes que uno espiritual pero en ambos casos el nivel de turismo es alto.

Análisis cluster6.-

Al analizar el cluster 6 se observa que la disimilaridad no es comparable o tiene un parecido pero no es fuerte, creando una cierta relación con una alta disimilaridad, que los turistas que ingresaron al país lo hacen por cuenta propia es decir ellos son los que organizaron el viaje, también hubieran querido visitar mas lugares de los que ya habían conocido, que es algo normal cuando las personas hacen turismo, estos turistas recomendarían a Ecuador como atractivo a sus amigos, la mayoría de ellos realizaron turismo tradicional, y una gran parte también hizo turismo pero espiritual. La peculiaridad de este grupo es la creación de células ya que recomiendan conocer el País a sus amigos, finalmente este cluster también refleja la juventud de estos turistas ya que se vinculan en el turismo tradicional.

CLUSTER 7.- Grupo de Turistas Migrantes

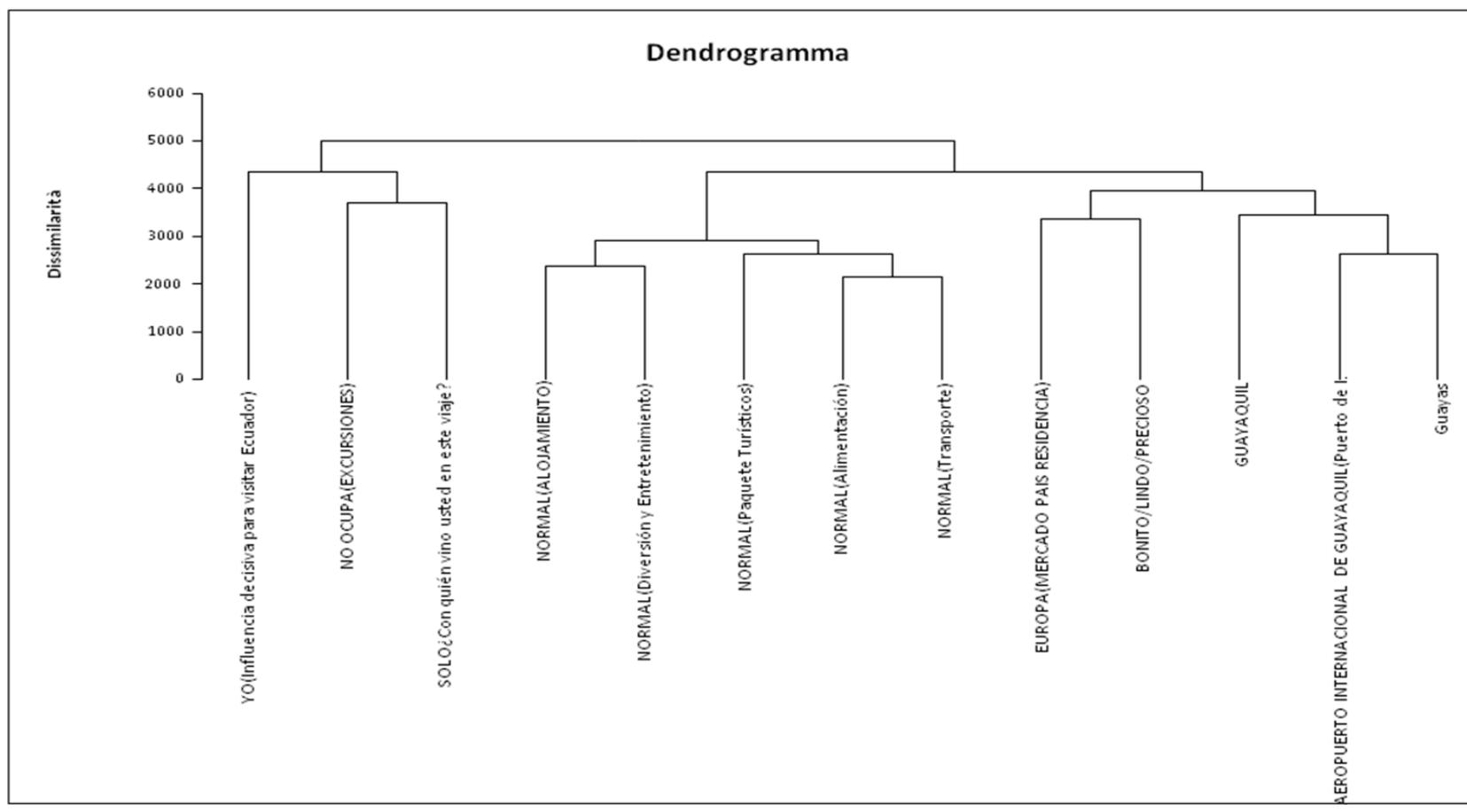


Figura 5.2.40 Cluster 7: Grupo de Turistas Migrantes

Nodo1 (Alimentación / Transporte).-

En lo que respecta a este estudio les pareció todo menos que sea normal según el análisis realizado se observa que este grupo reflejó un malestar en el transporte y en la alimentación dentro del País.

Nodo2 (Paquete turístico).-

En este grupo el paquete turístico dentro del país no fue de su interés por lo tanto no ocuparon este servicio.

Análisis Nodo1 y 2.-

Se puede decir de estos dos primeros nodos es que ésta clase de turistas no se ven atraídos al 100% por el país, lo que dice también es que se debería agregar nuevos destinos a los ya existentes, para así abarcar un mercado más grande.

Nodo3 (Alojamiento/ Diversión, Entretenimiento).-

El nodo que respecta a alojamiento, diversión y entretenimiento este tipo de turistas tampoco se vio atraído.

Análisis Nodo1, 2 y 3.-

En general el análisis de estos 3 nodos indica que estos turistas no se vieron atraídos en lo que respecta a alimentación, transporte, alojamiento, diversión, inclusive a los paquetes turísticos del país dando a conocer que se debe mejorar en todos estos aspectos para ser más competitivos en este mercado turístico.

Nodo4 (Puerto de ingreso).-

Según los datos analizados el puerto de ingresos de estos turistas no fue realizado desde el Aeropuerto José Joaquín Olmedo.

Análisis Nodo 4, 5.-

Al analizar estos nodos se puede decir es que estos turistas no ingresaron al país por el aeropuerto internacional de Guayaquil, y por ende no realizaron a su ingreso ninguna actividad en la ciudad de Guayaquil.

Nodo6 (Mercado, país de residencia/ Bonito, Lindo).-

El mercado país de residencia no fue Europa y no les parece lindo el país, por lo que se asume que son residentes que vuelven a su país y por los trámites o el apuro de llegar a su lugar de destino no le dieron importancia a esta pregunta.

Nodo7 (Excursiones/Con quien realizo la visita).-

No viajaron solos si no todo lo contrario acompañados y sus lugares de visita que no tengan que ver con excursiones

Nodo8 (Influencia para visitar Ecuador).-

La influencia decisiva para visitar Ecuador no la decidió el jefe de hogar, se presume que es una decisión grupal entre la familia.

Análisis de todo el Cluster7.-

Claramente se puede ver que este cluster agrupa gran similaridad pero son de difícil interpretación. Este grupo refleja que no fueron turistas europeos, que su puerto de ingreso al Ecuador no fue el aeropuerto José Joaquín de Olmedo, que en su estadía, la provincia del Guayas y especialmente la ciudad de Guayaquil no estuvo en sus lugares favoritos por conocer, al visitar el país con sus familias existe una gran relación con la decisión del viaje que no fue decidida por el jefe del hogar, finalmente se observa con respecto: Alimentación, Alojamiento, Entretenimiento no es normal, pudiendo tener una percepción neutral, se presume que este grupo es de emigrantes que visitan su país.

CLUSTER 8.- Grupo de Turistas primera vez en Ecuador

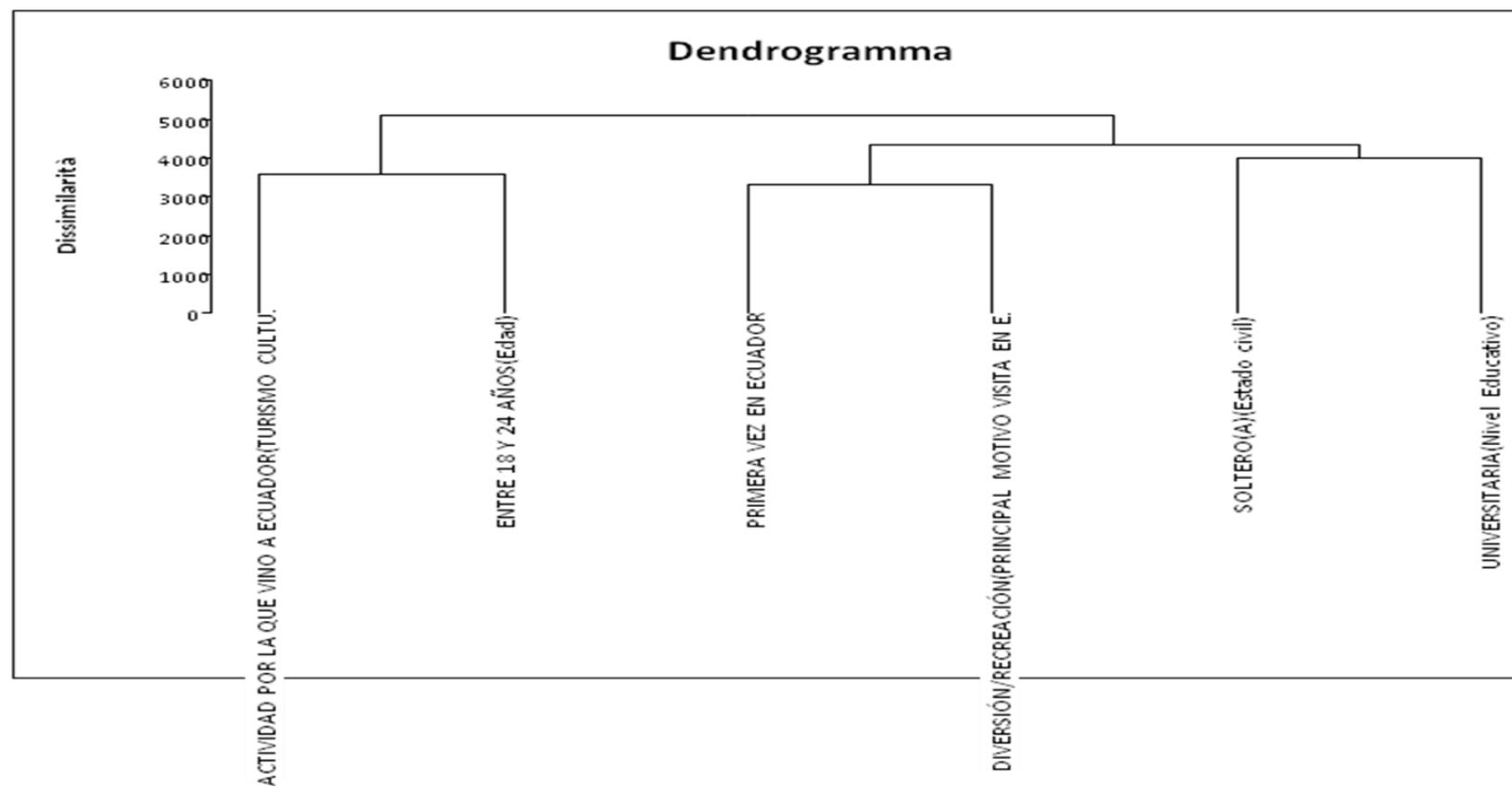


Figura 5.2.41 Cluster 8: Grupo de turistas primera vez en Ecuador

Nodo 1 (Estado Civil / Nivel Educativo):

Como se observa en el primer nodo de este cluster esta clase de turistas que ingresan al país no son Solteros y su nivel educativo es Universitario, lo que nos hacen pensar que este grupo de turistas son adultos.

Nodo 2 (Primera vez en el Ecuador / Motivo de visita en Ecuador):

En este nodo del clúster de observar que la mayoría turistas visitaron por primera vez el país y su principal motivo de visita no es la diversión o recreación.

Análisis Nodo 1, 2:

Al realizar el estudio de esta unión de nodos se puede observar que el estado civil es Casados, que su nivel de preparación es Universitario, que fue su primera vez en el país y lo que motivó para que ellos visitan el Ecuador es diferente a la diversión, y trataron de buscar algo mas intimo.

Nodo 3 (Actividad por la que vino a Ecuador/ Edad):

El nodo 3 nos da una mejor visión demostrando que el grupo de las variables en estudio guardan cierta relación, reflejando de esta manera que al poseer estudios Universitarios, estos turistas superan la edad comprendida entre 18 y 24 adicionalmente la actividad por la que visitaron el territorio nacional no es un turismo cultural, si no se presume que realizaron un turismo de Salud.

Análisis Cluster 8:

El cluster 8 según la información obtenida nos indica que este tipo de turistas sobrepasan los 24 años de edad, que su nivel de preparación educativo es un nivel Universitario, que fue su primera visita al País, su estado civil no es Solteros y finalmente la diversión y el turismo cultural no toma mucho énfasis en este grupo homogéneo de turistas ya que desearon pasar vacaciones mas intimas.

CLUSTER 9.- Grupo de turistas Migrantes que poseen hospedaje

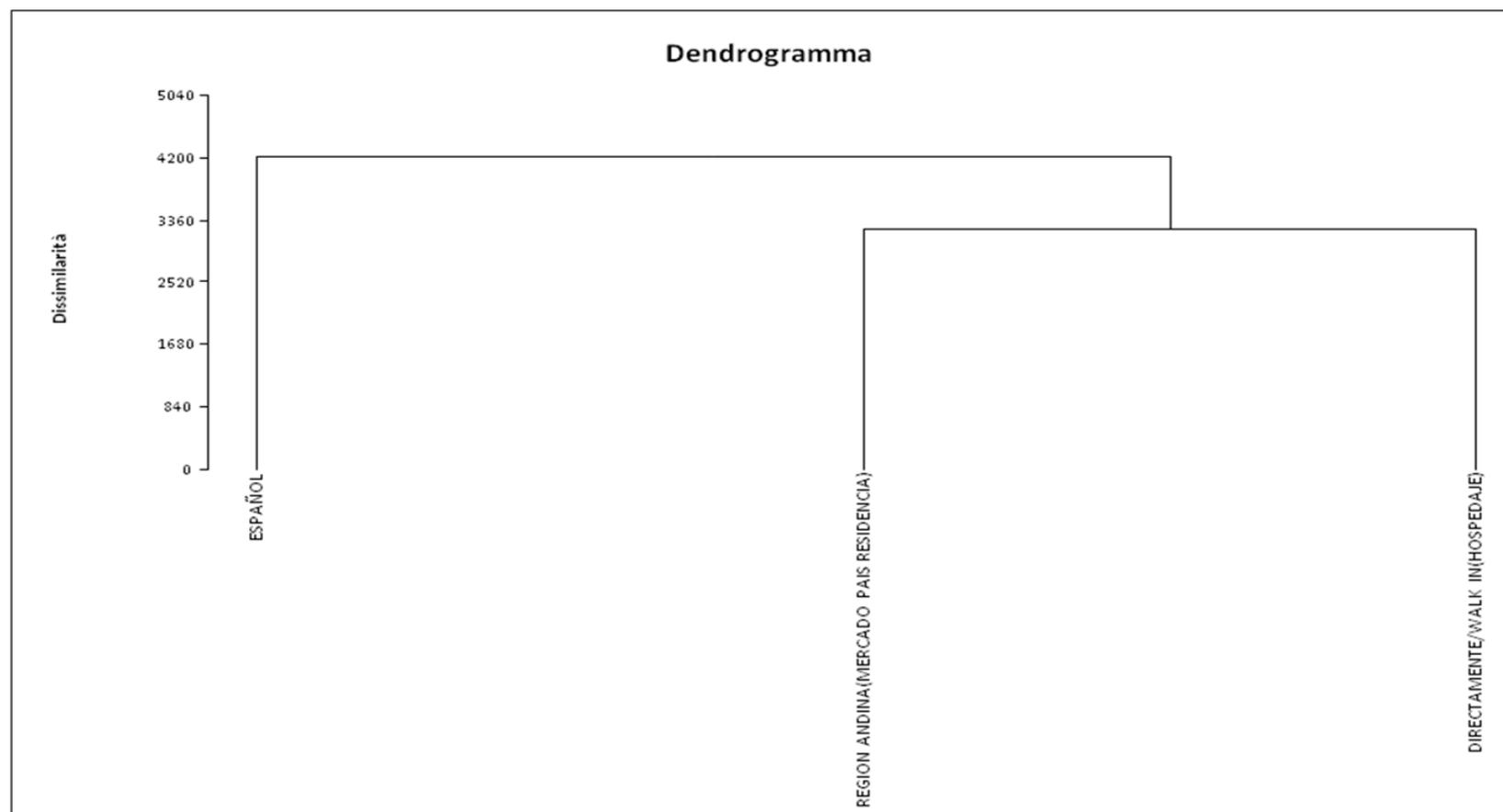


Figura 5.2.42 Cluster 9: Grupo de Turistas Migrantes que poseen hospedaje

Análisis del Clúster 9

Al observar la Figura 5.2.42, encontramos alta disimilaridad, el idioma que predomina es el Español, no fueron turistas de la Región Andina y su hospedaje no lo realizaron directamente lo que refleja que también son emigrantes.

5.3 Presentación de los diagramas de centroides del método jerárquicos y del método k-means

Centroide Cluster1 Grupo de Empresarios

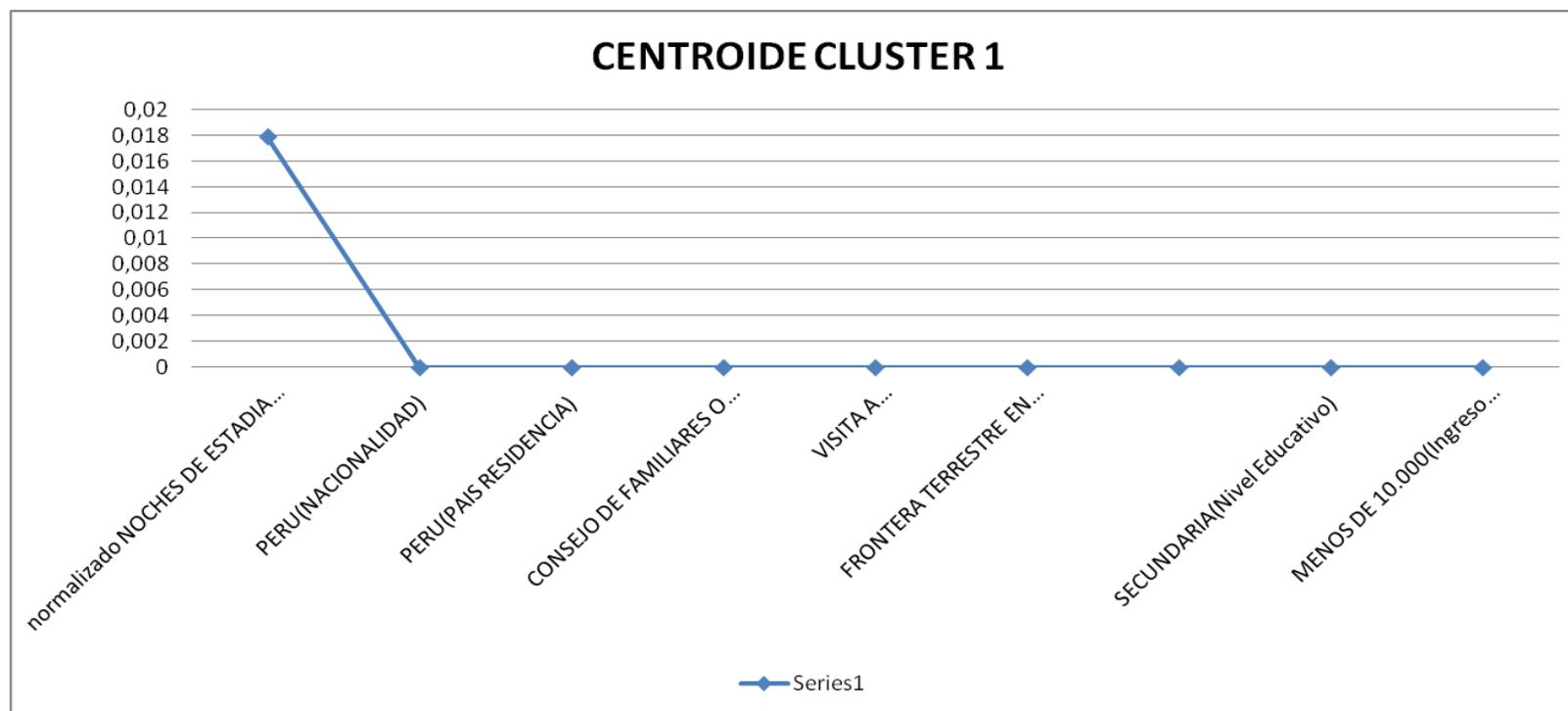


Figura 5.3.1 Centroide Cluster 1: Grupo de Empresarios

Centroide Cluster 3 Grupo de Turistas que les agrada la Megadiversidad del País

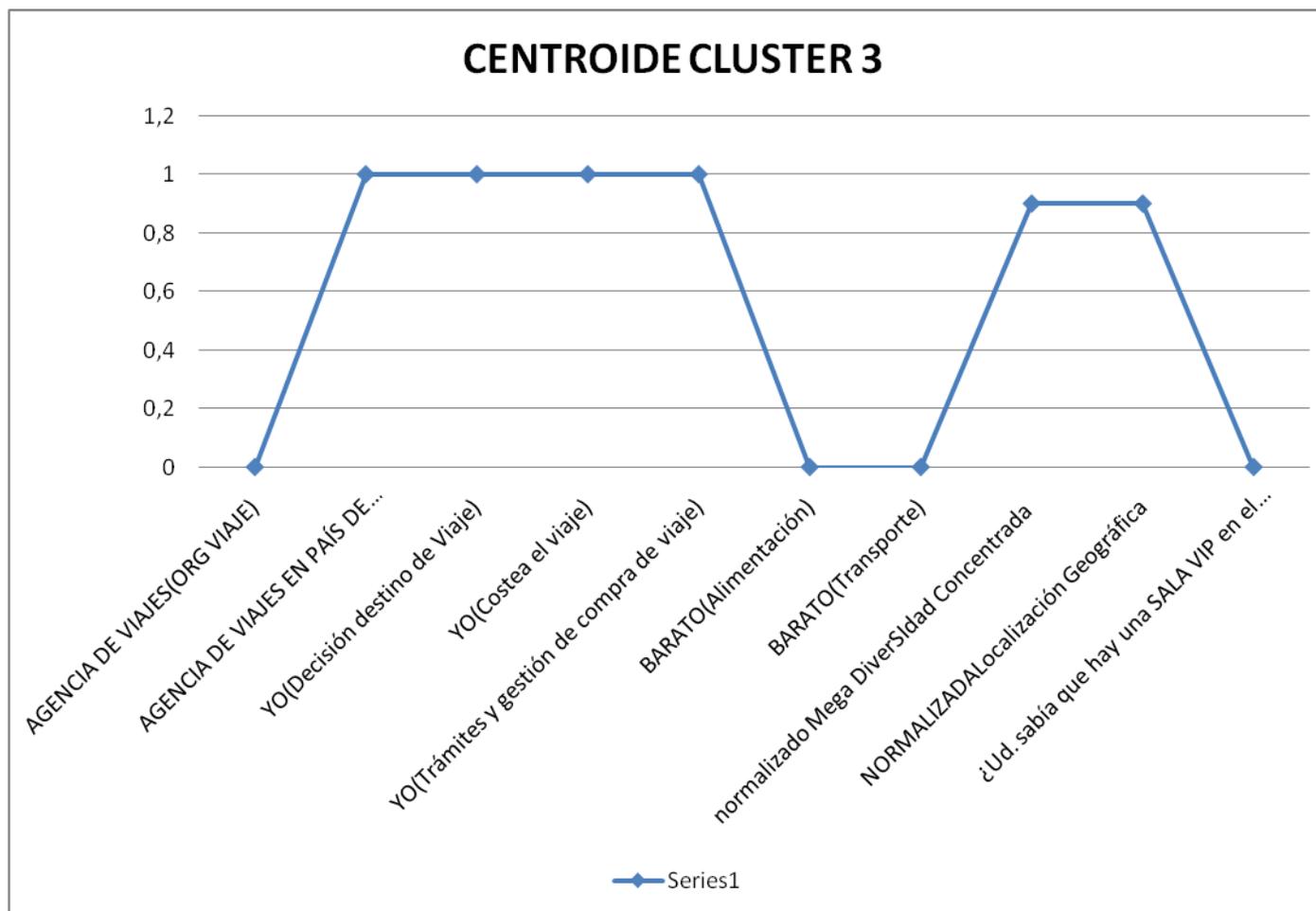


Figura 5.1.2 Cluster 3: Grupo de Turistas que les agrada la Megadiversidad del País

Centroe Cluster 5 Grupo de Turistas que regresarían al Ecuador

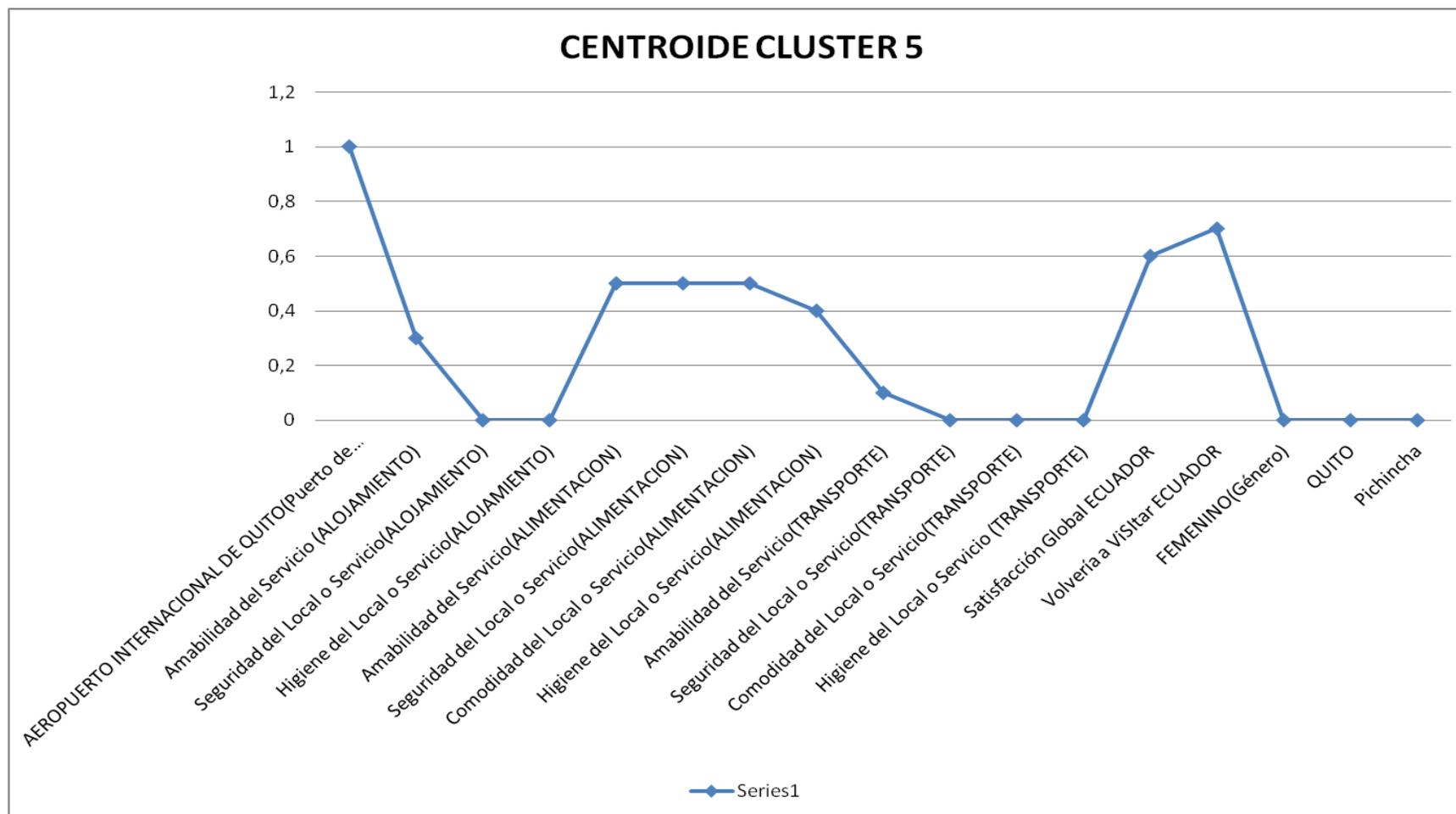


Figura 5.1.4 Cluster 5: Grupo de Turistas que regresarían al Ecuador

Centroide Cluster 6 Grupo de Turistas que organizan el viaje por cuenta propia

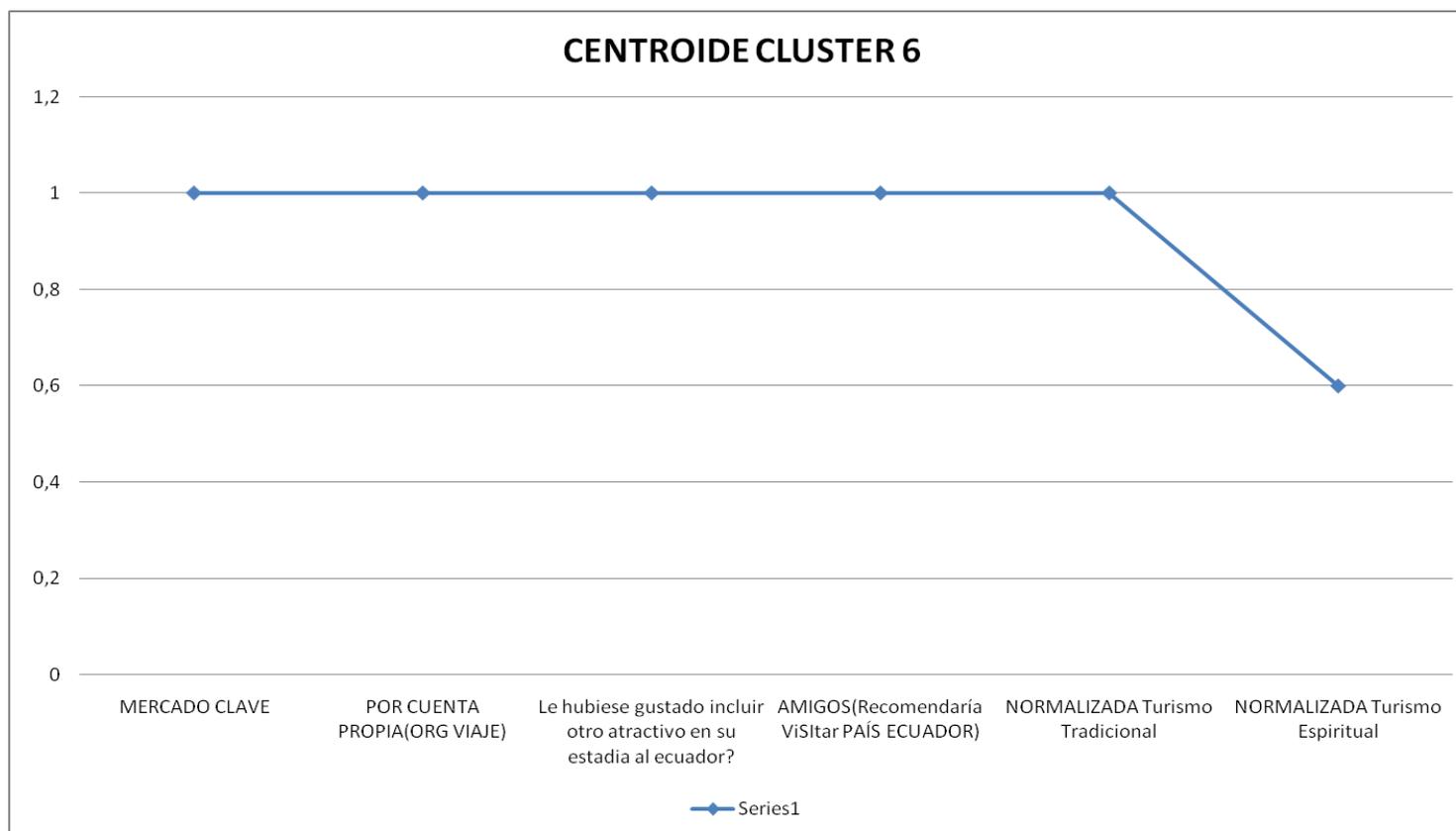


Figura 5.1.5 Cluster 6: Grupo de Turistas que organizan el viaje por cuenta propia

Centróide Cluster 7 Grupo de Turistas de Migrantes

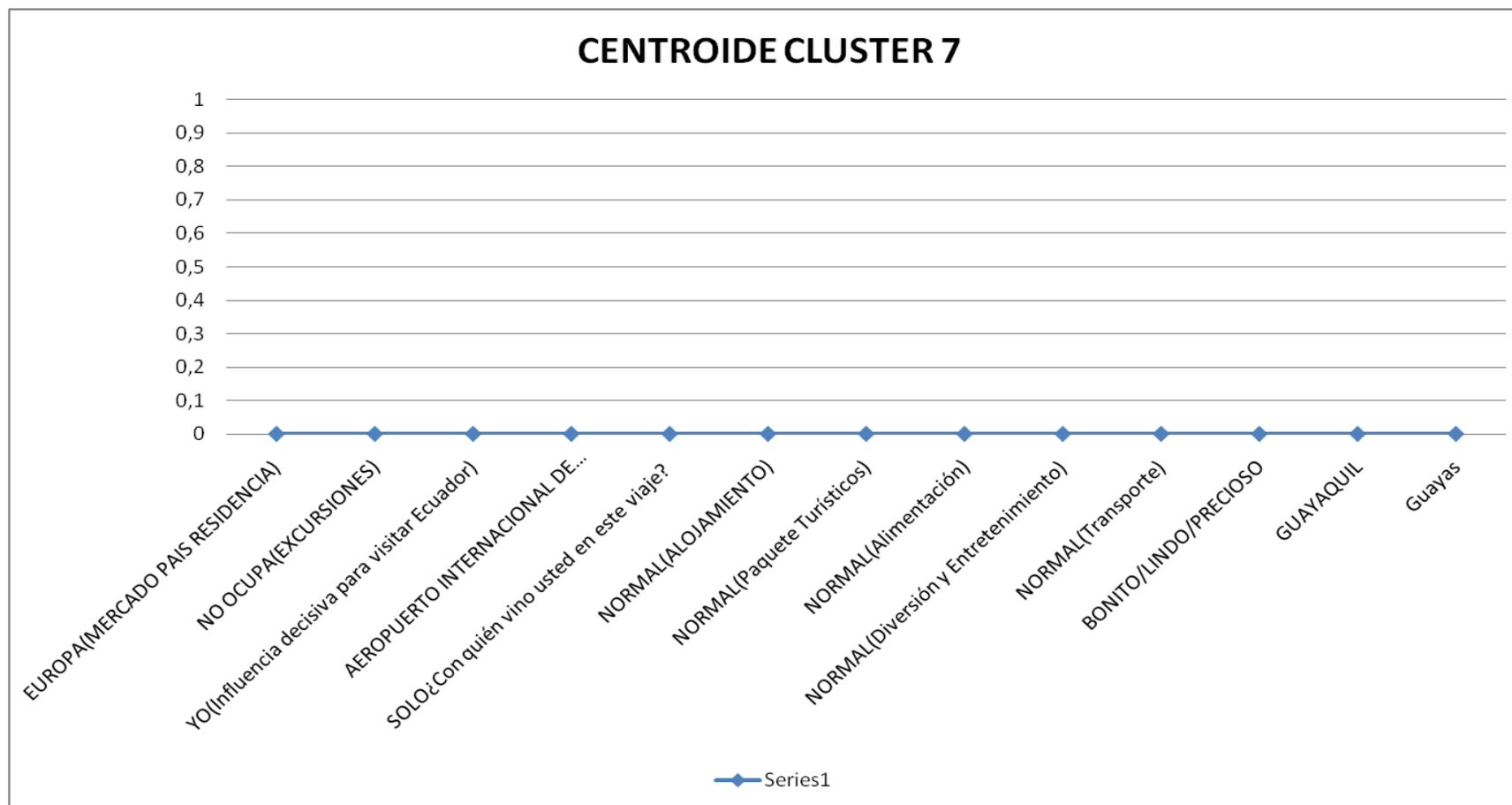


Figura 5.1.6 Cluster 7: Grupo de Turistas de Migrantes

Centroide Cluster 8 Grupo de Turistas primera vez en Ecuador

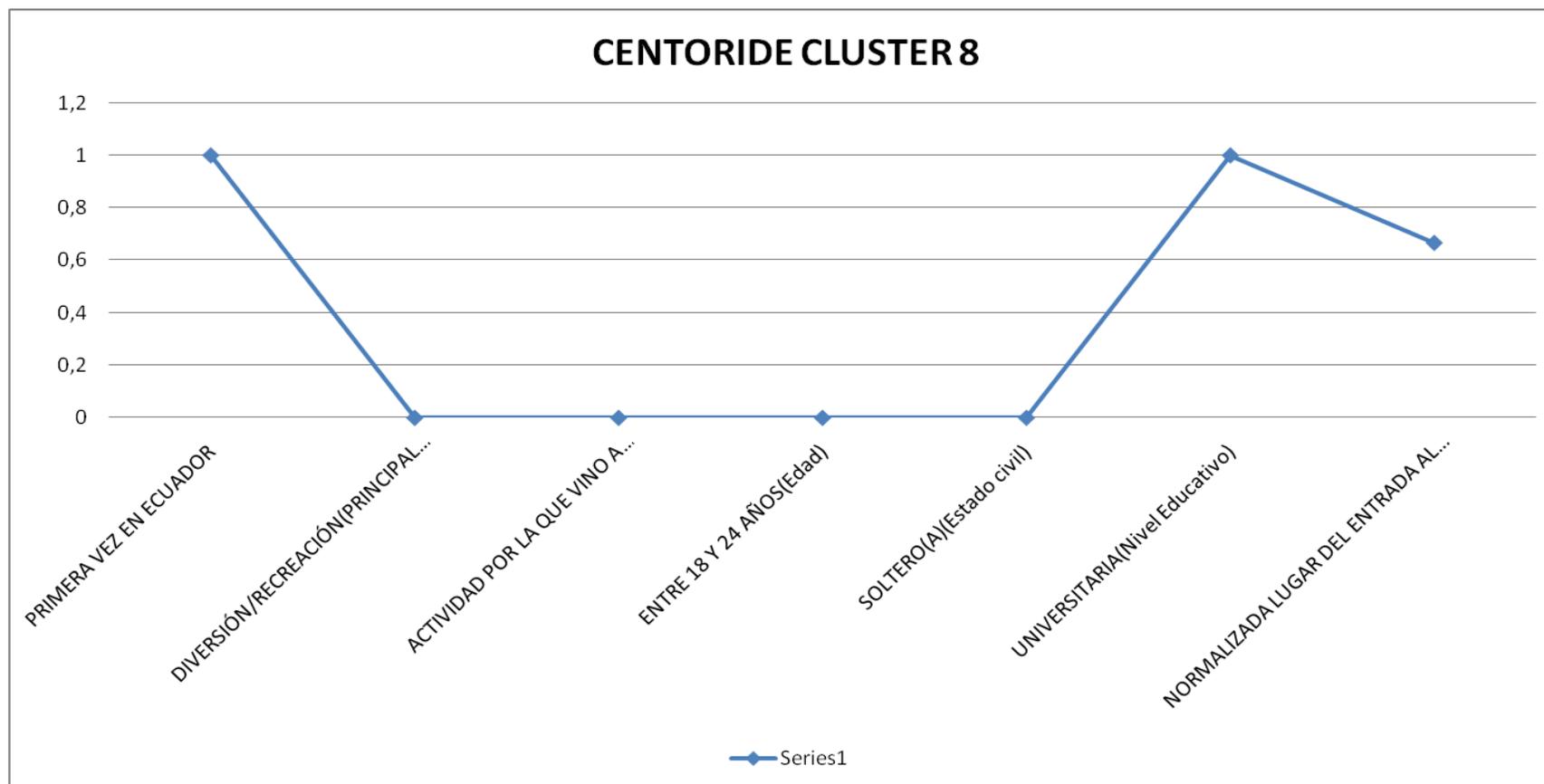


Figura 5.1.7 Cluster 8: Grupo de Turistas primera vez en Ecuador

Centroide Cluster 9 Grupo de turistas Emigrantes que poseen hospedaje

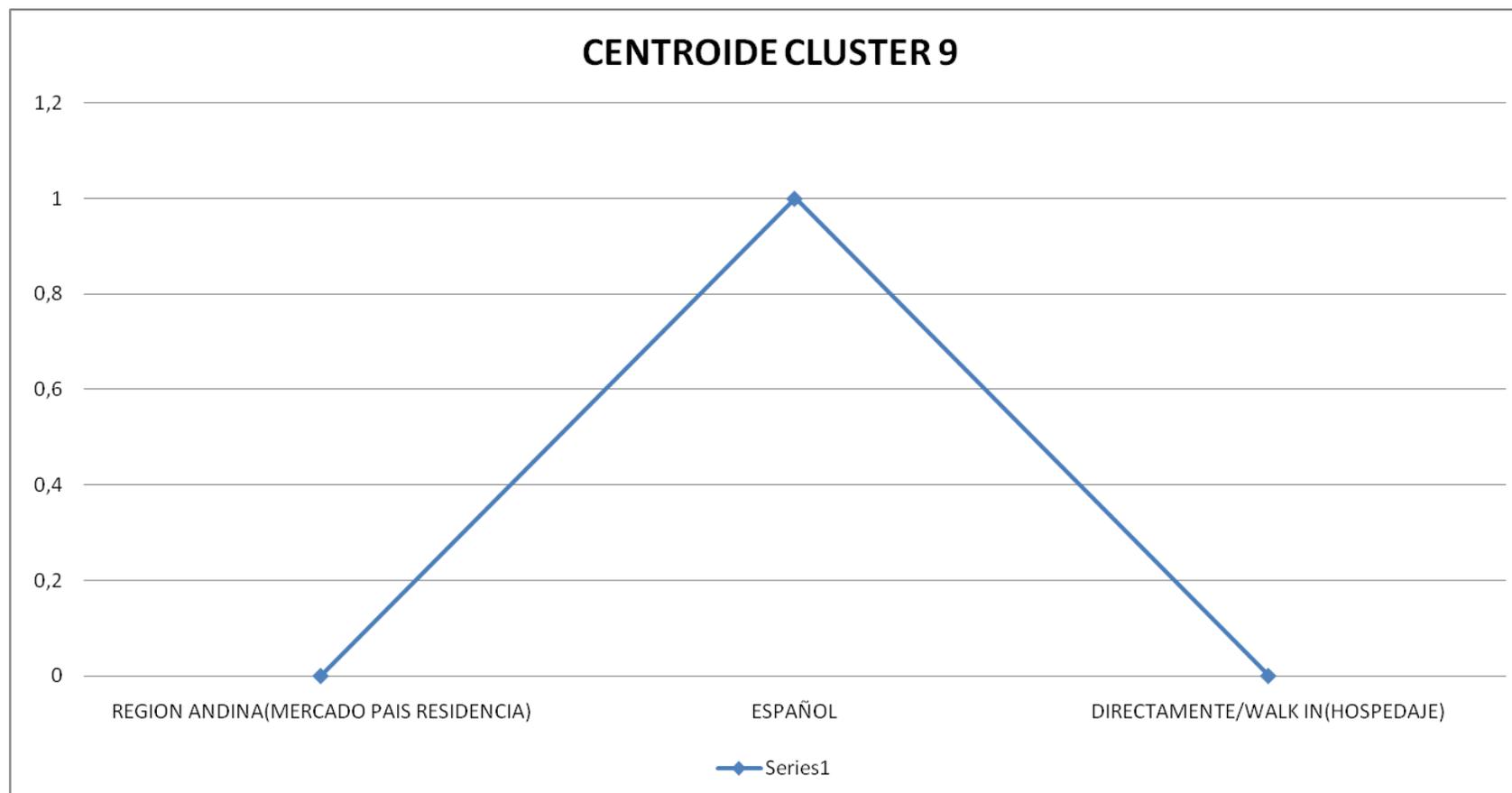


Figura 5.1.8 Cluster 9: Grupo de turistas Emigrantes que poseen hospedaje

5.3 Interpretación de resultados

Análisis General Cluster 1.-

Según el estudio realizado al cluster 1 se puede decir que estas variables están asociadas y que este grupo de turistas no realizan su ingreso por una frontera terrestre obviando el paso de Huaquillas, además se presume que su nivel educativo es Superior y su nivel de ingreso anuales son superiores a los \$10.000, reflejando que este grupo es gente de dinero y su estatus económico refleja una clase media-alta. Al no venir con familia y la estadía promedio en el Ecuador son 11 noches, son turistas q realizan negocios y se marchan. . Finalmente hay que mencionar que los empresarios que realizan negocios frecuentemente no hacen sus ingresos al país por tierra.

ANALISIS CLUSTER 3.-

Haciendo un análisis más completo de todo el cluster se puede decir que los turistas que vinieron de visita al país se vieron atraídos por la localización geográfica y la megadiversidad concentrada que posee el Ecuador por kilómetro cuadrado según lo manifestado en el Plan Nacional del Buen Vivir y en nuestra constitución. Además, el turista fue el encargado de toda la organización del viaje y así mismo como decidió los destinos. Adicionalmente, se pudo concluir que a las personas que organizan el viaje por cuenta propia mayoritariamente es costoso el transporte y la alimentación dentro de su visita, ya que compraron tours con agencia de viajes y se presume que las mismas realizaron tours o visita de lugares costosos.

La mayor parte de este grupo no son emigrantes y refleja que lo que les llama la atención es la megadiversidad y la localización geográfica del país, pero lamentablemente se encuentran con servicios de transporte y alimentación costosos.

ANALISIS CLUSTER 5.-

En relación al análisis global del cluster 5 presenta claramente el nivel de satisfacción que causó la visita de turistas al Ecuador, teniendo niveles altos en lo que refiere a la satisfacción al próximo retorno a visitar el País, el puerto de ingreso es el Aeropuerto Mariscal Sucre pero existe una peculiaridad estos grupo aparentemente, la mayor parte no visita ni Quito ni la provincia de Pichincha y prevalece el género masculino en la visita. Sus traslados internos los realizan en transporte terrestre en el cual los niveles de percepción de este servicio no es lo que esperaban encontrar, en el tema referente a la alimentación este se encuentra en un nivel intermedio.

Análisis cluster6.-

Al analizar el cluster 6, se puede observar que la disimilaridad no es comparable o tiene un parecido pero no es fuerte, creando una cierta relación con una alta disimilaridad, que los turistas que ingresan al país lo hacen por cuenta propia es decir ellos son los que organizan el viaje, también hubieran querido visitar mas lugares de los que ya habían conocido, que es algo normal cuando las personas hacen turismo, estos turistas recomendarían a Ecuador como atractivo a sus amigos, la mayoría de ellos vienen a hacer turismo tradicional, y una gran parte también hace turismo pero espiritual. La peculiaridad de este grupo es la creación de células ya que recomiendan conocer el País a sus amigos, finalmente este

cluster también refleja la juventud de estos turistas ya que se vinculan en el turismo tradicional.

Análisis de todo el Cluster7.-

Claramente se puede observar que este cluster agrupa gran similitud pero son de difícil interpretación. Este grupo refleja que no son turistas europeos, que su puerto de ingreso al Ecuador no fue el aeropuerto José Joaquín de Olmedo, que en su estadía, la provincia del Guayas y especialmente la ciudad de Guayaquil no estuvieron en sus lugares favoritos por conocer, al visitar el país con sus familias existe una gran relación con la decisión del viaje no es decidida por el jefe del hogar, finalmente se observó con respecto: Alimentación, Alojamiento, Entretenimiento no es normal, pudiendo tener una percepción neutral, se presume que este grupo es de emigrantes que visitan su país.

Análisis Cluster 8:

El cluster 8 según la información obtenida nos indica que este tipo de turistas sobrepasan los 24 años de edad, que su nivel de preparación educativa es un nivel Universitario, que fue su primera visita al País, su estado civil no es Solteros y finalmente la diversión y el turismo cultural no toma mucho énfasis en este grupo homogéneo de turistas ya que desean pasar vacaciones más íntimas.

Análisis del Clúster 9

Alta disimilaridad, el idioma que predomina es el español, no son de la Región Andina y su hospedaje no lo hacen directamente lo que refleja que también son emigrantes.

Finalmente la representación grafica de los centroides la explicación es la misma de los dendrogramas pudiendo observar claramente como oscilan los valores entre 0 y 1

CAPTITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- Debido a la enorme complejidad de los datos analizados se puede encontrar cierta ambigüedad de las preguntas.
- Lo que atrae a los turistas extranjeros es la Biodiversidad y megadiversidad ya que el Ecuador es uno de los 17 países megadiversos del mundo, es el lugar con mayor concentración de especies, albergando entre un 5 y 10% de la biodiversidad del planeta. En la actualidad, más de la mitad de la superficie nacional tiene cobertura natural. El país cuenta con el Archipiélago de Galápagos, el cual es un laboratorio viviente de la evolución de las especies, y con la Amazonía, la cual es una reserva natural mundial, con un patrimonio natural y ecológico sin comparación a nivel mundial en términos de biodiversidad.
- El análisis del clúster dos se realiza mediante gráficos de pareto, por la gran concentración de información que contiene el mismo y en el cual claramente se puede diferenciar que los porcentajes de visitas a las provincias del País, es relativamente bajo
- Una de las más importantes publicaciones de turismo del mundo, ‘International Living’, desde el 2008 calificó a Ecuador como “el refugio top para retirados”, y

desde el año 2011 en que fue Cuenca la ciudad elegida como las 7 mejores ciudades del mundo para el retiro.

- Del análisis se concluye que los servicios de transporte no cumplen con las expectativas de los turistas.

Recomendaciones:

- Al realizar los análisis de medios TV, impresos o digitales por el cual se conoce el Ecuador, es bastante básico, por lo que se recomienda que del presupuesto general asignado para Campañas Internacionales sea focalizado en medios ATL y BTL. Y así el destino Ecuador se de a conocer.
- Se sugiere que al realizar una nueva consultaría de este tipo, El Ministerio de Turismo analice con mayor profundidad los términos de referencia y pueda crear pliegos con mayor consistencia y que los datos entregados sean analizados con métodos multivariantes.
- Al tener pocos visitantes dentro de las 7 Zonas del Ecuador, se recomienda que esta cartera de estado vuelva a retomar el proyecto “DESTINOS PRIORIZADOS” el mismo que fue creado para potencializar y crear infraestructura en las provincias del Ecuador dotando atractivos turísticos y luego convirtiéndolos en productos turísticos.

BIBLIOGRAFÍA

Gemperline, P. 2006. Practical guide to Chemometrics. CRC Press. The United States of America.

Leardi, R. (editor). 2003. Nature-inspired methods in chemometrics: genetic algorithms and artificial neural networks. Elsevier Science B.V. The Netherlands.

MacQueen, JB. 1967. Some Methods for classification and Analysis of Multivariate Observations, *Proceedings of 5-th Berkeley Symposium on Mathematical Statistics and Probability*. Berkeley, University of California Press, 1:281-297

Malhotra, NK. 2008. Investigación de mercados. Pearson Educación. México.

Massart, DL., Vandeginste, BGM. and Buydens, LMC. 1997. Handbook of Chemometrics and Qualimetrics: Part A. Elsevier Science B.V. The Netherlands.

Massart, DL., Vandeginste, BGM., Deming, SN., Michotte, Y. and Kaufman, L. 2003. Chemometrics: A textbook. Elsevier Science B.V. The Netherlands.

Massieu, A. 1999. Las Fuentes de Información del Turismo. En: Cuenta Satélite del Turismo OMT, Madrid.

Ministerio de Turismo. Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”

Ministerio de Turismo. 2009. Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador 2014 PIMTE

Organización Mundial del Turismo. 1995. Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo.

Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013.

Todeschini, R. 1997. Data correlation, number of significant principal components and shape of molecules. The K correlation index. *Analytica Chimica Acta*. 348: 419-430.

Todeschini, R. 1998. Introduzione alla chemiometria. EdiSES s.r.l. Italia.

Steinbach, M., Ertöz, L. and Kumar, V. 2003. The Challenges of clustering in high dimensional data. University of Minnesota Supercomputing Institute Research Report vol. 213

Wold, S., Esbensen, K.H. and Geladi, P. 1987. Principal component analysis. *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*. 2: 37-52.

Zupan, J. 1994. Introduction to artificial neural network (ANN) methods: What they are and how to use them. *Acta Chimica Slovenia* 41 (3): 327-352.

Zupan, J., Novič, M. and Ruisánchez, I. 1997. Kohonen and counterpropagation artificial neural networks in analytical chemistry. *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*. 38: 1-23.

(s.f.). Recuperado el 25 de septiembre de 2012, de <http://books.google.com.ec>

Angelfire. (s.f.). Recuperado el 11 de OCTUBRE de 2012, de <http://www.angelfire.com>

ARQHYS. (s.f.). Recuperado el 15 de NOVIEMBRE de 2012, de <http://www.arqhys.com>

Definición de. (s.f.). Recuperado el 07 de octubre de 2012, de <http://definicion.de/turismo>

<http://es.scribd.com>. (s.f.). Recuperado el 17 de octubre de 2012, de <http://es.scribd.com>

Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Recuperado el 01 de septiembre de 2012, de sites.google.com

Turismo en Quintana Roo. (s.f.). Recuperado el 13 de SEPTIEMBRE de 2012, de <http://www.buenastareas.com>