

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Exploración de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo

Autores:

Cristopher Alexander Loja Pando

Dayana Jhesael Ledesma Villacis

Director:

Freddy Edgar Espinoza Figueroa

ORCID: 0000-0001-9114-2183

Cuenca, Ecuador

2023-04-06

Resumen

En la actualidad, la estadística constituye una herramienta fundamental para tomar decisiones en el campo del desarrollo del turismo. De hecho, este estudio explora la contribución de las estadísticas al desarrollo turístico en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Para lograr aquello, se exploró las percepciones de los actores turísticos locales en torno a las estadísticas de turismo, luego se comparó las características de las estadísticas de turismo realizadas en Cuenca y finalmente se identificó la pertinencia de la información estadística de turismo y su contribución al desarrollo del sector turístico. El enfoque fue de tipo cualitativo y de alcance exploratorio a través de entrevistas semiestructuradas a actores clave del sector turístico de la ciudad de Cuenca, Ecuador. El estudio arrojó que la dinámica relacional en torno a las estadísticas de turismo y su proceso se desarrolla en un ambiente de desconfianza entre actores que afecta la construcción estadística local, y no se limita a los supuestos de evasión fiscal. Se concluye, además, que las decisiones relacionadas al desarrollo local a través del turismo son espontáneas, pero también están basadas parcialmente en datos estadísticos a nivel privado.

Palabras clave: estadísticas de turismo, desarrollo turístico, sector turístico, percepciones de actores, Cuenca – Ecuador

Abstract

At present, statistics is a fundamental tool for making decisions in the field of tourism development. In fact, this study explores the contribution of statistics to tourism development in the city of Cuenca, Ecuador. In order to achieve this, the perceptions of local tourism actors around tourism statistics were explored, then the characteristics of tourism statistics carried out in Cuenca were compared and finally the relevance of tourism statistical information and its contribution to the development of the tourism sector was identified. The approach was qualitative and exploratory in scope through semi-structured interviews with key actors in the tourism sector of the city of Cuenca, Ecuador. The study showed that the relational dynamics around tourism statistics and their process takes place in a distrust environment among actors that affects local statistical construction, and is not limited to supposed cases of tax evasion. It is concluded that decisions related to local development through tourism are spontaneous, although they are also partially based on statistical data from the private sector.

Keywords: Tourism statistics, tourism development, tourism sector, stakeholder perceptions, Cuenca – Ecuador

Trabajo de titulación: "Exploración de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca."

Autores: Cristopher Alexander Loja Pando - Dayana Jhesael Ledesma Villacis

Director: Mg. Freddy Espinoza Figueroa

Certificado de Precisión FCH-TR-LicTur 294

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.



guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 16 de enero de 2023

Elaborado por: GEAV

cc. Archivo Recibido por: nombre / apellido / firma / fecha / hora

Índice de contenidos

Resumen	2
Abstract.....	3
Índice de contenidos	4
Índice de tablas.....	7
Índice de figuras.....	8
Agradecimientos	9
Dedicatoria.....	10
Introducción	11
CAPÍTULO 1: PERCEPCIONES DE LOS ACTORES TURÍSTICOS LOCALES DE LA CIUDAD DE CUENCA EN TORNO A LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA	12
1.1. Marco teórico	12
1.1.1. Planificación turística basada en decisiones racionales	12
1.1.2. La relación entre actores turísticos	13
1.1.3. Desconfianza a partir del ejercicio de poder entre actores turísticos	13
1.1.4. Principios de la influencia social.....	15
1.1.5. Marco de las estadísticas de turismo	19
1.1.6. Desarrollo turístico y aplicaciones de las estadísticas de turismo	35
1.1.7. Antecedentes de la investigación.....	35
1.2. Metodología de estudio.....	36
1.3. Percepciones sobre la información estadística	39
1.3.1. Desconfianza entre actores y el ejercicio del poder	39
1.3.2. Desconfianza en el proceso estadístico	44
1.3.3. Entrega de información errónea.....	45
1.3.4. Manipulación de información	47
1.3.5. Problemáticas en torno a las estadísticas de turismo.....	48
1.3.6. Representación incorrecta de la actividad turística	52
1.3.7. Toma de decisiones.....	54

1.3.8.	Principios de la influencia social.....	54
1.3.9.	Rol en el proceso estadístico	58
1.3.10.	Articulación Turística	61
1.3.11.	Desarticulación turística	62
1.3.12.	Características positivas de la estadística disponible	62
1.3.13.	Propuestas para la mejora de las estadísticas	63
CAPÍTULO 2: COMPARACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTADÍSTICAS DE TURISMO REALIZADAS EN CUENCA.....		65
2.1.	Información estadística de otros contextos	65
2.1.1.	México	65
2.1.2.	Perú.....	70
2.1.3.	Ecuador	74
2.2.	Información estadística de la ciudad de Cuenca	80
2.2.1.	Período 2013-2014	80
2.2.2.	Período 2016-2019	83
2.2.3.	Período 2021	92
2.3.	Comparación de características de la información estadística	99
2.3.1.	Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008.....	99
CAPÍTULO 3. PERTINENCIA DE LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DE TURISMO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO		109
3.1.	Utilidad y pertinencia de la estadística de turismo.....	109
3.1.1.	Sector privado.....	109
3.1.2.	Sector público	111
3.2.	Contribución al desarrollo de turismo	114
Conclusiones		117
Recomendaciones		119
Referencias.....		120
Anexos.....		135
Anexo A. Diseño de trabajo de titulación aprobado.....		135

Anexo B. Entrevista – Academia	155
Anexo C. Entrevista – Gremios	158
Anexo D. Entrevista – Sector privado.....	161
Anexo E. Entrevista – Sector público	164
Anexo F. Solicitud de entrevista a actores de la ciudad de Cuenca	167
Anexo G. Red de percepciones del sector turístico de la ciudad de Cuenca	168

Índice de tablas

Tabla 1	<i>Comparación entre las variables de la tarjeta internacional y la tarjeta andina</i>	24
Tabla 2	<i>Variables de la Encuesta Coyuntural de Alojamiento</i>	25
Tabla 3	<i>Variables de la Encuesta de Alojamiento y Gasto en Feriados Nacionales</i>	25
Tabla 4	<i>Variables de las Estadísticas de Servicios Turísticos</i>	26
Tabla 5	<i>Actores turísticos de la ciudad de Cuenca</i>	37
Tabla 6	<i>Listado de la información estadística disponible, SECTUR - DATATUR</i>	68
Tabla 7	<i>Listado de la información estadística disponible, MINCETUR - Datos Turismo</i>	72
Tabla 8	<i>Listado de la información estadística disponible, MINTUR - Visualizador de Información Turística</i>	75
Tabla 9	<i>Listado de visualizadores económicos disponibles, MINTUR</i>	78
Tabla 10	<i>Listado de variables pertenecientes a los boletines estadísticos No. 1 y 2</i>	81
Tabla 11	<i>Metodología de muestreo utilizada en el boletín estadístico No. 2</i>	82
Tabla 12	<i>Listado de variables pertenecientes a los Estudios de la Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca, 2016-2019</i>	85
Tabla 13	<i>Periodicidad de las publicaciones estadísticas, 2016</i>	87
Tabla 14	<i>Tamaño de la muestra por trimestres, 2017</i>	87
Tabla 15	<i>Indicadores anuales de la demanda y oferta turística, 2017-2019</i>	88
Tabla 16	<i>Periodicidad de las publicaciones estadísticas, 2017</i>	89
Tabla 17	<i>Tamaño de la muestra por trimestres, 2018</i>	90
Tabla 18	<i>Periodicidad de las publicaciones estadísticas, 2018</i>	91
Tabla 19	<i>Tamaño de la muestra por trimestres, 2019</i>	91
Tabla 20	<i>Periodicidad de las publicaciones estadísticas, 2019</i>	92
Tabla 21	<i>Listado de variables pertenecientes a los análisis estadísticos de los feriados de octubre y noviembre, 2021</i>	93
Tabla 22	<i>Listado de fuentes de información, 2021</i>	94
Tabla 23	<i>Listado de la información estadística disponible - FMTPC y GIER, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad</i>	96
Tabla 24	<i>Comparación entre variables sociodemográficas</i>	100
Tabla 25	<i>Comparación entre características de los viajes turísticos</i>	102
Tabla 26	<i>Comparación entre el gasto turístico y los indicadores de la demanda</i>	104
Tabla 27	<i>Comparación entre la perspectiva de la oferta y los indicadores de la oferta turística</i>	107
Tabla 28	<i>Número de seguidores en redes sociales, 2016-2022</i>	113
Tabla 29	<i>Principales redes sociales de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca</i>	113

Índice de figuras

Figura 1 <i>Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo - RIET 2008.....</i>	21
Figura 2 <i>Cronología del proceso estadístico nacional - INEC, 1976-2021.....</i>	23
Figura 3 <i>Cronología de las publicaciones estadísticas - MINTUR, 2007-2021</i>	28
Figura 4 <i>Cronología de visualizadores de información turística - MINTUR, 2000-2022</i>	30
Figura 5 <i>Cronología de publicaciones estadísticas en la ciudad de Cuenca - FMTPC, 2013-2021.....</i>	32
Figura 6 <i>Cronología de publicaciones estadísticas - Asociación Hotelera del Azuay, 2019</i>	34
Figura 7 <i>Actores según el nivel de poder en el proceso estadístico</i>	41
Figura 8 <i>Desconfianza entre actores turísticos.....</i>	43
Figura 9 <i>Problemáticas en torno a las estadísticas de turismo.....</i>	51
Figura 10 <i>Representación incorrecta del impacto turístico</i>	53
Figura 11 <i>Principios de la influencia social en el proceso estadístico.....</i>	57
Figura 12 <i>Rol de los sectores que intervienen en la elaboración de las estadísticas de turismo</i>	60
Figura 13 <i>Redistribución de poder y homologación de metodologías.....</i>	116

Agradecimientos

Agradecemos a nuestra familia, amigos y compañeros, quienes han estado presentes en el transcurso de nuestra carrera. Así mismo, a los docentes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, quienes han compartido su sabiduría y conocimientos con nosotros. Especialmente a nuestro director de tesis, el Ing. Freddy Espinoza Figueroa, Mgtr., quien ha confiado en nosotros para llevar a cabo esta investigación.

A los actores turísticos de la ciudad de Cuenca de los sectores público, privado, gremios, y academia, quienes estuvieron prestos a colaborar en este estudio.

Dedicatoria

Una dedicatoria es en cierto punto un texto más complicado de lo que aparenta. Dicho esto, caeré en una repetición afortunada, pues si algo funciona no se le toca nada. Quisiera dedicar este trabajo interminable, a mi madre Mariana y mi hermana Nicole, por estar ahí para mí, es lo único importante. De igual forma, quisiera nombrar a mis compañeras Ximena, Camila, Viviana, Nazca, Erika, Samantha, Mauro, y Esteban. El proceso de este trabajo fue interesante, un eufemismo que utilizo para señalar lo extenso, agotador y en ocasiones indescifrable del mismo. Decir que mi aporte aquí fue un esfuerzo solitario sería correcto, y a la vez un acto alejado de la realidad, pues han sido estas personas que directa o indirectamente, con o sin intención, han moldeado mi personalidad y carácter para afrontar cada situación y por eso les estoy agradecido. No he podido encontrar un apoyo similar, salvo por mi compañera de tesis, que si fuera posible igualmente sería parte de esta dedicatoria, aun así, la intención es la que cuenta.

Cristopher Alexander Loja Pando

Dedico este logro a mi familia y amigos quienes estuvieron presentes en este proceso. Pero sobre todo a mis padres Diego y Fernanda, quienes me han acompañado toda mi vida, con paciencia y sabiduría. Gracias a su apoyo y entrega total he logrado llegar hasta aquí.

Dayana Jhesael Ledesma Villacis

Introducción

La estadística en el campo de la industria turística es o debería ser un instrumento clave para la planificación y la toma de decisiones por parte de actores públicos y privados. Tal situación también implica que dependiendo del uso que se le dé, sea este adecuado o no, influirá directamente en un desarrollo turístico controlado de los destinos. Es por esta y otras razones que publicaciones como los boletines de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca - FMTPC, están siempre en el ojo de la opinión pública, donde las percepciones que pueda tener cada actor de forma individual, y que se generalizan una vez al interior de su entorno social, son determinantes respecto a la impresión de calidad de la información. En otras palabras, se espera que las estadísticas de turismo, especialmente las generadas desde el sector público, mantengan cierto nivel de calidad y confiabilidad, sean estas características propias o derivadas del ente productor de información. Debido a que, si los productos estadísticos no responden a las necesidades de sus usuarios, o no demuestran un proceso de calidad construido y desarrollado por entes confiables, su uso se verá reducido drásticamente y no resolverán un aporte significativo al desarrollo turístico.

A razón de lo anterior, la presente investigación explora la contribución de las estadísticas de turismo al desarrollo turístico de la ciudad de Cuenca. Por lo mismo se realizaron entrevistas que fueron analizadas mediante el método hermenéutico. Su contenido describe las percepciones de los distintos actores locales respecto al tema estadístico. De igual forma se analizaron las publicaciones disponibles en el período 2013-2021, con base a aspectos como periodicidad, contenido y manejo de variables cuantitativas y cualitativas. Posteriormente, al resolver que las publicaciones provistas por la FMTPC mantienen un contenido más amplio respecto al estudio de la oferta y la demanda turística, se las comparó con las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008, con el fin de establecer una homologación de la metodología utilizada en dichas publicaciones, respecto a un marco internacional. Finalmente, los resultados obtenidos en torno a las percepciones de los actores turísticos, y la homologación de la estadística de turismo sirvieron de apoyo en la disertación sobre la utilidad y pertinencia de las estadísticas de turismo.

CAPÍTULO 1: PERCEPCIONES DE LOS ACTORES TURÍSTICOS LOCALES DE LA CIUDAD DE CUENCA EN TORNO A LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

1.1. Marco teórico

1.1.1. Planificación turística basada en decisiones racionales

De acuerdo a la teoría de la planificación, esta se refiere en esencia a la toma de decisiones y formulación de políticas (Rahmafritria et al., 2020). Su proceso es complejo e implica situaciones de negociación, compromiso, valores y política, entre otras (Hall, 2008), donde intervendrán diferentes partes interesadas. Además, es de naturaleza inter, multi y transdisciplinaria (Dredge y Jamal, 2015), por lo que es capaz de relacionarse con disciplinas como el turismo. En este sentido, la planificación turística se caracteriza en particular por su capacidad de adaptar las dimensiones físicas y económicas de la industria turística para asegurar su viabilidad a largo plazo, a la vez que contribuye a la formación de destinos sostenibles (Hall, 2008; Monterrubio et al., 2020). Simultáneamente, ayuda en la identificación de mercados que representen un mayor rendimiento económico, buscando generar mayores beneficios para la comunidad y las partes interesadas (Edgell y Swanson, 2019). Para lo cual, los planificadores dependen de información convertida en datos, y estos a su vez en decisiones que les permitan alcanzar dichos objetivos (Capece, 2014; Van Veen et al., 2020), desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo. Sin embargo, como en todo proceso social, la planificación turística requiere de la intervención de actores cuya relación puede influir, a la vez que facilita o dificulta la toma de decisiones.

El estudio de estas relaciones requiere de un enfoque cualitativo, frente a lo escaso de lo cuantitativo para explicar con mayor precisión los fenómenos sociales. Al respecto de esta situación, es necesario señalar a modo de justificación, algunas características de lo cuantitativo. Por ejemplo, la matemática es considerada la ciencia del razonamiento, encaminada a crear modelos que abstraen la realidad del mundo, pero al igual que la estadística se limita a lo cuantificable (Ogburn, 1934; Saneen Contreras, 1999).

En ese orden de ideas y de acuerdo a Lincoln et al. (2017), existen cuatro paradigmas que engloban los procesos relacionados a la investigación: positivismo, post-positivismo, teoría crítica y constructivismo. Cada uno mantiene características diferentes que simplificadas son: el positivismo sustenta la investigación que busca comprobar hipótesis por medio de la estadística (Ricoy Lorenzo, 2006). El post-positivismo sería una versión subsiguiente (Flores Fahara, 2004), que al igual que su antecesor basa sus procesos en un enfoque cuantitativo. No obstante, es diferente al considerar que no existe una realidad absoluta que pueda ser aprehendida o representada por completo (Ramos, 2015). Por otro lado, la teoría crítica, busca entre otras cosas, la comprensión de las necesidades e intereses del grupo de estudio,

para modificar su comportamiento y estructura social, pasando de la teoría a la práctica (Guba y Lincoln, 2002). El constructivismo hace caso igualmente, de la premisa que plantea a la realidad como un constructo social (Berger y Luckman, 2003) que se mantiene en una constante evolución (Gergen, 2007). Tanto la teoría crítica como el constructivismo hacen uso del enfoque cualitativo para el estudio y representación de procesos sociales con validez interna, contrario al enfoque cuantitativo (Flores Fahara, 2004).

Según Pita Fernández y Pértegas Díaz (2002), Rivadeneira Rodríguez (2017) y Sánchez Flores (2019), el enfoque cuantitativo en una investigación es un intento de determinar correlaciones entre variables, generalización y objetivación de resultados. Mientras que lo cualitativo, busca explicar el contexto estructural y situacional de la realidad, sus relaciones, profundidad y estructura dinámica. Probablemente, debido a la necesidad de visibilizar los problemas sociales e individuales, y la búsqueda de soluciones a los mismos (Mieles Barrera et al., 2012). Aun así, lo cuantitativo y lo cualitativo no están en contraposición, sino que son imperfectos y por lo cual, podrían complementarse (enfoques mixtos) (Teddie y Tashakkori, 2009). En ese caso, lo cualitativo tomaría las riendas cuando el fenómeno no sea cuantificable, es decir un evento social complejo, caracterizado por su subjetividad, relaciones socio-culturales e históricas (Sánchez Flores, 2019); por ejemplo, el caso de la tensa relación entre actores del sistema turístico.

1.1.2. La relación entre actores turísticos

Para explicar esta relación primero debemos considerar que el turismo es un fenómeno en el cual intervienen actores públicos, privados, colectivos y otras partes interesadas (Benseny, 2009; Merinero Rodríguez y Zamora Acosta, 2009; Phi y Dredge, 2019). Los cuales se mantienen en una constante interacción, crean lazos de cooperación y unen esfuerzos para conseguir un objetivo común (Manzanal et al., 2007). El caso de la ciudad de Cuenca es similar a la mayoría de los destinos en el mundo, los cuales turísticamente se encuentran gestionados por una red de actores turísticos, pero se diferencia por la tensa relación existente entre los actores, la cual surge a partir de la desconfianza en el ejercicio del poder (Capra, 2002; Nunkoo et al., 2012; Nunkoo, 2015; Pagliara et al., 2020). Probablemente, debido a la falta de comunicaciones que retroalimenten las redes existentes (Capra, 2002). Gracias a lo cual, se ha vuelto el sitio de interés para este estudio sobre la pertinencia del uso de las estadísticas para el desarrollo turístico.

1.1.3. Desconfianza a partir del ejercicio de poder entre actores turísticos

En ese sentido, se debe tomar en consideración las percepciones de los actores involucrados respecto a esta temática. Smirnov et al., (1978), y Hayes y Stratton (2022) sostenían que la percepción era el reflejo de la realidad, subordinado a la práctica social y al aprendizaje del individuo, es decir, una visión subjetiva que depende de las necesidades e intereses del observador. Por otro lado, según Habermas, las interpretaciones personales se fundamentan en supuestos implícitos introducidos en la historia y la tradición, donde los científicos sociales valoran puntualmente las tradiciones para reconocer distorsiones ideológicas y descubrir conexiones con las relaciones de poder (Capra, 2002). Con base a esto, la desconfianza partiría de las experiencias y posturas personales (Della Corte et al., 2018). Un ejemplo de esto es lo argumentado por Higgins-Desbiolles (2018) al catalogar al sector público como entes convertidos en instituciones estatutarias dominadas por profesionales y sus agendas de marketing, relaciones públicas y comunicaciones. Una opinión altamente difundida, recibida y aceptada por las partes interesadas, en cuanto a la gestión de las entidades turísticas de Cuenca.

Según John Kenneth Galbraith, el recelo existente entre los actores a partir del ejercicio del poder es ineludible en la sociedad contemporánea ante el acatamiento de algunos a voluntad de otros. El poder es socialmente maligno, pero esencial, sin él nada se consigue. Se encuentra enlazado con conflictos de intereses que no desisten en manifestarse por la diversas elecciones y preferencias que presenta la sociedad (Capra, 2002).

Hasta cierto punto, con base a estos postulados, se puede considerar a las instituciones como ineficientes, pero socialmente aceptadas de acuerdo al poder que concentran, a la vez que producen escepticismo y desconfianza (Gkoumas, 2019; Nunkoo et al., 2012). En tal situación, los actores privados se verían en la posición de demandar más poder en cuanto a la toma de decisiones del sector turístico. Sin embargo, ante esta respuesta, Tosun (2000) sugirió que el interés de la comunidad local por una toma de decisiones más democrática podría ser visto por los gestores turísticos como una ideología revolucionaria. Tal incompreensión de sus intenciones puede frustrar la participación de la comunidad en la planificación turística del territorio. La desconfianza también es contagiosa y afectará procesos como el levantamiento de información estadística (Mesquita, 2007).

En este punto, las relaciones entre actores están definidas por la confianza, más aún en una relación codependiente tal como el proceso de registro e interpretación de datos estadísticos. En efecto, la relación público-privada podría considerarse fragmentada en relación al desequilibrio en los valores de los actores principales y secundarios (Connelly et al., 2012; Freeman, 1999). O también por la falta de veracidad por parte de los actores privados al

entregar información, ya que asumen que dichos datos serán usados para incrementar el pago de impuestos. Considerando estos como un peso antes que una responsabilidad (Ariyanto et al., 2020). Claro que esto solo sería un efecto de la falta de comunicación entre sectores. Por lo que es importante que los gestores transparenten la información relacionada en temáticas como el cobro de impuestos, para así desarrollar confianza entre la parte pública y la privada (Della Corte, 2018; Tseng et al., 2018).

En otro orden de ideas, según Della Corte (2018), la desconfianza en sí misma no es por inercia un problema, ya que las alianzas estratégicas pueden darse incluso ante este sentimiento. En esa dinámica, predomina el utilitarismo de las relaciones que proveerán recursos y oportunidades a sus asociados. Aun así, la opción ideal para un destino turístico con elementos de desarrollo espontáneo, sería un cambio en la actitud de los gestores turísticos a través de la promoción de la participación local (Tosun, 2000), bajo esquemas eficientes de gobernanza (Pulido-Fernández y Pulido-Fernández, 2018).

Un tema en el cual podría ser notorio el efecto negativo de las percepciones es la dinámica de las relaciones entre actores respecto a la colaboración en la entrega de información estadística. A razón de lo cual existe una amplia literatura, específicamente en el campo de la participación en encuestas. Esta manifiesta que existen varios factores que intervienen en la decisión de una comunidad sobre si debe participar en una encuesta. Schleifer (1986), determinó que la participación estaba influida por la formación del entrevistador, duración y tipo de información requerida en una encuesta. Esto fue confirmado por Keusch (2015), quien también aseveró que la preocupación por la privacidad y confidencialidad de la información puede disuadir la participación. Sin embargo, en un contexto más tecnológico, Assemi et al (2018) contradijo este punto, y afirmó que la privacidad de información no es más relevante que la facilidad de uso de apps para encuestas.

1.1.4. Principios de la influencia social

Por otro lado, Groves et al., (1992), fueron más allá y afirmaron que, de acuerdo a la psicología social, existen tres áreas respecto a la participación que pueden influir en las personas y sus decisiones: el cumplimiento de solicitudes, tendencias de ayuda y cambios de opinión. Dichos campos a su vez, responden a siete principios propuestos por Cialdini (2014): reciprocidad, compromiso y consistencia, validación social, simpatía, influencia instantánea, escasez, y autoridad. Cabe recalcar que estos principios pueden servir como una base para un entendimiento e interpretación favorable de las relaciones entre actores turísticos, que sustancialmente también implica la colaboración para la entrega y formulación de estadísticas de turismo.

A continuación, se describen cada uno, empezando por la reciprocidad. La cual para Sethi y Somathan (2003), fomentaba el oportunismo, pues una relación basada en este principio es de mutuo beneficio. Por ejemplo, si los actores privados brindan información estadística sobre la industria turística al sector público, este corresponderá la acción elaborando publicaciones estadísticas útiles para el sector privado en su toma de decisiones. Por otro lado, Molm (2010) pone en consideración a la reciprocidad en el intercambio social. Así, la reciprocidad o intercambio es estudiado en sus formas: recíproco (unilateral) y negociado (bilateral). El intercambio recíproco, al ser esencialmente los actos individuales y altruistas de personas, basa su accionar en la confianza y consideración afectiva de los actores; no obstante, aumenta el riesgo al carecer de garantías por la falta de negociación, y la incertidumbre de ser correspondido (Molm, 2010). En contraste, el intercambio negociado mantiene la bilateralidad del beneficio mutuo y negociado. Por lo que se desvincula de lazos afectivos, y hace caso a la fiabilidad de los actores, a la vez que aumenta los aspectos competitivos y conflictivos de la relación (Molm, 2010). Por lo cual, probablemente, y a pesar del riesgo, los actores prefieren los intercambios unilaterales, frente a la idea de que una relación negociada es inestable e impredecible. En tal caso, las relaciones entre actores no dependerían completamente de un mutuo beneficio asegurado, al contrario, se basan primordialmente en actos de confianza. Sin embargo, el desarrollo de confianza entre actores no es de carácter simplista, sino que, requiere de la constante producción de acciones recíprocas (Molm et al., 2007) y de la capacidad cognitiva de las personas para recordar estas acciones (Dercole et al., 2019).

Por otro lado, de acuerdo a Ferraro (2004) desde la visión andina, la reciprocidad es un principio enraizado a la dinámica social y económica de una comunidad, por medio de la cual se regula el flujo de recursos. La reciprocidad puede ser simétrica o asimétrica, y se diferencian con base a las cualidades percibidas de lo intercambiado. Lo cual, por lo general, se evalúa desde su valor económico versus la posición social de las partes involucradas. El acto de dar, en un contexto andino, juega un papel importante al momento de consolidar una imagen de poder y autoridad, pues no dar o ser mezquino se considera una debilidad (De la Torre y Sandoval Peralta, 2004; Temple, 2003). Igualmente, la reciprocidad, por medio del contacto directo, crea valores de amistad, reconocimiento, fidelidad y respeto (Sabourin, 2018). Dicho esto, para que una relación basada en la reciprocidad sea estable, en el contexto de la entrega de información, los actos recíprocos deben ser regulares, al menos desde una de las partes interesadas, preferiblemente desde el sector público debido al ejercicio del poder que implica su naturaleza gestora y planificadora del turismo.

Con respecto al siguiente principio, de igual forma que la reciprocidad, el compromiso o consistencia es un principio que puede influir en las relaciones interpersonales de actores con una empresa en común. En su teoría de la disonancia cognitiva, Festinger (1957) planteaba que el ser humano buscaba la armonía interna entre sus actitudes, opiniones y valores. Posteriormente, Cialdini (2014) apoyaría esta premisa, aunque también señalaría la importancia del deseo de las personas por tener o aparentar coherencia frente a la sociedad (ente externo), incluso buscando un justificante que respalde el compromiso entre ideas y acciones, con el fin de reducir la disonancia. Si se hace uso nuevamente del ejemplo anterior, los empresarios turísticos pueden colaborar en mayor o menor medida dependiendo del grado de compromiso que mantengan a favor o en contra de la entrega de información, y de la susceptibilidad que tengan a ser influenciados por sus pares de la industria. De igual forma, el uso de las estadísticas de turismo para la toma de decisiones podría verse afectado, si las mismas no son consideradas como necesarias para tomar decisiones acertadas. La necesidad de ser consistentes y mantener compromisos con lo dicho y hecho, puede convertirse llegado a cierto punto, en una escalada del compromiso (Staw, 1976); evento donde un individuo toma un curso de acción con pérdidas irrecuperables y debe elegir entre continuar, esperando que mejore, o abandonar (Wong y Kwong, 2018). Es de esperar que los decisores mantengan el curso de acción al sentirse responsables de las consecuencias (Bazerman et al., 1984; Staw, 1976). De ser este el caso, sus efectos podrían ser perjudiciales para cualquiera de las partes interesadas, independiente de la situación a la que pueda ser aplicada tal evento.

La consistencia por decir lo menos, es un punto a tener en cuenta en la toma de decisiones que, por su necesidad de validación externa, da paso al siguiente principio, la prueba social. De acuerdo a Cialdini (2014), y Oyibo y Vassileva (2019) la prueba social es un proceso de adaptación, pues considera los comportamientos de individuos, que mejor se acoplen a un entorno social desconocido. Por tal razón, este proceso también es conocido como influencia social informativa (conocimiento y experiencia externos); aunque el proceso de adaptación no se basa únicamente en información, sino también en normas o recompensas sociales, es decir influencia social normativa (Lord et al., 2001). En cualquier caso, los decisores no dependen únicamente de su experiencia, sino que pueden estar influenciados externamente por sus pares para participar o no de una empresa en común con actores fuera de su círculo social o sector del sistema turístico. Esto no necesariamente es una visión negativa de la realidad, sino que como fue planteado anteriormente, la influencia puede ser tanto informada como normativa, siendo la primera opción la más preferible, pues no está vinculada a la necesidad de aceptación del individuo.

El siguiente principio a considerar es la simpatía o el atractivo, una cualidad propia y subjetiva a la vista de cada persona. Esta se encuentra ligada a características como la inteligencia (Flakus et al., 2021), la reputación (Johnson et al., 2002) o su percepción dependiendo del sexo (Agthe et al., 2010). Tales características también son parte de la imagen que mantienen los actores entre sí, especialmente si son representantes de instituciones públicas o privadas, ya que su imagen pertenece a la institución. Los actores pueden percibir las capacidades del resto de partes involucradas, por ejemplo, el caso de los profesionales del sector público, y la cuestión de si están capacitados para el cargo que desempeñan y las necesidades que requiere la planificación turística pública. En resumen, la decisión de participar de diversas situaciones, como la entrega de información puede ser influenciada por la simpatía, no solo de las personas sino también de la situación en sí misma.

La autoridad como principio representa un punto clave en la creación de confianza, hacia y desde los stakeholders. Su condición, alude a la legitimidad de las personas o sus afiliaciones con organizaciones privadas e instituciones sociales (Cialdini, 2014). A grandes rasgos demuestra similitudes con la simpatía, sin embargo, en el caso de las instituciones turísticas, por ejemplo, su autoridad se debe a la legitimidad de sus acciones. Siendo un caso la elaboración y entrega de estadísticas, y cómo estas benefician a la comunidad. En otras palabras, la legitimidad de las instituciones públicas estará en directa correlación a los resultados obtenidos (Nunkoo, 2015; Pagliara et al., 2020). Por otro lado, es recalable el sentimiento de civismo que evocan estas instituciones para la aceptación y el cumplimiento de peticiones (Groves et al., 2004; Van der Toorn et al., 2011). Mismo hecho que puede ser utilizado para facilitar la colaboración y participación de actores.

Finalmente, los principios de influencia instantánea y escasez se refieren a situaciones opuestas. En el primer caso, los decisores reciben una sobrecarga de información que no es posible analizar, lo que provoca estrés, y disminuye la calidad, coherencia y consistencia de la toma de decisiones (Chewning y Harrell, 1990; Phillips-Wren y Adya, 2020). Considerando la información estadística disponible previo a la pandemia, sobre la actividad turística en la ciudad de Cuenca. Es posible observar un exceso de información en visualizadores y publicaciones del sector público, que puede resultar agobiante para las partes interesadas, más aún si se considera la falta de cultura estadística en la ciudad.

La escasez por su parte, influye en la percepción de valor que se otorga a un recurso como la información. Es decir que, por su insuficiencia o inaccesibilidad, se percibe como más valioso (Cialdini, 2014; Suri et al., 2007). Al contrario de la situación anterior, en la ciudad de Cuenca durante la pandemia, poco o nada se hizo en cuanto a publicaciones estadísticas de

turismo. Por lo cual, es probable que los escasos datos sean vistos como la única y mejor alternativa, aún más si se sustentan en la legitimidad de las instituciones públicas. Proporcionando, además, un cierto valor simbólico (Lee y Seidle, 2012) a un recurso como la información, por encima de otros aspectos como la calidad o utilidad que pueda tener.

Es evidente entonces, que cuestiones como la toma de decisiones, la pertinencia y las relaciones entre actores que puedan darse en torno a las estadísticas de turismo, están ligadas en cierto grado con aspectos como los principios anteriormente mencionados. De igual manera, en relación con la entrega de información, su privacidad o confidencialidad será un determinante en el grado de participación de los actores. Sin embargo, el deseo de privacidad por sí solo no abarca una mayor explicación de la realidad social entre las partes interesadas. Por lo cual, se espera que los principios de Cialdini (2014) sirvan como método esclarecedor de la situación.

Por otro lado, lo expuesto anteriormente solo cimenta las bases para el estudio de la dinámica social de los actores en torno a las estadísticas de turismo locales. Otro punto que debe considerarse, es la relevancia que pueda tener la estandarización u homologación de una misma metodología para la construcción de estadísticas, como un instrumento que influye en la percepción de los actores respecto al ejercicio de poder y la articulación social.

1.1.5. Marco de las estadísticas de turismo

En otro orden de ideas, es preciso hablar de los datos estadísticos en la industria turística. La estadística del turismo ha sido desde hace tiempo, un punto esencial en la exploración y medición del impacto económico de la actividad turística a nivel mundial. Dada su importancia, los Estados o sus instituciones de turismo principalmente, han invertido parte de sus recursos en la creación de estadísticas turísticas que sirvan a los planificadores y decisores en su toma de decisiones. No obstante, alrededor del mundo, el sector público puede abarcar diversos estándares para el levantamiento y publicación de información estadística.

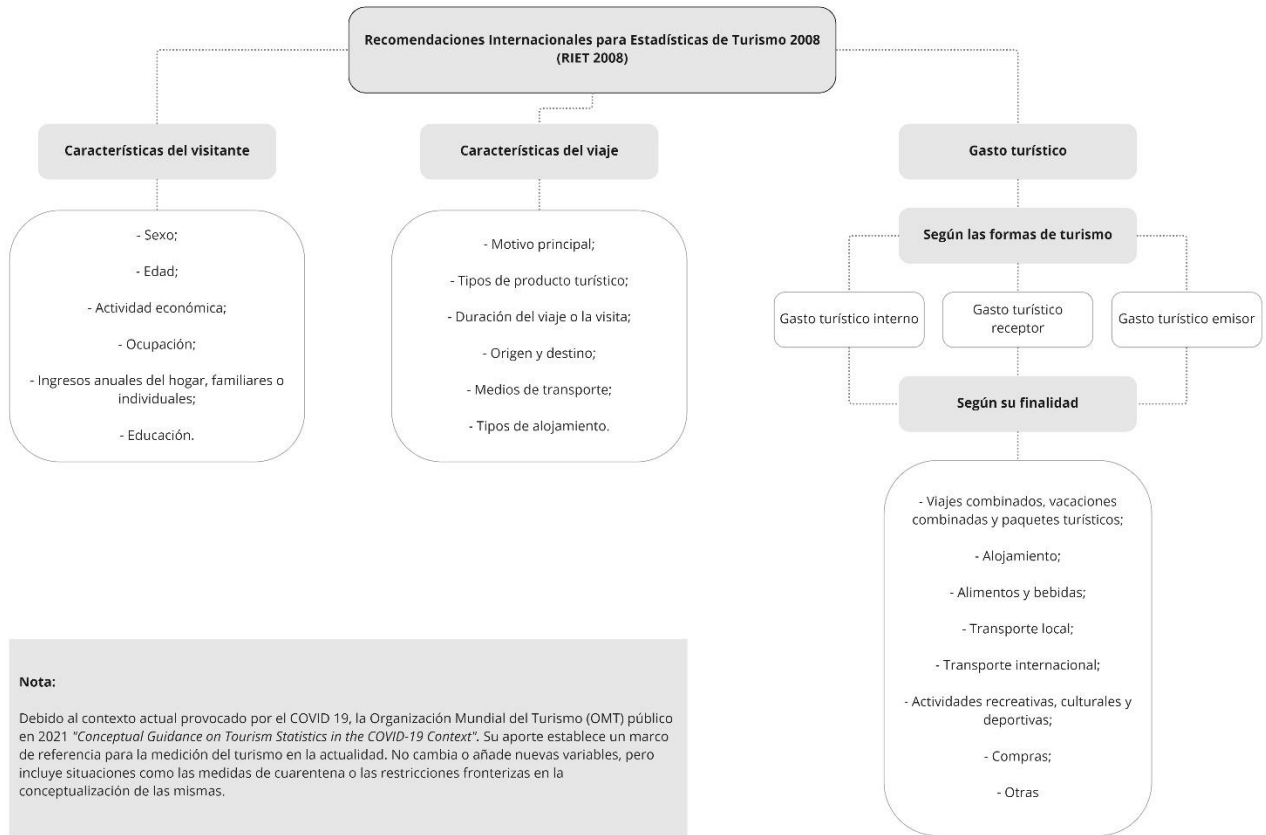
Por lo cual, considerando la relevancia y aplicaciones de las estadísticas del turismo, en 1980 la Organización Mundial del Turismo - OMT, en colaboración con la División de Estadística de las Naciones Unidas, gestionaron la revisión de definiciones y clasificaciones empleadas en la estadística turística. Se plantearon una serie de definiciones estadísticas del turismo internacional, y se adoptaron las Recomendaciones sobre Estadísticas del Turismo por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, publicado en 1994 (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2010). No obstante, al ser el turismo una actividad de carácter dinámico, posteriormente serían propuestas las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de

Turismo 2008 - RIET 2008. El documento planteaba el uso de tres tipos de macro variables a ser consideradas: características del visitante (sociodemográficas), características del viaje y gasto turístico.

Las características del visitante, se refieren a las características personales: Sexo; Edad; Actividad económica; Ocupación; Ingresos; Educación. En cambio, las características del viaje son la motivación, duración, origen y destino del viaje, además de otras variables que involucran a las industrias turísticas y sus productos, como se pueden observar en la **Figura 1**. Por último, el gasto turístico, al poseer una naturaleza más compleja está segmentado en interno, emisor y receptor, dependiendo del destino del viaje (OMT, 2010). Así también, debido al panorama actual la OMT publicó la Conceptual Guidance on Tourism Statistics in the COVID-19 Context, como un enfoque complementario a ser tomado en cuenta para la medición del turismo (OMT, 2021). En comparación, las RIET 2008 han sido considerablemente más utilizadas, principalmente por el tiempo transcurrido desde su publicación, además de considerar esta última como un folleto condensado de notas producto de un evento específico.

Figura 1

Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo - RIET 2008



Nota:

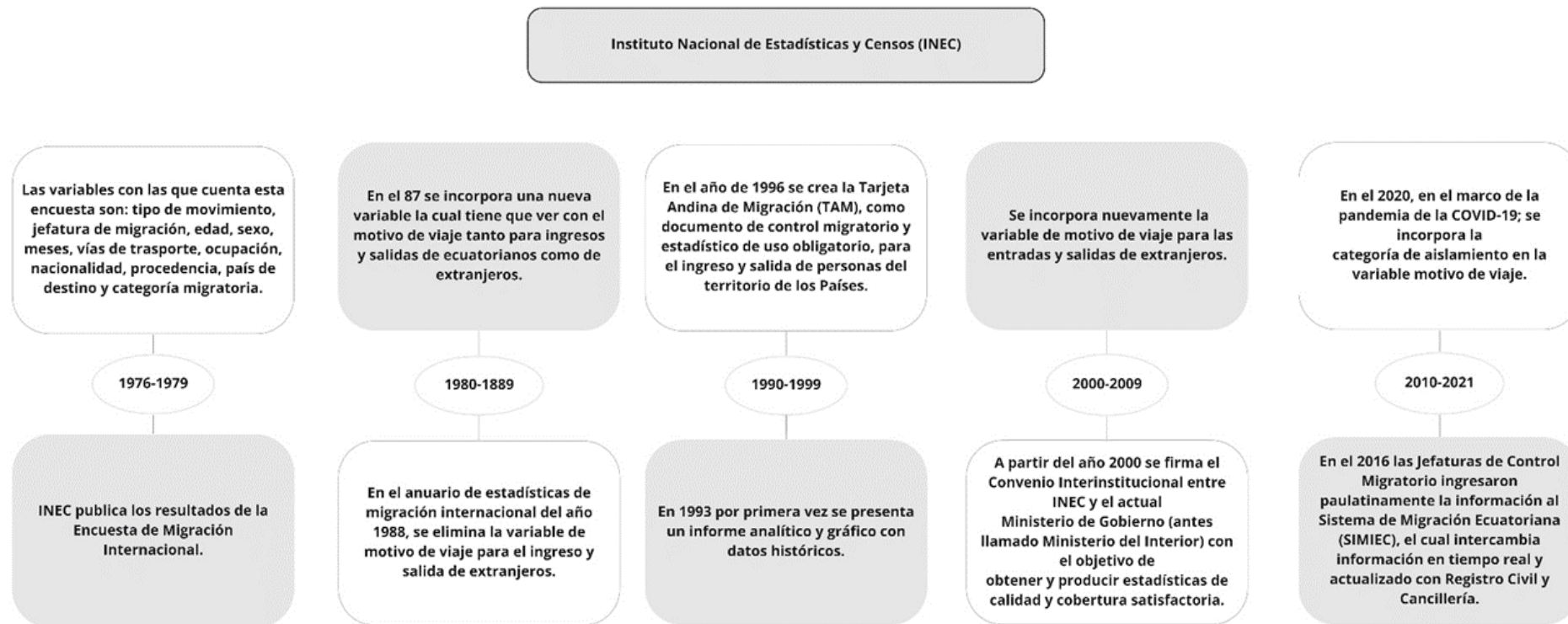
Debido al contexto actual provocado por el COVID-19, la Organización Mundial del Turismo (OMT) publicó en 2021 "Conceptual Guidance on Tourism Statistics in the COVID-19 Context". Su aporte establece un marco de referencia para la medición del turismo en la actualidad. No cambia o añade nuevas variables, pero incluye situaciones como las medidas de cuarentena o las restricciones fronterizas en la conceptualización de las mismas.

Nota. Adaptado de "Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008," por Organización Mundial del Turismo, 2010, (<https://doi.org/10.18111/9789213612385>).

En Ecuador, las RIET 2008 han sido ampliamente aceptadas y utilizadas como base metodológica en la medición del turismo. Aunque también, se ha requerido de un largo proceso para la implementación de su metodología actual en cuanto a estadísticas de turismo como se observa en la **Figura 2**. El Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC] (2022a), ente encargado del sistema estadístico, durante la década de los 70's, hacía uso de la Tarjeta Internacional, un estándar de 11 variables sociodemográficas, para la caracterización de los visitantes que llegaban y salían del país. Posteriormente en los 90's, se adoptó la Tarjeta Andina de Migración (TAM), un documento que permite a los ciudadanos de la Comunidad Andina, viajar a entre los países miembros sin la necesidad de documentación especial. A diferencia del documento anterior, este tiene 24 variables. Recientemente, en 2020, se incorporó la categoría de aislamiento en los motivos del viaje. La comparación entre variables se puede apreciar en la **Tabla 1**.

Figura 2

Cronología del proceso estadístico nacional - INEC, 1976-2021



Nota. Adaptado de “Evolución Histórica del Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales Abril, 2022,” por INEC, 2022a (<https://www.ecuadrencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/>).

Tabla 1

Comparación entre las variables de la tarjeta internacional y la tarjeta andina

Tarjeta internacional	Tarjeta Andina
1. Tipo de movimiento;	1. Tipo de movimiento;
2. Jefatura de migración;	2. Tipo de nacionalidad;
3. Edad;	3. Año de movimiento;
4. Sexo;	4. Mes de movimiento;
5. Meses;	5. Día de movimiento;
6. Vías de transporte;	6. Sexo;
7. Ocupación;	7. Nacionalidad;
8. Nacionalidad;	8. Subcontinente de nacionalidad;
9. Procedencia;	9. Continente de nacionalidad;
10. País de destino;	10. Medio de transporte;
11. Categoría migratoria.	11. Motivo de viaje;
	12. País de procedencia destino;
	13. Subcontinente de procedencia destino;
	14. Continente de procedencia destino;
	15. Lugar de procedencia destino;
	16. País de residencia;
	17. Subcontinente de residencia;
	18. Continente de residencia;
	19. Jefatura de migración;
	20. Provincia jefatura de migración;
	21. Cantón jefatura de migración;
	22. Clase de migración;
	23. Ocupación;
	24. Edad

Nota. Adaptado de "Evolución Histórica del Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales Abril, 2022," por INEC, 2022a (<https://www.ecuadrencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/>).

El INEC (2021) también es el ente encargado del Programa Nacional de Estadística 2021-2025, un instrumento de planificación que posibilita la organización del Sistema Estadístico Nacional para el cumplimiento de la demanda cada vez mayor, acerca de información para la toma de decisiones basada en estadísticas. Este documento contiene las operaciones estadísticas aprobadas a nivel nacional, de entre las cuales, las respectivas del sector turismo son la Encuesta Coyuntural de Alojamiento (**Tabla 2**), la Encuesta de Alojamiento y Gasto en Feriados Nacionales (**Tabla 3**), y las Estadísticas de servicios turísticos (**Tabla 4**).

Tabla 2

Variables de la Encuesta Coyuntural de Alojamiento

	Variables
Encuesta Coyuntural de Alojamiento Periodicidad: Mensual	Número de plazas noche disponible
	Habitaciones noche disponibles
	Habitaciones noche ocupadas
	Ventas netas por alojamientos
	Número total de huéspedes ecuatorianos
	Tarifa promedio
	Tipo de tarifa
	Evaluación sobre la ocupación en el mes finalizado
	Expectativas sobre el trimestre por finalizar

Nota. Adaptado de “Encuesta Coyuntural de Alojamiento,” por Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022b (https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/Programa_Nacional_de_Estadistica/Micrositio_PNE_2021_2025/fichas.html).

Tabla 3

Variables de la Encuesta de Alojamiento y Gasto en Feriados Nacionales

	Variables cuantitativas
Encuesta de Alojamiento y Gasto en Feriados Nacionales Periodicidad: Cada Feriado	Habitaciones disponibles
	Habitaciones ocupadas
	Tarifa del establecimiento
	Check in nacionales / extranjeros
	Pernoctaciones
	Variables cualitativas
	Tipo de tarifa
	Categoría del establecimiento
	Provincia

Nota. Adaptado de “Encuesta de Alojamiento y Gasto en Feriados Nacionales,” por Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022c, (https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/Programa_Nacional_de_Estadistica/Micrositio_PNE_2021_2025/fichas.html).

Tabla 4

Variables de las Estadísticas de Servicios Turísticos

Estadísticas de servicios turísticos Periodicidad: Anual	Variables cuantitativas
	Habitaciones disponibles Camas Plazas camas Mesas Plazas mesas Vehículos Empleos (H, M, con discapacidad)
	Variables cualitativas
	Código de registro Provincia Cantón Parroquia Actividad Subactividad Categoría Tamaño de empresa

Nota. Adaptado de “Estadísticas de Servicios Turísticos,” por Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022d, (https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/Programa_Nacional_de_Estadistica/Micrositio_PNE_2021_2025/fichas.html).

Por su parte, el Ministerio de Turismo - MINTUR, hace uso de esta y otras fuentes de información para la elaboración de estadísticas turísticas. Las cuales pueden servir a los gestores de destinos turísticos como la ciudad de Cuenca para tomar decisiones acertadas. En ese sentido, y con base a la necesidad de información estadística para la planificación turística, sea con un enfoque promocional o referente a la gestión del desarrollo turístico en general. El Ministerio de Turismo dispone de un amplio catálogo de publicaciones estadísticas de turismo, disponibles en su plataforma (<https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador>), enlistadas a continuación y colocadas en una línea temporal en la **Figura 3**, para una mejor comprensión.

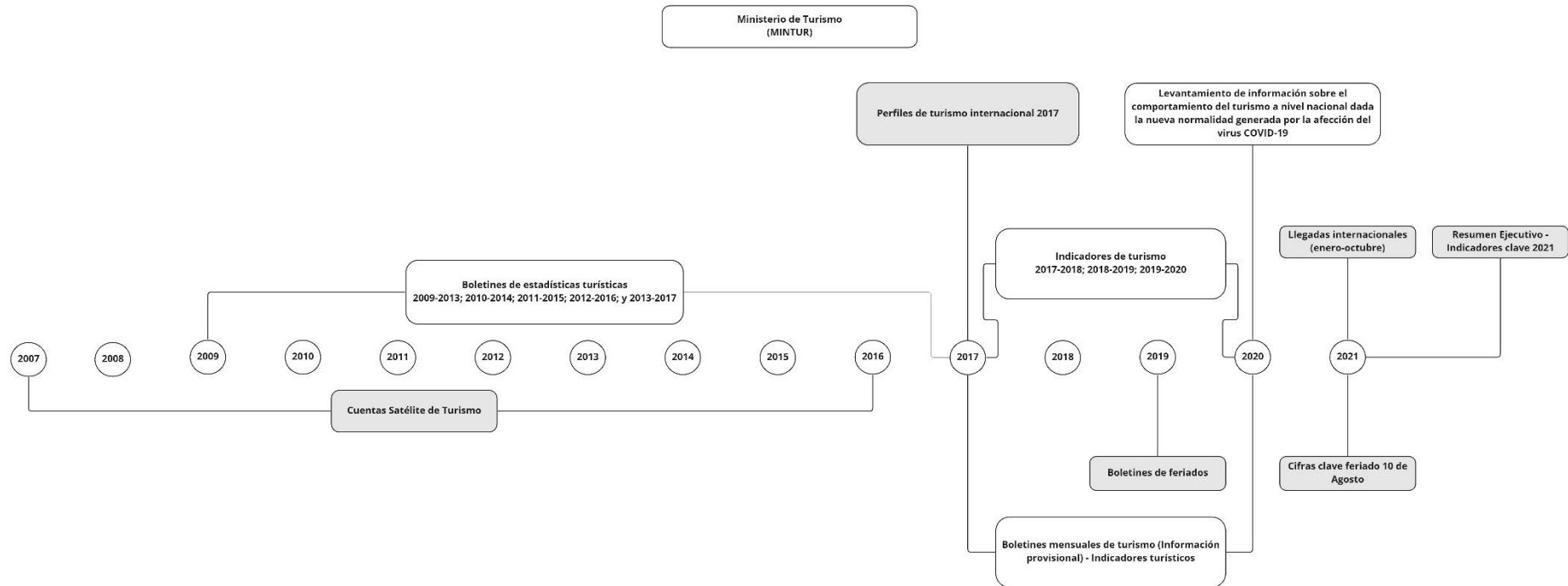
1. Cuentas satélites de turismo 2007-2016.
2. Boletines de Estadísticas Turísticas 2009-2013; 2010-2014; 2011-2015; 2012-2016; y 2013-2017.
3. Perfiles de turismo Internacional - 2017
4. Indicadores de Turismo 2017-2018; 2018-2019; y 2019-2020.
5. Boletines Mensuales de Turismo 2017 a 2020 (solo el mes de enero).

6. Feriados 2019 y 2021
7. Levantamiento de información sobre el comportamiento del turismo a nivel nacional dada la nueva normalidad generada por la afección del virus COVID-19 (2020)
8. Llegadas internacionales 2021 (enero-octubre)
9. Resumen ejecutivo - Indicadores clave 2021.

Aunque, es necesario señalar las deficiencias de la información estadística pública, como la desactualización y el hecho de que son datos agregados nacionales y no territoriales, por lo que no responden a las necesidades de sus usuarios, entre otras características negativas. Es posible establecer una similitud con el modelo de estadísticas de turismo de Rusia (Kaurova et al., 2014).

Figura 3

Cronología de las publicaciones estadísticas - MINTUR, 2007-2021



Nota. Adaptado de “Visualizador de información turística del Ecuador,” por Ministerio de Turismo, s.f. (<https://servicios.turismo.gob.ec/>).

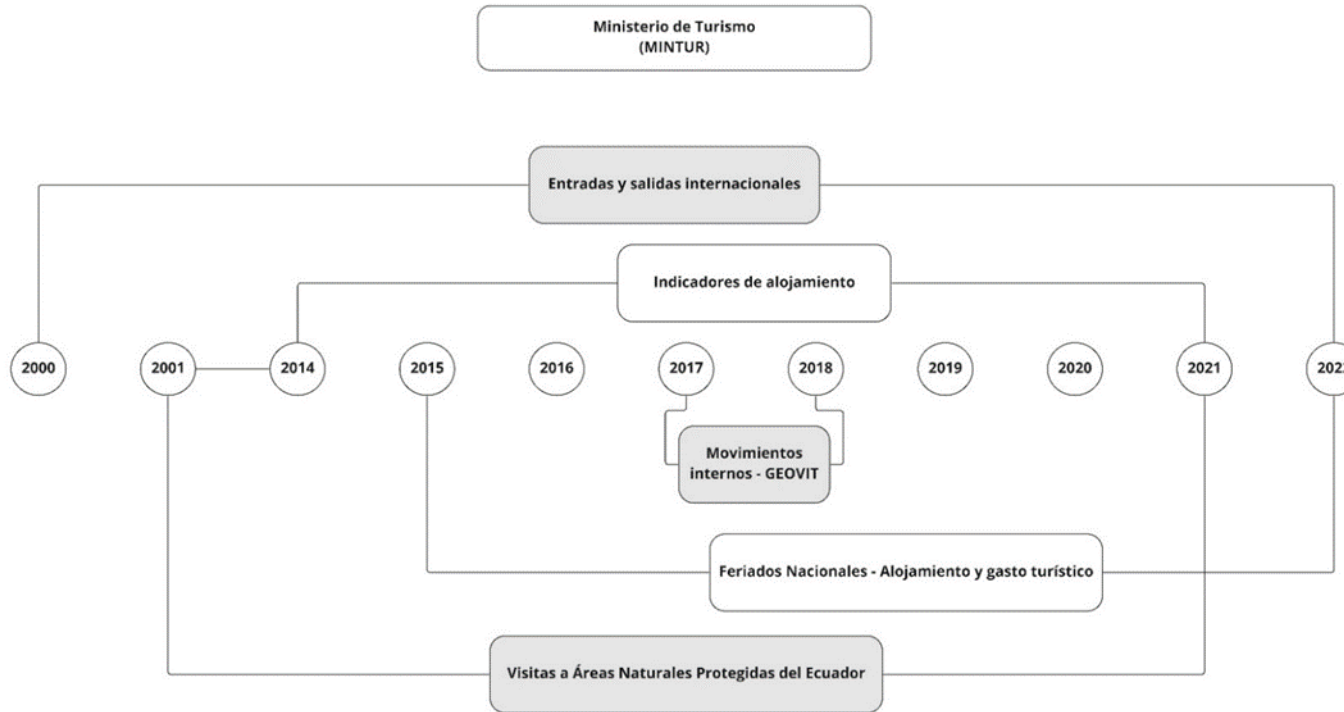
Así como, de visualizadores enfocados a la actividad turística, igualmente enlistados a continuación, y plasmados en una línea temporal en la **Figura 4**.

1. Indicadores de alojamiento 2014-2021;
2. Entradas y salidas internacionales 2000-2022;
3. Movimientos internos: Geovit 2017-2018;
4. Feriados nacionales 2015-2022; y
5. Visitas a Áreas Naturales Protegidas 2001-2021;
6. Establecimientos registrados.

Algo que señalar de los visualizadores turísticos, es que solo los números 1, 4, y 6, son el resultado de las competencias exclusivas del Ministerio de Turismo, de acuerdo al Programa Nacional de Estadística 2021-2025. Los cuales han mantenido un deficiente levantamiento de información desde la pandemia, por lo que la información solo será óptima hasta 2019 o 2020. A la vez que también cabe mencionar la existencia de visualizadores económicos presentados más adelante, producto de fuentes de información como el INEC.

Figura 4

Cronología de visualizadores de información turística - MINTUR, 2000-2022



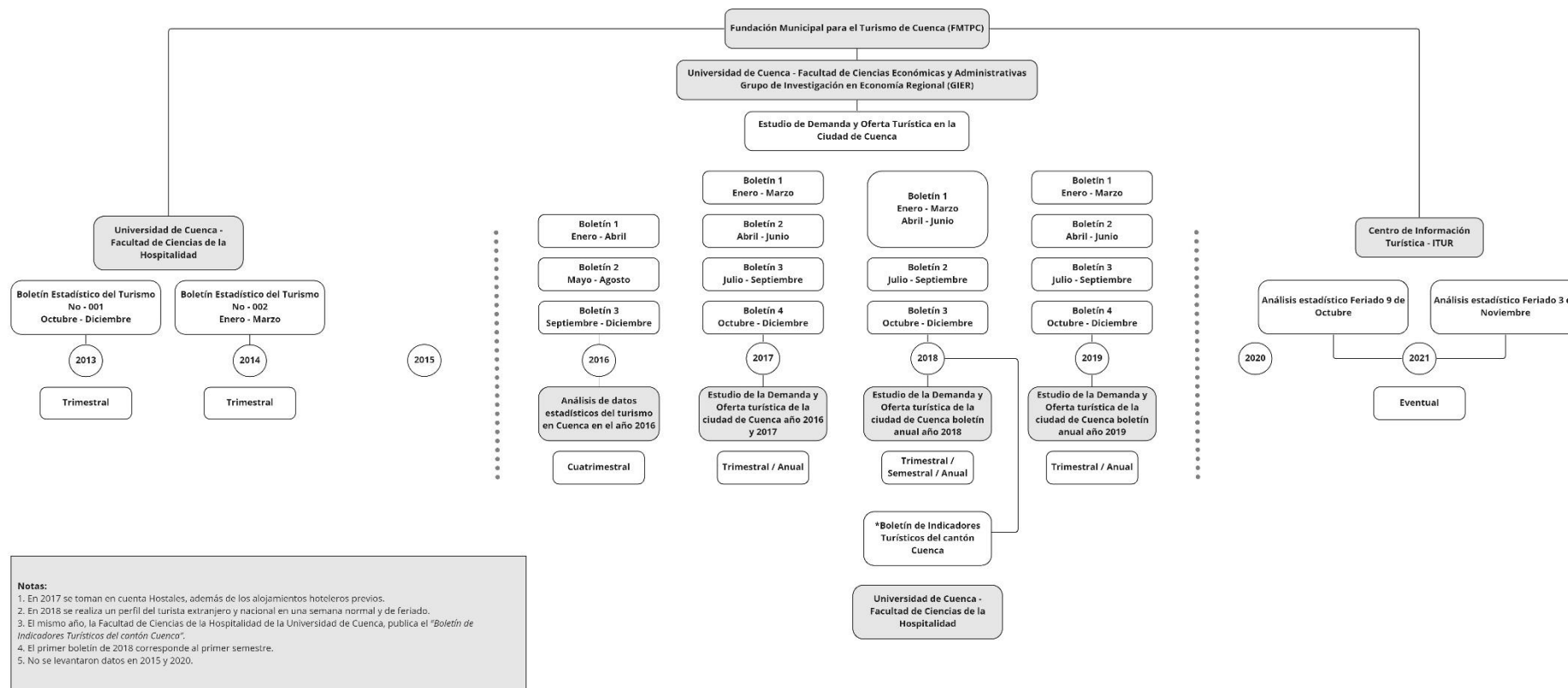
Nota. Adaptado de “Visualizador de información turística del Ecuador,” por Ministerio de Turismo, s.f. (<https://servicios.turismo.gob.ec/>).

Sin embargo, es necesario advertir la problemática de la confusión entre los términos turismo y migración. Por ejemplo, en 2018 durante las oleadas de migrantes venezolanos que arribaron a Ecuador, quienes a pesar de su situación fueron contabilizados en las estadísticas de turismo.

En el plano local, la Fundación Municipal Turismo para Cuenca – FMTPC fue la promotora de diversos ejercicios estadísticos en la ciudad. Inicialmente, desde la academia, la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, realizó dos ejercicios estadísticos junto a la FMTPC. Los cuales exponían el impacto turístico en la economía de Cuenca, durante el cuarto trimestre de 2013, y el primero de 2014 (Equipo de Investigación de la Escuela de Turismo, 2014; Equipo de Investigación de la Universidad de Cuenca, 2013). Más adelante, durante el período 2016-2019, la FMTPC y el Grupo de Investigación en Economía Regional - GIER de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, mantuvieron un acuerdo de cooperación. El cual dio como resultado la publicación de los Estudios de la Demanda y Oferta Turística de la ciudad de Cuenca durante el período 2016-2019. Estos boletines serían publicados en períodos trimestrales, cuatrimestrales, semestrales, y anuales, como se ve en la **Figura 5**.

Figura 5

Cronología de publicaciones estadísticas en la ciudad de Cuenca - FMTPC, 2013-2021

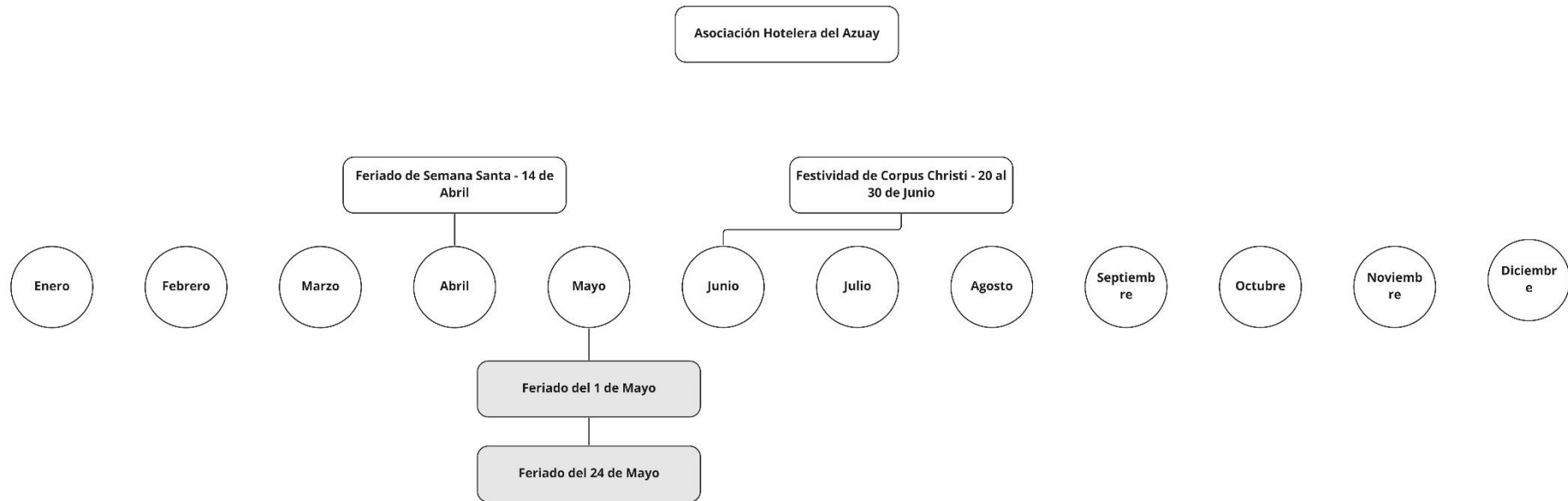


Nota. Adaptado de "RENDICIÓN DE CUENTAS - ESTADÍSTICAS PERIODOS 2015:2019," por Fundación Municipal Turismo para Cuenca, s.f., (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>). "Boletín Estadístico del Turismo No - 001 Octubre - Diciembre," por Equipo de Investigación de la Universidad de Cuenca, 2013; "Boletín Estadístico del Turismo No - 002 Enero - Marzo," por Equipo de Investigación de la Escuela de Turismo, 2014.

También, es resaltable el Boletín de Indicadores Turísticos del cantón Cuenca, publicado por la academia en 2018 que, si bien aparenta similitudes con el resto de los boletines, difería en objetivos (Serrano López et al., 2018b). Del mismo modo, hay que considerar el aporte durante el segundo trimestre del 2019, por parte de la Asociación Hotelera del Azuay, observado en la **Figura 6**. Dicho organismo realizó diversos ejercicios estadísticos sobre el impacto turístico, durante los feriados del 1 de mayo, 24 de mayo, Semana Santa (14 de abril), y el Corpus Christi (20 al 30 de junio), este último en colaboración con la FMTPC (Asociación Hotelera del Azuay, 2019a, 2019b, 2019c, 2019d). Desgraciadamente, estos estudios en la actualidad no se encuentran disponibles. Luego, en 2020, año de la pandemia, no se levantaron o publicaron cifras. Mientras que, en 2021, la FMTPC publicó dos análisis estadísticos correspondientes a los feriados de octubre y noviembre (FMTPC, 2021a, 2021b). Pero no mantuvieron la continuidad con los feriados próximos.

Figura 6

Cronología de publicaciones estadísticas - Asociación Hotelera del Azuay, 2019



Nota. Adaptado de “Resultado Encuesta Corpus”; “Resultados de la Semana Santa”; “Resultado Feriado 24 de Mayo”; “Feriado 1 ero de Mayo,” por Asociación Hotelera del Azuay. [hotelescuenca], 2019a, 2019b, 2019c, 2019d.

1.1.6. Desarrollo turístico y aplicaciones de las estadísticas de turismo

En este punto, ya fueron resaltadas las percepciones en torno a las relaciones entre actores turísticos con respecto a las estadísticas de turismo. Igualmente, se ha hecho un repaso por el estándar de estadística a nivel global y cómo este ha influido en destinos como la ciudad de Cuenca. Sin embargo, un punto más a considerar son las aplicaciones que tienen las cifras turísticas. Kaurova et al. (2014) señalaban puntos como el aporte que hacen al desarrollo turístico, por medio del descubrimiento de nuevas tendencias que apoyen la planificación del destino; y la promoción del producto turístico. Tales usos de la información en cierto sentido solo diferirían en escala, respecto a los sectores público y privado.

Así también, se debe apuntar, que las RIET 2008, al igual que el resto de las publicaciones son de carácter oficial. Sirven como base para el estudio y medición estadísticos del turismo a nivel local, nacional e internacional, su desarrollo y gestión sostenible. Sin embargo, al ser el turismo un fenómeno social, cultural y económico (OMT, 2010), este se plantea como una disciplina a ser estudiada desde diferentes perspectivas. Por ejemplo, estudiosos y profesionales alrededor del mundo han realizado investigaciones acerca del modelado y segmentación de turistas utilizando diversas metodologías. Siempre manteniendo una mentalidad de carácter casi general, como lo es el uso de la estadística en el fomento del turismo en los destinos donde se plantearon los estudios.

Mavragani et al., (2019) usaron perfiles de redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter) de los turistas que visitaban Halkidiki-Grecia, como base de datos sobre sus preferencias y rasgos demográficos. Taczanowska et al., (2019) identificaron los perfiles de visitantes en el Parque Nacional de los Tatras - Polonia, de acuerdo a sus características sociales y comportamiento, mediante el estudio de una red neuronal artificial (RNA), que imita los procesos de un cerebro biológico respecto a la gestión y almacenamiento de información. Zhewei Liu et al., (2022) hicieron uso de los datos de la red social Instagram. Utilizaron la ubicación de publicaciones para la observación del comportamiento de los turistas y categorizaron las atracciones de Hong Kong-China, basadas en las preferencias de los turistas, detectadas por sus trayectorias de viaje.

Finalmente, podemos acotar las aplicaciones de la estadística en el contexto actual, por ejemplo, en la creación de observatorios de turismo (García Cardona et al., 2021; Padilla et al., 2020), las cuentas satélites de turismo (Padrón, 2020), al igual que otras ramas de la misma como la geoestadística aplicada al turismo (Sánchez et al., 2019) y su uso en herramientas como la inteligencia artificial (Alonso Almeida, 2019).

1.1.7. Antecedentes de la investigación

Algunos casos de referencia en torno a nuestro tema de investigación, son para empezar, el trabajo de Vargas Leira (2017), un estudio indispensable, pues sus cualidades se asemejan en parte a nuestra intención. Este investigador realizó un diagnóstico sobre la confiabilidad, especificidad, accesibilidad, periodicidad y rigurosidad metodológica de las estadísticas de turismo en el departamento de Magdalena-Colombia y otros países. De esta investigación, concluyó entre otras cosas, que la falta de un sistema de estadísticas turísticas consistente afecta la toma de decisiones del sector privado, y compromete el juicio de las autoridades al crear políticas públicas. A la vez que, observó inconsistencias en las percepciones de calidad de las estadísticas por parte de la empresa privada y la gestión pública.

Al respecto, también se debe considerar la posibilidad de una conciencia política del turismo y el uso de sus estadísticas para impulsar la industria. Donde las cifras turísticas, de forma accidental o deliberada, acostumbran exagerar el impacto de la industria (Pratt y Tolkach, 2017). Es decir, que las estadísticas pueden responder a las agendas personales de ciertas partes, interesadas en visibilizar una imagen más agradable de la actividad turística. Tal situación puede decaer progresivamente y generar problemáticas como la dispersión, descoordinación, disparidad, falta de homogeneización y estructuración de las investigaciones turísticas (Sepúlveda Sánchez y Plumed Lasarte, 2018).

No obstante, no hay que olvidar el papel de los datos turísticos en la asistencia de planificadores y encargados de la toma de decisiones para anticipar escenarios próximos. Aunque, los usos específicos que le den los decisores a la información estadística no siempre son claros (Volo, 2019). En tal caso, la pertinencia de estadísticas para el desarrollo turístico sería una incógnita que necesita aclaración.

1.2. Metodología de estudio

El estudio tiene un enfoque cualitativo de alcance exploratorio-descriptivo. Lo que permitió comprender los fenómenos, examinándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto (Hernández Sampieri et al. 2018). La herramienta de recolección de datos fue la entrevista semiestructurada. Esta es una guía de preguntas, en la cual el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para obtener mayor información (Colabella et al., 2014). La muestra del estudio es de tipo no probabilístico por intencionalidad (sector público) y por conveniencia (sector privado) debido a la naturaleza exploratoria del estudio (Hernández Sampieri et al. 2018), como se aprecia en la **Tabla 5**.

El primer objetivo se realizó mediante entrevistas a actores del sector privado. Es decir, alojamiento, operación e intermediación, alimentos y bebidas, y transporte turístico, y sus respectivos representantes de gremios, de la ciudad de Cuenca. Para documentar las percepciones de los actores, en torno a la pertinencia y contribución de la estadística del turismo, se consideró necesario solo un representante por tipo de actividad o servicio turístico (tipos de alojamiento: hotel, hostel, y casa de huéspedes) y categoría (de 2 a 5 estrellas u otros).

El segundo objetivo, corresponde a un análisis comparativo desde un enfoque cualitativo de alcance exploratorio sobre los estudios estadísticos de turismo, realizados por la FMTPC en el período 2016-2019, en cuanto aspectos como la metodología utilizada, el manejo de variables numéricas, nominales y ordinales, el contenido, y la periodicidad. Además de lo que respecta a las RIET 2008.

El tercer objetivo igualmente estudió la pertinencia de las estadísticas de turismo, por medio de los insumos obtenidos en el objetivo uno y dos.

Tabla 5

Actores turísticos de la ciudad de Cuenca

Sectores	Actores	Categoría	Cantidad	Instrumento
Sector público				
Sector público	Ministerio de Turismo	N/A	1	Entrevista semi estructurada
	Prefectura del Azuay	N/A	1	
	Municipio de Cuenca	N/A	1	
	Fundación Municipal Turismo para Cuenca	N/A	2	
	Universidad de Cuenca – Facultad de Ciencias de la Hospitalidad	N/A	3	
Sector privado				
Alojamiento	Hoteles	De 2 a 5 estrellas	5	Entrevista semi estructurada
	Hostales	De 1 a 3 estrellas	4	
	Casa de huéspedes	Categoría única	1	

Operación e intermediación	Agencia mayorista	N/A	1	Entrevista semi estructurada
	Agencia internacional	N/A	1	
	Agencia dual	N/A	2	
	Operador turístico	N/A	1	
Alimentos y bebidas	Bar	De 1 a 3 copas	3	Entrevista semi estructurada
	Cafetería	De 1 a 2 tazas	2	
	Restaurante	De 2 a 5 tenedores	5	
Transporte turístico	Transporte turístico terrestre	N/A	1	Entrevista semi estructurada
	Transporte aéreo	N/A	1	
Gremios	Asociación de Agencias de Viajes, Tour Operadores y Mayoristas de Turismo (AAGENTOUR)	N/A	1	Entrevista semi estructurada
	Asociación de bares, restaurantes y de entretenimiento turístico del Centro Histórico de Cuenca (ABRE)	N/A	1	
	Corporación de guías y profesionales de turismo del Austro	N/A	1	
	Cámara de Turismo del Azuay	N/A	1	
Total			39	

Las entrevistas fueron grabadas previo consentimiento informado a cada uno de los entrevistados, posteriormente fueron transcritas en Microsoft Word 2019 y analizadas mediante el método hermenéutico o comprensión del significado (Habermas, 1999) que involucra esencialmente a la acción humana como resultante del significado que adjudicamos a nuestro entorno y el actuar en consecuencia.

Siendo así para entender a los fenómenos sociales se debe integrar cuatro perspectivas: materia (acción instrumental en el mundo exterior), proceso o forma (comunicaciones, acción estratégica de las relaciones humanas) y significado (resultado impuesto, causa final, acción comunicativa, logro de la comprensión) (Capra, 2002).

Esto con la intención de construir redes semánticas que permitan el análisis de discurso. Puesto que la hermenéutica busca encontrar las estructuras y los sistemas dinámicos que asienten o afirmen los eventos observados, al dar importancia a la influencia del ambiente en la conducta humana (acción humana); que se revela a través de un análisis estructural de sus dimensiones y del todo de que forma parte (Rueda y Villaroel, 1992).

Es preciso señalar que una muestra inicial no involucraba a representantes de gremios turísticos, o más de un representante por categoría, por lo que se cambió con base a la necesidad de una observación más amplia de la dinámica relacional en torno al tema estudiado. No obstante, no se pudo contactar o concretar entrevistas con representantes del gremio hotelero, y de transporte turístico. Además, algunos sectores demuestran un mayor número de entrevistados debido a la cantidad proporcional de empresas operantes en la ciudad, sea el caso de las agencias de viajes, donde predominan las agencias duales.

1.3. Percepciones sobre la información estadística

1.3.1. Desconfianza entre actores y el ejercicio del poder

Las estadísticas sirven a gobiernos, entidades públicas y prestadores de servicios para evaluar el impacto turístico (Kaurova et al, 2014). En ese sentido, el objetivo principal de este estudio fue explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca. A partir de esto fueron examinadas las distintas percepciones en lo que respecta a la utilidad de las estadísticas, y si la misma estuvo determinada por situaciones como la desconfianza (Nunkoo et al., 2015; Nunkoo, 2015; Pagliara et al., 2020) y el ejercicio del poder (Capra, 2002). Una vez culminada nuestra investigación, podemos decir con seguridad que el proceso que conlleva las cifras turísticas públicas, tuvo un impacto insignificante en la toma de decisiones del sector privado. Dicho de otra forma, en un sistema jerárquico donde empresarios y dueños de negocios mantienen una visión individualista del sector turístico, los boletines estadísticos 2016-2019 y las cifras públicas actuales no fueron representativos en su toma de decisiones y gestión estratégica. Esto es contrario a la situación de los actores representantes de la parte pública y gremios, ya que se consideró que mantenían una visión más global acerca del desarrollo de la actividad turística en la ciudad.

La falta de interés en el uso de las estadísticas públicas en un inicio se creyó que fue a causa de una deficiente cultura estadística en los actores locales. No obstante, la empresa privada demostró tener un gran apego a la información cuantitativa, siempre y cuando sean ellos los productores, y sirva para sus propios fines. Tal postura deriva y se relaciona, primero, con la desconfianza a partir del ejercicio del poder entre actores turísticos y segundo, con la desconfianza en el proceso metodológico de las estadísticas de turismo públicas. A la vez

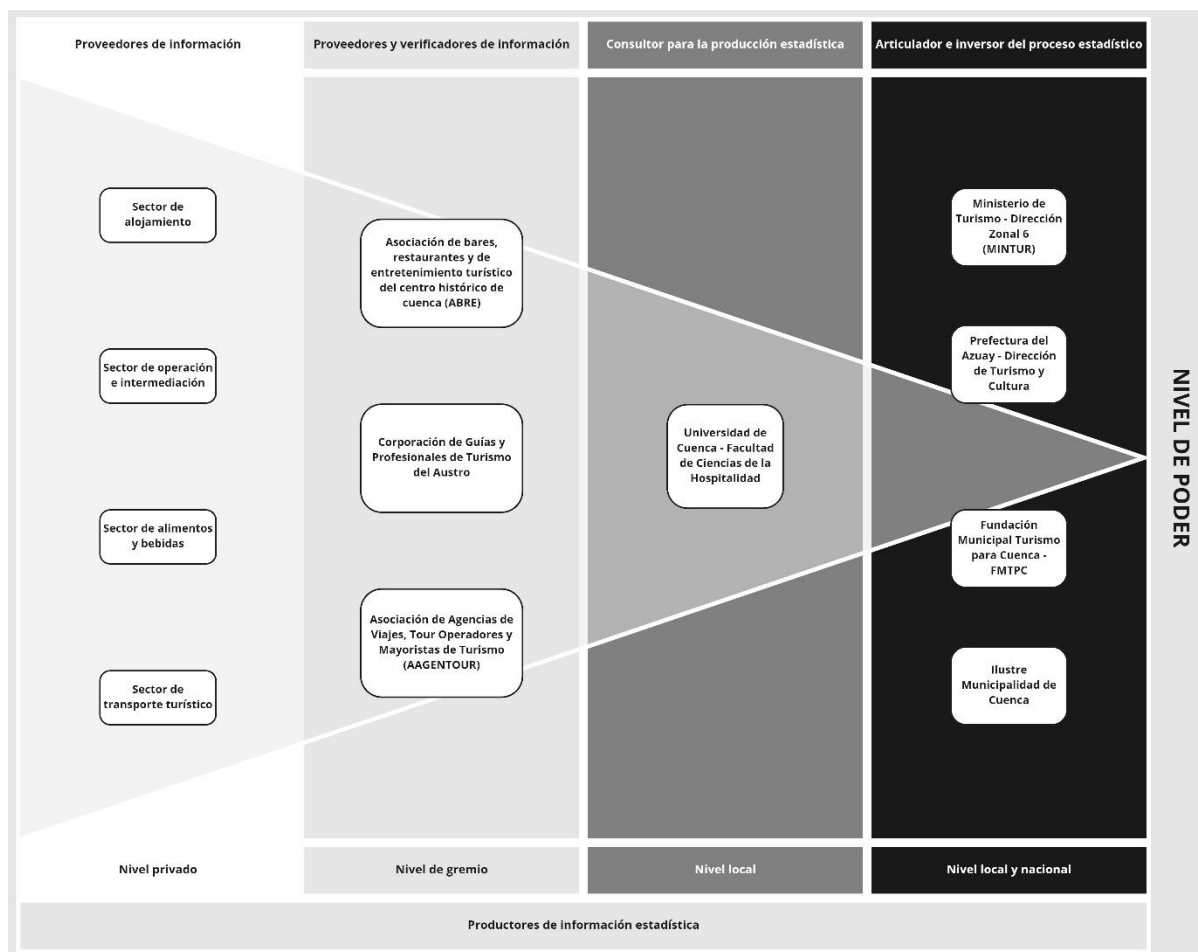
que de estas derivan muchas otras razones a ser exploradas durante la extensión de este documento.

La relación entre los distintos actores entrevistados de los sectores: público, privado, gremios y academia estuvo definida durante la última década, y posiblemente aún más atrás, por la falta de confianza a partir de la desigualdad en el ejercicio del poder. Este sentimiento compartido y generalizado entre los actores contribuyó en gran medida a la generación de diversas problemáticas en torno a las estadísticas de turismo y su aporte parcial al desarrollo turístico de la ciudad de Cuenca. De igual forma, su carácter multidireccional define de manera acertada las relaciones público-privado, privado-público y público-público, y su cautela entre sí, entendiéndose además por privado a los gremios turísticos. Por otro lado, fue complejo establecer una relación de desconfianza desde o hacia la academia con el resto de sectores, debido a que la academia es considerada al menos por los gestores turísticos como un ente neutral. Otra es la percepción de la empresa privada que ni siquiera toma en consideración a la academia (**Figura 7**).

Establecer los orígenes de la desconfianza entre actores es un proceso en parte posible, debido a la existencia de un orden causal de eventos que la provocan (Della Corte et al, 2018). En ese sentido, el ejercicio de poder también toma un rol importante en la definición de la dinámica de redes sociales de la ciudad. El poder es ineludible y necesario para solventar conflictos, relacionados en este caso al proceso estadístico local y sus roles (Capra, 2002).

Figura 7

Actores según el nivel de poder en el proceso estadístico



Los niveles de poder se expresan de derecha a izquierda según la imposición de los actores en el proceso estadístico. El sector público (nivel local y nacional), mantiene una imposición de acuerdo a un rol paternalista, ante los niveles local, de gremio y privado, además del principio de obligatoriedad para la entrega de información. En ese orden, el sector público interpreta el rol de articulador e inversor del proceso estadístico (**Figura 12**), de la mano de la academia como consultor del tema. Por su parte, los gremios tienen además del rol de proveedor, un rol de verificador de información para sus agremiados, mientras que el resto de la empresa privada solo provee información, provocando que estos últimos se sientan relegados y poco relevantes, por su limitada participación en el proceso.

Por otro lado, existe otra problemática, la falta de representatividad de los actores privados, es decir, la mayoría de empresarios no se encuentran agremiados, mientras que, los que sí lo están no representan siquiera un cuarto de la empresa privada. En consecuencia, la empresa no agremiada carece de intermediarios ante el sector público, por lo que una comunicación deficiente es el siguiente evento lógico. Esta situación afecta igualmente al

resto de los sectores con eventualidades como la falta de apertura del proceso metodológico del levantamiento de información.

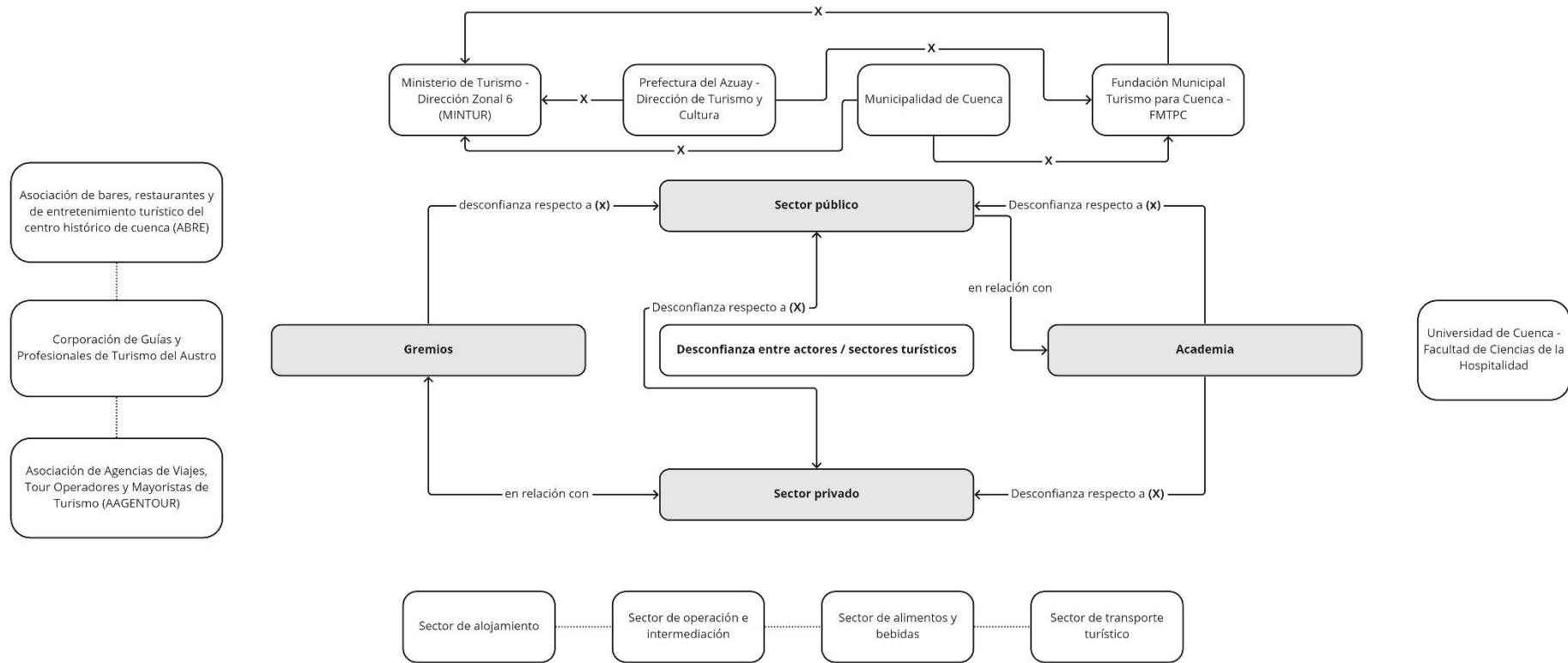
Al volverse frecuentes las comunicaciones en múltiples ciclos de retroalimentación, se producen sistemas de creencias, explicaciones y valores compartidos. Las personas obtienen nuevas identidades como integrantes de una red social, al crear una periferia de expectativas, lealtad y confidencialidad, que se trata y conserva constantemente por la propia red (Capra, 2002).

En ese sentido, y considerando que la transparencia y comunicación entre actores son esenciales para generar confianza (Lee et al, 2010). La falta de estas dificultó las relaciones entre actores turísticos, y por ende el proceso estadístico. El deficiente diálogo y apertura disminuyeron gradualmente la capacidad de asociación entre los actores. A la vez que aumentaron las percepciones negativas tanto en la gestión pública como en la veracidad de los actores privados. Dicho en otras palabras:

“Las relaciones de confianza, yo creo que han estado fracturadas durante mucho tiempo sobre todo con el sector privado (. ...) Generalmente las razones de carácter político apelan a las diferencias técnicas o a las diferencias administrativas (...) y eso de una o de otra manera hace que se frustré el sector empresarial y no encuentre en el sector público también, un reflejo con qué interactuar. Y evidentemente en el sector público que busca “el bien social o el bien común”, encuentra en el sector privado alguien que solo quiere entrar al negocio (...) con intereses más de capital que intereses sociales” (J. Moscoso, comunicación personal, 28 de julio de 2022).

Figura 8

Desconfianza entre actores turísticos



1.3.2. Desconfianza en el proceso estadístico

Si volvemos a lo dicho anteriormente, la desconfianza entre actores no tiene una causalidad única, ya que se considera que puede tener más de un origen. La desconfianza que se manifiesta en la dinámica relacional de la red de actores turísticos de Cuenca es por lo mínimo complicada. Entender un orden causal de la aparición de este recelo en sí no parece tener sentido al existir dos fuentes de desconfianza que se alimentan la una a la otra en un bucle cuasi infinito.

Por un lado, la desconfianza entre actores turísticos es la causa y a la vez el efecto de la desconfianza hacia el proceso de las estadísticas públicas (Mesquita, 2007). Esto debido al recelo de la empresa privada por entregar su información al sector público, a causa de posturas como la existencia de un sistema injusto que castiga a los empresarios con la imposición de impuestos.

De hecho, se podría decir que levantar información en sí es casi un acto destinado al fracaso por la falta de veracidad, como se manifiesta a continuación:

“Los número reales no son los mismos que corresponden al monto de facturación, por ejemplo, eso puede ser uno de los casos (...) no todo es declarado entonces al momento de tener que dar una respuesta, se da una respuesta acorde a lo que se declaró pero que en la realidad a lo mejor no es realmente la cifra real, entonces yo creo que esta podría ser una de las cosa que más le frena al privado en proporcionar datos” (A. Faccioli, comunicación personal, 5 de octubre de 2022).

Al estar al tanto de esta realidad también es comprensible que los mismos proveedores de información se mantengan distantes de las estadísticas turísticas elaboradas a partir de información errónea. Razón por la cual tampoco manifiestan interés en el uso regular de las cifras públicas en su toma de decisiones. Sin embargo, la información desacertada no es el único problema, pues tanto el sector público como el privado comparten dudas, esta vez, sobre la veracidad de las publicaciones estadísticas. Probablemente debido a que, al ser actores o instituciones activas del sistema turístico, las entidades públicas no son consideradas del todo imparciales, ya que el poder se concentra en este sector (Capra, 2002), y puede generar desigualdades en la red de actores.

A partir de esta situación se presentan opiniones como la siguiente:

“yo creo que siempre la estadística se tiene que manejar de manera súper transparente y por lo general siempre se solicita (...) instituciones que no tengan nada que ver con la actividad turística porque puede haber sesgos o puede haber algún tipo

de interés (...) teniendo datos que yo quiero que estén, que aparezcan” (M. R. Aguirre, comunicación personal, 11 de agosto de 2022).

No obstante, esta resolución es algo apresurada y requiere del desglose que a continuación se presenta, sobre las diferentes percepciones en cuanto a la falta de confianza entre actores públicos y privados, y su consecuente efecto en la calidad y confiabilidad de las estadísticas de turismo.

1.3.3. Entrega de información errónea

La falta de colaboración al momento de compartir información de sus establecimientos, se caracterizó por la competencia, la confidencialidad, la falta de interés y un sentimiento de Estado opresor, respecto al cobro de impuestos (**Figura 9**). Empezando por la competencia, algunos actores tanto privados como académicos señalaron de forma reiterada que la rivalidad influye en la disposición interna de las empresas turísticas. No consideraron justo el hecho de invertir recursos y tiempo en la elaboración de cifras y estudios propios, y que dicha información esté disponible para el público en general y empresarios que deseen aprovechar estos datos. No obstante, la mayor parte del sector privado no tomaron en cuenta a la competencia como una causa para el recelo en la entrega de información, pues sopesan la idea de que es algo natural. Consideraron que aún con acceso a su información, las personas no le darían necesariamente un uso provechoso, principalmente porque la información requerida no es relevante. Incluso se considera a la competencia como algo halagador parafraseando la frase popular de Oscar Wilde: “La imitación es la forma más sincera de adulación...¹”:

“lo que siempre hemos pensado es que si alguien copia es porque uno está bien sí, porque lo malo no se copia” (K. Sarmiento, comunicación personal, 2 de septiembre de 2022).

Probablemente esta última percepción se generó a partir de la pandemia donde los actores aprendieron que la asociatividad y cooperación son la mejor forma de salir adelante.

Por otra parte, la confidencialidad es tanto una necesidad como un determinante, debido a que, durante el levantamiento de información actual, se les solicita datos personales a empresarios y dueños de establecimientos turísticos. Y estos, aunque indecisos al momento de entregar información, están dispuestos a colaborar bajo ciertas condiciones:

“De parte del sector privado, yo creo que sí debería haber un poquito más de transparencia y de sinceridad (...) a menudo a nosotros nos piden estadísticas, pero

¹ “Imitation is the sincerest form of flattery...”

en donde se tiene que especificar qué local somos, la persona que está a cargo, o sea entregar datos privados. Ahora a lo mejor si fuera anónimo el sector privado confiaría un poquito más en proporcionar datos” (A. Faccioli, comunicación personal, 5 de octubre de 2022).

En estas circunstancias y ante la desconfianza hacia lo público, un modelo que asegure la confidencialidad de su información sería lo ideal para proporcionar información.

En cambio, la falta de interés responde a dos cuestiones, primero la generalidad del relevamiento de información que actualmente solicita datos al sector hotelero sobre su porcentaje de ocupación y nacionalidad de los huéspedes, pero no demuestra una mayor rigurosidad metodológica o de atención en la segmentación del turista (Della Corte, 2018; Connelly et al, 2012). En palabras de actores privados partícipes del proceso, y respecto a la calidad de las estadísticas de turismo, estas:

“A mí me parecen muy generales, o sea lo único que nos piden es el tipo de ocupación (...) no sabemos si el cliente que llega es nacional o extranjeros, no tenemos rangos de edades, entonces me parece muy, muy genérico” (A. Faccioli, comunicación personal, 5 de octubre de 2022).

Entonces el proceso estadístico es demasiado superficial y no aprovecha adecuadamente la información disponible. Además, se lleva a cabo durante feriados cuando la ocupación hotelera es alta, por lo que levantar información durante festividades solo sirve para fines promocionales, ya sea del destino o las instituciones encargadas. La segunda cuestión es la falta de retroalimentación posterior a la realización de encuestas que inhibe el interés de los actores, los cuales, a pesar de estar obligados a proporcionar la información requerida, no perciben el beneficio de compartir este recurso sin recibir algo a cambio.

Por otra parte, como se había previsto, el sentimiento generalizado de un sistema injusto (Ariyanto et al, 2020) el cual persigue a los empresarios para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, influye negativamente en la intención de facilitar información al sector público. Tal sentimiento se produce a razón de la desconfianza en el sector público, y cómo esta se relaciona a la falta de confidencialidad percibida por los actores turísticos respecto al proceso estadístico, dado que asumen que la FMTPC y el MINTUR entregan la información al SRI. Dicho de forma textual:

“es otra cosa que piensan los negocios, esa información va a ir al SRI y me van a seguir atrás (...) piensa que, que va a haber un sistema de persecución y vamos hacia ellos desde otras entidades que sancionan” (C. Andrade, comunicación personal, 9 de agosto de 2022).

No obstante, cabe señalar que los actores igualmente manifiestan la necesidad de cumplir con sus obligaciones legales con los entes reguladores del turismo, lo que podría aludir a un sentimiento de civismo, o interés público (Ariyanto et al, 2020; Groves et al., 2004).

1.3.4. Manipulación de información

Por otro lado, la exactitud de las cifras turísticas no solo está comprometida durante la fase de levantamiento de información, sino también en la producción de publicaciones estadísticas. Varios actores, en especial al interior del sector público, mantienen cierta cautela al momento de revisar las estadísticas públicas, debido a que las mismas no reflejan un impacto similar a la realidad del sector, sino que más bien aparentan cierta exageración. Esto se expresa perfectamente a continuación:

“yo creo que definitivamente el sector público, no digo que lo manipule sino más bien yo veo que, que no tiene coherencia con lo que está escrito y con lo que sucede en la realidad con el sector, porque si yo (...) pongo datos importantes de ingreso por concepto de turismo y veo que en la realidad el sector, en este caso hablemos de la infraestructura hotelera, empiezan a cerrar, empiezan a quebrar, empiezan a despedir gente (...) entonces hay una contraposición de lo que dicen los datos y cuál es la realidad” (F. Ledesma, comunicación personal, 25 de julio de 2022).

Sin embargo, y a pesar de lo anterior, se planteó igualmente la manipulación de información como una de las explicaciones posibles para las discrepancias entre los valores provistos por las entidades públicas y la realidad observada en el sector turístico. De acuerdo a los actores turísticos, la manipulación de datos tiene como fin la promoción del destino y las instituciones turísticas, a modo de justificar su gestión en la ciudad (Gkoumas, 2019). Igualmente se indicó que puede deberse a la contienda por recursos públicos (**Figura 9**), al demostrar que el sector turístico es una actividad económica representativa en Cuenca.

Entonces en la percepción de los actores, a partir de la desconfianza, la falta de reciprocidad y otras tantas deficiencias que se manifiestan en el levantamiento de datos actual, el sector privado entrega información desacertada al sector público. El sector público produce estadísticas deficientes, que deberían representar un impacto inferior al presentado. Razón por la cual se cree que, al momento de publicar dichos datos, la parte pública manipula la información ya errada y produce una doble falacia que a su vez crea estadísticas de turismo irreales y exageradas. Estadísticas de las cuáles el sector privado, los gremios, la academia y hasta el propio sector público no se fían. Desconfianza que se transmite o dirige a las

instituciones encargadas de las publicaciones estadísticas, volviendo al inicio de este proceso.

1.3.5. Problemáticas en torno a las estadísticas de turismo

Las estadísticas actuales no responden a las necesidades de la empresa privada, empezando por la elaboración de datos agregados nacionales, muy alejados de la realidad territorial de la ciudad de Cuenca. De acuerdo al INEC (2022b; 2022c; 2022d) la encuesta coyuntural de alojamiento tiene un nivel de desagregación territorial nacional, provincial y cantonal, y dispone de información válida en el período 2015-2019. Las estadísticas de servicios turísticos mantienen los niveles anteriores e incluyen el parroquial (2016-2020) Y finalmente, la encuesta de alojamiento y gasto en feriados nacionales solo tiene un nivel provincial (2002-2019). Esto en cuanto a la gestión del Ministerio de Turismo. El detonante de esta situación sería la separación de competencias provista por la Ley de Estadística (Decreto supremo 323, 1976) de la cual surge el Programa Nacional de Estadística 2021-2025. En este programa se detalla el inventario de operaciones estadísticas, en el cual el MINTUR es el encargado de la encuesta coyuntural de alojamiento (indicadores de alojamiento), encuesta de alojamiento y gasto en feriados nacionales (feriados nacionales), y estadísticas de servicios turísticos (catastro turístico) (INEC, 2021). En ese sentido, y de acuerdo a la Ley de Turismo (Ley 97, 2002), el MINTUR es el encargado de la información estadística de turismo a nivel nacional.

Lo que a su vez le impide al MINTUR generar datos territoriales, específicos de cada destino. Además, aunque técnicamente es el ente rector de la actividad turística nacional, no está en la capacidad de establecer una metodología estandarizada para la recolección y producción de información, como se explica aquí:

“Bueno les cuento, el tema de la estadística puntual, como bien ustedes saben hay niveles de competencias, nosotros como ente rector, la competencia directa en el tema estadístico es a nivel nacional y a nivel macro, por llamarle así. (. ...) nosotros podemos obligar a cada uno de los GAD's a que implementen tal cual es la metodología que maneja el Ministerio de Turismo” (M. R. Aguirre, comunicación personal, 11 de agosto).

Con base a esto es posible señalar que los datos agregados nacionales no tienen utilidad para la toma de decisiones privada, ya que su gestión estará limitada a la ubicación geográfica de su establecimiento. A la vez que la falta de un estándar estadístico impide la comparación de cifras en los niveles local, zonal y nacional para una visión más completa del panorama turístico.

Ante la falta de capacidad ejecutora por parte del MINTUR, es la FMTPC la encargada de las estadísticas locales, sin embargo, esta se encuentra limitada en parte, al ser un ente de derecho privado, el cual se fundó para la promoción turística de la ciudad, por lo que carece de un departamento enfocado a las estadísticas de turismo, siendo el departamento de Planificación y Gestión de Proyectos el encargado del proceso estadístico (FMTPC, 2005). Debido a esto, la FMTPC se asoció con la Universidad de Cuenca, mediante acuerdos de consultorías para la elaboración de boletines estadísticos de turismo. Aunque, desde 2020, debido al término de este acuerdo, la FMTPC levanta información a través de la oficina de ITUR, con resultados incompletos en comparación a los boletines anteriores. De igual forma, las problemáticas en torno a las estadísticas de turismo también aluden a varios factores como: la inaccesibilidad de la información, la falta de capacitación estadística, y el uso de información con fines promocionales como se observa en la **Figura 8**.

Si hablamos de la accesibilidad o la falta de ella, podríamos decir que actualmente, la información tabulada (publicaciones) está a disposición del público en general, depositada en plataformas web pertenecientes a instituciones públicas. Sin embargo, no responde a las necesidades del momento, ya que además de ser datos agregados, carece de una actualización constante, incluso manteniendo cifras que terminan en 2019 o 2020. Los actores se expresan al respecto con opiniones como la siguiente:

“Nosotros estamos viendo eventualmente y siempre tomando estadísticas, por ejemplo, de la provincia del Azuay, vemos las estadísticas (...) que hace el levantamiento el Ministerio de Turismo por sobre todo, que tiene evidentemente, uno entra a la página web y puede descargar cierto tipo de información pero son informaciones del 2018, son informaciones incluso anteriores que, que de una u otra manera no, no retratan la actualidad cómo es, sobre todo una actualidad post Covid” (J. Moscoso, comunicación personal, 28 de julio de 2022).

Así también, se piensa que la obtención de las publicaciones requiere de un trámite extenso, puesto que sus administradores no facilitan su acceso.

En cuanto a la capacitación estadística en el sector privado, esta se limita a los decisores, pues no tiene sentido que el resto del personal se involucre en la toma de decisiones. Sin embargo, en muchos si no es que, en todos los casos, el personal es la muestra disponible para el levantamiento de información. Por otra parte, la falta de aptitudes o capacitación del sector público para llevar a cabo el proceso estadístico, es un tema que llama a la desconfianza del producto resultante.

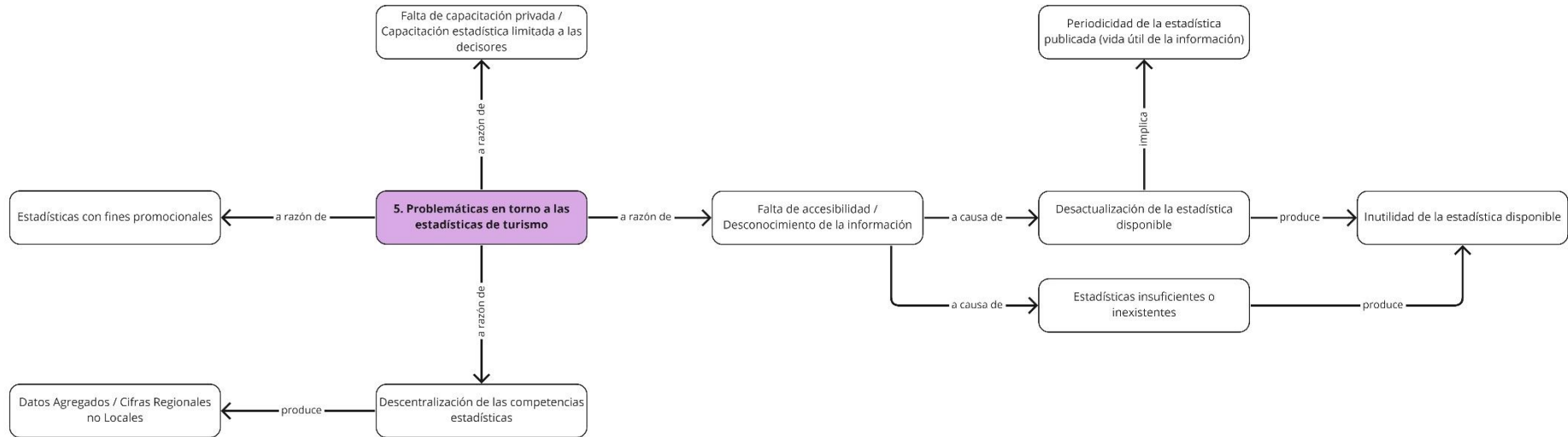
El uso de información para promocionar el destino o las instituciones que lo gestionan es una opinión compartida entre los actores que son usuarios de estas cifras. Ya que consideran que el trabajo de las instituciones solo sirve a sus propios fines, justificando cargos públicos y promoviendo una agenda propia (Gkoumas, 2019; Reed, 1997) que exclusivamente se dedica a la promoción del destino, más no a su gestión y desarrollo estratégico basado en datos.

“todo está funcionando a partir de la promoción y de la imagen del territorio (...) pero no está funcionando a partir de la gestión del territorio (...) sí yo tengo grabado en mi mente que lo que tengo que hacer es promoción para atraer más turistas (...) tengo que demostrar a través de las estadísticas que eso es lo que está pasando (...) entonces la información no es real” (K. Farfán, comunicación personal, 24 de julio de 2022).

En vista de estas razones, una representación incorrecta en las estadísticas de turismo es casi una realidad, a la vez que promueve la desconfianza en sí mismas. Tales falencias en el sistema estadístico nos recuerdan el caso de Rusia (Kaurova et al., 2014).

Figura 9

Problemáticas en torno a las estadísticas de turismo



1.3.6. Representación incorrecta de la actividad turística

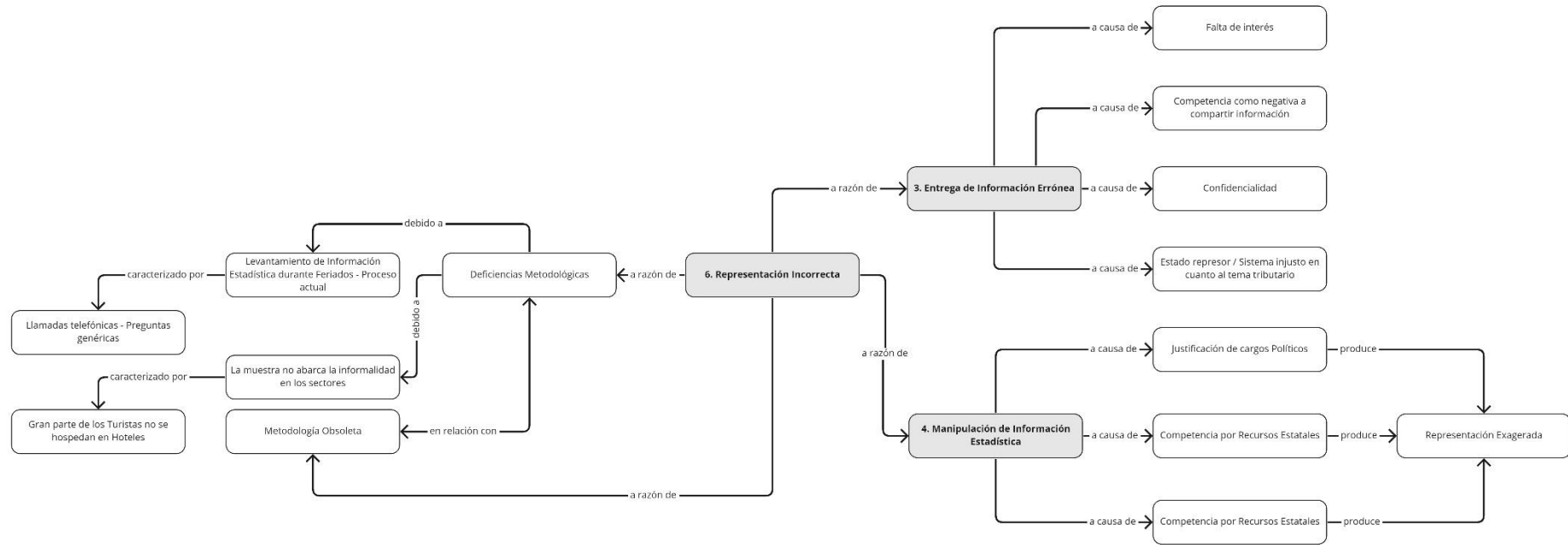
El uso de metodologías inapropiadas al contexto actual donde la demanda ha demostrado un gran cambio desde el inicio de la pandemia (O'Malley et al., 2022), demuestra ser una problemática latente, incluso llegando a considerar a la metodología actual, obsoleta.

Igualmente se piensa en la inutilidad del levantamiento eventual de información durante festividades y no periódicamente durante todo el año. Proceso que es simple y se realiza por medio de llamadas y encuestas genéricas. Así también, la informalidad evita la correcta regulación de los servicios de alojamiento, operación e intermediación, y transporte turístico, y por tanto un conteo real del impacto de la actividad turística. Por ejemplo, en el caso del alojamiento, se sabe que desde hace años la fórmula utilizada para el levantamiento de información es una relación de 60-40. El 60% representa a los turistas o visitantes que llegan a la ciudad y se hospedan en casas de amigos o familiares, y hospedajes tipo Airbnb. Mientras que el 40% se hospedan en hoteles, hostales u otros. La misma situación se podría aplicar a las agencias de viajes que se ven afectadas por las OTAS. De igual forma los servicios de guianza y transporte.

“No, porque no hay una estadística clara (...) no se lleva una estadística de verdad (...) dentro del Ministerio de Turismo hablando en el tema de agencias de viaje, hay un montón de agencias informales o de freelance que trabajan desde la casa y ellos (...) no cuentan con permisos, no cuentan con patentes, no cuentan con un espacio supuestamente dentro de la ley” (M. S. Pesántez, comunicación personal, 17 de agosto de 2022).

Figura 10

Representación incorrecta del impacto turístico



1.3.7. Toma de decisiones

La toma de decisiones puede considerar dos parámetros, la parte cuantitativa (estadísticas) y cualitativa (coyuntura). En el caso de la ciudad de Cuenca, aunque la premisa inicial dicte que es un sistema turístico caracterizado por el desaprovechamiento de las estadísticas por parte de la empresa privada. Esto solo aplica al uso de las cifras públicas, ya que cada empresario tomado en cuenta para este estudio, afirmó mantener cifras privadas que le permite tomar decisiones y planificarse de acuerdo al movimiento del mercado. En algunos casos, estos mismos empresarios se reunían entre sí para la revisión del impacto que ha generado el flujo turístico en el territorio. De igual manera, afirmaron que su experiencia y años de trayectoria van de la mano con las cifras estadísticas, sirviéndoles para poder gestionar su empresa.

“no analizamos mucho las estadísticas del mercado en sí, o sea nosotros sí, para ser efectivos y eficientes se podría decir, buscamos (...) nuestras estadísticas mismas, nuestros análisis mismos para poder ser elocuentes con las necesidades del mercado. Entonces más que (...) las estadísticas privadas o públicas nos fijamos más en nuestras experiencias para poder analizar qué podemos cambiar, que podemos mover, que podemos continuar, que podemos quitar de acuerdo a obviamente nuestras experiencias” (K. Ochoa, comunicación personal, 27 de julio de 2022).

1.3.8. Principios de la influencia social

La relación entre los actores turísticos y su influencia en la creación de estadísticas de turismo adecuadas para la toma de decisiones estuvo marcada en gran medida por varios de los principios de Cialdini (2014), o más bien por la falta de ellos en algunos casos (**Figura 10**).

Inicialmente, el principio de autoridad aduce la relación en la percepción de las personas con la autoridad que mantiene una o varias instituciones de turismo públicas (Cialdini, 2014). A las cuales señalan como responsables de la inversión en proyectos, la regulación del sector. Esta última sería la razón principal de la participación en la entrega de información por parte del sector privado, debido al factor de obligatoriedad del asunto. Razón por la cual el civismo (Groves et al., 2004; Van der Toorn et al., 2011) no tiene mayor injerencia al momento de participar. Aunque claro, esta participación no es del todo veraz como hemos mencionado anteriormente. Esto seguramente debido a la desconfianza existente principalmente en los entes privados respecto a lo público y su gestión del turismo. Por otro lado, la gestión de la FMTPC con respecto a los boletines turísticos entre 2016 y 2019 son un determinante para su legitimidad como ente de autoridad (Nunkoo, 2015).

El principio de reciprocidad por su parte, se ha visto afectado en cierta manera por el proceso estadístico actual. Tal proceso consiste en que los entes públicos soliciten información a la empresa privada sobre su gestión durante feriados, a lo cual están obligados. Sin embargo, dicha solicitud no es correspondida con una retroalimentación apropiada de los resultados obtenidos, sino que posterior al feriado los entes públicos se limitan a la publicación de resultados genéricos en boletines informativos de nomás de una hoja, a través de sus redes sociales o páginas web oficiales. Esta situación cumpliría lo propuesto por Molm (2010) respecto a los intercambios negociados. Es decir, el sector privado carece de una réplica hasta el momento en que se enteran por los medios de comunicación. Cabe aclarar que esta situación no se ha dado desde siempre, según relatos de los actores privados, previo a la pandemia, mientras se mantenía el acuerdo entre la parte pública y la Universidad de Cuenca para la elaboración de boletines estadísticos. Una vez terminado el proceso trimestral, recibían retroalimentación por parte de estudiantes, lo que sugiere que mantener una igualdad en el conocimiento y posesión de información puede reducir la desconfianza.

El principio de consistencia de igual forma se refiere en parte a la falta de continuidad de proyectos por parte del sector público. Aunque también se demuestra cuando los actores entrevistados señalan desconfiar de las estadísticas públicas, pero aun así las revisan de vez en cuando. Probablemente por el principio de escasez, donde ante la falta de información actualizada o del conocimiento de esta, las personas tienden a valorar mejor la información disponible (Suri et al., 2007; Cialdini, 2014). Aunque esta no sirva de manera óptima para la toma de decisiones. Es decir, entonces, el principio de consistencia se cumple y es colateral al principio de escasez, buscando una razón que disminuya la disociación cognitiva (Festinger, 1957).

“Yo creo que hay publicaciones que pueden estar desactualizadas (...) este rato el turismo cambió tanto que ya la estadística que teníamos en el 2017 ¡casi! que quedó obsoleta por el cambio de movimiento y de nuevas tendencias que tiene la actividad turística, entonces puede ser, cómo puede servirnos de un referente, pero no la última palabra o el decidor de acciones para el futuro” (M. R. Aguirre, comunicación personal, 11 de agosto de 2022).

Por otro lado, este mismo efecto desaparece con el conocimiento de dicha información y cómo acceder a la misma, momento en el cual, aunque deficiente y desactualizada, la cantidad de información del sector público se puede volver abrumadora (Phillips-Wren y Adya, 2020; Chewning y Harrell, 1990). Esto sin tomar en consideración otras fuentes de información como el mismo sector privado, los gremios y en ocasiones la academia. A partir

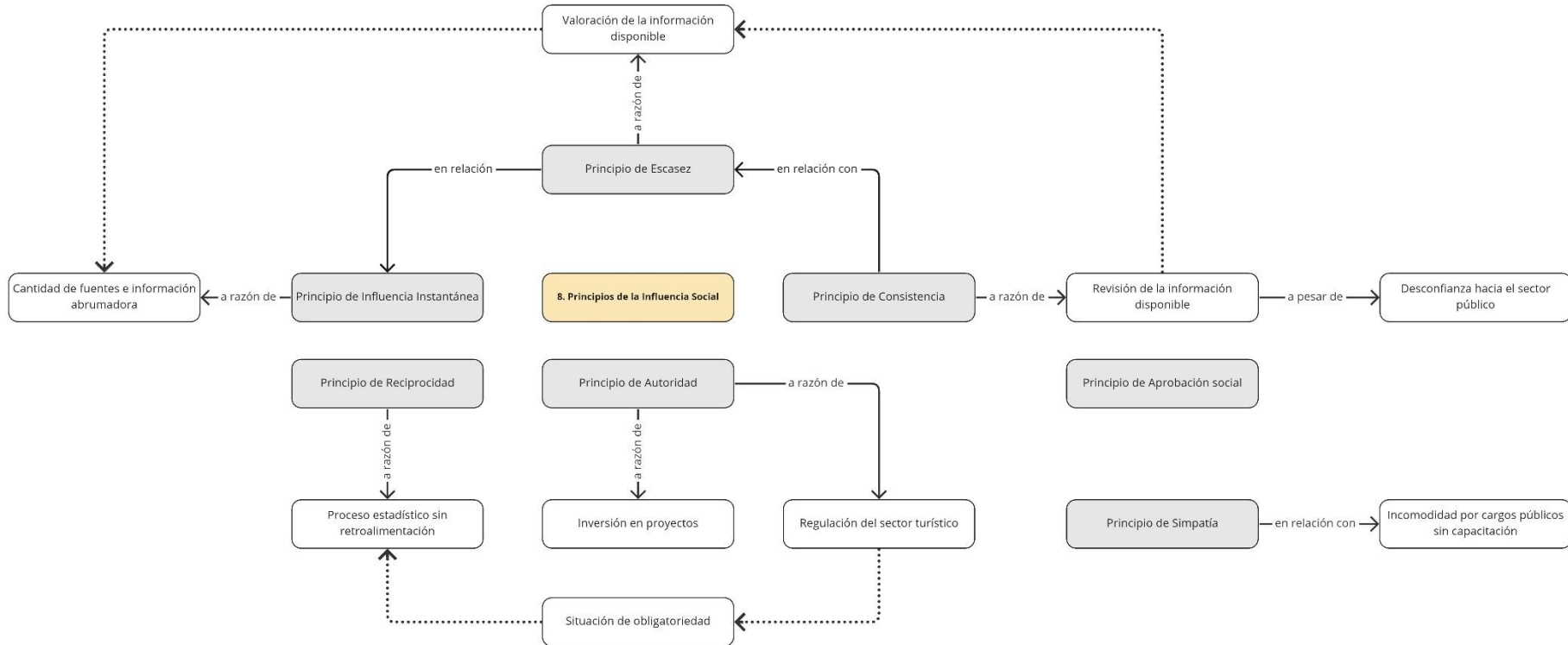
de lo cual se deben tomar en cuenta parámetros que faciliten la elección de información, siendo la desconfianza hacia el sector público una respuesta casi instintiva. Así también, la falta de continuidad de la academia. En otras palabras, se produce el principio de influencia instantánea. En dicho caso, la elección óptima es la información provista por el sector privado y sus gremios. La cual, en un nivel de empresa individual, no diríamos que es rudimentaria pues no la hemos podido revisar, pero si consideramos que es una base firme para la toma de decisiones del sector privado.

“no creo que las cifras sean reales, las que manejamos a nivel del sector público (...) existiendo también otro tipo de estadísticas a nivel de la parte privada, universidades (...) que pueden ser un poco más, más ciertas que las propias del sector público que son las oficiales” (D. Durán, comunicación personal, 30 de septiembre de 2022).

No se encuentra mayor evidencia de los principios de simpatía y validación social. Sin embargo, es posible señalar la falta de simpatía por personas en cargos públicos sin la capacitación adecuada para la realización de estadísticas (Flakus et al., 2021; Johnson et al., 2002). La falta del principio de validación podría deberse a la deficiente comunicación entre actores públicos y privados. De la misma forma, este principio requiere información ya sea basada en experiencia o datos para su toma de decisiones, siendo este el caso de los actores (Lord et al., 2001). Además, de la fuerte intención de colaboración en los distintos sectores, ya que consideran que el trabajo en equipo fue un gran determinante para la adaptación y supervivencia durante la pandemia (Cialdini, 2014; Oyibo y Vassileva, 2019).

Figura 11

Principios de la influencia social en el proceso estadístico



1.3.9. Rol en el proceso estadístico

Se identificaron los siguientes roles en el proceso estadístico (**Figura 11**): inversor, articulador del proceso estadístico, consultor, proveedor de información bruta, receptor de datos y productor de estadísticas, y verificador de la información. A su vez, los roles son ocupados por uno o varios actores turísticos, dependiendo parcialmente de las competencias de cada uno. La cuestión más urgente en este proceso, es el establecimiento de ente articulador o un actor central legitimado por todas las partes interesadas (Della Corte et al., 2018), el cual dicho tiene que ser:

“Un ente que regule, un ente que organice, un ente que brinde información a cada instancia pública o privada en el tema estadístico (...) Yo creo que, que el llamado para que dé el buen ejemplo tiene que ser el sector público sin duda alguna, el sector público porque nosotros pagamos impuestos, todos los ecuatorianos, azuayos, cuencanos, y de hecho eso tiene que servir para que se proponga o se proyecten (...) planes o programas dedicados al turismo” (F. Ledesma, comunicación personal, 25 de julio de 2022).

El rol de inversor lo ocupa el sector público, al cual los actores consideraron el ente responsable de la entrega de recursos económicos y talento humano apto para la producción de estadísticas. La parte pública también ocupa el rol articulador del proceso estadístico de la ciudad, pero esta percepción no es generalizada. Ya que, si bien es el articulador entre la academia, los gremios y parte del sector privado, otra gran parte no agremiada, como se mencionó antes, lo percibe meramente como un inversor (Della Corte et al., 2018). Por su parte, la academia tiene el rol de consultor en materia de cifras turísticas, debido al talento humano que mantiene, el cual se encuentra capacitado para la investigación estadística. Además, se caracteriza en la percepción pública y privada como un ente carente de intereses directos en la industria turística. El sector privado en cambio, es el encargado de proveer información acertada. Dicha responsabilidad se convierte en una obligación legal con la parte pública, que se encarga de la regulación del sector turístico, al contrario de la academia con quienes solo mantienen un deber social;

“el sector privado obviamente, pues es obviamente el que emite la información y pues que por ley está obligado a dar, dar, la información en la ley de turismo consta la obligatoriedad de dar información” (A. Ochoa, comunicación personal, 4 de octubre de 2022).

Por otro lado, limitar al sector privado a un rol importante, pero sin mayor involucramiento, puede crear desinterés y recelo. Lo que provoca una deficiente entrega de información comprometiendo todo el sistema desarrollado en torno a las estadísticas.

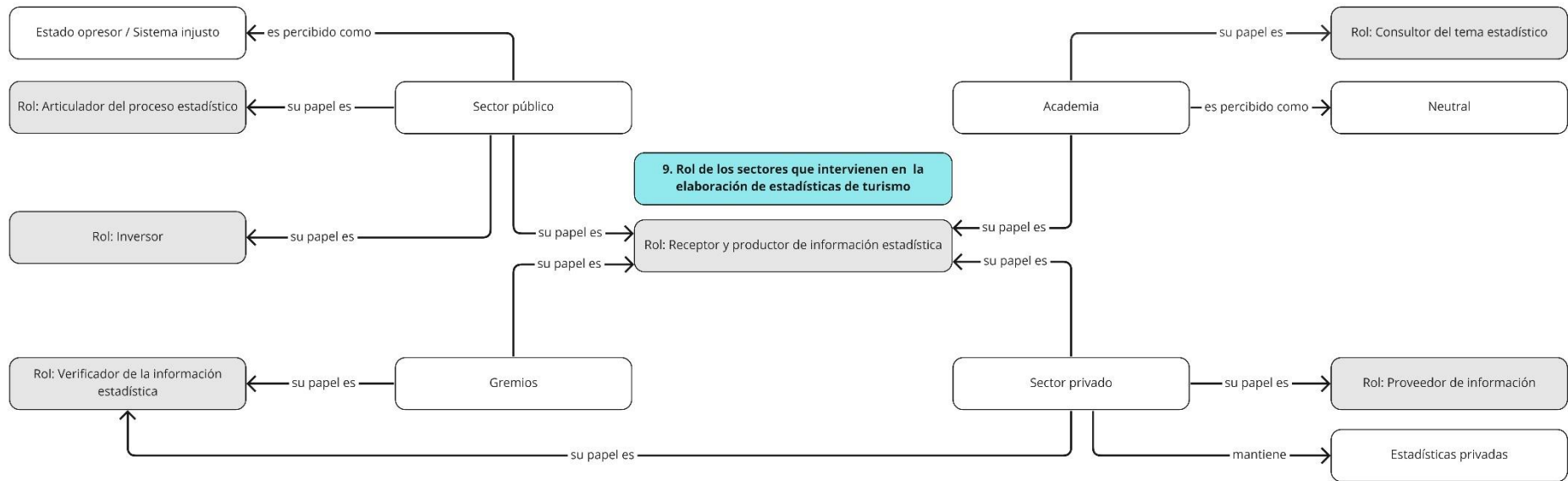
La situación del rol de receptor y productor de estadísticas es un poco más complicada. Los sectores: público, privado, los gremios y la academia son quienes caracterizan este rol, a nivel nacional, local, gremial e individual. En este orden, el MINTUR sería el encargado de las estadísticas de turismo a nivel nacional, la FMTPC y la academia a nivel local, los gremios a nivel de sus agremiados, y tanto la empresa privada agremiada como la no agremiada, a nivel individual. Este es un problema debido a la falta de liderazgo por parte de algún ente articulador (Della Corte et al., 2018), que dificulta el proceso estadístico y entorpece la toma de decisiones de los actores turísticos debido al exceso de fuentes de información;

“no se nos facilita no sabemos porque por ejemplo la Universidad de Cuenca maneja un tipo de estadística, la Universidad del Azuay maneja la estadística (...) las empresas municipales contratan consultorías para hacer este tipo de estadísticas, entonces no hay una estadística real no es confiable” (G. Segovia, comunicación personal, 14 de septiembre de 2022).

Finalmente, el rol de verificador de la información publicada lo tienen los gremios quienes se reúnen eventualmente con esta finalidad. La situación es similar en la empresa no agremiada, pues se observó cierta asociatividad limitada al sector hotelero. En consecuencia, estas asociaciones revelaron a la empresa privada las discrepancias existentes entre estadísticas públicas y privadas; “nosotros sí nos reunimos en hoteles y lo que se ve versus lo que tenemos no es real, y una estadística no es decir que un feriado está lleno porque eso es evidente” (E. Cando, comunicación personal, 21 de agosto de 2022).

Figura 12

Rol de los sectores que intervienen en la elaboración de las estadísticas de turismo



1.3.10. Articulación Turística

Las redes estratégicas son la muestra del aporte, y la generación de recursos y oportunidades que proviene de la confianza entre las partes interesadas (Della Corte, 2018). La articulación turística puede ser fácilmente segmentada de acuerdo a los actores que intervienen en ella, por ejemplo, una articulación general o generalizada, sería la situación en la cual todos los actores involucrados, dentro o fuera de los sectores público y privado intervengan. La FMTPC es un notable ejemplo de articulación generalizada, a la vez que hace un llamado por la asociatividad del sector turístico al incluir a representantes públicos y pertenecientes a gremios turísticos en su directorio. De igual manera, mantiene una relación estrecha con la Universidad de Cuenca, la cual desde hace años ha desempeñado un papel clave en la elaboración de estadísticas de turismo. Dicha relación es beneficiosa dado que solventa el vacío técnico en el proceso estadístico público, a la vez que, al ser un ente neutral en la percepción de los actores, mejora la imagen de las instituciones turísticas y su gestión, al menos en cuanto al tema estadístico.

Por otro lado, una articulación público-privada, es una que por su propio nombre ya responde la cuestión de quiénes la integran, y bien podría representar gran parte de la primera. Sin embargo, no se ha demostrado mayor articulación que la ya mencionada anteriormente, entre dichos entes durante este estudio, a no ser por una relación entre proveedor (lo privado) y provisto (lo público) de información para la elaboración de estadísticas, que deja mucho que desear para ambas partes, habitualmente. Esto no quiere asumir que sea una relación completamente deficiente, por el contrario, el sector privado se ha mostrado presto a colaborar con información, y el sector público a dar apertura a las necesidades de los actores (Della Corte, 2018; Barney et al., 2012), mediante el diseño de un modelo de gestión para el Observatorio Turístico que beneficie a todas las partes interesadas.

La articulación privada, de igual forma solo se refiere a entes privados, los cuales se pueden dividir entre la empresa privada agremiada y la no agremiada. En el caso de los gremios turísticos, estos se reúnen para la revisión de resultados posterior a un feriado, con la intención de servir a sus agremiados y colaborar con los distintos gremios de guías, operadoras y agencias de viaje, y de servicios de alojamiento. Por otra parte, las empresas no agremiadas, que representan a la mayoría de la empresa privada regulada en la ciudad, agrupan principalmente a hoteleros, quienes se reúnen eventualmente con la misma finalidad. Esto no quiere decir que trabajen de forma separada, al contrario, mantienen comunicación, gremios y no agremiados, para la verificación de datos, por el contrario, se refiere a la problemática de la falta de representatividad mencionada con anterioridad.

Las asociaciones en cuanto a la revisión de datos, son solo una parte del espectro de la articulación. El caso de LATAM, una de las aerolíneas operantes en la ciudad, y las agencias de viajes, es uno de los más alentadores en cuanto a colaboración. Donde la primera, ha demostrado no solo predisposición para la asociatividad con sus socios clave (agencias), sino también liderazgo al servirles como una fuente de información o consejo en su toma de decisiones. Relación que es reproducida entre las propias agencias de viajes. Esto demuestra la propuesta por Della Corte (2018) sobre la articulación aun en condiciones de desconfianza.

Con estos ejemplos, se estableció la intención de articular las diferentes partes interesadas. Sea el caso de la parte pública, los gremios y la academia, o exclusivamente del sector privado. Sin embargo, esta sería una articulación incompleta que requerirá de un cambio de actitud en los gestores turísticos y el sector privado, que devendrá en nuevos modelos de distribución de poder, así como de una iniciativa basada en la confianza, simpatía y reciprocidad (Tosun, 2000; Beritelli, 2011; Della Corte et al., 2018).

1.3.11. Desarticulación turística

La existencia de recelo tanto en la parte pública como en la privada es una cuestión innegable. La relación es distante y se debe a un acercamiento defectuoso, falta de coordinación y soporte proveniente del sector público. En consecuencia, los actores no se sienten conformes, y cada uno tiende a inclinarse hacia la búsqueda de intereses propios, creando mecanismos que les permitan estar informados, y de los cuales no desconfíen. De igual manera, la relación al interior del sector público, se demuestra cautelosa debido a la falta de un proceso unificado y transparente que estandarice las metodologías de las instituciones. Y que simultáneamente permita la comparación de cifras públicas. En vista de lo anterior, varios actores mencionaron la necesidad de una alianza estratégica, en la cual todos los actores, públicos, privados, y academia, involucrados de una u otra forma con la actividad turística, deben trabajar conjuntamente, de acuerdo a sus competencias, mediante un modelo horizontal donde todos sean igual de importantes en la toma de decisiones para el desarrollo turístico local. Pero, además, en el caso del sector privado, que estos no sean vistos de forma única, como simples proveedores de información, sino que esta vez se les provea a ellos la oportunidad de ser partícipes de una retroalimentación apropiada, con el fin de reparar una relación previamente fracturada.

1.3.12. Características positivas de la estadística disponible

Aunque en gran parte los entrevistados señalaron conocer la estadística publicada durante la última década, sopesamos la posibilidad de que se haya considerado a las cifras turísticas

publicadas en medios de comunicación antes que a los boletines emitidos por la FMTPC. Salvo por funcionarios públicos, académicos, y dirigentes gremiales, no creemos que el sector privado en su mayoría, esté al tanto de los boletines turísticos. Razón por la cual es posible decir que el aporte de la estadística pública local no tiene un impacto significativo en el desarrollo turístico. Esto a causa en parte de factores como la falta de representatividad que afecta la divulgación de dicha información a los actores no agremiados o participantes de los boletines. Es necesario añadir la falta de interés en las estadísticas de turismo por parte de los actores privados que fueron entrevistados, al preponderar las necesidades de sus establecimientos y usuarios.

De igual manera, y a pesar de que la OMT considera al sector de alojamiento como un indicador del flujo turístico. El resto de sectores (alimentos y bebidas, operación e intermediación, y transporte turístico) manifiesta la carencia de indicadores específicos para el giro de su negocio, por lo cual no les es pertinente utilizar cifras provenientes exclusivamente del sector hotelero;

“nosotros como empresa privada no nos basamos mucho en las encuestas que hay del sector público porque no son válidas desde nuestro punto de vista. Nuestro trabajo se realiza en función de la satisfacción de nuestros clientes en el restaurante (...) hay un refrán que dice que la calidad de un restaurante no se mide por la cantidad de platos que vendes en un día sino por la cantidad de (...) comensales que regresan al día siguiente (...) entonces eso es lo que a nosotros nos da la satisfacción de qué estamos haciendo bien las cosas más que fijarnos en lo que esté haciendo el (...) sector público” (J. C. Solano, comunicación personal, 31 de agosto de 2022).

Aun así, como se mencionó anteriormente, varios actores demostraron conocimiento y asertividad en cuanto a los boletines estadísticos y su calidad, señalando que fue un excelente trabajo por parte de la FMTPC, la Universidad de Cuenca y la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, a través del Grupo de Investigación en Economía Regional.

1.3.13. Propuestas para la mejora de las estadísticas

Ante la necesidad expresa en el Plan de Turismo para Cuenca 2020-2024 de la FMTPC sobre la importancia de las estadísticas, se planteó el diseño y creación de un Observatorio de Turismo que agrupara toda la información turística disponible. A la vez que elaborara nueva data, sirviendo a modo de repositorio público para el sector privado, el cual haría uso de las nuevas cifras producidas para su toma de decisiones. Tal proyecto se podría decir que mantiene una gran expectativa en todos los entes públicos involucrados, academia, gremios,

y actores privados que se encuentran al tanto del mismo. Era necesario señalar lo último ya que, de los entrevistados del sector privado, todos, a excepción de los actores en cargos gremiales, desconocían el proyecto.

Con base a lo anterior, puede existir la necesidad de información, pero ante la falta de una cultura estadística para el entendimiento y aprovechamiento correcto de la información. El observatorio es considerablemente un error visto desde la situación de la industria turística actual. Entonces una buena pregunta sería ¿a quién sirve realmente el observatorio turístico?

Por otro lado, aunque manteniendo un desconocimiento del modelo de gestión del futuro Observatorio Turístico, sugerimos la revisión del modelo propuesto por Atamas y Kotelnikov (2020). En el modelo se establece la cooperación como punto focal, y nos proveen de ejemplos como el intercambio de información, la provisión de informes estadísticos, y la participación en el proceso de planificación, entre otros.

Así también, encaminándonos un poco más allá de la parte técnica, se considera necesario el establecimiento de una relación a partir de la confianza que se fortalezca con la transparencia del sector público (Lee et al., 2010). Esto en cuanto a su gestión de forma general del territorio, y de forma específica en torno al proceso estadístico. Finalmente, se concluye este capítulo con la recomendación de revisar el **Anexo G**, para una comprensión ampliada de las percepciones de los actores turísticos en torno al tema estadístico.

CAPÍTULO 2: COMPARACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESTADÍSTICAS DE TURISMO REALIZADAS EN CUENCA

2.1. Información estadística de otros contextos

México, Perú y Ecuador son países con un gran potencial estadístico respecto a la elaboración de cifras de turismo, como se explicará durante la extensión de este capítulo.

México, es un notable referente de la producción estadística regional (Vargas, 2017). Mientras que Perú por su parte, se ha desarrollado en un contexto similar al de Ecuador, debido a que pertenecen a una misma región, son países vecinos y comparten demanda turística; Estados Unidos, Venezuela, Perú, y Ecuador, entre otros (World Travel & Tourism Council [WTTC], 2022a, 2022b). Dichas razones, así como ciertas similitudes en cuanto a su contexto turístico, encontradas en ciudades patrimoniales de dichos destinos (Serrano et al., 2020), sugieren que los mismos son casos propicios a ser explorados para construir un marco de referencia para Ecuador y su posición en un mundo cada vez mejor adaptado y con mayor conciencia del uso de la información estadística. Este marco sirve de igual forma para la ciudad de Cuenca y su sistema estadístico en desarrollo, con un Observatorio Turístico planificado para 2021, y que se espera se lleve a cabo en 2023.

2.1.1. México

México es uno de los principales destinos de Latinoamérica en la actualidad y previo a la pandemia de Covid-19. Hasta 2019, ocupó la séptima posición en el ranking mundial por llegadas de turistas internacionales – 45 millones, y el décimo séptimo en ingresos de divisas por turismo – 24.6 mil millones (OMT, 2020). En ese marco, México también demuestra poseer probablemente el mejor modelo de sistema estadístico enfocado exclusivamente a la actividad turística, en América Latina. El Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México (DataTur) monitorea, produce y divulga información de la actividad turística, relacionada a las entradas y salidas de turistas, flujos aéreos y de cruceros, e indicadores de la ocupación hotelera, entre otras diversas publicaciones y visualizadores (Secretaría de Turismo, 2015). A la vez que igualmente es receptor de información de diversas fuentes públicas, privadas y sociales.

La accesibilidad de esta información es libre y gratuita, además el formato en que se presenta incluye publicaciones .pdf, archivos históricos en formato .zip y .xlsx de cada apartado estadístico, lo que es propicio para el desarrollo de análisis comparativos y externos a las fuentes oficiales. También utiliza Microsoft Power BI², un software para la visualización de

² “Plataforma unificada y escalable de inteligencia empresarial (BI) con funciones de autoservicio apta para grandes empresas”.

datos. Por otro lado, mantiene un glosario con la terminología utilizada en los productos estadísticos, que agrupa los conceptos utilizados por la OMT y la Cuenta Satélite del Turismo en México - CST realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía – INEGI (DATATUR, s.f.).

Igualmente, si establecemos que el uso de la norma internacional para estadísticas de turismo es un marco de calidad, debido a los estándares propuestos por los diferentes entes estadísticos internacionales; División de Estadística de las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Grupo de Coordinación Interinstitucional sobre Estadísticas de Turismo, que diseñaron la RIET 2008 (OMT, 2010). Así como organismos similares; Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat), la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), mismos que colaboraron en la creación de la “Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008” (OMT, 2008). La CST en México tiene como referentes el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN 2008) y Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual 2008 (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2022).

Mientras que, si hablamos de la construcción estadística de la data disponible, esta responde en parte a la metodología presentada por el INEGI a través de la Encuesta de Turismo de Internación (ETI) y la Encuesta de Viajeros Fronterizos (EVF), que alimenta a diversos usuarios, entre ellos la OMT y la Secretaría de Turismo - SECTUR. A la vez que DataTur es un ente que se alimenta de otras fuentes como la Unidad de Política Migratoria, Secretaría de Gobernación, Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA), entre otros.

Así mismo, en un sector económico tan cambiante como lo es el turismo, la periodicidad de la información disponible es un tema crucial. En este caso, la información se presenta en períodos mensuales, trimestrales, y anuales. Incluso, aunque la información no es presentada de manera semanal, el Programa de Monitoreo Hotelero DataTur, si mide semanalmente la actividad hotelera en 70 destinos y corredores turísticos. Cabe señalar que todos los apartados con información disponible son actuales, la información menos reciente son los censos económicos que se realizan cada cinco años, y el último se realizó en 2019, mientras que la data de 2020 en su mayoría se refiere a la oferta turística. De igual forma, aunque actualizada, varios apartados de información son publicados con uno o dos meses de retraso, algo comprensible tomando en consideración la extensión territorial y la cantidad de centros turísticos captados.

A continuación, se presenta un listado en la **Tabla 6**, con la estadística disponible en el portal web de información turística DataTur (<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>). Listado que contiene la periodicidad, últimas cifras disponibles, entidad que produce o mantiene dicha información, las fuentes principales y los links de visualización o descarga:

Tabla 6

Listado de la información estadística disponible, SECTUR - DATATUR

Publicaciones e indicadores	Periodicidad	Últimas cifras disponibles	Entidad productora	Fuentes principales	Link de visualización o descarga
Ranking Mundial del Turismo Internacional	Anual	2022	SECTUR - DataTur	Organización Mundial de Turismo - OMT	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/RankingOMT.aspx
Encuesta de viajeros internacionales	Mensual	2022*	SECTUR - DataTur	INEGI / Banco de México	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/VisitantesInternacionales.aspx
Llegadas a Museos y Zonas Arqueológicas	Mensual	2022*	SECTUR - DataTur	Instituto de Antropología e Historia - INAH	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadesCulturales.aspx
Entradas aéreas de visitantes extranjeros por país de residencia y aeropuerto	Mensual	2022*	SECTUR - DataTur	Unidad de Política Migratoria; Registro e Identidad de Personas de la Secretaría de Gobernación.	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Visitantes%20por%20Residencia.aspx
Entradas aéreas de visitantes extranjeros por nacionalidad	Mensual	2022*	SECTUR - DataTur	Unidad de Política Migratoria / Secretaría de Gobernación.	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Visitantes%20por%20Nacionalidad.aspx
Llegadas por Aeropuerto (Flujo de pasajeros y vuelos)	Mensual	2022*	SECTUR - DataTur	Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA).	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/TrasnAerea.aspx
Flujo de pasajeros aéreos por aerolínea	Mensual	2022*	SECTUR - DataTur	Agencia Federal de Aviación Civil / Secretaría de Comunicaciones y Transportes	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/FlujoPorAerolinea.aspx
Actividades en Crucero	Mensual	2022*	SECTUR - DataTur	Secretaria de Marina -SEMAR	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Actividades%20En%20Crucero.aspx
Resultados de la Actividad Turística (RAT)	Mensual	2022	SECTUR - DataTur	SECTUR	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/versionesRAT.aspx
Cuenta Satélite del Turismo de México	Anual	2020	SECTUR - DataTur	Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ProductoDestacado3.aspx
Indicador Trimestral del Empleo Turístico	Trimestral	2022	SECTUR - DataTur	SECTUR	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ResultadosITET.aspx
Indicadores Trimestrales de la Actividad Turística	Trimestral	2022	SECTUR - DataTur	INEGI / Banco de información económica	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ResultadosITAT.aspx

Pueblos mágicos	N/A	N/A	SECTUR - DataTur	SECTUR.	https://www.datatur.sectur.gob.mx/PueblosMagicos/pminicio.aspx
Oferta de Servicios Turísticos por Entidad	Anual	2020*	SECTUR - DataTur	Oficinas de Turismo de los Gobiernos de los Estados y Ciudad de México / INEGI.	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/InventarioTuristico.aspx
Censos económicos	Cada 5 años	2019	SECTUR - DataTur	INEGI.	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CensosEconomicos.aspx
Información Turística por Entidad Federativa	Mensual / Anual	2020	SECTUR - DataTur	INEGI.	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx
Porcentaje de ocupación / Programa de Monitoreo Hotelero DataTur	Anual	2022	SECTUR - DataTur	SECTUR.	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx
Publicaciones digitales	N/A	2022	SECTUR - DataTur	SECTUR.	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/DocsPubs.aspx
Actividad hotelera	N/A	2022	SECTUR - DataTur	SECTUR.	https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx

Nota. *Datos preliminares. Adaptado de "DATATUR," por Gobierno de México, s.f. (<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>).

2.1.2. Perú

En el caso de Perú, este es uno de los países fronterizos con Ecuador, y en cuanto a actividad turística, en 2019 obtuvo llegadas internacionales de más de 4 millones de turistas y un aproximado de 3 mil millones de dólares en ingresos por turista internacional (OMT, 2020). Su modelo de difusión estadístico es similar al anterior, pues se lleva a cabo mediante la plataforma digital estatal del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR. Dentro del cual, son el Viceministerio de Turismo – VMT y la Dirección General de Investigación y Estudios de Turismo y Artesanía – DGIETA, los encargados de recopilar y sistematizar la información de la actividad turística.

Debido a estos entes, Perú cuenta actualmente con un compendio de publicaciones y reportes estadísticos, entre estos, los reportes y niveles de satisfacción de turistas por regiones, turismo interno, ingresos por divisas de turismo, etc. Las publicaciones estadísticas, así como la información interactiva se encuentra repartida entre los portales web del Gobierno del Perú, el MINCETUR, y el Sistema de Información Estadística de Turismo. Este último contiene cuatro puntos generales: el flujo de turistas internacionales y el ingreso por divisas del turismo receptivo; las llegadas de visitantes a sitios turísticos, museos y áreas naturales protegidas por el Estado; arribo, pernoctaciones y capacidad ofertada en establecimientos de hospedaje; y movimiento general de pasajeros en los aeropuertos del Perú.

Otros ejemplos más específicos son la Cuenta Satélite de Turismo que realiza un análisis detallado de la producción turística de bienes y servicios desde la oferta y el consumo de bienes y servicios por parte de los visitantes desde la demanda turística (MINCETUR, 2021). El Turismo Interno, que presenta información nacional y departamental del número de viajes, permanencia, gasto promedio por persona, estructura de gasto, lugares visitados y aspectos sociodemográficos mediante la Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR) (MINCETUR, 2020). Por otro lado, al igual que México, el sistema estadístico de turismo de Perú, también mantiene un glosario de definiciones de turismo, acorde a las RIET 2008, por ejemplo, en conceptos básicos como las variantes de viajeros: turista y excursionista; las formas de turismo: interno, receptor, emisor; y los motivos principales: ocio, visitas a familiares, negocios, etc. (OMT, 2010). Además, incluye terminología para la estadística hotelera y sus indicadores.

Las publicaciones estadísticas son el resultado del manejo coordinado de la información, con los distintos gobiernos regionales, ministerios y sus direcciones desconcentradas, y entidades relacionadas al sector turístico. Finalmente, en cuanto a la periodicidad de la información

disponible, esta varía de acuerdo a cada publicación, es decir puede ser anual o mensual, igualmente con cifras en su mayoría actualizadas a la fecha.

A continuación, se presenta el listado, en la **Tabla 7** de las estadísticas disponibles al momento, en las plataformas del MINCETUR (https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/datos_turismo.htm) y el Sistema de Información Estadística de Turismo (<http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/index.html>):

Tabla 7

Listado de la información estadística disponible, MINCETUR - Datos Turismo

Publicaciones e indicadores	Periodicidad	Últimas cifras disponibles	Entidad productora	Fuentes principales	Link de visualización o descarga
Flujo de turistas internacionales e ingreso de divisas por turismo receptivo	Anual / Mensual	2022*	MINCETUR / VMT / DGIETA-DIAITA	Superintendencia Nacional de Migraciones	http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/index.html
Llegada de visitantes a sitios turísticos, museos y áreas naturales protegidas por el Estado	Anual	2022	MINCETUR / VMT / DGIETA-DIAITA	Direcciones desconcentradas del Ministerio de Cultura; Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP); Municipalidades; otros.	http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/index.html
Arribos, pernoctaciones y oferta hotelera en establecimientos de hospedaje	Anual	2022*	MINCETUR/VM T/ DGIETA	Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje	http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/index.html
Movimiento general de pasajeros en los Aeropuertos del Perú	Mensual	2022*	MINCETUR	Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial - CORPAC	http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/index.html
Reportes regionales de Turismo	Anual	2021	MINCETUR/VM T/ DGIETA-DIAITA	Encuesta mensual de turismo para establecimientos de hospedaje, CORPAC, Ministerio de Cultura, otros.	https://www.gob.pe/institucion/mincetur/colecciones/9025-reportes-de-turismo-reporte-regional-de-turismo
Indicadores de ocupabilidad	Mensual	2022	MINCETUR	Resultados de la Encuesta Mensual para Establecimientos de Hospedaje	https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/estaTurismo/indexWeb.aspx
Terminología para las estadísticas de turismo	N/A	N/A	MINCETUR	N/A	https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/TERMINOLOGIA_PARA_LAS_ESTADISTICAS_DE_TURISMO.pdf
Compendio de Cifras de Turismo	Mensual	2022	DGIETA	Superintendencia Nacional de Migraciones; BCRP; Ministerio de Cultura; otros.	https://www.gob.pe/institucion/mincetur/colecciones/576-peru-compendio-de-cifras-de-turismo

Cuenta Satélite de Turismo	N/A	2020	MINCETUR/VM T/ DGIETA - DEPTA	MINCETUR; CORPAC; SERNANP; otros.	https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/22168-peru-cuenta-satelite-de-turismo
Nivel de satisfacción del turista en regiones	Anual	2020	DGIETA	Turistas extranjeros	https://www.gob.pe/institucion/mincetur/colecciones/577-peru-nivel-de-satisfaccion-del-turista-en-regiones
Turismo Interno	N/A	2018	MINCETUR/VM T/ DGIETA- DEPTA	Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR)	https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/22170-peru-turismo-interno
Ingreso de Divisas por Turismo Internacional	N/A	2020	MINCETUR/VM T/ DGIETA- DEPTA	Banco Central de Reserva del Perú – BCRP; PROMPERÚ; otros.	https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/462467-ingreso-de-divisas-por-turismo-internacional
Sistema de Inteligencia Turística	N/A	N/A	MINCETUR/VM T/ DGIETA- DIAITA	Superintendencia Nacional de Migraciones; CORPAC; SERNANP; Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI); otros.	https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/map_a_interactivo/index.html

Nota. *Datos preliminares. Adaptado de “Datos Turismo,” por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, s.f. (<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>).

2.1.3. Ecuador

Ecuador por su parte, es un país que en la última década demostró un crecimiento sostenido en cuanto a llegadas de turistas. Previo a la pandemia tuvo un alcance de 2 millones de turistas en llegadas internacionales y un aproximado de 2 mil millones de dólares en ingresos por turista internacional (OMT, 2020). Al igual que los casos anteriores, sus estadísticas son libre acceso y se pueden visualizar en la plataforma digital del MINTUR, (servicios.turismo.gob.ec). El proceso de construcción de la información se da mediante la coordinación del órgano rector (MINTUR) y los órganos seccionales (Direcciones zonales) con el apoyo de la Gestión General de Estadísticas e Investigación. Mientras que la Gestión de Inteligencia de Mercados provee información para la generación de indicadores económicos de turismo con la participación del Banco Central del Ecuador - BCE, (Acuerdo Ministerial 44, 2018). El manejo de las estadísticas de turismo se desarrolla mediante un sistema de publicaciones y movimientos construidos por el MINTUR, con base a la encuesta coyuntural de alojamiento con una desagregación territorial: nacional, provincial y cantonal; las estadísticas de servicios turísticos - niveles anteriores y parroquial; y la encuesta de alojamiento y gasto en feriados nacionales - nivel provincial, además de otras fuentes de información relacionadas al tema turístico. Esta información se encuentra disponible al público mediante el Visualizador de información turística del Ecuador (<https://servicios.turismo.gob.ec/>), que pone al servicio de la comunidad publicaciones en formato .pdf, y movimientos y actividades en torno al turismo por medio del software Microsoft Power BI, y Tableau³, en el caso de los Movimientos Internos: GEOVIT. La periodicidad depende del tipo de publicación al estar sujeta a un estado de actualización que se pueda otorgar, ya sea anual o mensual, de acuerdo al Programa Nacional de Estadísticas 2021-2025, expedido por el INEC (2021). A continuación, se presenta la **Tabla 8, y Tabla 9**, con el listado de publicaciones y movimientos estadísticos disponibles:

³ Software de visualización de datos interactivos.

Tabla 8

Listado de la información estadística disponible, MINTUR - Visualizador de Información Turística

Publicaciones e indicadores	Periodicidad	Últimas cifras disponibles	Entidad productora	Fuentes principales	Link de visualización o descarga
Publicaciones					
Revista Panorama Turístico*	Mensual	2022	MINTUR	BCE, MINTUR, SRI, otros.	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador
Presentación mensual*	Mensual	2022	MINTUR	BCE, MINTUR, SRI, otros.	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador
Resumen ejecutivo – Indicadores clave (español)	Mensual	2022	MINTUR	BCE, MINTUR, SRI, otros.	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador
Boletines de Estadísticas Turísticas	Anual	2017	MINTUR	INEC, BCE, Servicio de Rentas Internas (SRI), otros.	https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-24-21-06-03/boletines-de-estadisticas-turisticas
Boletines Mensuales de Turismo (Información provisional)	Mensual	2020	MINTUR	INEC, BCE, MINTUR, Subsecretaría de Migración – Ministerio de Gobierno.	https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-24-21-06-03/boletines-mensuales-de-turismo
Indicadores de Turismo	Anual	2020	MINTUR	INEC, BCE, MINTUR, otros.	https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-24-21-06-03/indicadores-de-turismo
Levantamiento de información sobre el comportamiento del turismo a nivel nacional dada la nueva normalidad generada por la afección del virus COVID-19	N/A	2020	MINTUR	Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la Nueva Normalidad	https://servicios.turismo.gob.ec/estudio-del-comportamiento-del-turismo-nacional-en-el-escenario-covid-19
Llegadas internacionales	Mensual	2021	MINTUR	Ministerio de Gobierno	https://servicios.turismo.gob.ec/llegadas-internacionales
Perfiles de turismo internacional	N/A	2017	MINTUR	MINTUR – Dirección de inteligencia de mercados	https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-24-21-06-03/perfiles

Feriatos	Eventual	2021	MINTUR	Encuesta de Alojamiento y Gasto en Feriados Nacionales, Dirección de Inteligencia de Mercados - MINTUR	https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-24-21-06-03/feriados
Metodologías	N/A	N/A	MINTUR	Instituciones Miembros de la Comisión Especial de Estadística de Población y Migración que sumillan la ficha metodológica y serie de datos del indicador (X)	https://servicios.turismo.gob.ec/metodologias
Cuenta satélite de turismo	Anual	2016	MINTUR	Banco Central del Ecuador (BCE).	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador

Visualizador de indicadores turísticos

Indicadores de alojamiento	Mensual	2021	MINTUR	Encuesta coyuntural de alojamiento	https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/indicadores-de-alojamiento
Entradas y salidas internacionales	Anual / Mensual	2022	MINTUR	INEC	https://servicios.turismo.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales
Establecimientos registrados	N/A	N/A	MINTUR	MINTUR - Dirección de acreditación y control	https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados
Observatorio Turístico de Galápagos	Anual / Mensual	2022	MINTUR	Consejo de Gobierno de Galápagos – Tarjeta de control de tránsito; Dirección del Parque Nacional Galápagos – Registros de ingreso de visitantes	https://servicios.turismo.gob.ec/observatorio-turistico-de-galapagos
Movimientos internos - GEOVIT	Anual	2018	MINTUR	Visitas turísticas internas	https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit
Conectividad	N/A	N/A	MINTUR	Dirección General de Aviación Civil	https://servicios.turismo.gob.ec/conectividad

Feridos nacionales – Alojamiento y gasto turístico	Anual / Eventual	2022	MINTUR	Encuesta de alojamiento y gasto en feridos nacionales	https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/feridos-nacionales
Áreas naturales del Ecuador	Anual / Mensual	2022	MINTUR	Ministerio de Ambiente y Agua – Dirección de Áreas Protegidas y Otras Formas de Conservación	https://servicios.turismo.gob.ec/areas-naturales-del-ecuador

Nota. *Datos preliminares. Adaptado de "Visualizador de información turística del Ecuador," por Ministerio de Turismo, s.f. (<https://servicios.turismo.gob.ec/>).

Tabla 9

Listado de visualizadores económicos disponibles, MINTUR

Publicaciones e indicadores	Periodicidad	Últimas cifras disponibles	Entidad productora	Fuentes principales	Link de visualización o descarga
Indicadores económicos de turismo					
Producto Interno Bruto Turístico	Anual	2021	MINTUR	Banco Central del Ecuador – BCE	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico
Balanza Turística	Anual / Trimestral	2021	MINTUR	BCE – Balanza de pagos	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico
Valor Agregado Bruto turístico	Anual	2020	MINTUR	BCE	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico
Empleo	Anual	2019	MINTUR	World Travel & Tourism Council - WTTC	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico
Apertura y Cobertura Turística	Anual	2022*	MINTUR	BCE	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico
Glosario	N/A	N/A	MINTUR	N/A	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-economico
Índice de competitividad turística					
Índice ponderado	Cada 2 años	2019	MINTUR	Foro Económico Mundial	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-competitividad
Índice sin ponderar	Cada 2 años	2019	MINTUR	Foro Económico Mundial	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-competitividad
Detalle	Cada 2 años	2019	MINTUR	Foro Económico Mundial	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-competitividad
Inversiones en el sector turístico					
Contratos firmados de inversión	Anual	2022	MINTUR	MINTUR - Dirección de Inversiones y Conectividad	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-inversiones
Inversión por provincia	N/A	N/A	MINTUR	MINTUR - Dirección de Inversiones y Conectividad	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-inversiones
Ventas e impuesto causado del sector turístico					

Ventas – Actividades del sector turístico	Anual	2022	MINTUR	Servicio de Rentas Internas – SRI (F104**)	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas
Impuesto causado – Impuesto al Valor Agregado de actividades turísticas			MINTUR	SRI (F104)	https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas

Nota. *Datos preliminares. **Declaración del impuesto al valor agregado. Adaptado de “Visualizador de información turística del Ecuador,” por Ministerio de Turismo, s.f. (<https://servicios.turismo.gob.ec/>).

2.2. Información estadística de la ciudad de Cuenca

Durante la última década, en el período 2013-2021, la FMTPC ha realizado numerosos ejercicios estadísticos para analizar la demanda y oferta turística de la ciudad de Cuenca. Dichos ejercicios fueron el resultado del trabajo conjunto entre el sector público y la academia. Los boletines correspondientes a 2013 y 2014 se trabajaron con la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad - FCH, mientras que los pertenecientes al lapso entre 2016 y 2019, con la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Durante el mismo periodo, específicamente en 2018, la FCH publicó el boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca. Posteriormente, en 2019 la Asociación de Hoteleros del Azuay publicó cifras respecto a la actividad turística en feriados, sin embargo, estos no se encuentran disponibles al momento. Finalmente, durante la pandemia, la FMTPC siguió levantando información sobre la actividad turística en feriados, misma que eventualmente sería publicada en 2021, con los análisis estadísticos de los feriados de octubre y noviembre.

Las publicaciones antes mencionadas, sirvieron hasta cierto punto a sus usuarios en su toma de decisiones, ya sea en la parte privada o la gestión pública. Razón por la cual se realizó un análisis que tomó en cuenta los aspectos de metodología, manejo y análisis de variables cuantitativas y cualitativas, contenido estadístico, y periodicidad.

2.2.1. Período 2013-2014

2.2.1.1. Boletín Estadístico del Turismo No – 001

El primer boletín estadístico mantiene ciertas características que lo vuelven básico y deficiente en comparación a sus sucesores. Para empezar, no hay una explicación de la metodología empleada para dicho estudio. Es decir, no se expresa explícitamente que tipo de muestreo es utilizado o sobre qué base se construyó. Existen ciertos enunciados que sugieren el uso del Muestreo Aleatorio Simple (MAS), sin embargo, no es algo del todo comprobable. De igual forma, al no demostrarse el uso de una metodología específica tampoco se hace referencia al tamaño de la muestra establecido.

En cuanto al análisis de la información, este boletín se caracteriza por ser meramente un estudio de alcance descriptivo. Un claro ejemplo sería el texto introductorio que hace uso de información provista por la OMT y el MINTUR como fuentes secundarias. Información que, además, en conjunto con las variables de la demanda y oferta turística estudiadas, se representan por medio de la distribución de frecuencias en tablas, gráficos de pastel, entre otras gráficas. La información estadística que se vería favorecida por un estudio correlacional, a partir de relaciones entre variables sociodemográficas como género, edad, ocupación y estado civil, con variables características de los viajes como motivación, medios de

información y tipo de alojamiento, entre otras; se ve estancada al no ser explotada u explorada de forma correspondiente. No se hace uso de pruebas paramétricas para las variables numéricas (escala) y no paramétricas para nominales y ordinales. A la vez que las variables numéricas se ven transformadas en intervalos que en ocasiones son de 0-1, 2-3, 4-5, etc. (variable: tamaño del grupo de viaje), y no mantienen una correcta continuidad, pues los rangos se interceptan entre sí, por ejemplo 20-30, 30-40, 40-60, etc. (variable: gasto promedio). Es posible establecer que las variables numéricas son las más afectadas en cuanto al potencial equívocamente aprovechado. Una lista con las variables estudiadas se puede ver en la **Tabla 10**. Finalmente, es posible que la intencionalidad del estudio se haya visto sesgada por intereses promocionales, al responsabilizar del crecimiento en los flujos turísticos a nivel nacional al MINTUR, sin aludir a un estudio o informe que comprobase una correlación entre la gestión pública y la actividad turística.

El arribo de turistas a Ecuador creció en un 7,2% durante 2013, al registrar 1'364.057 arribos, superando así el crecimiento mundial previsto por la OMT del 4%. Este crecimiento es una evidencia de la aplicación de un conjunto de estrategias de promoción por parte del Ministerio de Turismo, lo que permitió que 2013 finalice al menos con una veintena de premios para el destino (Equipo de Investigación de la Universidad de Cuenca, 2013).

Tabla 10

Listado de variables pertenecientes a los boletines estadísticos No. 1 y 2

Variab les	Niveles de medición	Conversión
Características del visitante: Variables sociodemográficas		
Género	Nominal	-----
Edad	Numérica (escala)	Por intervalos
Ocupación	Nominal	-----
Estado civil	Ordinal	-----
Características de los viajes turísticos		
Origen	Nominal	-----
Tamaño del grupo	Numérica (escala)	Por intervalos*
Tiempo de estadía	Numérica (escala)	Por intervalos*
Principal motivo para viajar	Nominal	-----
Medio de información	Nominal	-----

Tiempo de anticipación para reservas	Numérica (escala)	Por intervalos
Tipo de hospedaje	Nominal	-----
Medio de movilización	Nominal	-----
Tipo de servicio alimentario	Nominal	-----
Forma de pago	Nominal	-----
Gasto promedio	Numérica (escala)	Por intervalos*
Transporte turístico*	Nominal	-----
Agencias de viajes – Productos	Nominal	-----

Nota. *Intervalos deficientes. Adaptado de “Boletín Estadístico del Turismo No - 001 Octubre - Diciembre,” por Equipo de Investigación de la Universidad de Cuenca, 2013; “Boletín Estadístico del Turismo No - 002 Enero - Marzo,” por Equipo de Investigación de la Escuela de Turismo, 2014.

2.2.1.2. Boletín Estadístico del Turismo No – 002

El siguiente boletín no demuestra mayores cambios salvo por la explicación de la metodología utilizada, que además es aplicable al boletín anterior. En el caso de la demanda, la muestra fue obtenida en base a un muestreo por conveniencia, con un tamaño muestral de 150 visitantes. Este muestreo es de carácter cualitativo por lo que el estudio en gran parte se vio afectado negativamente, ya que la muestra no es representativa, y los resultados no pueden ser extrapolados (Hernández Sampieri et al., 2018; Daymon y Holloway, 2011). Por otro lado, la oferta fue calculada con base a un muestreo aleatorio simple, y una tabla de números aleatorios que identificaron 149 elementos muestrales. Los parámetros utilizados fueron un nivel de confianza del 95%, con un margen de error de entre el 13 y 15%, esto aplicado a cada actividad turística, es decir, agencias de viajes, alojamiento, alimentación, recreación y esparcimiento y transporte. Como se puede observar en la **Tabla 11**.

Tabla 11

Metodología de muestreo utilizada en el boletín estadístico No. 2

Datos	Agencias de viajes	Alojamiento	Alimentación	Recreación y esparcimiento	Transporte	Total
Tamaño de la población	58	129	516	57	23	783
Confianza	95%	95%	95%	95%	95%	
p	50%	50%	50%	50%	50%	

q	50%	50%	50%	50%	50%	
Margen de error	13.0%	13.0%	15.0%	14.5%	14.5%	
Muestra óptima	28.96	39.66	39.49	25.61	15.52	149.24
Muestra entera	29	40	39	26	16	149

Nota. Adaptado de “Boletín Estadístico del Turismo No - 002 Enero - Marzo,” por Equipo de Investigación de la Escuela de Turismo, 2014.

Por otro lado, se debieron considerar los distintos segmentos al interior de cada actividad turística como el caso del alojamiento, que contiene a los hoteles, hostales, casas de huéspedes, entre otros. Dado que no fue el caso, los resultados no representaron de forma eficiente cada actividad turística de la ciudad. De igual forma, el boletín dos parece continuar con las deficiencias de la publicación anterior por lo que no es relevante repetirlas nuevamente.

En cuanto a periodicidad, dado que los boletines estadísticos trabajados con la FCH son solo dos, es posible establecer una publicación trimestral.

Como una opinión, estos primeros boletines funcionaron más bien como un preludeo que justificó la realización de los próximos ejercicios estadísticos.

2.2.2. Período 2016-2019

A diferencia de sus predecesores, los boletines realizados entre 2016 y 2019, se trabajaron con la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, a través del Grupo de Investigación en Economía Regional – GIER. Debido a que, los boletines desarrollados en un período anual no muestran cambios en su metodología y análisis, se los analizara por cada año, empezando en 2016.

2.2.2.1. Boletines 2016

Durante el proceso de relevamiento de información se utilizaron dos metodologías distintas. El muestreo por conglomerados unietápico se aplicó a los visitantes que llegaron a la ciudad por medio de transporte aéreo y público terrestre – Aeropuerto Mariscal La Mar y Terminal Terrestre. Mientras que el muestreo por conveniencia se aplicó en los establecimientos seleccionados a los visitantes que llegaron en auto privado. Se descarta la validez de estos métodos muestrales, con base al hecho de que las unidades de muestreo en las primeras

dos locaciones no pueden representar conglomerados iguales, a no ser que estos sean proporcionales, de ser este el caso sería mejor la aplicación de un muestreo estratificado por afijación proporcional, debido la precisión de este método. Por otro lado, si consideramos el argumento de la imposibilidad de obtener un marco de muestreo, esta misma se contradice al obtener una lista que engloba a todos los conglomerados, pudiendo volverse estos a su vez, la población inicial o marco muestral. Además, en el caso de no considerar el tamaño de los conglomerados, de acuerdo a Malhotra (2008) estos aún mantienen deficiencias como la generación de muestras relativamente imprecisas, la homogeneidad intrínseca entre unidades muestrales, y la dificultad para calcular e interpretar estadísticos basados en conglomerados.

Por otro lado, y reiterando lo señalado en los boletines anteriores, un muestreo por conveniencia, es propio del muestreo no probabilístico por lo que no produce una muestra representativa y por lo tanto tampoco nos provee de imagen real de la población o universo. Como nota adicional, el uso irresponsable del término turista puede implicar sesgos en el análisis de la información obtenida, al no considerar turistas a los visitantes que no pernoctan en la ciudad siendo que, al igual que los visitantes que si lo hacen, estos pueden tener un impacto en la actividad económica de la ciudad.

La oferta turística por su parte, se presume fue estudiada igualmente desde el muestreo por conveniencia. Sin embargo, se utilizaron criterios desconocidos para delimitar las unidades muestrales. La muestra se obtuvo del catastro de establecimientos turísticos proporcionado por la FMTPC, que delimito el universo o población de hospedaje y alojamiento en 216 unidades muestrales. De estas 216, 202 demostraban características idóneas para el estudio. Así también, fueron 137, los establecimientos que recibieron las encuestas de oferta y demanda. Finalmente, solo 101 respondieron el instrumento de relevamiento. El levantamiento de información se realizó a la par de la encuesta del MINTUR. A la vez que se utilizó la metodología de este ente, para la construcción de la tasa de ocupación.

Los resultados de estos estudios se encuentran segmentados de acuerdo a la nacionalidad, es decir, el turista internacional o extranjero, y el turista nacional. Con base a esto se realizó un análisis minucioso de la demanda que comparte las mismas variables para cada segmento, a excepción del grado de conocimiento de la ciudad, que es una variable exclusiva del turista internacional. Además, al contrario de los boletines anteriores, el año 2016 no demuestra cambios en el nivel de medición de las variables numéricas. Aunque igualmente, no se realizan pruebas paramétricas y no paramétricas, compartiendo así el mismo alcance estadístico-descriptivo de sus antecesores.

Entre las características no mencionadas de estos boletines, se encuentra la adición de nuevas variables sociodemográficas: Educación – Nivel de instrucción; Situación laboral – Profesión; Sector económico; y Composición del núcleo familiar del turista. Además de otras variables respecto a las características del viaje: Razones para elegir Cuenca como destino turístico; ¿Con quién viaja el turista? (Compañía para el viaje); y Forma de organización del viaje, vistas igualmente en la **Tabla 12**. Se puede observar igualmente diferencias en cuanto a lo que mide cada variable previamente estudiada, por ejemplo, los medios de información utilizados, que en estos boletines hacen referencia, además de los medios conocidos como recomendaciones familiares, a los medios de internet utilizados por el turista como Google o Tripadvisor. Así también, se crearon nuevas áreas de estudio enfocadas a la percepción de los turistas respecto a precios y servicios, e indicadores enfocados exclusivamente a la actividad hotelera, en hoteles de 5 a 2 estrellas.

Tabla 12

Listado de variables pertenecientes a los Estudios de la Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca, 2016-2019

Variables e Indicadores	Niveles de medición	Conversión
Características del visitante: Variables sociodemográficas		
Género	Nominal	-----
Edad	Numérica (escala)	-----
Estado civil	Ordinal	-----
Procedencia del turista	Nominal	-----
Educación – Nivel de instrucción	Ordinal	-----
Situación laboral - Profesión	Nominal	-----
Sector económico	Nominal	-----
Composición del núcleo familiar del turista	Nominal	-----
Características de los viajes turísticos		
Motivación para viajar a Cuenca	Nominal	-----
Razones para elegir Cuenca como destino turístico*	Nominal	-----
Medios de información utilizados	Nominal	-----
¿Con quién viaja el turista? (Compañía para el viaje)	Nominal	-----
Número de personas en el grupo	Numérica (escala)	-----

Forma de organización del viaje	Nominal	-----
Elección de alojamiento (base comercial y no comercial)	Nominal	-----
Duración de la estancia	Numérica (escala)	-----
Costo de la estancia	Numérica (escala)	-----
Percepción de los visitantes		
Percepción sobre los precios de los servicios turísticos	Ordinal	-----
Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la ciudad*	Ordinal	-----
Posibilidad de retorno	Ordinal	-----
Posibilidad de recomendación	Ordinal	-----
Grado de conocimiento de la ciudad y sus atractivos	Nominal	-----
Oferta turística		
Porcentaje de huéspedes nacionales	Numérica (escala)	-----
Porcentaje de huéspedes extranjeros	Numérica (escala)	-----
Tasa de ocupación	Numérica (escala)	-----
Tarifa promedio habitación general	Numérica (escala)	-----
Tarifa RevPar	Numérica (escala)	-----

Nota. * Subvariable de la motivación. Adaptado de “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Uno,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2016a. “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Dos,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2016b. “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2016c, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

Con respecto a la periodicidad (**Tabla 13**), los boletines de 2016 fueron publicados cuatrimestralmente. Sin embargo, y a pesar de ser un estudio casi sin bases previas, es recalable advertir la importancia, en torno a la necesidad de períodos cada vez menos extensos que faciliten la toma de decisiones de sus usuarios, en este caso los sectores público y privado. Debido al entorno siempre cambiante de la actividad turística. Igualmente se publicó un resumen de las actividades estadísticas realizadas en 2016, no obstante, señalando lo anterior, este resumen se publicó a mediados de marzo del 2017.

Tabla 13*Periodicidad de las publicaciones estadísticas, 2016*

Boletines 2016	Periodo	Fecha de subida*
Boletín 1	Primer cuatrimestre	21 de junio de 2016
Boletín 2	Segundo cuatrimestre	23 de noviembre de 2016
Boletín 3	Tercer cuatrimestre	30 de enero de 2017
Resumen anual	Anual	17 de marzo de 2017

Nota. * Fecha desde la cual estuvo disponible al público mediante el portal web de la FMTPC. Adaptado de “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Uno,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2016a. “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Dos,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2016b. “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2016c. “Análisis de datos estadísticos del turismo en cuenca en el año 2016,” por Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2016, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

2.2.2.2. Boletines 2017

La metodología para medir la demanda turística en 2017 permaneció siendo la misma, el muestreo por conglomerados unietápico, cuyo relevamiento de información se llevó a cabo en las mismas locaciones. Sin embargo, el método muestral para medir la oferta cambio a un muestreo combinado en dos etapas, el primero un muestreo estratificado por afijación proporcional, y el segundo un muestreo por conglomerados unietápico. Este último resulta innecesario pues reduce la precisión del primero, debido a la homogeneidad de los elementos (encuestados) en las unidades muestrales (hoteles). Por otro lado, a diferencia del período anterior, los boletines publicados si presentaron el tamaño de la muestra obtenido. El tamaño de la muestra se observa en la **Tabla 14**.

Tabla 14*Tamaño de la muestra por trimestres, 2017*

Ubicación	Tamaño de la muestra (encuestados)			
	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
Terminal terrestre	707	609	810	833
Aeropuerto	459	425	482	728
Mariscal La Mar				
Hoteles	599	465	718	809

Nota. Adaptado de “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Año 2016 y 2017,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2017e, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

En cuanto al manejo de las variables, no parece haber mayor diferencia respecto al período anterior. Salvo por el uso intervalos en la variable “Edad”, sin embargo, estos no son continuos y responden a un proceso estadístico posterior en cuanto a su elaboración. También, mantiene una misma forma de análisis mediante tablas cruzadas para las variables numéricas: duración de la estancia y costo de la estancia, en relación con el motivo principal del viaje. Este proceso se repite igualmente en variables ordinales como la composición del núcleo familiar.

Por otro lado, entre las nuevas características de este período, se puede apreciar una nueva segmentación que agrupa a las dos anteriores – turista extranjero y nacional, en el turista que usa establecimientos hoteleros. Así también, se añadieron a los hostales de 3 a 1 estrellas como parte de la muestra del estudio, para los indicadores de la oferta turística.

En ese sentido, también se adicionaron aspectos correspondientes al boletín anual de 2017, que compara las estadísticas de las publicaciones del año, en relación con las del año anterior. Proceso a partir del cual se producen nuevos indicadores, solo disponibles en el boletín anual, y nombrados en la **Tabla 15**.

Tabla 15

Indicadores anuales de la demanda y oferta turística, 2017-2019

Indicadores anuales
Demanda turística
– Lugares más visitados fuera de la ciudad de Cuenca por los turistas nacionales y extranjeros en el año
– Factores que impresionaron a los turistas nacionales y extranjeros en el año
– Factores que le harían desistir de una visita futura a los turistas nacionales y extranjeros en el año
– Estimación de la demanda Turística en un mes típico
– Estimación de la demanda turística que se alojaron en hoteles en un mes representativo del año.
– Estimación de la Demanda Anual de Turistas en la Ciudad de Cuenca
– Estimación de los ingresos por actividad turística en el Cantón Cuenca

Oferta turística

- Indicadores de oferta: evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el mes anterior / Hoteles de 5 a 2 estrellas - Hostales de 3 a 1 estrellas
- Indicadores de oferta: Ingresos por actividad hotelera / Hoteles de 5 a 2 estrellas - Hostales de 3 a 1 estrellas
- Indicadores de oferta: Servicios y prestaciones
- Indicadores de oferta: empleo en establecimientos hoteleros

Nota. Adaptado de “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Año 2016 y 2017,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2017e. “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2018,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2018d. “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2019,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2019e, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

Los boletines en 2017 se publicaron trimestralmente, y se añadió una publicación anual como se mencionó de manera previa (**Tabla 16**). Las publicaciones estuvieron disponibles desde mediados del tercer trimestre.

Tabla 16

Periodicidad de las publicaciones estadísticas, 2017

Boletines 2017	Periodo	Fecha de subida*
Boletín 1	Primer trimestre	17 de agosto de 2017
Boletín 2	Segundo trimestre	28 de septiembre de 2017
Boletín 3	Tercer trimestre	17 de octubre de 2017
Boletín 4	Cuarto trimestre	24 de abril de 2018
Boletín anual	Anual	1 de marzo de 2018

Nota. * Fecha desde la cual estuvo disponible al público mediante el portal web de la FMTPC. Adaptado de “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Uno Enero-Marzo 2017”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Dos Abril-Junio 2017”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres Julio-Septiembre 2017”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Cuatro Octubre-Diciembre 2017”; y “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Año 2016 y 2017,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2017a, 2017b, 2017c, 2017d, 2017e, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

2.2.2.3. Boletines 2018

A partir de 2017, la metodología para el análisis de la demanda y oferta turística de Cuenca, se mantuvo igual en los periodos siguientes de 2018, y 2019. Aunque, desde 2018 se consideran parte de la muestra a las hosterías y casas de huéspedes, y se añade una muestra

adicional al cuarto trimestre (**Tabla 17**) para el estudio de la demanda turística en una semana de feriado.

Tabla 17

Tamaño de la muestra por trimestres, 2018

Ubicación	Tamaño de la muestra (encuestados)				
	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Cuarto trimestre feriado
Terminal terrestre	966	1045	840	1086	535
Aeropuerto Mariscal La Mar	708	958	770	851	345
Hoteles	578	356	118	361	N/A

Nota. Adaptado de "Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2018," por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2018d, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

El manejo y análisis de las variables cuantitativas y cualitativas también permanece igual. No obstante, el formato en que fue presentada la información en años previos, cambio en la publicación respecto al primer semestre de 2018. Este primer boletín hace una comparativa respecto al estudio de la demanda, y los indicadores de la oferta, entre el primer semestre de 2018, y los semestres de 2017 y 2016, a pesar de que la información en estos períodos fue levantada con base a trimestres y cuatrimestres, respectivamente. Cabe recalcar que el estudio se divide en dos capítulos de demanda y oferta, siendo el primero una comparativa trimestral, y el segundo, una comparativa semestral. Además, el boletín cumple igualmente con la función de comparar distintos periodos que producen distintos indicadores, mencionados anteriormente.

Por otra parte, este boletín también incluye nuevos segmentos, que se añaden a los previos, y los subdividen de acuerdo al turista que visita la ciudad en una semana normal, y una semana de feriado. Finalmente, los boletines de 2018 no mantienen una periodicidad continua como se puede ver en la **Tabla 18**, ya que el primer boletín es semestral, mientras que los dos últimos corresponden al tercer y cuarto trimestre, y un boletín anual.

Tabla 18

Periodicidad de las publicaciones estadísticas, 2018

Boletines 2018	Periodo	Fecha de subida*
Boletín 1	Primer semestre	2 de octubre de 2018
Boletín 2	Tercer trimestre	26 de diciembre de 2018
Boletín 3	Cuarto trimestre	21 de enero de 2019
Boletín anual	Anual	26 de marzo de 2019

Nota. * Fecha desde la cual estuvo disponible al público mediante el portal web de la FMTPC. Adaptado de “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres Primer Semestre de 2018”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres Tercer Trimestre de 2018”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Cuatro Cuarto Trimestre de 2018”; y “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2018,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2018a, 2018b, 2018c, 2018d, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

2.2.2.4. Boletines 2019

La metodología para la demanda es el muestreo por conglomerados unietápico, y para la oferta, se utilizó un muestreo combinado en dos etapas, primero un muestreo estratificado por afijación proporcional, y después un muestreo por conglomerados unietápico.

De esta metodología se obtienen las siguientes muestras en la **Tabla 19**.

Tabla 19

Tamaño de la muestra por trimestres, 2019

Ubicación	Tamaño de la muestra (encuestados)				
	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Cuarto trimestre feriado
Terminal terrestre	908	742	662	501	288
Aeropuerto Mariscal La Mar	606	602	626	535	338
Hoteles	405	85	654	157	N/A

Nota. Adaptado de “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2019,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2019e, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

El manejo de las variables e indicadores es similar a boletines anteriores, y no se encuentran mayores diferencias en el contenido estadístico, salvo por el segmento del turista que utiliza

la buseta como medio de transporte, y las que surgieron en cada periodo desde 2016. Por último, 2019 retoma la periodicidad establecida en 2017, y vuelve a publicar los boletines de manera trimestral y anual (**Tabla 20**).

Tabla 20

Periodicidad de las publicaciones estadísticas, 2019

Boletines 2019	Periodo	Fecha de subida*
Boletín 1	Primer trimestre	24 de septiembre de 2019
Boletín 2	Segundo trimestre	24 de septiembre de 2019
Boletín 3	Tercer trimestre	11 de diciembre de 2019
Boletín 4	Cuarto trimestre	28 de febrero de 2020
Boletín anual	Anual	17 de julio de 2020

Nota. * Fecha desde la cual estuvo disponible al público mediante el portal web de la FMTPC. Adaptado de “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Uno Primer Trimestre de 2019”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Borrador Boletín Dos Segundo Trimestre de 2019”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres Tercer Trimestre de 2019”; y “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Cuatro Cuarto Trimestre de 2019”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2019,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2019a, 2019b, 2019c, 2019d, 2019e, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

2.2.3. Período 2021

2.2.3.1. Feriado 09 de octubre de 2021

El levantamiento de información se realizó en dos etapas, la consulta de las fuentes primarias: Parque Nacional El Cajas, museos municipales, y atractivos turísticos. La demanda se estudió de una muestra de turistas que llegaron a la oficina de ITUR. Mientras que la ocupación hotelera se realizó mediante un sondeo telefónico a una muestra de 71 hoteles y hostales de 1 a 4 estrellas. Claramente esta muestra no es representativa de alguna población, ya que incluso dejando de lado el tema estadístico mencionado en las publicaciones anteriores, la muestra es una sumatoria irregular de los servicios de alojamiento, que incluye una equivalencia entre las categorías de los mismos – hoteles de 5 a 2 estrellas y hostales de 3 a 1 estrella. Por otro lado, no existe una gran cantidad de variables estadísticas o indicadores en la publicación, sino solo los que se presentan en la **Tabla 21**.

Tabla 21

Listado de variables pertenecientes a los análisis estadísticos de los feriados de octubre y noviembre, 2021

Variables e indicadores	Niveles de medición	Conversión
Variables		
Nacionalidad	Nominal	-----
Alojamientos seleccionados	Nominal	-----
Indicadores		
Tasa de ocupación	N/A	N/A
Movimientos turísticos	N/A	N/A

Nota. Adaptado de “Análisis estadístico Feriado 9 de octubre,” por Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2021a, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

El manejo de la información cuantitativa es deficiente, y se puede observar a lo largo del documento en ejemplos como:

“Quienes visitan la ciudad de Cuenca siguen prefiriendo hospedarse en un 73.91% en hoteles, preferentemente con categoría de 2 estrellas, con un promedio de estancia de 3 días. Existe una mayor afluencia de turistas nacionales (66%) que provienen de la ciudad de Guayaquil y turistas internacionales (34%) que antes de su visita en la ciudad de Cuenca estuvieron en: Guayaquil, Loja, Quito, Ambato, Riobamba y Manta” (FMTPC, 2021a).

Estos porcentajes se obtuvieron de la muestra de 62 turistas que llegaron a ITUR, lo que no implica que todos los turistas prefirieron hoteles de 2 estrellas. Muy por el contrario, tal vez solo exista una correlación entre la promoción del ITUR en hoteles de 2 estrellas, y la necesidad de información por parte de los visitantes. Así también, es innecesaria la duración de la estancia (3 días), tomando en cuenta que fueron probablemente los mismos 3 días del feriado, 8, 9 y 10 de octubre, en los que se levantó la información. De igual forma, el hecho de que visitantes internacionales hayan estado previamente en ciudad como Guayaquil o Quito, solo quiere decir que estas ciudades tienen aeropuertos internacionales, y que durante 2021 las frecuencias aéreas del Aeropuerto Mariscal La Mar eran casi exclusivas de Quito.

Por otro lado, en cuanto a la actividad en servicios de alojamiento, se nos presenta una explicación un tanto deficiente:

“Durante el feriado de octubre del 2021 que comprendió los días 08, 09 y 10 se obtuvo como un promedio ocupacional de alojamiento del 81,5 % que a pesar de la pandemia COVID - 19 presentó un crecimiento del 21,91 % a comparación del año 2020 y del 77,5 % en comparación al año 2019” (FMTPC, 2021a).

Así seguramente se encontrarán disponibles más deficiencias metodológicas en la extensión de este documento publicado. Sin embargo, la intención de este análisis descriptivo del contenido estadístico de la publicación no es más que la de mejorar y aportar una crítica constructiva para el desarrollo de la estadística en la ciudad de Cuenca. Razón por la cual, hay que señalar la buena iniciativa en este documento, para tomar en consideración nuevas fuentes de información relegadas en períodos anteriores como museos municipales, centros artesanales y principales atractivos de la ciudad (**Tabla 22**), que igualmente requieren de una actualización en la forma de registro de visitantes. Pero podrían llegar a ser fuente de varios estudios especializados de acuerdo a la temática de cada uno.

Tabla 22

Listado de fuentes de información, 2021

Museo Municipales	Centros Artesanales	Atractivos turísticos
Museo de Arte Moderno	CIDAP	Catedral Vieja
Economuseo Municipal	CEMUART	Catedral Nueva
Museo Remigio Crespo	Portal Artesanal	Parque Nacional El Cajas

Nota. Adaptado de “Análisis estadístico Feriado 9 de octubre,” por Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2021a, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

2.2.3.2. Feriado 03 de noviembre de 2021

El análisis estadístico de noviembre tampoco sustenta una base estadística para la construcción de una muestra apropiada y hace uso de una falacia ad verecundiam, utilizando la imagen de Universidad de Cuenca para sustentar un proceso no probabilístico. La muestra se compone de 70 establecimientos, igualmente hoteles y hostales de 4 a 1 estrellas. Además, de los visitantes que llegan al ITUR, 133. En cuanto al contenido del documento, este incluye además de lo ya mencionado, una observación visual de la afluencia turística, y un resumen de las actividades para la seguridad ciudadana, entre otras cosas. De igual forma, no se sustentan los datos que fueron obtenidos de fuentes secundarias como el gasto turístico de más de 11 millones de dólares (FMTPC, 2021b). Se mantienen las deficiencias metodológicas anteriores por lo que no sustenta un análisis más profundo. Finalmente, la

periodicidad de las publicaciones está en dependencia de los feriados en la ciudad, por lo que se podría establecer como eventual.

En conclusión, y para finalizar este punto, respecto a la información estadística disponible en la ciudad de Cuenca, se presenta la **Tabla 23**.

Tabla 23

Listado de la información estadística disponible - FMTPC y GIER, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Publicaciones	Período	Año	Entidad productora	Fuentes principales	Link de visualización o descarga
Boletines					No disponible
Boletín Estadístico de Turismo No-001	4to trimestre	2013	FCH	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	No disponible.
Boletín Estadístico de Turismo No-002	1er trimestre	2014	FCH	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	No disponible.
Estudios de Demanda y Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca					http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019
Boletín Uno	1er cuatrimestre	2016	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Dos	2do cuatrimestre	2016	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Tres	3er cuatrimestre	2016	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Uno	1er trimestre	2017	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Dos	2do trimestre	2017	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Tres	3er trimestre	2017	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Cuatro	4to trimestre	2017	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----

Año 2016 y 2017	Anual	2017	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Uno	1er semestre	2018	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Dos	3er trimestre	2018	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Tres	4to trimestre	2018	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Año 2018	Anual	2018	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Uno	1er trimestre	2019	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Dos	2do trimestre	2019	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Tres	3er trimestre	2019	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Boletín Cuatro	4to trimestre	2019	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Año 2019	Anual	2019	GIER	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	-----
Análisis estadísticos					http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019
Feriado 09 de octubre, 2021	Eventual	2021	FMTPC-ITUR	Sondeo telefónico a hoteles; fuentes primarias.	-----
Feriado 03 de noviembre, 2021	Eventual	2021	FMTPC-ITUR	Sondeo telefónico a hoteles; fuentes primarias.	-----

Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca	N/A	2018	FCH	Encuestas a visitantes y establecimientos de alojamiento	http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/3137 3
--	-----	------	-----	---	--

Nota. Adaptado de “RENDICIÓN DE CUENTAS - ESTADÍSTICAS PERIODOS 2015:2019,” por Fundación Municipal Turismo para Cuenca, s.f., (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>). “Boletín Estadístico del Turismo No - 001 Octubre - Diciembre,” por Equipo de Investigación de la Universidad de Cuenca, 2013; “Boletín Estadístico del Turismo No - 002 Enero - Marzo,” por Equipo de Investigación de la Escuela de Turismo, 2014. “Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca,” por A. L. Serrano López, S. A. Freire Chaglla, I. D. Sanmartín Rojas, F. E. Espinoza Figueroa, L. K. Farfán Pacheco, y M. E. Villafuerte Pucha. Departamento de Investigación, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad.

2.3. Comparación de características de la información estadística

2.3.1. Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008

Como se mencionó con anterioridad, las RIET 2008, son parámetros establecidos por la OMT para la producción de estadísticas de turismo. No mantienen un carácter obligatorio, pero sí necesario en cuanto a estándares de calidad y comparabilidad entre países. Las RIET presentan diversas sugerencias en cuanto a características del visitante o variables sociodemográficas, características del viaje, y el gasto turístico. Por lo cual, en este punto se las coloca como marco de referencia para los estudios de la demanda y oferta turística de la ciudad de Cuenca, realizados en el período 2016-2019. Debido a que son las publicaciones estadísticas que demostraron mayor complejidad en cuanto a metodología, manejo y análisis de variables, y contenido. Esta comparación se basó en tres de los nueve capítulos que contiene las RIET: Capítulo 3 La perspectiva de la demanda: caracterización de los visitantes y de los viajes turísticos; Capítulo 4 La perspectiva de la demanda: el gasto turístico; y Capítulo 6 La perspectiva de la oferta. Los capítulos y su contenido se colocaron a la par de los apartados que podrían considerarse sus equivalentes en los boletines anuales de 2016 y 2017, 2018, y 2019. Esto a que las publicaciones anuales resumen mayormente el contenido de las publicaciones trimestrales, cuatrimestrales y semestrales, además de añadir indicadores que complementan un estudio comparativo entre los períodos. Por otro lado, debido a que los boletines estadísticos tienen un enfoque de estudio de mercado, y por consiguiente desarrollaron varios perfiles turísticos divididos por nacionalidad, semana normal y semana de feriado, pero con las mismas variables, se tomó en cuenta solo el perfil del turista extranjero. Este perfil también cuenta con una variable exclusiva que es el grado de conocimiento de la ciudad antes de la visita.

2.3.1.1. RIET 2008: Capítulo 3 La perspectiva de la demanda: caracterización de los visitantes y de los viajes turísticos

2.3.1.1.1. Características del visitante

Las variables pertenecientes a las características del visitante son: sexo, edad, actividad económica, ocupación, ingresos anuales del hogar, y educación (OMT, 2010). Estas a su vez, son complementarias a las variables de los estudios provistos por la FMTPC: estado civil, y composición del núcleo familiar (**Tabla 24**). Lo que tiene sentido, tomando en cuenta que las recomendaciones son un sistema de variables estandarizadas para la construcción estadística a nivel nacional. Mientras que los estudios son más bien un modelado de la demanda turística cuyo producto son los perfiles.

Tabla 24

Comparación entre variables sociodemográficas

Comparación de las RIET 2008 y los boletines estadísticos 2016-2019			
Demanda turística			
RIET 2008	Anuario - 2016 y 2017	Boletín anual - 2018	Boletín anual - 2019
Capítulo 3 La perspectiva de la demanda: caracterización de los visitantes y de los viajes turísticos	4 El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca	3.1 El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal	3.1 El Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en una semana normal
A. Características del visitante	4.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero	3.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero	3.1.1 Características Socio Demográficas del Turista Extranjero
Sexo	Género	Sexo	Sexo
Edad	Edad	Edad	Edad
XXXXXX	Estado civil	Estado civil	Estado civil
	Soltero	Soltero	Soltero
	Casado	Casado	Casado
	Unión Libre	Unión Libre	Unión Libre
	Divorciado	Divorciado	Divorciado
	Viudo	Viudo	Viudo
	Separado	Separado	Separado
Actividad económica	----- (4.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista)	----- (3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista)	----- (3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista)
	Comercio	Comercio	Comercio
	Servicios	Servicios	Servicios
	Sector público	Sector público	Sector público
	Educación	Educación	Educación
	Comunicaciones	Comunicaciones	Comunicaciones
	Agricultura	Agricultura	Agricultura
	Electricidad	Electricidad	Electricidad
	Hotelería	Hotelería	Hotelería
	Construcción	Construcción	Construcción
	Manufactura	Manufactura	Manufactura
	Otros	Otros	Otros
Ocupación	----- (4.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista)	----- (3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista)	----- (3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista)
	Profesional	Profesional	Profesional
	Comerciante	Comerciante	Comerciante
	Servidor público	Servidor	Servidor
	Técnico	Técnico	Técnico
	Administración	Gerencia	Gerencia
	Obrero	Obrero	Obrero

	Director	Otros	Otros	Otros
<i>Ingresos anuales del hogar, familiares o individuales</i>	XXXXXX	----- (3.1.6 Ingreso mensual del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca)	----- (3.1.6 Ingreso mensual del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca)	----- (3.1.6 Ingreso mensual del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca)
<i>Educación</i>	----- (4.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista)	----- (3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista)	----- (3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista)	----- (3.1.1.3 Educación y Situación Laboral del Turista)
	Primaria	Primaria	Primaria	Primaria
	Secundaria	Secundaria	Secundaria	Secundaria
	Superior	Superior	Superior	Superior
	Posgrado	Posgrado	Posgrado	Posgrado
XXXXXX	4.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista	3.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista	3.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista	3.1.1.4 Composición del Núcleo Familiar del Turista
	Vive solo	Vive solo	Vive solo	Vive solo
	Solo padre e hijos	Solo padre e hijos	Solo padre e hijos	Solo padre e hijos
	Padres e hijos y otros familiares	Padres e hijos y otros familiares	Padres e hijos y otros familiares	Padres e hijos y otros familiares

Nota. Adaptado de “Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008,” por Organización Mundial del Turismo, 2010, (<https://doi.org/10.18111/9789213612385>). “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Año 2016 y 2017”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2018”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2019,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2017e, 2018d, 2019e, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

2.3.1.1.2. Características de los viajes turísticos

Las variables presentadas en este apartado inician con el motivo principal. En el caso de los estudios, la variable motivación no tiene tránsito como respuesta posible, debido a que, durante la realización de estas publicaciones, se desestimó el valor de los visitantes “nómadas” que no llegan a pasar un mínimo de 24 horas en la ciudad. Por otro lado, negocios y motivaciones profesionales, que debería enmarcar las actividades en torno a la profesión de los visitantes, sin que esto implique sea una relación laboral en la que no exista un desplazamiento territorial, además de congresos y conferencias. Se ve dividida entre estas posibles situaciones, es decir, los estudios demuestran un análisis más específico de la motivación en cuanto negocios.

Los estudios por su parte, proveen variables que indagan en las características del viaje: elección de Cuenca como destino turístico, medios de información utilizados por el turista, ¿con quién viaja el turista?, y forma de organización del viaje. La elección se podría decir que es una variable relacionada a la motivación, ligada a las características intrínsecas de la ciudad (clima, cultura, naturaleza, etc.). Los medios promoción se dividen en dos etapas, la primera, referente a medios como recomendaciones, internet y oficinas de turismo, y la segunda respecto a los medios relacionados al internet. El con quién viaja el turista es una

variable relacionada al tamaño del grupo y el núcleo familiar. Finalmente, la forma de organización toma en cuenta si las personas organizan su propio viaje o compran un paquete turístico. No está relacionado con el tipo de “producto turístico” porque este requiere la especificación del paquete o tipo de turismo.

Las siguientes variables de las características de los viajes turístico son: el tipo de “producto turístico”, duración del viaje, origen y destino, medios de transporte, y tipos de alojamiento. De las cuales solo el tipo de producto y los medios de transporte no son utilizados o tienen alguna equivalencia en los estudios de demanda. Mientras tanto la duración del viaje puede dividirse en estancias largas (cuatro noches o más), y estancias cortas (menos de cuatro noches) de acuerdo a las recomendaciones. No obstante, al ser una variable numérica, los estudios pueden aplicarse otros rangos y relacionarla con variables como la motivación. Por su parte, el tipo de alojamiento se divide en base comercial y no comercial (**Tabla 25**).

Tabla 25

Comparación entre características de los viajes turísticos

Comparación de las RIET 2008 y los boletines estadísticos 2016-2019			
Demanda turística			
RIET 2008	Anuario - 2016 y 2017	Boletín anual - 2018	Boletín anual - 2019
B. Características de los viajes turísticos			
B.1. Motivo principal de un viaje turístico	4.2 Motivación del Turista	3.1.2 Motivación del Turista Extranjero que visita a ciudad de Cuenca	3.1.2 Motivación del Turista Extranjero que visita a ciudad de Cuenca
1. Motivos personales		3.1.2.1 Motivación	3.1.2.1 Motivación
1.1. Vacaciones, recreo y ocio	Recreación	Recreación	Recreación
1.2. Visitas a familiares y amigos	Visita a familiares	Visita a familiares	Visita a familiares
1.3. Educación y formación	Estudios	Estudios	Estudios
1.4. Salud y atención médica	Salud	Salud	Salud
1.5. Religión / peregrinaciones	Motivos religiosos	Motivos religiosos	Motivos religiosos
1.6. Compras	Compras	Compras	Compras
1.7. Tránsito	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
1.8. Otros motivos	Otros	Otros	Otros
2. Negocios y motivos profesionales	Negocios; Congresos	Negocios; Congresos	Negocios; Congresos

XXXXXX	4.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico	3.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico	3.1.2.2 La Elección de Cuenca como destino turístico
	Clima		
	Cultura	Cultura	Cultura
	Atractivos	Atractivos	Atractivos
	Naturaleza	Naturaleza	Naturaleza
	Precios	Precios	Precios
	Gastronomía	Gastronomía	Gastronomía
	Deportes de aventura	Deportes de aventura	Deportes de aventura
XXXXXX	4.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista	3.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista	3.1.2.3 Medios de Información Utilizados por el turista
	Recomendación Familiar o de Amigos	Recomendación Familiar	Recomendación Familiar
	Internet Publicidad	Internet/Publicidad	Internet/Publicidad
	Oficinas de Turismo	Oficinas de Turismo	Oficinas de Turismo
	-----	Páginas oficiales de turismo	Páginas oficiales de turismo
	Guías Turísticas	Guías Turísticas	Guías Turísticas
	Otros	Otros	Otros
XXXXXX	4.3.1 Con quién viaja el Turista	3.1.3.1 Con quién viaja el Turista	3.1.3.1 Con quién viaja el Turista
	Solo	Solo	Solo
	En pareja	En Pareja	En Pareja
	Con familia	Con Familia	Con Familia
	Compañeros de Trabajo	Compañeros de Trabajo	Compañeros de Trabajo
	Grupo Organizado	Grupo Organizado	Grupo Organizado
	Amigos	Amigos	Amigos
XXXXXX	4.3.2 Forma de Organización del Viaje	Forma de Organización del Viaje	Forma de Organización del Viaje
	Cuenta propia	Cuenta propia	Cuenta propia
	Paquete turístico	Paquete turístico	Paquete turístico
B.2. Tipos de “producto turístico”	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
B.3. Duración del viaje o la visita	4.4.2 Duración de La Estancia	3.1.4.2 Duración de La Estancia	3.1.4.2 Duración de La Estancia
Estancias largas (cuatro noches o más)	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
Estancias cortas (menos de cuatro noches)	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
XXXXXX	Duración de la estancia para los que están hasta un mes / En dependencia de la motivación personal y el tipo de alojamiento	Duración de la estancia para los que están hasta un mes / En dependencia de la motivación personal y el tipo de alojamiento	Duración de la estancia para los que están hasta un mes / En dependencia de la motivación personal y el tipo de alojamiento
B.4. Origen y destino	----- (5.1.2 Procedencia del Turista)	----- (3.1.1.2 Procedencia del Turista)	----- (3.1.1.2 Procedencia del Turista)
B.5. Medios de transporte	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX

B.6. Tipos de alojamiento	----- (5.4.1 Elección de alojamiento)	----- (3.1.4.1 Elección del Alojamiento)	----- (3.1.4.1 Elección del Alojamiento)
Base comercial	Alojamiento hotelero	Alojamiento hotelero	Alojamiento hotelero
	Apartamento	Apartamento	Apartamento
	Casa Airbnb	Casa Airbnb	Casa Airbnb
Base no comercial	Familia, Amigos	Familia, Amigos	Familia, Amigos
	No pernocto en la ciudad	No pernocto en la ciudad	No pernocto en la ciudad
	Otros	Otros	Otros

Nota. Adaptado de “Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008,” por Organización Mundial del Turismo, 2010, (<https://doi.org/10.18111/9789213612385>). “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Año 2016 y 2017”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2018”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2019,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2017e, 2018d, 2019e, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

2.3.1.2. RIET 2008: Capítulo 4 La perspectiva de la demanda: el gasto turístico

La medición apropiada de la actividad turística requiere también, que esta cubra todos los aspectos del turismo incluyendo el gasto turístico que considera el monto cancelado por bienes o servicios, propios o como regalo, previo y durante el viaje (OMT, 2010). La OMT (2010) expresa de forma amplia los puntos relacionados al gasto turístico, definiciones, cobertura, registro, y categorías, entre otros. Estas últimas son las que sirvieron para la comparación.

Entre las categorías que considera el gasto turístico se encuentran los viajes combinados, vacaciones combinadas y paquetes turísticos, y compras, las cuales no se encuentran, en su equivalente “costo de la estancia”. A partir de este punto, los estudios de demanda y oferta turística toman el protagonismo en cuanto a la demanda. Pues al ser boletines prácticamente enfocados a los estudios de mercado, existe un enfoque especializado en cuanto análisis de la percepción del turista respecto a los precios de los servicios turístico y la infraestructura de la ciudad, que son medidos con base a una escala de pésimo, malo, irregular, bueno, muy bueno, y excelente. En otras variables e indicadores de la demanda descritos en la **Tabla 26**.

Tabla 26

Comparación entre el gasto turístico y los indicadores de la demanda

Comparación de las RIET 2008 y los boletines estadísticos 2016-2019			
Demanda turística			
RIET 2008	Anuario - 2016 y 2017	Boletín anual - 2018	Boletín anual - 2019
Capítulo 4 La perspectiva de la demanda: el gasto turístico			
C. Categorías del gasto turístico	----- (5.4.3 El costo de la Estancia)	----- (3.1.4.3 El costo de la Estancia)	----- (3.1.4.3 El costo de la Estancia)

Viajes combinados, vacaciones combinadas y paquetes turísticos	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
Alojamiento	Alojamiento	Alojamiento	Alojamiento
Alimentos y bebidas	Alimentación	Alimentación	Alimentación
Transporte local	Transporte	Transporte	Transporte
Actividades recreativas, culturales y deportivas	Servicios culturales; Diversiones	Servicios culturales; Diversiones	Servicios culturales; Diversiones
Compras	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
Otras	Otros	Otros	Otros
XXXXXX	4.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos	3.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos	3.1.5.1 Percepción sobre los Precios de los Servicios Turísticos
XXXXXX	4.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad	3.1.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad	3.1.5.2 Percepción sobre la calidad de los servicios generales de la Ciudad
	Información	Información	Información
	Señalización	Señalización	Señalización
	Servicios Urbanos	Servicios Urbanos	Servicios Urbanos
	Ocio y Diversión	Ocio y Diversión	Ocio y Diversión
	Alojamiento	Alojamiento	Alojamiento
	Restaurantes y Gastronomía	Restaurantes y Gastronomía	Restaurantes y Gastronomía
	Zonas Verdes	Zonas Verdes	Zonas Verdes
	Seguridad Ciudadana	Seguridad Ciudadana	Seguridad Ciudadana
	Atención y Trato	Atención y Trato	Atención y Trato
	Transporte Urbano	Transporte Urbano	Transporte Urbano
XXXXXX	4.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino	3.1.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino	3.1.5.3 Posibilidad de Retorno y Posibilidad de Recomendación del Destino
XXXXXX	4.5.4 Grado de Conocimiento de la Ciudad antes de la visita	3.1.5.4 Grado de Conocimiento de la Ciudad y sus atractivos antes de la visita	3.1.5.4 Grado de Conocimiento de la Ciudad y sus atractivos antes de la visita
XXXXXX	Perfiles de turistas extranjeros	3.1.7. Perfil del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en semana normal	3.1.7. Perfil del Turista Extranjero que visita la ciudad de Cuenca en semana normal
XXXXXX	6. Lugares más visitados fuera de la ciudad de Cuenca por los turistas nacionales y extranjeros en el año 2016 y 2017	5.1. Lugares más visitados fuera de la ciudad de Cuenca por los turistas nacionales y extranjeros en el año 2017 y 2018	5.1. Lugares más visitados fuera de la ciudad de Cuenca por los turistas nacionales y extranjeros en el periodo 2016 - 2019
XXXXXX	7. Factores que impresionaron a los turistas nacionales y	5.2. Factores que impresionaron a los turistas nacionales y extranjeros en el año 2017 y 2018	5.2. Factores que impresionaron a los turistas nacionales y extranjeros en el año 2016 - 2019.

<i>extranjeros en el año 2016 y 2017</i>			
<i>XXXXXX</i>	<i>8. Factores que le harían desistir de una visita futura a los turistas nacionales y extranjeros en el año 2016 y 2017</i>	<i>5.3. Factores que le harían desistir de una visita futura a los turistas nacionales y extranjeros en el año 2017 y 2018</i>	<i>5.3. Factores que le harían desistir de una visita futura a los turistas nacionales y extranjeros en el año 2016 - 2019</i>
<i>XXXXXX</i>	<i>10.1 Estimación de la demanda Turística en un mes típico</i>	<i>7.1. Estimación de la demanda Turística en un mes típico</i>	<i>7.1. Estimación de la demanda Turística en un mes típico</i>
<i>XXXXXX</i>	<i>10.2 Estimación de la demanda turística que se alojaron en hoteles en un mes representativo del año.</i>	<i>7.2. Estimación de la demanda turística que se alojaron en hoteles en un mes representativo del año.</i>	<i>7.2. Estimación de la demanda turística que se alojaron en hoteles en un mes representativo del año.</i>
<i>XXXXXX</i>	<i>10.3 Estimación de la Demanda Anual de Turistas en la Ciudad de Cuenca para el año 2016 y 2017</i>	<i>7.3. Estimación de la Demanda Anual de Turistas en la Ciudad de Cuenca para el año 2016, 2017 y 2018</i>	<i>7.3. Estimación de la Demanda Anual de Turistas en la Ciudad de Cuenca para el año 2016, 2017, 2018 y 2019</i>
<i>XXXXXX</i>	<i>10.4 Estimación de los ingresos por actividad turística en el Cantón Cuenca</i>	<i>7.4. Estimación de los ingresos por actividad turística en el Cantón Cuenca.</i>	<i>7.4. Estimación de los ingresos por actividad turística en el Cantón Cuenca.</i>

Nota. Adaptado de “Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008,” por Organización Mundial del Turismo, 2010, (<https://doi.org/10.18111/9789213612385>). “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Año 2016 y 2017”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2018”; “Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2019,” por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2017e, 2018d, 2019e, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

2.3.1.3. RIET 2008: Capítulo 6 La perspectiva de la oferta

El objetivo es describir las actividades productivas en torno al turismo, y de cuales se obtienen las industrias turísticas, cada una enfocada en área o sector del turismo, y son: alojamiento para los visitantes, actividades de provisión de alimentos y bebidas, transporte de pasajeros, y actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reserva. Los estudios de la demanda y oferta turística solo toman en cuenta el alojamiento, debido a la falta de recursos en todos los niveles de la gestión pública, para la generación de indicadores estadísticos relacionados por ejemplo a restaurantes o agencias de viajes.

Las RIET 2008 proponen que la información que puede obtenerse a partir de la actividad de alojamiento involucra: los meses de actividad comercial al año, número de habitaciones y camas, tasa de ocupación de habitaciones y camas e ingresos por habitación disponible. Esta información es complementada con los indicadores de los establecimientos hoteleros, pertenecientes a los estudios de demanda y oferta turística. En ellos se encuentran, la tarifa

promedio habitación general, el porcentaje de huéspedes por nacionalidad, la tarifa RevPar, y otros indicadores de la oferta (**Tabla 27**).

Tabla 27

Comparación entre la perspectiva de la oferta y los indicadores de la oferta turística

Comparación de las RIET 2008 y los boletines estadísticos 2016-2019			
Oferta turística			
RIET 2008	Anuario - 2016 y 2017	Boletín anual - 2018	Boletín anual - 2019
Capítulo 6 La perspectiva de la oferta	11 La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca	8 La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca	8 La Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca
D. Industrias turísticas seleccionadas: referencias básicas			
D.1. Alojamiento para los visitantes	12.3.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total / Hoteles y Hostales	8.1.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total / Hoteles y Hostales	8.1.1 Indicadores de establecimientos Hoteleros: Total / Hoteles y Hostales
XXXXXX	Tarifa promedio habitación general	Tarifa promedio habitación general	Tarifa promedio habitación general
Meses de actividad comercial al año.	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
Número de habitaciones o unidades de alojamiento (bruto, neto) (el indicador neto toma en consideración que las habitaciones tal vez no estén disponibles en todo momento para los huéspedes).	XXXXXX	----- (8.2.4. Número de habitaciones y plazas disponibles)	----- (8.2.4. Número de habitaciones y plazas disponibles)
Número de camas (bruto, neto) (el indicador neto toma en consideración que las camas tal vez no estén disponibles en todo momento para los huéspedes).	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
XXXXXX	Porcentaje de huéspedes nacionales	Porcentaje de huéspedes nacionales	Porcentaje de huéspedes nacionales
XXXXXX	Porcentaje de huéspedes extranjeros	Porcentaje de huéspedes extranjeros	Porcentaje de huéspedes extranjeros
Tasas de ocupación (brutas, netas) por habitaciones o unidades de alojamiento (indicador que debe asociarse con los ingresos por habitación).	Tasa de ocupación	Tasa de ocupación	Tasa de ocupación
Tasas de ocupación (brutas, netas) por camas (indicador que debe asociarse con los movimientos de los visitantes).	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX

Ingresos por habitación disponible.	----- (12.7.1 Tarifa RevPar / Hoteles de 5 a 2 estrellas - Hostales de 3 a 1 estrellas)	8.1.7 Tarifa RevPar / Hoteles de 5 a 2 estrellas - Hostales de 3 a 1 estrellas	8.1.7 Tarifa RevPar / Hoteles de 5 a 2 estrellas - Hostales de 3 a 1 estrellas
XXXXXX	12.4 Indicadores de oferta: evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el mes anterior	8.2.1 Evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el mes anterior	8.2.1 Evaluación sobre el comportamiento de la ocupación con relación a lo planificado en el mes anterior
XXXXXX	12.5 Indicadores de oferta: Ingresos por actividad hotelera	8.2.2 Indicadores de oferta anuales	8.2.2 Indicadores de oferta anuales
XXXXXX	12.6 Indicadores de oferta: Servicios y prestaciones / 12.7 Indicadores de oferta: empleo en establecimientos hoteleros	8.2.3 Indicadores de oferta anuales: servicios, prestaciones y empleo	8.2.2 Indicadores de oferta anuales: servicios, prestaciones y empleo
XXXXXX	XXXXXX	8.2.4. Número de habitaciones y plazas disponibles	8.2.4. Número de habitaciones y plazas disponibles
D.2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
D.3. Transporte de pasajeros	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX
D.4. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reserva	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX

Nota. Adaptado de "Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008," por Organización Mundial del Turismo, 2010, (<https://doi.org/10.18111/9789213612385>). "Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Año 2016 y 2017"; "Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2018"; "Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2019," por Grupo de Investigación en Economía Regional, 2017e, 2018d, 2019e, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>).

Podemos concluir de esta tabla comparativa entre las RIET 2008 y los boletines anuales proporcionados por la FMTPC que, si bien estos estudios no utilizan el marco normativo internacional por completo, comparten a su vez metodologías similares para el estudio de la actividad turística. Y que, además, a pesar de sus características o defectos mencionados en un punto anterior, los estudios estadísticos nos proveen una visión específica del territorio en cuanto a la forma en que se mide la demanda, y parte de la oferta turística.

CAPÍTULO 3. PERTINENCIA DE LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DE TURISMO Y SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO

3.1. Utilidad y pertinencia de la estadística de turismo

Una introducción apropiada para este capítulo es señalar que establecer un indicador sobre la utilidad de las estadísticas de turismo es una tarea complicada. De hecho, la estadística por sí sola es una disciplina que puede ser aplicada a varios sectores, entre ellos el turismo, para medir su impacto en la economía. En ese sentido, la utilidad que tenga la estadística, refiriéndose a esta en el más amplio sentido de la palabra, será la utilidad que tenga en la mayoría de sectores. Se especifica en la mayoría, debido a que la estadística no puede cubrir o explicar en su totalidad un fenómeno como el turismo.

Dicho esto, la parte del turismo que sí puede ser explicada por la estadística se plasmó en los diversos y diferentes ejemplos anteriormente mencionados a nivel internacional, nacional y local. No obstante, el propósito de este capítulo solo requiere de los productos estadísticos que exponen la actividad turística de la ciudad de Cuenca en el período 2016-2019. Esto a razón de que son los estudios estadísticos más completos en cuanto a su contenido, de manera que se presume servirían de mejor forma para los servicios de alojamiento partícipes del proceso. Cabe mencionar igualmente que la utilidad de las estadísticas será diferente dependiendo del sector que haga uso de ellas. Con esto se intenta decir que la utilidad estará sesgada de acuerdo a los intereses y necesidades de cada sector, por ejemplo, el sector privado requiere establecer indicadores estadísticos y percibir las opiniones de sus clientes para saber cómo mejorar los servicios ofertados, y que este esfuerzo a su vez refleje mejores ingresos económicos.

3.1.1. Sector privado

El sector privado está conformado por los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, operación e intermediación, transporte turístico y sus respectivos gremios. Al interior de estos servicios, cada actor turístico hace uso de los datos recopilados de manera individual en sus establecimientos, mismos que se pueden comparar con períodos anteriores para una toma de decisiones más adecuada.

A diferencia del resto de servicios, las actividades de alojamiento son la base de la construcción estadística, ya que indicadores como la tarifa promedio, el porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros, y la tasa de ocupación, entre otros, son una fuente de información que sirve tanto en la gestión pública como en la toma de decisiones privada. Probablemente por esta razón, y debido a su proceso de relevamiento de información relativamente sencillo en comparación a otras actividades, los responsables de la generación

de estadísticas se enfocaron en producir publicaciones a partir de esta única fuente de información. En la ciudad de Cuenca, la FMTPC, durante el período 2016-2019 publicó los Estudios de la Demanda y Oferta Turística de la ciudad de Cuenca o también llamados boletines estadísticos. Estos recopilaban y analizan la información disponible en hoteles y hostales de la ciudad, y a su proporcionaban diversos indicadores de la demanda (**Tabla 24, Tabla 25, y Tabla 26**) que hasta cierto punto estaban en la capacidad de ser utilizados por todos los servicios turísticos. Sin embargo, diversas falencias como el período comprendido entre el levantamiento de información y la publicación dificultaban una planificación adecuada, puesto que el turismo es un fenómeno siempre cambiante, y por consiguiente la información mantendrá cierto período de vida útil antes de volverse obsoleta. En ese sentido, también es necesario establecer que la fecha de carga en la página web es distinta a lo planteado de acuerdo a la periodicidad de los estudios que (**Tabla 13, Tabla 16, Tabla 18, y Tabla 20**), si bien podía ser trimestral, cuatrimestral, semestral, y anual, la fecha de carga no cumplía con este requerimiento, y podía excederse en algunos casos hasta por meses. Además, los participantes en la elaboración de estos boletines mantenían cierta ventaja competitiva respecto a hoteles y hostales fuera de la muestra, al igual que otros servicios, puesto que recibían una retroalimentación por parte de la Universidad de Cuenca y sus estudiantes. Esta fue una ventaja necesaria en un contexto en el que se piensa que la mayoría de los actores turísticos en Cuenca carecía de un entendimiento adecuado de estadísticas, y por ende de la información proporcionada por el sector público. Bajo esta premisa la pertinencia de la estadística pública está condicionada a la capacidad de entendimiento del tema por parte de los usuarios.

Dado que solo los establecimientos que conformaron la muestra recibieron una retroalimentación directa por parte de los investigadores, se puede decir que solo estos pudieron hacer un uso adecuado de la estadística. Por su parte, los establecimientos restantes se presumen, debido a la desconfianza hacia el sector público y la falta de capacitación en estadística, siguieron aprovechando la información recopilada por sí mismos. Actualmente, se incluyen fuentes de datos como Booking o TripAdvisor. Esto solo aplica en el caso de mantener una planificación basada en datos, puesto que también manifestaron tomar decisiones con base a su experiencia y la coyuntura del sector.

“Bueno con relación a la ciudad nosotros (...) no vemos mucho las estadísticas en Cuenca (...) nosotros como ya contamos con la experiencia un poco, entonces no nos basamos en estadísticas sino más bien en el contacto con las personas y eso” (A. Tigre, comunicación personal, 21 de agosto de 2022).

Por otro lado, manejar un proceso individual para la medición del turismo en cada establecimiento es una herramienta útil, aunque limitada al no poder representar la actividad turística de la ciudad por completo, por lo que la toma de decisiones se puede ver comprometida.

Sea cual fuere el caso, sobre si usaron o no las publicaciones de la FMTPC, las aplicaciones de las estadísticas mencionadas en los servicios de alojamiento son: planificación operacional y administrativa, segmentación de la demanda, promoción de los servicios ofertados, desarrollo de productos, manejo de precios, proyecciones de ventas e inversión en menor medida. Por otra parte, aunque los indicadores proporcionados alguna vez por la FMTPC son específicos de un servicio turístico, la segmentación de la demanda, y el hecho de que el turismo funciona como un sistema compuesto de diferentes actividades turísticas, facilitó su uso en servicios como operación e intermediación (agencias de viajes y operadores turísticos), y alimentos y bebidas (restaurantes, bares y cafeterías), demostrando aplicaciones similares a las de los alojamientos. Siempre y cuando los datos respondieran a sus necesidades, puesto que, a diferencia de los hoteles, las agencias de viaje enfocan su toma de decisiones al turismo emisor, antes que al receptor. Por su parte, los restaurantes, bares y cafeterías se enfocan tanto al mercado local como a los visitantes, por lo que el uso de cifras turísticas en su toma de decisiones se limita a un segmento del mercado. La misma situación dificulta el relevamiento de información de visitantes. Finalmente, el transporte turístico, específicamente en el caso de LATAM, no utiliza las publicaciones estadísticas locales ya que su giro de negocio y necesidades en torno al mercado del transporte, requieren una visión regional e internacional para el establecimiento de nuevas frecuencias aéreas o la planificación a nivel macro de la empresa.

3.1.2. Sector público

La gestión pública es un sistema complejo de acciones que se desarrollan en torno a ejes estratégicos de los que sobresale la promoción de destinos como objetivo principal de las instituciones de turismo. En consecuencia, la información recopilada a través de diversas fuentes como la Encuesta Coyuntural de Alojamiento (**Tabla 2**) y la Encuesta de Alojamiento y Gasto en Feriados Nacionales (**Tabla 3**) en el caso del Ministerio de Turismo, además de la información compilada en los Estudios de la Demanda y Oferta Turística de la ciudad de Cuenca, deberían servir a este propósito. De igual forma, como se manifestó durante las entrevistas al sector público, una de sus principales aplicaciones de la información estadística, es la promoción de destinos. Y en el caso de la FMTPC es prácticamente su único fin, de acuerdo a sus estatutos de creación.

No obstante, la planificación basada en datos no es un proceso del todo aplicable a la gestión de la FMTPC, al menos no durante el período 2016-2019, mientras se desarrollaban los boletines estadísticos. De acuerdo al Plan de Turismo para Cuenca 2020 – 2024 Libro 2: Resultados, la promoción plantea las siguientes deficiencias.

Para empezar, la FMTPC mantiene un organigrama ocupacional, el cual señala al jefe de marketing como responsable del área de mercado, sin embargo, este cargo lo ocupó hasta 2020 el analista de mercadeo, creando una sobrecarga de trabajo. Situación que imposibilitó el seguimiento adecuado de las actividades de promoción para su posterior evaluación. De igual forma, rutas turísticas como la ruta francesa, ruta de los museos, y ruta de las artesanías, entre otras, no se crearon mediante un proceso adecuado, por lo que no iban dirigidas a un target específico, ni establecían medios de comercialización previos, aun teniendo a su disposición los boletines estadísticos. A razón de esto, cualquier esfuerzo por su promoción en el mercado turístico no podría ser medido, y los resultados serían por lo menos imprecisos.

Por su parte, la estrategia en redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok o YouTube, entre otras cuentas pertenecientes a la FMTPC, miden su éxito con base a dos indicadores: número de seguidores o suscriptores, y número de impresiones o visualizaciones. Tales indicadores en realidad no demuestran que la promoción por medio de posts, spots publicitarios e imágenes con contenido promocional haya generado un impacto real en turistas potenciales, solo expone la cantidad de cuentas que fueron alcanzadas por la campaña publicitaria. Si hacemos caso de indicadores relativos a la interacción con las publicaciones, como el número de veces en que fue compartida, la cantidad de reacciones o likes, o el número de veces que fue guardada, es posible observar una tasa de respuesta considerablemente baja en comparación al número de seguidores. Los cuales no necesariamente implican cuentas activas o reales. Es sencillo observar esta situación si accedemos a las cuentas de la FMTPC, a continuación, presentadas en la **Tabla 29**, y miramos las interacciones que se han hecho con las publicaciones. Cabe señalar que la fundación tiene cuentas en otras redes sociales, sin embargo, se consideraron a estas como las relevantes. Pero dejando eso de lado, si tomamos como ejemplo Facebook, podemos observar que la red social mantiene un número de seguidores de 222.693, cifra que ha ido en aumento desde 2016 (**Tabla 28**), sin embargo, sus interacciones por lo general no rebasan las 100 reacciones o veces que ha sido compartida. Claro que esta es una observación bastante sencilla, y el número de interacciones puede variar considerablemente entre períodos o debido al contenido de las publicaciones, aun así, la tasa de respuesta difiere demasiado de la cantidad de seguidores.

Tabla 28

Número de seguidores en redes sociales, 2016-2022

Red social	2016	2017	2018	2019	2022
Facebook	98353	138734	181443	200285	222693
Instagram	5886	8797	16153	26717	45700
TikTok	-----	-----	-----	-----	16500
YouTube	320	339	400	517	633

Nota. Adaptado de "Plan de Turismo para Cuenca 2020 – 2024 LIBRO 2: Resultados," por Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2020, (<http://cuencaecuador.com.ec/es/plan-de-turismo-2020-2024>).

Tabla 29

Principales redes sociales de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca

Red social	Nombre de usuario	Link
Facebook	@VisitCuencaEc	https://www.facebook.com/VisitCuencaEc
Instagram	@visit_cuencaec	https://www.instagram.com/visit_cuencaec/
TikTok	Visit_Cuenca	https://www.tiktok.com/@visitcuencaecuador?lang=es
YouTube	Visit Cuenca Ecuador	https://www.youtube.com/@CuencaTurismo

Todas las redes sociales mencionadas mantienen un sistema de estadísticas; Meta Business Suite en el caso de Facebook e Instagram, estadísticas de TikTok, y YouTube Analytics, acorde al tipo de contenido que se publica y cómo se interactúa con este. Además de datos demográficos como edad, sexo y ubicación geográfica de las cuentas dentro del alcance de la publicación. Sin embargo, este sistema no aparenta ser utilizado provechosamente, puesto que como se mencionó, la fundación solo hace caso del número de seguidores e impresiones, mientras que interacción queda en segundo plano. Igualmente, el uso de los boletines estadísticos para la promoción en redes no es del todo comprobable.

Por otro lado, desde 2020, la información estadística es deficiente en comparación a publicaciones anteriores, tanto en la metodología empleada, como en las fechas escogidas para el levantamiento de información. Por lo que, en este caso, es difícil decir si es peor el uso o el desaprovechamiento de la información a su disposición. En vista de que, si utilizan la información levantada en su toma de decisiones, esta estará sesgada de acuerdo a datos obtenidos en feriados, los cuales se sabe que mantendrán una alta ocupación hotelera, debido a la estacionalidad de la actividad turística. Visto de esa manera la idea de no usar

información estadística no parece una decisión errada, aunque de acuerdo a las entrevistas realizadas, la planificación si se basa en estos datos.

Finalmente, la pertinencia de la estadística pública implica que la información fue oportuna o respondió a las necesidades de sus usuarios. Los boletines estuvieron disponibles para el público con meses de diferencia en algunos casos, y al carecer de capacitación en estadísticas, el tecnicismo con el que fue tratada dicha información no fue de utilidad para la parte privada. Con esto se intenta decir que debido al contexto en que desarrollaron los boletines estadísticos, la información no fue de utilidad para todos los actores inmersos en la actividad turística, por lo que, si fue pertinente, lo fue de manera parcial.

3.2. Contribución al desarrollo de turismo

Es un principio de entendimiento válido, plantear que el uso de la estadística contribuye al desarrollo turístico. No obstante, el cómo establecer esta relación se diría que es la parte compleja porque, para empezar, como ya se dijo anteriormente, no todos los actores turísticos de la ciudad de Cuenca hicieron uso de los boletines estadísticos, pero sí de su propia estadística. Entonces, la estadística pública fue una herramienta complementaria a la toma de decisiones del sector privado (Alshikhi y Abdullah, 2018; Azemi et al., 2017; Citroen, 2011), pero no la decisora. Podemos establecer que el uso de estadísticas es un indicador del desarrollo turístico basado en datos, e influirá en aspectos como la tasa de ocupación hotelera. Sin embargo, pueden existir varios factores que influyan en la ocupación hotelera, como las reseñas en plataformas de reservas (Viglia et al., 2016), las características del destino (Moro y Rita, 2019), o las estrategias de marketing digital (De Pelsmacker et al., 2018), entre otras.

Además, la ocupación hotelera fue de 35.35%, 37.3% y 34.4%, en 2017, 2018, y 2019, respectivamente (GIER, 2017e; GIER, 2018d; GIER, 2019e), es decir que el uso de cifras estadísticas no tuvo mayor impacto en el sector turístico.

Por su parte, el sector público, al menos en las actividades de promoción, no deja claro en qué grado o si es que se utilizaron los boletines en su gestión, salvo tal vez por la promoción en medios tradicionales (FMTPC, 2020). De manera que tampoco se puede comprobar un aporte de la estadística al desarrollo turístico, por medio de la gestión pública.

Igualmente resulta difícil establecer a los responsables del desarrollo turístico, puesto que tanto la parte pública como la privada son conjuntos de actores e instituciones que se relacionan entre sí y por lo cual sea de manera directa o indirecta cada sector aporta en cierto grado al desarrollo de un destino, cada uno dependiendo del rol y las competencias

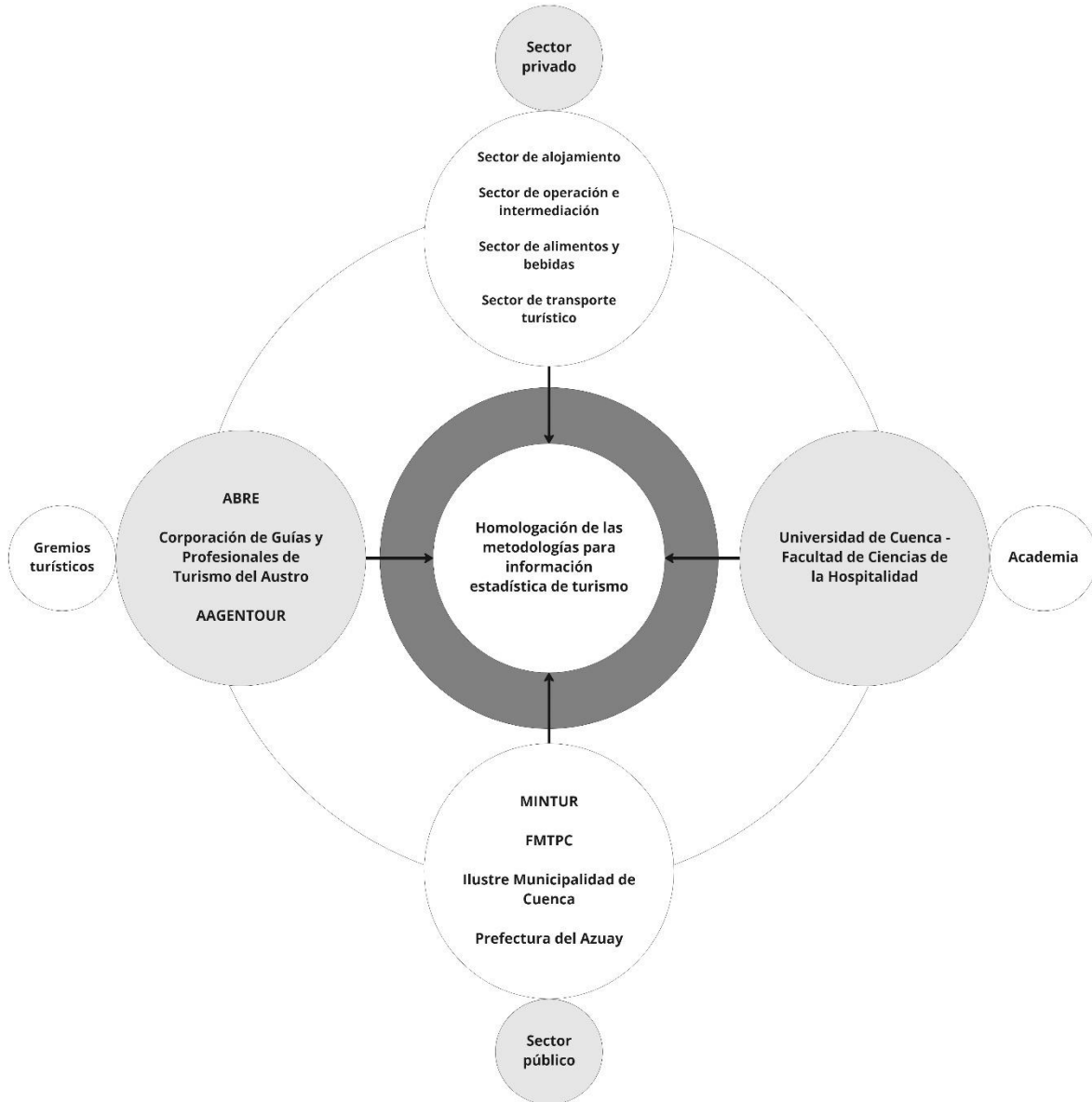
asignadas. Tal situación responde entonces a un desarrollo turístico basado en las relaciones entre actores.

Dichas relaciones se basan en el ejercicio de poder y los conflictos inherentes que surgen a partir de los diferentes intereses y valores, en torno al proceso estadístico. Por lo cual, para un el desarrollo de una empresa en común requieren de objetivos y estrategias a futuro (Capra, 2002).

En ese sentido, es posible que el uso de la homologación de metodologías para la construcción de estadísticas de turismo propuesta en este capítulo, sirva para la redistribución del poder en manos del sector público. Es decir, que con la homologación se espera poner al alcance de los actores, una herramienta que posibilite la comparación de estadísticas en los diferentes actores y niveles de poder, resultando en una participación en igualdad de condiciones, respecto a la capacidad para la producción de estadísticas (**Figura 13**). No obstante, para que esta situación sea posible, se requiere de una articulación de los diferentes sectores de la empresa privada, pública y academia, en torno al conocimiento de las metodologías homologadas, lo que de manera directa o indirecta influirá en el desarrollo turístico. El sector público es quién debe fomentar la asociatividad de los demás actores, y posteriormente motivar espacios de coordinación interinstitucional, mediante políticas de desarrollo. Espacios en donde la parte pública se debe manejar con perfil bajo para posicionar al sector privado y a los demás sectores en el proceso de desarrollo, el mismo que es encaminado y promovido por el sector público (Inostroza, 2008).

Figura 13

Redistribución de poder y homologación de metodologías



Nota. La figura sugiere que al igual que en una mesa redonda, el ejercicio del poder se redistribuye entre los diferentes actores, de manera que ninguna se imponga ante otro, por medio del uso de la homologación como una herramienta para la comparación de cifras turísticas entre actores.

Conclusiones

Luego de la presente investigación se llegó a diferentes conclusiones. Para empezar, se consideró que el tema estadístico lo debería llevar a cabo un ente más confiable y neutral en la opinión pública como lo es la academia. Debido a que se considera carente de intereses directos en el sector turístico, y mantiene un talento humano apropiado para dicha empresa. Al mismo tiempo, se relegó al sector público a un ente inversor de los proyectos para el mejoramiento del turismo y la estadística en la ciudad, siendo que debería encaminar a los actores hacia la articulación turística, mediante la redistribución del poder.

La dinámica relacional entre actores de la ciudad de Cuenca está marcada por la desconfianza en el ejercicio del poder en manos de ciertos sectores. Dicho sentimiento se produce a razón de la limitada participación en el proceso estadístico, la falta de representatividad y comunicación en las redes de actores existentes. Situación que se ve aún más perjudicada por la falta de un proceso estadístico confiable, con una metodología actualizada al contexto actual, y cuyos responsables no resuelvan resultados exagerados de la actividad turística para la promoción de instituciones turísticas.

De igual forma, y contrario a lo previsto, la falta de cooperación del sector privado en la entrega de información no se limita a la evasión de impuestos, sino que se manifiestan situaciones como la falta de interés en relación a un proceso estadístico que no provee de una retroalimentación adecuada a los actores. Al igual que factores como la confidencialidad y la competitividad también influyen en menor grado.

México y Perú son notables referentes para la producción estadística nacional y regional de Ecuador. Cuentan con sistemas estadísticos que les permite una gran diversidad de información, oportuna y desglosada, de acuerdo a sus divisiones territoriales. Permitiendo a sus usuarios un mejor entendimiento de la actividad turística. En comparación, Ecuador tiene datos agregados que no responden a las necesidades de la empresa privada, y se mantiene en una constante desactualización de publicaciones.

Los boletines estadísticos del periodo 2013-2014 se caracterizan por ser meramente un estudio de alcance descriptivo, al funcionar más bien como un preludio que justificó la realización de los próximos ejercicios estadísticos. Los Estudios de la Demanda y Oferta Turística de la ciudad de Cuenca realizados durante el período 2016-2019, se consideran los más completos en cuanto a contenido, y los más aceptables a razón de la metodología aplicada. Sin embargo, mantienen deficiencias en el tratamiento de la información, limitándose a una estadística descriptiva. Así también, actualmente son obsoletos para la toma de decisiones tanto pública como privada. Por otro lado, sus variables comparten

similitudes y son complementarias a lo sugerido en las RIET 2008, pero no incluyen indicadores para otras actividades turísticas diferentes a los servicios de alojamiento.

De igual forma, la homologación presentada a partir de la comparación entre los boletines turísticos 2016-2019 y las RIET 2008, plantean una situación de mejora en la redistribución del poder. Al proporcionar de una herramienta útil en la generación y comparación de estadísticas de turismo, en todos los niveles de poder.

La información publicada desde 2020 a la fecha, por la FMTPC no se considera fiable, pues se levantó con metodologías inadecuadas que se caracterizan por la inutilidad del levantamiento eventual de información durante festividades. A través de llamadas y encuestas genéricas, resultando en publicaciones incompletas en comparación con boletines anteriores, y la desconfianza gradual en las estadísticas por parte de los actores.

Finalmente, los gestores de turismo entrevistados mencionan a la estadística como un factor clave en la toma de decisiones estratégicas dentro del sector, en torno al comportamiento y tendencias de la demanda. Aunque esto solo aplica a la estadística privada, puesto que la gran mayoría de los entrevistados señala un uso nulo de las estadísticas públicas para su planificación. No se cuenta con indicadores innovadores para el resto de sectores, información veraz, suficiente, actualizada, y detallada que sirva de provecho para el crecimiento de establecimientos turísticos y de la industria en general, implementación de políticas, y posibles inversiones. A razón de lo cual es más probable, que el desarrollo turístico pueda darse a partir de la articulación entre actores.

Recomendaciones

Como se demostró a lo largo de esta investigación, la desconfianza relacionada al poder, es un factor que influye en las relaciones entre actores turísticos, por lo cual en futuras investigaciones se debe profundizar las relaciones de poder, relaciones a los intereses existentes.

De igual forma, es necesaria la implementación de un departamento o entidad que se enfoque exclusivamente a la investigación y elaboración de estadísticas de turismo, mismo que debe contar con personal especializado y debidamente capacitado para la implementación de metodologías eficientes. Para ello es necesaria la debida asignación de recursos, la cual debe ser planteada considerando el grado de importancia que mantiene el turismo en la economía y la estadística en la toma de decisiones de las partes involucradas.

En ese orden de ideas, la estadística pública debe responder también a las necesidades de sus usuarios y aclarar los puntos requeridos por los establecimientos turísticos, no limitándose al sector hotelero. Así también, debe asegurar la oportuna publicación y actualización de los datos turísticos que garantice su uso de manera óptima.

Finalmente, con la intención de aportar a la construcción adecuada de estadísticas de turismo, y favorecer la gestión pública y privada, se recomienda la revisión de los trabajos realizados por Antonio et al. (2019), GIER (2017e, 2018d, 2019e), OMT (2010), Sakay Rodríguez (2014) y Viesca González y López Ojeda (s.f.), así como la homologación presentada en este documento.

Referencias

Acuerdo Ministerial 44 [con fuerza de ley]. ESTATUTO ORGANICO POR PROCESOS DEL MINISTERIO DE TURISMO. 9 de abril de 2018. Registro Oficial Edición Especial 400

Agthe, M., Spörrle, M., y Maner, J. K. (2010). Don't hate me because I'm beautiful: Anti-attractiveness bias in organizational evaluation and decision making. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46(6), 1151–1154.
<https://doi.org/10.1016/j.jesp.2010.05.007>

Alonso Almeida, M. del M. (2019). Robots, inteligencia artificial y realidad virtual: una aproximación en el sector del turismo. *Cuadernos de Turismo*, 1(44), 13–26.
<https://doi.org/10.6018/turismo.44.404711>

Antonio, N., de Almeida, A., y Nunes, L. (2019). Hotel booking demand datasets. *Data in Brief*, 22, 41–49. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.11.126>

Ariyanto, D., Weni Andayani, G. A. P., y Dwija Putri, I. G. A. M. A. (2020). Influence of justice, culture and love of money towards ethical perception on tax evasion with gender as moderating variable. *Journal of Money Laundering Control*, 23(1), 245–266. <https://doi.org/10.1108/JMLC-06-2019-0047>

Asociación Hotelera del Azuay. [hotelescuena]. (20 de junio de 2019d). Resultado Encuesta Corpus [Link de descarga].
[https://www.facebook.com/hotelescuena/posts/pfbid029wvkaeQSnnduveMAVFKDkDUoa6NeT7UFqHQKLkBAAn9XPU4peL4ctt9yxhD51pbTgl?__cft__\[0\]=AZVSHnv-pXHTEF5r9iqld2urAZDAggaXkTGG0UgLoaxEADRHW54mNX6DT1LfqYbuXSUPTT0h9Ww2zJWxqWylwUMp79SWSqz_nsWQCcWupn7CZOIhr6Jsg0aHrTDjLV_HM&__tn__=%2CO%2CP-R](https://www.facebook.com/hotelescuena/posts/pfbid029wvkaeQSnnduveMAVFKDkDUoa6NeT7UFqHQKLkBAAn9XPU4peL4ctt9yxhD51pbTgl?__cft__[0]=AZVSHnv-pXHTEF5r9iqld2urAZDAggaXkTGG0UgLoaxEADRHW54mNX6DT1LfqYbuXSUPTT0h9Ww2zJWxqWylwUMp79SWSqz_nsWQCcWupn7CZOIhr6Jsg0aHrTDjLV_HM&__tn__=%2CO%2CP-R)

Asociación Hotelera del Azuay. [hotelescuena]. (24 de abril de 2019c). Resultados de la Semana Santa [Link de descarga].
[https://www.facebook.com/hotelescuena/posts/pfbid0pcffKrYMDj6vaePVQcu1UKD8XWjUfXu9FJbp5r2BzLw6rkhKms4cek6oEtgsjTzjl?__cft__\[0\]=AZVD_SjUS1NgTdS_vTizPC0JMEQjtSU5SLviD6e9w8r7Dc76o2DDpKUU65Ff858kKvTAXcpb6pjKbb2UU36-UV_7OIVg2Njl0y0iA7fELv1AVsstaVcR68BpsdOYnwBcKMY&__tn__=%2CO%2CP-R](https://www.facebook.com/hotelescuena/posts/pfbid0pcffKrYMDj6vaePVQcu1UKD8XWjUfXu9FJbp5r2BzLw6rkhKms4cek6oEtgsjTzjl?__cft__[0]=AZVD_SjUS1NgTdS_vTizPC0JMEQjtSU5SLviD6e9w8r7Dc76o2DDpKUU65Ff858kKvTAXcpb6pjKbb2UU36-UV_7OIVg2Njl0y0iA7fELv1AVsstaVcR68BpsdOYnwBcKMY&__tn__=%2CO%2CP-R)

Asociación Hotelera del Azuay. [hotelescuena]. (29 de mayo de 2019b). Resultado Feriado 24 de Mayo [Link de descarga].

[https://www.facebook.com/hotelescuena/posts/pfbid02PZjb2LeYkvd7A4nggpLRpc7rY6irC7LvNQKc8UtcCyyqE4QC3k77LDq6GoRAfYgEzI?__cft__\[0\]=AZWZaLqq7wTzVsMiLWLCO-F0sNMXwimc8GITLce0UxeOPte8gLT4ldxTjc3MOzxchho58BBJa2Ece2z3c2kzxMrvKTq_s8UL0JCHVVAQQYcS2QOk2EIBOglt4EHQAWXP24o&__tn__=%2CO%2CP-R](https://www.facebook.com/hotelescuena/posts/pfbid02PZjb2LeYkvd7A4nggpLRpc7rY6irC7LvNQKc8UtcCyyqE4QC3k77LDq6GoRAfYgEzI?__cft__[0]=AZWZaLqq7wTzVsMiLWLCO-F0sNMXwimc8GITLce0UxeOPte8gLT4ldxTjc3MOzxchho58BBJa2Ece2z3c2kzxMrvKTq_s8UL0JCHVVAQQYcS2QOk2EIBOglt4EHQAWXP24o&__tn__=%2CO%2CP-R)

Asociación Hotelera del Azuay. [hotelescuena]. (7 de mayo de 2019a). Feirado 1 ero de Mayo [Link de descarga].

[https://www.facebook.com/hotelescuena/posts/pfbid0AAAbtcVZkTpQ5L7AwEBJsedcZ8t34yEpGLeDsBQroGsk4abXzYcFzwKrLY55eJpXI?__cft__\[0\]=AZWJ3i-jqZQOXPa--0aPrcQRHr2A7L8f8PIOQB3ZPUiDnGXHh_uZHT8xwML8A5CmjCPmlrP88H54catx7zB1_LiwcJ5LAd3CLZYBzGr05gH24e53DluN5sg_dHKMusDutdQo&__tn__=%2CO%2CP-R](https://www.facebook.com/hotelescuena/posts/pfbid0AAAbtcVZkTpQ5L7AwEBJsedcZ8t34yEpGLeDsBQroGsk4abXzYcFzwKrLY55eJpXI?__cft__[0]=AZWJ3i-jqZQOXPa--0aPrcQRHr2A7L8f8PIOQB3ZPUiDnGXHh_uZHT8xwML8A5CmjCPmlrP88H54catx7zB1_LiwcJ5LAd3CLZYBzGr05gH24e53DluN5sg_dHKMusDutdQo&__tn__=%2CO%2CP-R)

Assemi, B., Jafarzadeh, H., Mesbah, M., y Hickman, M. (2018). Participants' perceptions of smartphone travel surveys. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 54, 338–348. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2018.02.005>

Atamas, E., y Kotelnikov, D. (2020). Monitoring of Tourist Territory Sustainable Development on Regional Level. *E3S Web of Conferences* 208(08010). <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202020808010>

Bazerman, M. H., Giuliano, T., y Appelman, A. (1984). Escalation of commitment in individual and group decision making. *Organizational Behavior and Human Performance*, 33(2), 141–152. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(84\)90017-5](https://doi.org/10.1016/0030-5073(84)90017-5)

Benseny, G. (2009). El turismo como estrategia de desarrollo en territorio litoral. Cuestiones socio-institucionales. *Aportes y transferencias*, 13(1), 27-66. <https://www.redalyc.org/pdf/276/27621944003.pdf>

Berger, P. L. y Luckman, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu Editores.

Beritelli, P. (2011). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607–629. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.11.015>

Capece, G. (2014). *Turismo: Gestión de la complejidad*. Fundación Proturismo.

- Capra, F. (2002). *Las conexiones ocultas: Implicaciones sociales, medioambientales, económicas y biológicas de una nueva visión del mundo*. Anagrama.
- Chewning, E. G., y Harrell, A. M. (1990). The effect of information load on decision makers' cue utilization levels and decision quality in a financial distress decision task. *Accounting, Organizations and Society*, 15(6), 527–542. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(90\)90033-Q](https://doi.org/10.1016/0361-3682(90)90033-Q)
- Cialdini, R. B. (2014). *Influence: Science and practice*. (5ª ed.). Pearson.
- Connelly, B. L., Miller, T., y Devers, C. E. (2011). Under a cloud of suspicion: trust, distrust, and their interactive effect in interorganizational contracting. *Strategic Management Journal*, 33(7), 820–833. <https://doi.org/10.1002/smj.974>
- DATATUR. (s.f.). Glosario. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- De la Torre, L. M. y Sandoval Peralta, C. (2004). *La reciprocidad en el mundo andino: el caso del pueblo de Otavalo*. Ediciones Abya-Yala.
- De Pelsmacker, P., Van Tilburg, S. y Holthof, C. (2018). Digital marketing strategies, online reviews and hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 47-55. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.003>
- Decreto supremo 323 de 1976 [con fuerza de ley]. LEY DE ESTADÍSTICA. 7 de mayo de 1976. Registro Oficial 82.
- Della Corte, V., Aria, M., y Del Gaudio, G. (2018). Strategic governance in tourist destinations. *International Journal of Tourism Research*, 20(4), 411–423. <https://doi.org/10.1002/jtr.2192>
- Dercole, F., Della Rossa, F., y Piccardi, C. (2019). Direct reciprocity and model-predictive rationality explain network reciprocity over social ties. *Scientific Reports*, 9(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-019-41547-w>
- Dredge, D., y Jamal, T. (2015). Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, 51, 285-297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.002>
- Edgell Sr, D. L., y Swanson, J. R. (2019). *Tourism policy and planning: Yesterday, today, and tomorrow*. (3ª ed.). Routledge.

- Equipo de Investigación de la Escuela de Turismo. (2014). *Boletín Estadístico del Turismo No - 002 Enero - Marzo* [Archivo PDF].
- Equipo de Investigación de la Universidad de Cuenca. (2013). *Boletín Estadístico del Turismo No - 001 Octubre - Diciembre* [Archivo PDF].
- Ferraro, E. (2004). *RECIPROCIDAD, DON Y DEUDA: Relaciones y formas de intercambio en los Andes ecuatorianos, La comunidad de Pesillo*. Flacso.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press
- Flakus, M., Danieluk, B., Baran, L., Kwiatkowska, K., Rogoza, R., y Schermer, J. A. (2021). Are intelligent peers liked more? Assessing peer-reported liking through the network analysis. *Personality and Individual Differences*, 177, 110844.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110844>
- Flores Fahara, M. (2004). Implicaciones de los paradigmas de investigación en la práctica educativa. *Revista Digital Universitaria*, 5(1), 2-9.
- Freeman, R. E. (1999). Divergent Stakeholder Theory. *Academy of Management Review*, 24(2), 233–236. <https://doi.org/10.5465/amr.1999.1893932>
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2005). *Estatutos de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca* [Archivo Word]. <http://cuenca.com.ec/es/ley-de-transparencia>
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2016). *Análisis de datos estadísticos del turismo en cuenca en el año 2016*. [Archivo PDF].
<http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2020). *Plan de Turismo para Cuenca 2020 – 2024 LIBRO 2: Resultados* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/plan-de-turismo-2020-2024>
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2021a). *Análisis estadístico Feriado 9 de octubre* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2021b). *Análisis estadístico Feriado 3 de noviembre* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.

- García Cardona, C., Ferrandis, A., Sánchez, J. V., y Pérez, J. V. (2021). Observatorio Territorial Turístico de Cullera (Valencia, España). Una herramienta de transferencia de información territorial. *TERRA. Revista de Desarrollo Local*, (9), 175-185. DOI 10.7203/terra.9.22760
- Gergen, K. (2007). La ciencia psicológica en el contexto posmoderno en A. M. Estrada Mesa y S. Diazgranados Ferráns, *Construccionismo Social. Aportes para el debate y la práctica* (pp. 93-115). Universidad de los Andes.
- Gkoumas, A. (2019). Evaluating a standard for sustainable tourism through the lenses of local industry. *Heliyon*, 5(11), e02707. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02707>
- Groves, R. M., Cialdini, R. B., y Couper, M. P. (1992). Understanding The Decision to Participate in a Survey. *Public Opinion Quarterly*, 56(4), 475-495. <https://doi.org/10.1086/269338>
- Groves, R. M., Presser, S., y Dipko, S. (2004). The Role of Topic Interest in Survey Participation Decisions. *Public Opinion Quarterly*, 68(1), 2–31. <https://doi.org/10.1093/poq/nfh002>
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2016a). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Uno* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2016b). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Dos* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2016c). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2017a). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Uno Enero-Marzo 2017* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.

- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2017b). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Dos Abril-Junio 2017* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2017c). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres Julio-Septiembre 2017* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2017d). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Cuatro Octubre-Diciembre 2017* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2017e). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Año 2016 y 2017* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2018a). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres Primer Semestre de 2018* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2018b). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres Tercer Trimestre de 2018* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2018c). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Cuatro Cuarto Trimestre de 2018* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2018d). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2018* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.

- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2019a). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Uno Primer Trimestre de 2019* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2019b). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Borrador Boletín Dos Segundo Trimestre de 2019* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2019c). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Tres Tercer Trimestre de 2019* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2019d). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Cuatro Cuarto Trimestre de 2019* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Grupo de Investigación en Economía Regional. (2019e). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la ciudad de Cuenca Boletín Anual Año 2019* [Archivo PDF]. <http://cuencaecuador.com.ec/es/rendici%C3%B3n-de-cuentas-estad%C3%ADsticas-periodos-20152019>.
- Guba, E. G. y Lincoln, Y. S. (2002). Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa en C. A. Denman y J. A. Haro (Eds.), *Por los rincones. Antología de métodos cualitativos en la investigación social* (pp. 113-145). El Colegio Sonora.
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. (2ª ed.). Pearson.
- Hayes, N. y Stratton, P. (2022). *A Student's Dictionary of Psychology and Neuroscience*. (7ª ed.). Routledge.
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tourism Management Perspectives*, 25, 157–160. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>

- Inostroza V. G. (2008). APORTES PARA UN MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA REGIÓN ANDINA. *Gestión Turística*, (10), 77-90.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021). *Programa Nacional de Estadísticas 2021-2025* [Archivo PDF]. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/Programa_Nacional_de_Estadistica/Micrositio_PNE_2021_2025/index.html
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022a). *Evolución Histórica del Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales Abril, 2022* [Archivo PDF]. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022b). *Encuesta Coyuntural de Alojamiento* [Archivo PDF]. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/Programa_Nacional_de_Estadistica/Micrositio_PNE_2021_2025/fichas.html
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022c). *Encuesta de Alojamiento y Gasto en Feriados Nacionales* [Archivo PDF]. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/Programa_Nacional_de_Estadistica/Micrositio_PNE_2021_2025/fichas.html
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022d). *Estadísticas de Servicios Turísticos* [Archivo PDF]. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Sitios/Programa_Nacional_de_Estadistica/Micrositio_PNE_2021_2025/fichas.html
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2022). *CUENTA SATÉLITE DEL TURISMO DE MÉXICO 2021* [Archivo PDF]. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ProductoDestacado3.aspx>
- Johnson, D. E., Erez, A., Kiker, D. S., y Motowidlo, S. J. (2002). Liking and attributions of motives as mediators of the relationships between individuals' reputations, helpful behaviors and raters' reward decisions. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 808–815. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.808>
- Kaurova, O. V., Maloletko, A. N., Yumanova, O., Kryukova, E. M., y Deryabina, A. V. (2014). Modern trends in development of tourism statistics in the world and in Russia. *Life Science Journal*, 11(4), 451-454. <https://doi.org/10.7537/marslsj110414.64>

- Keusch, F. (2015). Why do people participate in Web surveys? Applying survey participation theory to Internet survey data collection. *Management Review Quarterly*, 65(3), 183–216. <https://doi.org/10.1007/s11301-014-0111-y>
- Lee, S. Y., y Seidle, R. (2012). Narcissists as Consumers: The Effects of Perceived Scarcity on Processing of Product Information. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 40(9), 1485–1499. <https://doi.org/10.2224/sbp.2012.40.9.1485>
- Lee, T. J., Riley, M., y Hampton, M. P. (2010). CONFLICT AND PROGRESS. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 355–376. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.001>
- Ley 97 de 2002. LEY DE TURISMO. 27 de diciembre de 2002. Registro Oficial Suplemento 733.
- Lincoln, Y. S., Lynham, S. A. y Guba, E. G. (2017). Paradigmatic Controversies, Contradictions, and Emerging Confluences en N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage Handbook of Qualitative Research* (5ª ed., pp. 222-264). Sage.
- Liu, Z., Wang, A., Weber, K., Chan, E. y Shi, W. (2022). Categorisation of cultural tourism attractions by tourist preference using location-based social network data: The case of Central, Hong Kong. *Tourism y Management Studies*, 90, 104488. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104488>
- Lord, K. R., Lee, M. S., y Choong, P. (2001). Differences in Normative and Informational Social Influence. *NA - Advances in Consumer Research*, 28, 280-285.
- Manzanal, M., Arzeno, M., y Nussbaumer B. (Eds.). (2007). *Territorios en construcción Actores, tramas y gobiernos: entre la cooperación y el conflicto*. Ediciones CICCUS.
- Mavragani, E., Nikolaidou, P., y Theodoraki, E. (2019). Traveler segmentation through social media for intercultural marketing purposes: the case of Halkidiki. *Journal of Tourism, Heritage y Services Marketing*, 5(1), 15-23. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2641011>
- Merinero-Rodríguez, R. y Zamora-Acosta, E. (2009). La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7 (2), 219-238. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88111635006>
- Mesquita, L. F. (2007). Starting Over when the Bickering Never Ends: Rebuilding Aggregate Trust Among Clustered Firms Through Trust Facilitators. *Academy of Management Review*, 32(1), 72–91. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.23463711>

- Mieles Barrera, M. D., Tonon, G., y Alvarado Salgado, S. V. (2012). Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitas humanística*, (74), 195-225.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). *Turismo Interno*.
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/22170-peru-turismo-interno>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2021). *Cuenta Satélite de Turismo*.
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/22168-peru-cuenta-satelite-de-turismo>
- Molm, L. D. (2010). The Structure of Reciprocity. *Social Psychology Quarterly*, 73(2), 119–131. <https://doi.org/10.1177/0190272510369079>
- Molm, L. D., Schaefer, D. R., y Collett, J. L. (2007). The Value of Reciprocity. *Social Psychology Quarterly*, 70(2), 199–217. <https://doi.org/10.1177/019027250707000208>
- Monterrubio, C., Andriotis, K., y Styliadis, D. (Eds.). (2020). *Tourism planning and development in Latin America*. CABI.
- Moro, S. y Rita, P. (2019). Identification of common city characteristics influencing room occupancy. *International Journal of Tourism Cities*, 5(3), 482-490.
<https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2018-0063>
- Nunkoo, R. (2015). Tourism development and trust in local government. *Tourism Management*, 46, 623–634. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.016>
- Nunkoo, R., Ramkissoon, H., y Gursoy, D. (2012). Public trust in tourism institutions. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1538–1564.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.004>
- O'Malley, L., C. Harris, L., y Story, V. (2022). Managing Tourist Risk, Grief and Distrust Post COVID-19. *Tourism and Hospitality Research*, 0(0).
<https://doi.org/10.1177/14673584221089730>
- Ogburn, W. F. (1934). Limitations of statistics. *American Journal of Sociology*, 40(1), 12-20.
<https://doi.org/10.1086/216648>

- Organización Mundial del Turismo. (2008). *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual 2008*. World Tourism Organization.
<https://doi.org/10.18111/9789213612385>
- Organización Mundial del Turismo. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. World Tourism Organization.
<https://doi.org/10.18111/9789213612385>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). UNWTO World Tourism Barometer - Barómetro OMT del Turismo Mundial (Versión española). *World Tourism Organization*, 18(7), 1-36. <https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp.2020.18.1.7>
- Organización Mundial del Turismo. (2021). Conceptual Guidance on Tourism Statistics in the COVID-19 Context. *World Tourism Organization*.
<https://doi.org/10.18111/9789284422432>
- Oyibo, K., y Vassileva, J. (2019). The relationship between personality traits and susceptibility to social influence. *Computers in Human Behavior*, 98, 174-188.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.01.032>
- Padilla, P., Sánchez, S., Hernández, J., y Mendoza, Y. (2020). Gestión de datos de investigación en los Observatorios de Turismo Regional en Chile. *Cuadernos de Turismo*, (45), 289–310. <https://doi.org/10.6018/turismo.426141>
- Padrón Ávila, H. (2020). La medición del impacto económico del turismo: Metodología y principales resultados de la Cuenta Satélite del Turismo en la Unión Europea. *Investigaciones Turísticas*, (20), 79-96. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.04>
- Pagliara, F., Aria, M., Russo, L., Della Corte, V., y Nunkoo, R. (2020). Validating a theoretical model of citizens' trust in tourism development. *Socio-Economic Planning Sciences*, 7, 100922. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100922>
- Phi, G. T., y Dredge, D. (2019). Collaborative tourism-making: an interdisciplinary review of co-creation and a future research agenda. *Tourism Recreation Research*, 44(3), 284–299. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1640491>
- Phillips-Wren, G., y Adya, M. (2020). Decision making under stress: the role of information overload, time pressure, complexity, and uncertainty. *Journal of Decision Systems*, 29(1), 213-225. <https://doi.org/10.1080/12460125.2020.1768680>

- Pita Fernández, S., y Pértegas Díaz, S. (2002). Investigación cuantitativa y cualitativa. *Cad Aten Primaria*, 9(2), 76-78.
- Pratt, S., y Tolkach, D. (2018). The politics of tourism statistics. *International Journal of Tourism Research*, 20(3), 299–307. <https://doi.org/10.1002/jtr.2181>
- Pulido-Fernández, J. I., y Pulido-Fernández, M. de la C. (2018). Proposal for an Indicators System of Tourism Governance at Tourism Destination Level. *Social Indicators Research*, 137(2), 695–743. <https://doi.org/10.1007/s11205-017-1627-z>
- Rahmafritra, F., Pearce, P. L., Oktadiana, H., y Putro, H. P. H. (2020). Tourism planning and planning theory: Historical roots and contemporary alignment. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100703. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100703>
- Ramos, C. A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances En Psicología*, 23(1), 9–17. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2015.v23n1.167>
- Reed, M. G. (1997). Power relations and community-based tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 566–591. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00023-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00023-6)
- Ricoy Lorenzo, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Educação*, 31(1), 11-22.
- Rivadeneira Rodríguez, E. (2017). Lineamientos teóricos y metodológicos de la investigación cuantitativa en ciencias sociales. *In Crescendo*, 8(1), 115-121. <https://doi.org/10.21895/incre.2017.v8n1.11>
- Rueda, P. y Villaroel, I. (1992). El método Hermenéutico-Dialéctico una estrategia para las ciencias de la conducta. *Revista Ciencias de la Educación*, (5).
- Sabourin, E. (2018). Construcción social de circuitos cortos y de mercado justo: articulación entre intercambio y reciprocidad. *THEOMAI Journal / Critical Studies about Society and Development*, (38), 150-167.
- Sakay Rodríguez, Ó. E. (2014). ¿Cuántas mesas debo tener? Sistemas de soporte de decisiones para la gestión de restaurantes. *Interfases*, (7), 29-52.
- Sánchez Martín, J. M., Martín Delgado, L. M., y Rengifo Gallego, J. I. (2019). La reputación online de los alojamientos rurales en Extremadura desde una óptica geoestadística. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 82, 2758, 1–36. <https://doi.org/10.21138/bage.2758>

- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 13(1), 102-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Sánchez, A. S., y Lasarte, M. P. (2018). La investigación y la información estadística en turismo en España: hacia un sistema de conocimiento e inteligencia turística. *Estudios Turísticos*, (215), 101-120.
- Saneen Contreras, F. (1999). Una visión filosófica acerca de la enseñanza de las matemáticas. *Política y Cultura*, (11), 219-228.
- Schleifer, S. (1986). Trends in Attitudes Toward and Participation in Survey Research. *Public Opinion Quarterly*, 50(1), 17-26. <https://doi.org/10.1086/268956>
- Secretaría de Turismo. (16 de marzo de 2015). *DATATUR: análisis integral del turismo*. <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/datatur-analisis-integral-del-turismo>
- Serrano, A. L., Farfán, M. E., Rodas-Pesantez, J. E., y Villafuerte-Pucha, E. (2020). Análisis del sistema turístico de tres ciudades patrimoniales de América, Cuenca, Cusco y Puebla. *Universidad-Verdad*, 1(76), 86–105. <https://doi.org/10.33324/uv.vi76.270>
- Serrano López, A. L., Freire Chaglla, S. A., Sanmartín Rojas, I. D., Espinoza Figueroa, F. E., Farfán Pacheco, L. K., y Villafuerte Pucha, M. E. (2018). *Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca*. Departamento de Investigación, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad.
- Sethi, R., y Somanathan, E. (2003). Understanding reciprocity. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 50(1), 1–27. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(02\)00032-X](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(02)00032-X)
- Smirnov, A. A., Leontiev, A. N., Rubenshtein, S. L., y Tieplov, B. M. (1978). *Psicología*. Editorial Grijalbo.
- Staw, B. M. (1976). Knee-deep in the big muddy: a study of escalating commitment to a chosen course of action. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(1), 27–44. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90005-2](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90005-2)
- Suri, R., Kohli, C., y Monroe, K. B. (2007). The effects of perceived scarcity on consumers' processing of price information. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(1), 89–100. <https://doi.org/10.1007/s11747-006-0008-y>

- Taczanowska, K., González, L. M., García-Massó, X., Zięba, A., Brandenburg, C., Muhar, A., Pellicer Chenoll, M. y Toca-Herrera, J.-L. (2019). Nature-based Tourism or Mass Tourism in Nature? Segmentation of Mountain Protected Area Visitors Using Self-Organizing Maps (SOM). *Sustainability*, 11(5), 1314. <https://doi.org/10.3390/su11051314>
- Teddlie, C., y Tashakkori, A. (2009). *Foundations of Mixed Methods Research: Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in the Social and Behavioral Sciences*. Sage.
- Temple, D. (2003). *Teoría de la Reciprocidad, Tomo I: La reciprocidad y el nacimiento de los valores humanos*. PADEP / GTZ.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1)
- Tseng, M.-L., Wu, K.-J., Lee, C.-H., Lim, M. K., Bui, T.-D., y Chen, C.-C. (2018). Assessing sustainable tourism in Vietnam: A hierarchical structure approach. *Journal of Cleaner Production*, 195, 406–417. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.198>
- Van der Toorn, J., Tyler, T. R., y Jost, J. T. (2011). More than fair: Outcome dependence, system justification, and the perceived legitimacy of authority figures. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(1), 127–138. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2010.09.003>
- Van Veen, D.-J., Kudesia, R. S., y Heinimann, H. R. (2020). An Agent-Based Model of Collective Decision-Making: How Information Sharing Strategies Scale With Information Overload. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 7(3), 751–767. <https://doi.org/10.1109/tcss.2020.2986161>
- Vargas, F. (2017). Diagnóstico del sistema de estadísticas de turismo en el departamento del Magdalena (Colombia). *Turismo y Sociedad*, 21, 231-252. <https://doi.org/10.18601/01207555.n21.11>
- Viesca González, F. C. y López Ojeda, A. (s.f.). *Problemáticas y retos del Patrimonio Gastronómico Mexicano: La construcción de indicadores como clave para su desarrollo* [Archivo PDF]. http://web.uaemex.mx/Culinaria/tres_ne/articulo_05.pdf

- Viglia, G., Minazzi, R. y Buhalis, D. (2016). The influence of e-word-of-mouth on hotel occupancy rate. International. *Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(9), 2035-2051. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2015-0238>
- Volo, S. (2019). Tourism statistics, indicators and big data: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 304–309. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0262>
- Wong, K. F. E., y Kwong, J. Y. Y. (2018). Resolving the Judgment and Decision-Making Paradox Between Adaptive Learning and Escalation of Commitment. *Management Science*, 64(4), 1911–1925. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2016.2686>
- World Travel & Tourism Council. (2022a). ECUADOR 2022 Annual Research: Key Highlights1. WTTC.
- World Travel & Tourism Council. (2022b). PERU 2022 Annual Research: Key Highlights1. WTTC.

Anexos

Anexo A. Diseño de trabajo de titulación aprobado



Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 09 de marzo de 2022

Señores:
Cristopher Alexander Loja Pando
Dayana Jhesael Ledesma Villacis
Estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad
Universidad de Cuenca
Presente. –

Por medio de la presente nos permitimos informar que en sesión llevada a cabo el día de hoy miércoles 09 de marzo de 2022, el Consejo Directivo, conoció el diseño de su trabajo de titulación, intitulado "Exploración de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca de los estudiantes"; y, en uso de sus atribuciones RESOLVIÓ: Aprobarlo; y, nombrar como director del mismo al Mg. Freddy Espinoza.

Se les recuerda a los señores: Cristopher Alexander Loja Pando y Dayana Jhesael Ledesma Villacis, que a la presente fecha están incurso en el periodo de prórroga, es decir en los primeros seis meses que comprende (marzo – agosto 2022), los segundos seis meses que comprende (septiembre 2022 – febrero 2023); y, luego de transcurrido éste periodo perderán la gratuidad y deberán cursar y aprobar la actualización de conocimientos.

Para desarrollar y sustentar el trabajo de titulación tienen un mínimo de 6 meses y un máximo de un año y medio, es decir hasta el día 29 de septiembre de 2023.

Atentamente,

ANA LUCIA
SERRANO
LOPEZ
Mg. Ana Lucía Serrano López
DECANA

Firmado digitalmente por
ANA LUCIA SERRANO
LOPEZ
Fecha: 2022.03.09 13:47:08
+0500

Dra. María Dolores Insch Quintero
SECRETARIA - ABOGADA

c.c.: Director/a de Carrera
Director/a de trabajo de Titulación: Mg. Freddy Espinoza
Tribuna: Mg. Patricia Cazorla / Mg. Segundo Freire
Asistente de Gestión de Carrera

Aprobado por el Consejo Directivo
09 de marzo de 2022.

ANA LUCÍA SERRANO LOPEZ
Firmado digitalmente por ANA LUCÍA SERRANO LOPEZ
Fecha: 2022.03.09
12:50:02 -05'00'



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

ESCUELA DE TURISMO

**Exploración de la contribución de las estadísticas al desarrollo del
turismo en la ciudad de Cuenca**

Línea de investigación:

Análisis de la oferta y demanda turística

Campo Específico UNESCO:

5311.06 Estudio de Mercado

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:

Licenciatura en Turismo

Director:

Ing. Freddy Espinoza Figueroa, Mgtr.

Autor:

Cristopher Alexander Loja Pando

Dayana Jhesael Ledesma Villacis

CUENCA - ECUADOR

Febrero, 2021

1. Título del proyecto de investigación

Exploración de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca

2. Nombre del estudiante / Correo electrónico

Cristopher Alexander Loja Pando / axecheveri18@gmail.com

Dayana Jhesael Ledesma Villacis / dayanaledesma892@gmail.com

3. Resumen del proyecto de investigación

La información estadística generalmente ha sido utilizada como la base para la toma de decisiones y el planteamiento de estrategias de los sectores público y privado del turismo. Por ello, la presente investigación propone explorar las percepciones de los actores turísticos locales en torno a las estadísticas de turismo, para ello conoceremos las percepciones generales y sectoriales sobre la información estadística. Así mismo, se comparará la información estadística de la ciudad de Cuenca de acuerdo a los parámetros propuestos por la Organización Mundial del Turismo en las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008. Además, se espera identificar la utilidad, pertinencia y contribución de la estadística al desarrollo del sector turístico. El proyecto propone un enfoque cualitativo de alcance exploratorio-descriptivo cuya herramienta de recolección de datos será la entrevista semiestructurada y su muestra del estudio estará compuesta por el sector público, privado y la academia.

4. Planteamiento del proyecto de investigación

Las relaciones entre actores turísticos públicos y privados son parte importante para el desarrollo turístico, ya que su funcionamiento determina la capacidad de adaptación estratégica a las nuevas demandas del mercado. Estas se ven

afectadas a su vez, por las percepciones que tiene cada uno, siendo un ejemplo importante la falta notable de confianza y colaboración del sector privado por revelar datos, derivada de la falta de cultura estadística. La carencia de información provoca que el sector público tome decisiones, la mayoría de veces basadas en la coyuntura antes que en una estrategia derivada de la información.

Por su parte, la Fundación Municipal Turismo para Cuenca (FMTPC) junto con la Universidad de Cuenca, han realizado estudios de oferta y demanda desde 2015, para la medición de la actividad turística local, aunque limitando el análisis de la oferta al sector hotelero. No obstante, desde el año 2020 hasta la fecha no se han recogido datos estadísticos. El problema se ve agravado, además, por la ineficiencia del sector público en el levantamiento y posterior aplicación de la información, que muchas veces queda archivada y en la mayoría de casos no es de fácil acceso para investigadores, la industria privada y el público en general.

Sabemos que las estadísticas de turismo son necesarias para la elaboración de estrategias de mercadotecnia, fortalecer las relaciones interinstitucionales, evaluar la eficacia de las decisiones administrativas, y medir el turismo en la economía nacional. Por lo que, su debilidad en cuanto a su levantamiento, uso, accesibilidad y aprovechamiento se vuelven una problemática latente en la ciudad de Cuenca, que afecta al sector público, privado y la academia.

Por lo tanto, este estudio pretende explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca. Para ello, se explorarán las percepciones de los actores turísticos locales en torno a las estadísticas de turismo. También, se compararán las características de las estadísticas de turismo realizadas en Cuenca con los parámetros planteados por la OMT. Finalmente, se identificará la pertinencia de la información estadística de turismo y su contribución al desarrollo del sector turístico, es decir cuál ha sido su utilidad y cómo esta ha aportado al turismo local.

5. Marco teórico

La presente investigación hace uso de los siguientes términos y conceptos que engloban al turismo como fenómeno de estudio ligado a la actividad económica local de la ciudad de Cuenca. Se hará mención de las percepciones de los actores, la importancia y uso de las estadísticas de turismo, en concordancia con los objetivos del proyecto.

El turismo desde la perspectiva relacional es considerado un fenómeno complejo donde "intervienen un gran número de actores públicos y, privados, individuales y colectivos, entre los que se establecen interacciones derivadas de la segmentación y transversalidad características de la actividad turística" (Merinero Rodríguez y Zamora Acosta, 2009, p. 222). Es correcto inferir entonces, que los actores turísticos son aquellos que intervienen en el territorio y cuya gestión o actividad económica se relaciona directa o indirectamente al turismo. Además, las redes de actores turísticos y sus relaciones son parte importante de la configuración del turismo desde su conceptualización hasta su impacto en la economía local. Entonces, es relevante señalar los principales actores, de acuerdo al rol que desempeñan y las funciones que asumen, para la determinación del campo de estudio de la presente investigación.

El sector público, refiere a los órganos, instituciones o hasta personas naturales, caracterizadas por la capacidad de expresar y hacer cumplir la voluntad del Estado. En el caso de la ciudad de Cuenca, serían el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), Prefectura del Azuay, concejales de turismo y la FMTPC. El sector privado, se conforma por los prestadores de servicios turísticos: sector de alojamiento, restauración, operación e intermediación y transporte. Finalmente, el tercer sector o comunidad local, son las personas residentes del destino. A este segmento se le puede añadir el turista, considerándolo un residente temporal (Benseny, 2009, pp. 32-49). Estos actores se mantienen en una constante red social donde las interacciones interpersonales e interinstitucionales son de gran relevancia para el desarrollo turístico de Cuenca.

Puesto que su conocimiento determina la capacidad del accionar en pro de la adaptación estratégica a las nuevas tendencias y exigencias de la demanda turística en el contexto nacional e internacional.

Las relaciones y su finalidad, también se verán afectadas por las percepciones que puedan tener los actores de diferentes sectores entre sí. Tales percepciones, pueden ser complejas, pues las decisiones del ser humano no siempre son racionales. El espacio donde se desenvuelve y las personas con las que interactúa también son relevantes. Señalando además que las últimas, mantienen una agenda personal de objetivos, basados mayormente en el bien económico y la obtención de alguna especie de poder (Bauman, 2000; y Han, 2014, como se citó en Espinoza-Figueroa et al., 2020).

El sector público, ha llegado a ser percibido como entes convertidos en instituciones estatutarias dominadas por profesionales y sus agendas de marketing, relaciones públicas y comunicaciones. Sus estrategias de promoción se rigen bajo la meta de alcanzar un rédito económico y sostenibilidad, pero no del turismo, sino del crecimiento y la creación de un entorno favorable para los negocios (Higgins-Desbiolles, 2018).

La gestión de la FMTPC se desarrolla acorde con este accionar, pues se limita a la planificación promocional del destino, dejando de lado áreas como la innovación de productos. Probablemente, debido a una problemática subyacente en la institución, es decir, la falta de profesionalización y capacitación en cuanto al sector turístico, de los mandos directivos (Ordoñez Castro y Salazar Centeno, 2017). Problemas como estos significan un impacto negativo en las relaciones con el sector privado, donde la confianza es primordial.

La desconfianza se vuelve una característica negativa presente en la empresa privada, que carece de lazos con las partes interesadas. Debido no solo a las trabas burocráticas, sino también a la ineficacia del sector público para resolver problemas relacionados a la actividad turística (Elliott, 1987; y Nunkoo et al., 2012, como se citó en Martins Augusto Gomes y Fialho Pessali, 2018). La carencia de confianza genera, además, problemáticas para la investigación. Un

ejemplo de esto, es el estudio no concluyente que realizó la Universidad de Cuenca, sobre créditos para enfrentar la crisis que afecta al sector turístico, debido a la pandemia de Covid-19. El estudio no pudo realizarse correctamente debido a la muestra poco significativa y el celo del sector privado a brindar información (Fundación Municipal Turismo para Cuenca [FMTPC], 2020).

Sabemos que las estadísticas provienen de la actividad turística, es decir, servicios de alojamiento, agencias de viajes, operadores, restauración y transporte, propuestos por la Organización Mundial Turismo (OMT) en las *Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008* (RIET 2008), y en los cuales se va a basar la presente investigación. Se definen de acuerdo al Reglamento General de aplicación a la *Ley de Turismo, Reglamento de Alojamiento Turístico y Reglamento de Operación e Intermediación Turística*, vigentes en Ecuador:

1. Alojamiento: "actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros" (Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR], 2016a, p. 3). Hay que especificar que, por servicio de hospedaje, se refiere al proporcionado por los diferentes establecimientos de alojamiento turístico como: hotel, hostel y casa de huéspedes, entre otros.

2. Intermediación. "Gestión comercial de mediación, organización y venta de servicios turísticos efectuada entre el consumidor final y los proveedores de los servicios turísticos, comercializados de forma individual o en paquetes turísticos" (MINTUR, 2016a, p. 6). La utilización en este caso de distintos términos para referirnos a servicios similares, radica en la categorización, funciones y competencias de cada uno, puesto que intermediación se refiere exclusivamente a las agencias de viajes internacional, dual y mayorista.

3. Operación: "formas de organización, desarrollo y ejecución directa de viajes y visitas turísticas a nivel nacional, que incluye la provisión de servicios turísticos propios y/o de terceros" (MINTUR, 2016b, p. 6). Por su parte, el término

operación se refiere a las operadoras turísticas, que se encargan de la operación directa con el turista.

4. Alimentos y bebidas o restauración: "actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento" (MINTUR, 2020, p. 11).

5. Transporte: "movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación" (MINTUR, 2020, p. 11).

La información estadística que son capaces de brindar estas industrias turísticas, debe ser segmentada en variables para su correcto estudio. Las variables son "una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse" (Hernández Sampieri, 2018).

En este sentido, la OMT planteó en las RIET 2008, las siguientes variables para el análisis de la oferta y demanda turística. En el caso de la oferta, se propone que las diferentes industrias turísticas a continuación nombradas pueden ser medidas a través de ciertos parámetros.

1. Alojamiento para los visitantes. - Número de habitaciones y camas, tasas de ocupación por habitaciones y camas, ingresos por habitación disponible (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2010).

2. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reserva. - número y valor de productos vendidos, categorías de los destinos, tipos de clientes, además de otros datos como: Viajes internos con y sin paquetes; Viajes internacionales receptores con y sin paquetes, y; Viajes internacionales emisores con y sin paquetes (OMT, 2010).

3. Actividades de provisión de alimentos y bebidas. - Se dividen en restaurantes con asiento, establecimientos de comida para llevar, y bares y discotecas. Sus indicadores son similares, respecto al número de clientes, número de mesas, número de comidas o bebidas servidas, entre otros (OMT, 2010).

4. Transporte de pasajeros. - Se dividen en transporte público de larga distancia y alquiler de vehículos. Sus indicadores varían, el primero se enfoca más en el número de pasajeros y la capacidad de los vehículos, mientras que el segundo, toma en cuenta la disponibilidad de vehículos para ser rentados, entre otros (OMT, 2010).

Así también, para el estudio de la demanda, existen tres grupos de variables a ser tomadas en cuenta. Características del visitante o variables socio demográficas, características del viaje y gasto turístico.

Las características del visitante, se refieren a las características personales y socioeconómicas de los visitantes: Sexo; Edad; Actividad económica; Ocupación; Ingresos anuales del hogar, familiares o individuales; Educación. Las características del viaje por su parte, se dividen en: motivo principal, tipos de productos turísticos, duración del viaje, origen y destino, medios de transporte y tipos de alojamiento. Por último, el gasto turístico, está segmentado en interno, emisor y receptor, dependiendo del tipo de viaje que se realice (OMT, 2010).

Estas recomendaciones para el estudio del turismo, han sido adoptadas como el estándar para el levantamiento y análisis de información en varios países. Así también, respecto a la calidad y difusión de los datos estadísticos, se plantean dimensiones de calidad, de las cuales resaltan los principios de oportunidad y accesibilidad. La oportunidad se refiere al lapso transcurrido entre el final del período de referencia (mensual, trimestral, anual) al que se refieren los datos, y la fecha de publicación de resultados. Es relevante debido a la utilidad limitada de los datos y el deterioro de la exactitud de los mismos. De igual forma, la accesibilidad se refiere a la facilidad con la que las estadísticas pueden obtenerse de los entes que recopilan la información. Se toma en cuenta su disponibilidad y los medios de difusión (OMT, 2010).

En el caso de la ciudad de Cuenca, la FMTPC, es la encargada de este proceso, por lo cual firmó un convenio en 2015 con la Universidad de Cuenca – Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, para la investigación de indicadores estadísticos. Hasta 2019, el *Estudio de la demanda y oferta turística de la ciudad de Cuenca boletín anual año 2019*, estudiaba variables sobre la demanda turística que referían a: características sociodemográficas, motivación, organización del viaje, estancia del turista (alojamiento), percepción del destino, e ingreso mensual. En cuanto a la oferta turística, el estudio se realizaba por medio de indicadores de tasa de ocupación, tarifa promedio por habitación, porcentaje de huéspedes nacionales y extranjeros en establecimientos hoteleros. También, se tomaba en cuenta la tarifa RevPar, o renta por habitación disponible por sus siglas en inglés (Grupo de Investigación en Economía Regional [GIER], 2020).

Se puede concluir que las variables de estudio mantienen denominadores comunes en el análisis del comportamiento de la demanda, aunque limitan el estudio de la oferta a la información aportada por el sector hotelero. A grandes rasgos esto se convierte en una problemática para el desarrollo del sector turístico local, en gran parte debido a la importancia que surge de las aplicaciones que puedan tener las estadísticas de turismo.

De acuerdo a las RIET 2008:

Es esencial contar con estadísticas más abundantes y fiables para que los responsables de la formulación de políticas tomen decisiones eficaces...Las estadísticas de turismo son necesarias para elaborar estrategias de mercadotécnica, fortalecer las relaciones interinstitucionales, evaluar la eficacia y eficiencia de las decisiones administrativas, y medir el turismo en la economía nacional (OMT, 2010, p. 1)

En concordancia con esta afirmación, existe normativa a nivel nacional que regula y vigila la transparencia de información. La Ley orgánica de transparencia y acceso a la información pública, nos dice en su Art. 4, en cuanto a los principios

de aplicación de la ley. Se tomará en cuenta que "La información pública pertenece a los ciudadanos y ciudadanas. El Estado y las instituciones privadas depositarias de archivos públicos, son sus administradores y están obligados a garantizar el acceso a la información" (Ley orgánica de transparencia y acceso a la información pública [LOTAIP], 2004).

También en el Art. 16 de la Ley de Turismo se señala que es de competencia del MINTUR, en coordinación con los organismos seccionales, la facilitación de información estadística. Además, en el Art. 57 dictamina que las personas que realicen actividades turísticas tienen la obligación de entregar al MINTUR la información que posibilite la elaboración de estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad (Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR], 2014).

La estadística así, ha adquirido una importancia incuestionable en todo el mundo, los gobiernos cuentan continuamente con un sistema de estadísticas con aspectos demográficos, económicos y sociales, que ingieren en los esfuerzos de investigación, planeación y toma de decisiones de los procesos económicos y sociales (Barreto Villanueva, 2012). Sin embargo, en los países en desarrollo la falta de cultura estadística, persiste como una problemática, al no dar la suficiente importancia a los datos y su interpretación, para un control social de las actividades y políticas públicas (Jiménez Mora, 2009).

En relación a esto, el Plan de Turismo para Cuenca 2020-2024 Libro 2: Resultados, mantiene una postura similar y acorde a la situación actual donde afirma que:

Contar con información actualizada y fiable para la toma de decisiones en el sector público y privado es más importante que nunca, por ello se cree imprescindible reforzar el trabajo de los departamentos de regulación y control en los diferentes organismos públicos que regulan la actividad turística (FMTPC, 2020, p.28).

Las diversas opiniones en concordancia, al igual que las múltiples aplicaciones para las estadísticas de turismo en el actual contexto, hacen de su relevancia un hecho indiscutible.

6. Objetivos

Objetivo general

Explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca.

Objetivos Específicos

1. Explorar las percepciones de los actores turísticos locales en torno a las estadísticas de turismo.
2. Comparar las características de las estadísticas de turismo realizadas en Cuenca.
3. Identificar la pertinencia de la información estadística de turismo y su contribución al desarrollo del sector turístico.

7. Metodología de investigación

Este estudio tendrá un enfoque cualitativo de alcance exploratorio-descriptivo. Aquello permitirá comprender los fenómenos, examinándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto (Hernández Sampieri, 2018). La herramienta de recolección de datos será la entrevista semiestructurada. Esta es una guía de preguntas, en la cual el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para obtener mayor información (Colabella et al., 2014). La muestra del estudio será de tipo no probabilístico por intencionalidad (sector público) y por conveniencia (sector privado) (Tabla 1.) debido a la naturaleza exploratoria del estudio (Hernández Sampieri, 2018). El primer objetivo se realizará mediante entrevistas a actores del sector privado, es decir alojamiento, operación e intermediación, alimentos y bebidas, y transporte turístico de la ciudad de Cuenca. Para documentar las percepciones de los actores, y la pertinencia y contribución de la estadística del

turismo. Las percepciones serán exclusivas del sector privado, mientras que para la exploración de la pertinencia se tomará en cuenta además al sector público y la academia, de acuerdo al tercer objetivo. Debe tomarse en cuenta el nivel de colaboración de la empresa privada para las entrevistas, por lo cual se considera necesario solo un representante por cada segmentación dentro de cada industria (tipos de alojamiento: hotel, hostel, y casa de huéspedes) y categoría (De 2 a 5 estrellas u otros), dependiendo si aplica o no. Se utiliza la misma metodología en el sector público.

El segundo objetivo, corresponde a un análisis comparativo de los estudios estadísticos de turismo, realizados por la FMTPC en el período 2015-2019, respecto a lo que exige la OMT en sus RIET 2008.

Tabla 1
Actores turísticos de la ciudad de Cuenca

Sectores	Actores turísticos	Categoría	Cantidad	Instrumento
Sector público				
Sector público	Ministerio de Turismo del Ecuador	N/A	1	Entrevista semi estructurada
	Prefectura del Azuay	N/A	1	
	Concejales de turismo	N/A	1	
	Fundación Municipal Turismo para Cuenca	N/A	1	
	Universidad de Cuenca	N/A	1	
Sector privado				
Alojamiento	Hotel	De 2 a 5 estrellas.	4	Entrevista semi estructurada
	Hostal	De 1 a 3 estrellas	3	
	Casa de huéspedes	Categoría única	1	
Operación e Intermediación	Agencias Mayoristas	N/A	1	
	Agencias Internacionales	N/A	1	
	Agencias duales	N/A	1	

	Operador turístico	N/A	1
Alimentos y bebidas	Bar	De 1 a 3 copas	3
	Cafetería	De 1 a 2 tazas	2
	Restaurante	De 1 a 5 tenedores	5
	Discoteca	De 1 a 3 copas	3
	Fuente de soda	Primera, segunda y tercera	3
Transporte	Transporte turístico terrestre	N/A	1
	Transporte aéreo	N/A	1
Total			35

Fuente: Adaptado del Ministerio de Turismo del Ecuador

Elaboración: Autores

Las entrevistas serán grabadas previo consentimiento informado firmado por cada uno de los entrevistados, posteriormente serán transcritas en Microsoft Word 2019 y analizadas mediante el método hermenéutico (Habermas, 2016) utilizando el software tipo Atlas.ti.

8. Bibliografía

- Asociación Americana de Psicología APA. (2019). *Guía Normas APA: 7^{ma} Edición*
- Barreto Villanueva, Adán (2012). El progreso de la Estadística y su utilidad en la evaluación del desarrollo. *Papeles de Población*, 18 (73),1-31. ISSN: 1405-7425. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11224638010>
- Benseny, G. (2009). El turismo como estrategia de desarrollo en territorio litoral. Cuestiones socio-institucionales. *Aportes y transferencias*, 13(1), 27-66. <https://www.redalyc.org/pdf/276/27621944003.pdf>
- Colabella, L., Fasano, P., Guber, R., Méndez, A., Milstein, D. Renoldi, B., Schiavoni, L., Vargas, P., Villalta, M. C., y Zapata L. (2014). *Prácticas*

- etnográficas Ejercicios de reflexividad de antropólogas de campo*. Miño y Dávila.
- Espinoza-Figueroa, F., Molina Ochoa, G., Freire-Chaglla, S., & AVECILLAS TORRES, I. (2020). Percepciones de los comunes sobre el patrimonio cultural edificado. Caso centro histórico de Cuenca, Ecuador. *Revista De Historia, Patrimonio, Arqueología Y Antropología Americana*, (4), 6-21. <http://rehpa.net/ojs/index.php/rehpa/article/view/45>
- Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. (s.f.). *Líneas de investigación*. Facultades de Ciencias de la Hospitalidad.
- Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2020). *Plan de Turismo para Cuenca 2020 – 2024 LIBRO 2: Resultados*. <http://cuencaecuador.com.ec/sites/default/files/Libro%20%20revMAO%2010.08.2020.pdf>
- Grupo de Investigación en Economía Regional GIER. (2020). *Estudio de la demanda y oferta turística de la ciudad de Cuenca boletín anual año 2019*. Fundación Municipal Turismo para Cuenca. <http://cuencaecuador.com.ec/sites/default/files/Informe%20estadisticas%20a%C3%B1o%202019.pdf>
- Habermas, J. (2016). *Teoría de la acción comunicativa I. Racionalidad de la acción y racionalización social*. Taurus.
- Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more?. *Tourism Management Perspectives*, 25, 157-160. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>
- Jiménez Mora, J. (2009). *Gestión de la calidad de la estadística pública* [Tesis de posgrado, Universidad Veracruzana]. <https://www.uv.mx/gestion/files/2013/01/JOSE-MANUEL-JIMENEZ-MORA.pdf>
- LOTAIP. (2004). *Ley orgánica de transparencia y acceso a la información pública*. <https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/LOTAIP.pdf>

- Martins Augusto Gomes, Bruno y Fialho Pessali, Huáscar (2018). SALIDA, VOZ Y LEALTAD EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO Interacción entre empresarios y sector público. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27 (2),336-354. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180755394009>
- Merinero Rodríguez, R. y Pulido Fernández, J. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (23), 173-193. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39811874009>
- Merinero Rodríguez, R. y Zamora Acosta, E. (2009). La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7 (2), 219-238. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88111635006>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). *Ley de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2016a). *Reglamento de alojamiento turístico*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/2020-Reglamento-Ley-de-Turismo.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2016b). *Reglamento de operación e intermediación turística*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf>.
- Ordoñez Castro, F. E. y Salazar Centeno, A. R. (2017). *Propuesta de un modelo de gestión pública para desarrollar al cantón Cuenca como destino turístico* [Tesis de grado, Universidad del Azuay]. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6982>

Organización Mundial de Turismo. (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 [Ebook] (págs. 1-64). Organización de las Naciones Unidas. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789213612385>.

Torres León, L., Jaramillo Granda, M., Barzallo Neira, C., Armijos, D. y Pesántez Loyola, S. (2016). *Manual para trabajos de titulación*. Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Unidad de titulación. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf>

9. Talento humano

Exploración de percepciones sobre la carencia de información estadística en el sector turístico de Cuenca, 2022-2023

Recurso	Dedicación	Valor total \$
Director	4 horas al mes por 12 meses	600,00
Investigadores (2)	40 horas al mes por 12 meses	2880,00
Total		3480,00

Fuente: Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Universidad de Cuenca

Elaboración: Christopher Alexander Loja Pando y Dayana Jhesael Ledesma Villacis

10. Recursos materiales

Exploración de percepciones sobre la carencia de información estadística en el sector turístico de Cuenca, 2022-2023

Cantidad	Rubro	Valor \$
1 u	Resma de papel bond A4	7,50
6 u	Esfero punta fina	3,00
2 u	Cuaderno universitario	2,40
2 u	Memory Flash de 16 GB	24,00
6 u	Caja de mascarilla	21,00
12 u	Alcohol de 175 ml	18,00
	Imprevistos	7,60
Total		83,50

Fuente: Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Universidad de Cuenca

Elaboración: Christopher Alexander Loja Pando y Dayana Jhesael Ledesma Villacis

11. Cronograma de actividades

Exploración de percepciones sobre la carencia de información estadística en el sector turístico de Cuenca, 2022-2023
(marzo 2022 - febrero 2023)

Actividades	Meses												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. Recolección y organización de la información	X	X											
2. Revisión bibliográfica		X	X										
3. Elaboración y aplicación de entrevistas a actores locales que intervienen en el sector turístico de la ciudad de Cuenca.			X	X	X	X	X						
4. Revisión de fuentes de información primarias y secundarias				X	X	X	X						
5. Discusión y análisis de la información						X	X	X					
6. Integración de la información de acuerdo a los objetivos							X	X	X				
7. Redacción del trabajo			X	X	X	X	X	X	X	X	X		
8. Revisión final											X	X	

Fuente: Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Universidad de Cuenca

Elaboración: Cristopher Alexander Loja Pando y Dayana Jhesael Ledesma Villacis

12. Presupuesto

Exploración de percepciones sobre la carencia de información estadística en el sector turístico de Cuenca, 2022-2023

Concepto	Aporte del estudiante \$	Otros aportes \$	Valor total \$
Director		600,00	600,00
Investigadores (2)	2.880,00		2.880,00
Gastos de movilización			
Transporte	120,00		120,00
Alimentación	120,00		120,00
Gastos de la investigación			
Material de escritorio	83,50		83,50
Internet	420,00		420,00
Otros	50,00		50,00
Total	3.673,50	600,00	4.273,50

Fuente: Manual de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Universidad de Cuenca

Elaboración: Christopher Alexander Loja Pando y Dayana Jhesael Ledesma Villacis

13. ESQUEMA

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Metodología de estudio

Capítulo 1. Percepciones de los actores turísticos locales de la ciudad de Cuenca en torno a la información estadística

1.1. Percepciones generales sobre la información estadística

1.2. Percepciones sectoriales sobre la información estadística

Capítulo 2. Comparación de las características de las estadísticas de turismo realizadas en Cuenca

2.1. Información estadística de otros contextos

2.2. Información estadística de la ciudad de Cuenca

2.3. Comparación de características de la información estadística

Capítulo 3. Pertinencia de la información estadística de turismo y su contribución al desarrollo del sector turístico

3.1. Utilidad y pertinencia de la estadística de turismo

3.2. Contribución al desarrollo de turismo

Conclusiones

Bibliografía

Anexos

14. Anexos

ANEXO 1: DISEÑO APROBADO POR EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD

Anexo B. Entrevista – Academia

Guía de entrevista:

Proyecto de investigación: Exploración de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca.

ENTREVISTA ACTORES TURÍSTICOS

Fecha:	
Entrevistador(a):	
País:	
Cantón/Comuna/Municipio:	

Objetivo General:

- Explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos:

- Explorar las percepciones de los actores turísticos locales en torno a las estadísticas de turismo.
- Comparar las características de las estadísticas de turismo realizadas en Cuenca.
- Identificar la pertinencia de la información estadística de turismo y su contribución al desarrollo del sector turístico.

Presentación

Buenos días/tardes ¿Cómo está usted? Mi nombre es Christopher Loja y mi nombre es Dayana Ledesma, somos estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad de Cuenca. Estamos realizando entrevistas para explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo. La entrevista durará entre 60 y 90 minutos aproximadamente. Nos gustaría conocer su opinión acerca de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad. Para tener clara toda la información que nos proporcione vamos a grabar y tomar algunas notas de la entrevista. Si en algún momento se siente incómodo puede decirnos y no contestar la pregunta. Si durante la entrevista usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. ¿Tiene usted alguna duda? ¿Está de acuerdo en que grabemos el audio de la entrevista? ¿Podemos comenzar?

Vamos a empezar hablando sobre algunos datos generales

En general:

1. Desde la academia ¿qué se necesita para tomar decisiones acertadas que promuevan el desarrollo de la actividad turística?
2. ¿Qué papel representan las estadísticas de turismo en la planificación de destinos turísticos como la ciudad de Cuenca?

Hablemos un poco del uso de las estadísticas

3. ¿Cuáles son los usos o aplicaciones que se le da desde la academia a las estadísticas de turismo en la ciudad de Cuenca?
4. ¿Diría que las estadísticas de turismo actuales están en la capacidad de ser utilizadas por la comunidad universitaria para el sustento y desarrollo de proyectos de investigación e intervención que beneficien el desarrollo turístico de la ciudad? ¿Por qué?
5. ¿Existe en usted dudas acerca de la calidad del sistema de información estadística de turismo a nivel local? ¿Por qué?
6. ¿Cómo describiría la situación actual de las estadísticas del turismo? ¿por qué?
7. ¿Es posible que las estadísticas del turismo exageren el tamaño y el impacto de la actividad turística? ¿Por qué?
8. ¿Cuáles serían las amenazas externas que usted identifica en la elaboración de estadísticas de turismo?
9. ¿Considera usted que existen debilidades en los sectores público y la academia al momento de elaborar e interpretar estadísticas de turismo? Si es así ¿cuáles son y cómo se podrían superar?
10. ¿Es un usuario habitual de las estadísticas de turismo que provee el sector público? ¿Por qué?
11. ¿Usted está al tanto de las publicaciones estadísticas realizadas durante la última década en la ciudad de Cuenca? ¿Cómo las calificaría?
12. ¿Cuál es su opinión sobre las cifras estadísticas publicadas durante la pandemia, acerca de la actividad turística de la ciudad de Cuenca durante los feriados?
13. ¿Cree que los datos estadísticos de turismo son de fácil acceso para la comunidad universitaria y el sector privado? ¿por qué?
14. ¿La academia tiene planes a futuro para el progreso en la implementación de las estadísticas de turismo a nivel local? ¿Cómo funcionarían?

Ahora vamos a hablar de algunas actividades que se realizan

15. ¿Se ha visto la posibilidad de trabajar mancomunadamente con diversas instituciones públicas y privadas para obtener mejores estadísticas de turismo en la ciudad de Cuenca?
16. ¿La academia aporta regularmente a la construcción de estadísticas de turismo en la ciudad? ¿Por qué? / ¿De qué manera?
17. ¿Cómo describiría la relación entre el sector público, la academia y el sector privado, respecto a la entrega de información para la creación de estadísticas de turismo?

18. ¿Cómo esta relación puede beneficiar o perjudicar a los actores turísticos involucrados?
19. ¿Cuáles son las razones que usted identifica en el sector privado para no compartir información de sus negocios?
20. ¿Cree usted que la confidencialidad de la información es un factor para la entrega de información? ¿Por qué?
21. ¿Cree que la información provista por el sector privado es fiable? ¿Por qué?
22. ¿Cree que las publicaciones estadísticas elaboradas por el sector público son fiables? ¿Por qué?
23. ¿Qué estrategias utilizaría para garantizar estadísticas fiables en cuanto al grado de participación del sector privado y la fiabilidad de la información?

¡Muchas gracias! Ya hemos terminado, ¿Cómo se sintió con esta entrevista? ¿Hay algo más que quiera agregar? Si fuera necesario volver a buscarle para aclarar algún punto, ¿podríamos regresar con usted?

Llenar ficha de identificación de persona entrevistada:

Nombre:	
Cargo:	
Sexo:	
Edad:	
Escolaridad:	
Ocupación:	

Anexo C. Entrevista – Gremios

Guía de entrevista:

Proyecto de investigación: Exploración de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca.

ENTREVISTA ACTORES TURÍSTICOS

Fecha:	
Entrevistador(a):	
País:	
Cantón/Comuna/Municipio:	

Objetivo General:

- Explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos:

- Explorar las percepciones de los actores turísticos locales en torno a las estadísticas de turismo.
- Comparar las características de las estadísticas de turismo realizadas en Cuenca.
- Identificar la pertinencia de la información estadística de turismo y su contribución al desarrollo del sector turístico.

Presentación

Buenos días/tardes ¿Cómo está usted? Mi nombre es Christopher Loja y mi nombre es Dayana Ledesma, somos estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad de Cuenca. Estamos realizando entrevistas para explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo. La entrevista durará entre 60 y 90 minutos aproximadamente. Nos gustaría conocer su opinión acerca de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad. Para tener clara toda la información que nos proporcione vamos a grabar y tomar algunas notas de la entrevista. Si en algún momento se siente incómodo puede decirnos y no contestar la pregunta. Si durante la entrevista usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. ¿Tiene usted alguna duda? ¿Está de acuerdo en que grabemos el audio de la entrevista? ¿Podemos comenzar?

Vamos a empezar hablando sobre algunos datos generales

En general:

1. Como gremio ¿qué se necesita para tomar decisiones acertadas que promuevan el desarrollo de la actividad turística?
2. ¿Qué papel representan las estadísticas de turismo en la planificación de destinos o la toma de decisiones de empresas turísticas en la ciudad de Cuenca?

Hablemos un poco del uso de las estadísticas

3. ¿Cuáles son los usos o aplicaciones que se le da desde los gremios o el sector privado a las estadísticas de turismo en la ciudad de Cuenca?
4. ¿Diría usted que las estadísticas de turismo actuales están en la capacidad de ser utilizadas por inversionistas o empresarios para la toma de decisiones y la elaboración de proyecciones fiables? ¿Por qué?
5. ¿Existe en usted dudas acerca de la calidad del sistema de información estadística de turismo a nivel local? ¿Por qué?
6. ¿Es posible que las estadísticas de turismo no representen el verdadero tamaño o impacto de la actividad turística? ¿Por qué?
7. ¿Cuáles serían las amenazas externas que usted identifica en la elaboración de estadísticas de turismo confiables?
8. ¿Existen debilidades por parte del personal al momento de interpretar estadísticas de turismo? ¿Cómo se pueden superar?
9. ¿Se tienen planes a futuro para el progreso o la implementación de las estadísticas de turismo? ¿Cómo funcionarían?
10. ¿Está al tanto de las publicaciones estadísticas de turismo realizadas durante la última década en la ciudad de Cuenca? Si es así ¿Cómo las calificaría?
11. ¿Es un usuario habitual de las estadísticas de turismo que provee el sector público? ¿Por qué?
12. ¿Cree que los datos estadísticos de turismo son de fácil acceso para los empresarios, dueños de negocios y población en general? ¿Por qué?

Ahora vamos a hablar de algunas actividades que se realizan

13. ¿Se ha visto la posibilidad de trabajar mancomunadamente con diversas instituciones públicas para obtener mejores estadísticas de turismo en la ciudad de Cuenca? ¿Por qué?
14. ¿El gremio aporta regularmente a la construcción de estadísticas de turismo en la ciudad? ¿Por qué? / ¿De qué manera?
15. ¿Cómo describiría la relación entre el sector público, la academia, la empresa privada y los gremios respecto a la entrega de información para la creación de estadísticas de turismo?
16. ¿Esta relación es beneficiosa para el gremio? ¿Por qué?
17. ¿Cree que la información estadística elaborada por el sector público es fiable? ¿Por qué?

¡Muchas gracias! Ya hemos terminado, ¿Cómo se sintió con esta entrevista? ¿Hay algo más que quiera agregar? Si fuera necesario volver a buscarle para aclarar algún punto, ¿podríamos regresar con usted?

Llenar ficha de identificación de persona entrevistada:

Nombre:	
Cargo:	
Sexo:	
Edad:	
Escolaridad:	
Ocupación:	

Anexo D. Entrevista – Sector privado

Guía de entrevista:

Proyecto de investigación: Exploración de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca.

ENTREVISTA ACTORES TURÍSTICOS

Fecha:	
Entrevistador(a):	
País:	
Cantón/Comuna/Municipio:	

Objetivo General:

- Explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos:

- Explorar las percepciones de los actores turísticos locales en torno a las estadísticas de turismo.
- Comparar las características de las estadísticas de turismo realizadas en Cuenca.
- Identificar la pertinencia de la información estadística de turismo y su contribución al desarrollo del sector turístico.

Presentación

Buenos días/tardes ¿Cómo está usted? Mi nombre es Christopher Loja y mi nombre es Dayana Ledesma, somos estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad de Cuenca. Estamos realizando entrevistas para explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo. La entrevista durará entre 60 y 90 minutos aproximadamente. Nos gustaría conocer su opinión acerca de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad. Para tener clara toda la información que nos proporcione vamos a grabar y tomar algunas notas de la entrevista. Si en algún momento se siente incómodo puede decirnos y no contestar la pregunta. Si durante la entrevista usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. ¿Tiene usted alguna duda? ¿Está de acuerdo en que grabemos el audio de la entrevista? ¿Podemos comenzar?

Vamos a empezar hablando sobre algunos datos generales

En general:

1. Como empresa privada ¿qué se necesita para tomar decisiones acertadas que promuevan el desarrollo de la actividad turística?
2. ¿Qué papel representan las estadísticas de turismo en la planificación de destinos o la toma de decisiones de empresas turísticas en la ciudad de Cuenca?

Hablemos un poco del uso de las estadísticas

3. ¿Cuáles son los usos o aplicaciones que se le da desde el sector privado a las estadísticas de turismo en la ciudad de Cuenca?
4. ¿Diría que las estadísticas de turismo actuales están en la capacidad de ser utilizadas por inversionistas o empresarios para la toma de decisiones y la elaboración de proyecciones fiables? ¿Por qué?
5. ¿Existe en usted dudas acerca de la calidad del sistema de información estadística de turismo? ¿Por qué?
6. ¿Es posible que las estadísticas de turismo no representen el verdadero tamaño o impacto de la actividad turística? ¿Por qué?
7. ¿Está al tanto de las publicaciones estadísticas de turismo realizadas durante la última década en la ciudad de Cuenca? ¿Cómo las calificaría?
8. ¿Es un usuario habitual de las estadísticas de turismo que provee el sector público? ¿Por qué?
9. ¿Cree que los datos estadísticos de turismo son de fácil acceso para empresarios, dueños de negocios y población en general?

Ahora vamos a hablar de algunas actividades que se realizan

10. ¿Existen debilidades por parte del personal al momento de interpretar estadísticas de turismo? ¿Cómo se pueden superar?
11. ¿Se ha visto la posibilidad de trabajar mancomunadamente con diversas instituciones públicas para obtener mejores estadísticas de turismo en la ciudad de Cuenca?
12. ¿Cómo describiría la relación entre el sector público, privado y la academia respecto a la entrega de información para la creación de estadísticas de turismo?
13. ¿Esta relación es beneficiosa para usted? ¿Por qué?
14. ¿Cuáles son las razones que usted identifica en el sector privado para no compartir información de sus negocios?
15. ¿Cree usted que la confidencialidad de la información es un factor que influye en la entrega de información? ¿Por qué?
16. ¿Bajo qué términos estaría dispuesto a participar activamente de la entrega de información de su negocio para la elaboración de estadísticas de turismo?
17. ¿Cree que la información estadística de turismo elaborada por el sector público es fiable? ¿Por qué?

¡Muchas gracias! Ya hemos terminado, ¿Cómo se sintió con esta entrevista? ¿Hay algo más que quiera agregar? Si fuera necesario volver a buscarle para aclarar algún punto, ¿podríamos regresar con usted?

Llenar ficha de identificación de persona entrevistada:

Nombre:	
Cargo:	
Sexo:	
Edad:	
Escolaridad:	
Ocupación:	

Anexo E. Entrevista – Sector público

Guía de entrevista:

Proyecto de investigación: Exploración de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca.

ENTREVISTA ACTORES TURÍSTICOS

Fecha:	
Entrevistador(a):	
País:	
Cantón/Comuna/Municipio:	

Objetivo General:

- Explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca.

Objetivos específicos:

- Explorar las percepciones de los actores turísticos locales en torno a las estadísticas de turismo.
- Comparar las características de las estadísticas de turismo realizadas en Cuenca.
- Identificar la pertinencia de la información estadística de turismo y su contribución al desarrollo del sector turístico.

Presentación

Buenos días/tardes ¿Cómo está usted? Mi nombre es Christopher Loja y mi nombre es Dayana Ledesma, somos estudiantes de la carrera de turismo de la Universidad de Cuenca. Estamos realizando entrevistas para explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo. La entrevista durará entre 60 y 90 minutos aproximadamente. Nos gustaría conocer su opinión acerca de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad. Para tener clara toda la información que nos proporcione vamos a grabar y tomar algunas notas de la entrevista. Si en algún momento se siente incómodo puede decirnos y no contestar la pregunta. Si durante la entrevista usted tiene alguna duda o desea hacer una pausa lo puede hacer sin ningún problema. ¿Tiene usted alguna duda? ¿Está de acuerdo en que grabemos el audio de la entrevista? ¿Podemos comenzar?

Vamos a empezar hablando sobre algunos datos generales

En general:

1. Como institución pública ¿qué se necesita para tomar decisiones acertadas que promuevan el desarrollo de la actividad turística?
2. ¿Qué papel representan las estadísticas de turismo en la planificación de destinos turísticos como la ciudad de Cuenca?

Hablemos un poco del uso de las estadísticas

3. ¿Cuáles son los usos o aplicaciones que se le da desde la gestión pública a las estadísticas de turismo en la ciudad de Cuenca?
4. ¿El diseño e implementación de políticas públicas están basados en las cifras turísticas? Si es así ¿Cómo?
5. ¿Diría que las estadísticas de turismo actuales están en la capacidad de ser utilizadas por inversionistas para la toma de decisiones y la elaboración de proyecciones fiables?
6. ¿Existe en usted dudas acerca de la calidad del sistema de información estadística de turismo a nivel local? ¿Por qué?
7. ¿Cómo describiría la situación actual de las estadísticas del turismo?
8. ¿Es posible que las estadísticas del turismo exageren el tamaño y el impacto de la actividad turística? ¿Por qué?
9. ¿Cuáles serían las amenazas externas que usted identifica en la elaboración de estadísticas de turismo?
10. ¿Considera usted que existen debilidades por parte del personal al momento de elaborar e interpretar estadísticas de turismo? ¿Cuáles son y cómo se podrían superar?
11. ¿Usted está al tanto de las publicaciones estadísticas de turismo realizadas durante la última década en la ciudad de Cuenca? ¿Cómo las calificaría?
12. En los últimos boletines turísticos publicados durante la pandemia, sobre la actividad turística en los feriados de la ciudad de Cuenca ¿Cuál fue el criterio técnico utilizado?
13. ¿Cuáles son los planes a futuro para el progreso en la implementación de las estadísticas de turismo? ¿Cómo funcionarían?

Ahora vamos a hablar de algunas actividades que se realizan

14. ¿Se ha visto la posibilidad de trabajar mancomunadamente con diversas instituciones públicas para obtener mejores estadísticas de turismo en la ciudad de Cuenca?
15. ¿Cómo describiría la relación entre el sector público, la academia y la empresa privada respecto a la entrega de información para la creación de estadísticas de turismo?
16. ¿Cómo esta relación puede beneficiar o perjudicar a los actores turísticos involucrados?
17. ¿Cree que la información provista por el sector privado es fiable? ¿Por qué?
18. ¿Qué estrategias utilizaría para garantizar estadísticas fiables en cuanto a grado de participación del sector privado y la fiabilidad de la información?

¡Muchas gracias! Ya hemos terminado, ¿Cómo se sintió con esta entrevista? ¿Hay algo más que quiera agregar? Si fuera necesario volver a buscarle para aclarar algún punto, ¿podríamos regresar con usted?

Llenar ficha de identificación de persona entrevistada:

Nombre:	
Cargo:	
Sexo:	
Edad:	
Escolaridad:	
Ocupación:	

Anexo F. Solicitud de entrevista a actores de la ciudad de Cuenca

Cuenca, 16 de mayo del 2022

Actor:

Cargo:

Institución o empresa:

En su despacho. –

De nuestras consideraciones:

Nosotros, Cristopher Loja con CI: 0106903263 y Dayana Ledesma con CI: 0107140592 estudiantes de la carrera de turismo de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, estamos desarrollando el proyecto de investigación (trabajo de titulación) con el siguiente tema: “Exploración de la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca”. Por lo tanto, le solicitamos de la manera amable nos conceda una entrevista; ya que consideramos que su criterio es importante para lograr nuestros objetivos.

La entrevista tiene como tópicos principales lo siguiente: Explorar la contribución de las estadísticas al desarrollo del turismo en la ciudad de Cuenca, las percepciones de los actores turísticos locales entorno a las estadísticas de turismo, y la pertinencia de la información estadística y su contribución al desarrollo del sector turístico. No se requerirá información específica del giro del negocio, solamente las perspectivas en torno al tema. Cabe mencionar que nuestro tutor del proyecto es el docente Freddy Espinoza.

Por la favorable acogida que le dé al presente documento, anticipamos nuestros agradecimientos.

Cordialmente,

Cristopher Loja

0106903263

Dayana Ledesma

0107140592

Anexo G. Red de percepciones del sector turístico de la ciudad de Cuenca