

# IDENTIFICACIÓN DE TENDENCIAS DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN EL CANTÓN IBARRA

Vallejos Cazar Alex Francisco\*<sup>1</sup>, Oswaldo Xavier Torres Merlo\*, Johana Cristina Sierra Morán\*, Andrés Roberto León Yaselga\*, Gina Real Zumba\*\*

\*Universidad Regional Autónoma de los Andes UNIANDES

\*\*Universidad Técnica de Babahoyo

## ABSTRACT

The research was conducted during the period 2016 to 2018 in the Ibarra Canton of Ecuador. The quantitative method implemented in the development of this research was the analysis of simple and multiple linear regression with the application of the SPSS software tool (version 19.0) with the main objective of analyzing the tourism supply and demand to help generate practical recommendations for the decision makers. With the application of the quantitative method of analysis of the simple and multiple linear regression it is shown that there is a linear and positive relationship between the number of tourists, infrastructure and gastronomy. The results obtained provide reliable information to the stakeholders involved in decision-making regarding the need to adequately manage the infrastructure and gastronomy services of the Canton Ibarra tourist offer.

**KEYWORDS:** Tourism supply and demand, quantitative method, simple and multiple linear regression

**MSC:** 62P10

## RESUMEN

La investigación se realizó durante el periodo 2016 al 2018 en el Cantón Ibarra de Ecuador. El método cuantitativo implementado en el desarrollo de esta investigación fue el análisis de la regresión lineal simple y múltiple con la aplicación de la herramienta informática SPSS (versión 19.0) con el objetivo principal de analizar la oferta y demanda turística para contribuir a generar recomendaciones prácticas para los tomadores de decisiones. Con la aplicación del método cuantitativo de análisis de la regresión lineal simple y múltiple se demuestra que existe una relación lineal y positiva entre la cantidad de turistas, la infraestructura y la gastronomía. Los resultados obtenidos aportan información confiable a los actores implicados en la toma de decisiones sobre la necesidad de gestionar adecuadamente la infraestructura y los servicios de gastronomía de la oferta turística del Canton Ibarra.

**PALABRAS CLAVE:** Oferta y demanda turística, método cuantitativo, regresión lineal simple y múltiple

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo es un sector económico importante para el sustento de la ciudad ecuatoriana de Ibarra; capital de la provincia de Imbabura. De acuerdo con el Ministerio de Turismo de Ecuador “el turismo se ha visto enriquecido por la pluriculturalidad, la diversidad de climas así como la variedad de especias y productos que existen en el país.” [1]. Es interesante destacar que Ibarra cuenta con 767 empresas catastradas con capacidad de 2.842 habitaciones hoteleras para 8.544 plazas de alojamiento y, 39.771 plazas para servicios de alimentos y bebidas, generando trabajo directo para 3.423 personas [1]. De ahí la importancia de que se realice el análisis de la oferta y demanda turística para potenciar la industria del ocio en Ibarra.

Según [2] plantean que la oferta turística: “es el total de servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por las empresas o profesionales del sector, los recursos turísticos utilizados como elementos de atracción, hacia una zona turística y las infraestructuras necesarias que permiten el desarrollo de la actividad turística, todos ellos disponibles para que puedan ser utilizados por el visitante”. Por su parte, [3] describen que: la demanda turística es el conjunto de turistas actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar el conjunto de facilidades, atractivos, actividades, bienes y (o) servicios turísticos.

Investigaciones científicas precedentes, destacan el reconocimiento de la influencia de las variables que conforman la oferta y la demanda turística (infraestructura, gastronomía, tiempo de estancia, objetivo del viaje, motivaciones, otras) sobre la cantidad de turistas que visitan la ciudad de Ibarra. [4], [5]

Sin dudas, el análisis de la oferta y demanda turística constituyen factores imprescindibles en los estudios del turismo porque son una fuente de información que propician a los actores implicados conocer su comportamiento e identificar cuáles son los elementos esenciales que les permitan tomar decisiones a favor del crecimiento y desarrollo del destino turístico; además se contribuye a la mejora de la calidad y al disfrute de las actividades que participa el turista y en consecuencia a su satisfacción.

La incertidumbre en la que conviven las diferentes organizaciones turísticas con relación a periodos de tiempo

---

<sup>1</sup> ui.alexvallejo@uniandes.edu.ec

futuros hace que las acciones que se acometan en la actualidad no sean del todo efectivas. Es por ello que el empleo de métodos cuantitativos y cualitativos para la estimación de escenarios futuros es un elemento de suma importancia para la toma de decisiones. La estimación de pronósticos de uno o varios factores (variables) que conforman un evento futuro, con base en la información actual, permite fijar los cursos de acción de las diferentes organizaciones turísticas.

La comunidad académica ha corroborado la necesidad de acudir a métodos cuantitativos para examinar los datos de manera numérica y establecer patrones de comportamientos a través del uso de la estadística para analizar las mediciones obtenidas. [6] [7]. Uno de estos métodos es el de regresión lineal simple y múltiple, los cuales permiten cuantificar el grado de relación lineal existente entre dos o más variables y mostrar el patrón común en el diagrama de dispersión. [8]

En este mismo orden de ideas, es reconocida por varios autores [9] [10] [11], la relación entre turistas, la infraestructura y la gastronomía. Sin embargo se reportan pocos análisis donde se muestren comprobaciones empíricas de esa relación causal, de manera que esa razón instituyó el principal motivo para realizar el abordaje de esta temática en los análisis desarrollados en el Cantón Ibarra. Lo explicitado hasta aquí, argumenta que el problema fundamental de la investigación lo constituye el desconocimiento de un pronóstico efectivo de la oferta y demanda turística de la ciudad de Ibarra para orientar la toma de decisiones y establecer escenarios probables a los actores involucrados. Este trabajo tiene como objetivo principal la aplicación de métodos cuantitativos en el análisis de la oferta y demanda turística en el Cantón Ibarra para contribuir a generar recomendaciones prácticas para los tomadores de decisiones.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se realizó durante el periodo entre los años 2016 al 2018, con la finalidad de conocer la situación actual de la oferta y demanda turística en el Cantón Ibarra. El método estadístico aplicado en el desarrollo de la investigación es el análisis de la regresión lineal simple y múltiple y la herramienta informática SPSS (versión 19.0), para explorar y cuantificar la relación entre las variables turistas, infraestructura y gastronomía, con el propósito de obtener predicciones en la variable turista a partir de la infraestructura y de la gastronomía de la oferta turística realizada.

Para la comprobación empírica de esas relaciones se consideraron las mediciones longitudinales a lo largo de esos dos años de trabajo de campo, realizadas en hoteles, casas de familiares y hostales, lo que permitió contar con datos suficientes para el desarrollo de la investigación y la consideración de que el análisis de la infraestructura se realice de forma general, sin tener en cuenta los criterios de estratificación.

La selección de la muestra fue realizada mediante el muestreo aleatorio para población finita, utilizando la fórmula (1), planteada por [12] La población finita seleccionada es de 49 060 visitantes y la muestra calculada es de 381 visitantes.

$$n = \frac{Z^2 \cdot a \cdot 1/2 \cdot PQN}{\epsilon^2 (N-1) + Z^2 PQ} \quad (1)$$

N: Población: 49 060

Z: Nivel de confianza del 95% que es igual a 1.96

P: proporción de éxito: 0.5

q = Proporción de no éxito: 0.5

$\epsilon$  = Error en la proporción de la muestra = 5% = 0.05

Para el análisis complementario realizado, de tipo cualitativo, se utilizó información procedente de la encuesta realizada que tuvo el objetivo de estudiar el comportamiento de una serie de variables que permitieron describir las características fundamentales de la oferta y la demanda del sector e incluyó (según referencias), una prueba piloto y la comprobación de la consistencia interna y fiabilidad de las escalas, a través del coeficiente de Alfa de Cronbach [13] (valores mayores a 0,70), considerándose como aceptable para los propósitos del estudio. De igual manera, se analizó la validez de contenido y de criterio. La de contenido se llevó a cabo por el equipo de trabajo que revisó que el cuestionario contuviera todos los acápites necesarios, relacionados con el objetivo de la misma, a través de la utilización del Coeficiente de correlación de Pearson, se evaluó la validez de criterio, correlacionándose los resultados del cuestionario con los de la valoración global formulada mediante una pregunta final (valore integralmente su satisfacción con la oferta y demanda el destino turístico Ibarra).

## 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de datos realizado, de tipo cualitativo, por el equipo de investigación (motivaciones de viaje, datos demográficos, gustos y preferencias), arrojó un conjunto de informaciones complementarias que sirvieron para caracterizar de forma global, la situación de la oferta y demanda turística en Ibarra.

De acuerdo con el total de los 381 encuestados que visitan la ciudad de Ibarra el 40% son provenientes de la ciudad de Quito debido a su cercanía geográfica, a continuación le sigue Guayaquil con el 12% a pesar de tener una distancia considerable. Seguido de visitantes del exterior entre ellos de España, Colombia, Francia y Venezuela. Mientras que de Ambato y Tulcán se percibe el 6% de visitas por cada uno además las personas residentes de Latacunga llegan el 5%. Teniendo la menor afluencia de El Ángel con el 3%, sin embargo de las ciudades de Riobamba, Cañar, Cayambe, San Gabriel y Zuleta tan solo se percibe el 2% de cada lugar (figura 1).

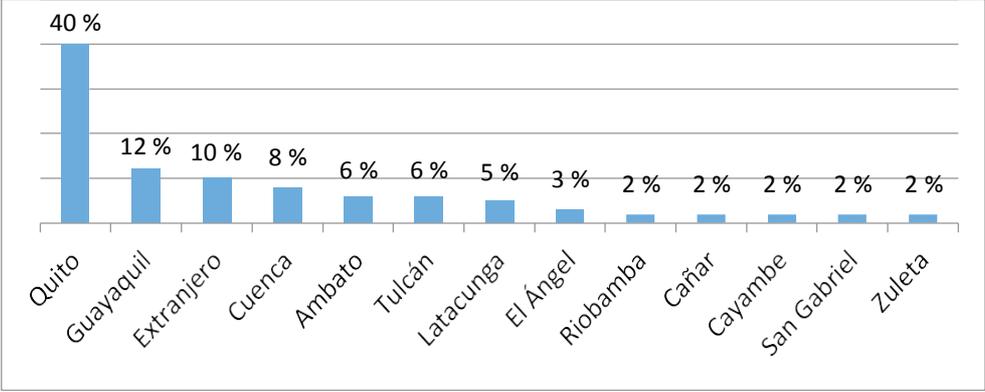


Figura 1. Residencia de los turistas que visitaron Ibarra.

La mayoría de los visitantes (38%) que llegan a la ciudad de Ibarra afirma que tienen un ingreso de entre 1001 y 2000 dólares, seguidamente el 25% no superan los 370 dólares mensuales, además el 20% de afluentes tienen un ingreso de entre 371 y 500 dólares. Sin embargo el 15% recibe un ingreso de entre 501 a 1000, pero tan solo el 2% recibe hasta 3000 dólares y ninguno de los visitantes percibe más de 3000dólares (figura 2).

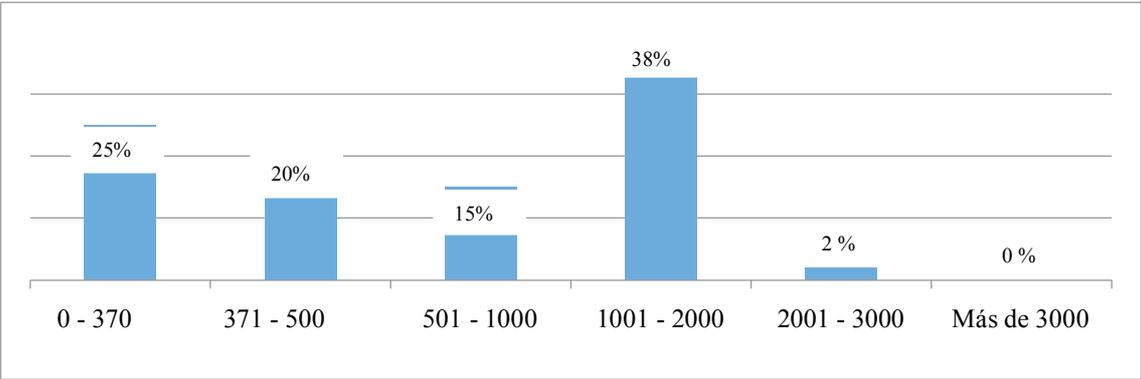


Figura 2. Nivel de ingresos mensuales de los encuestados.

La principal motivación para visitar Ibarra es la gastronomía la que destaca con el 18% de objetivo primario de viaje, mientras que el 15% de estímulo es el de visitar a familiares y/o amigos, posterior a este se observa que los visitantes llegan a la ciudad motivados por realizar turismo de aventura un 13%. Se estipula que el 12% tienen interés en la vida nocturna del lugar además del 11% estar interesado en actividades de compras. Sin embargo el 9% de los visitantes llegan a la ciudad al estar de tránsito o simplemente de paseo. Además se concluye que el 7% de afluentes han sido motivados por la arqueología. La festividad de la Cacería del zorro parece influir en el 5% de las personas que llegan a Ibarra (figura 3).

Como se puede observar el lugar preferido para visitar en Ibarra por los turistas son la Laguna de Yahuarcocha, el centro histórico de la ciudad, el mirador El Arcangel y la Esquina del Coco con un total de 50 %. Además los diferentes mercados de la ciudad también son de interés para el 10% de los visitantes, seguido por los museos para el 8%. El Obelisco y la comunidad La Esperanza tienen la atención del 7% de los turistas cada uno, precedido con el 6% la iglesia La Merced, la Loma de Guayabillas y el parque Pedro Moncayo (figura 4).

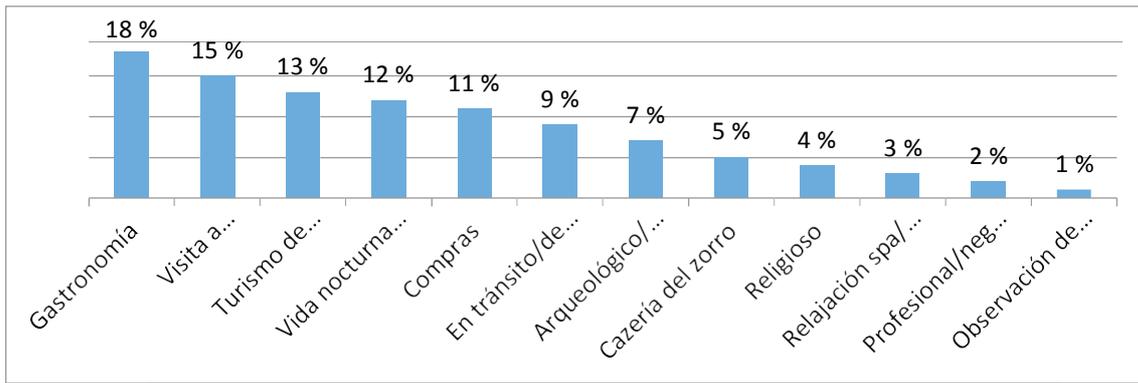


Figura 3. Principal objetivo del viaje.

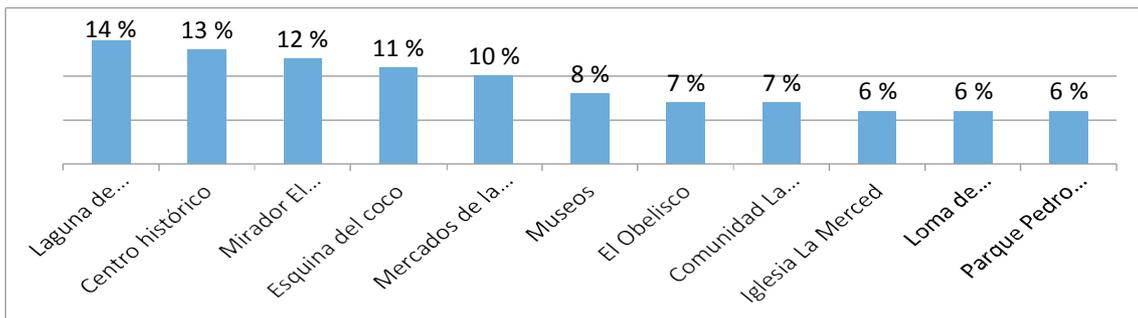


Figura 4. Lugares turísticos que planean visitar.

Mediante las encuestas realizadas se comprueba que el hotel es el lugar preferido para el 33% de visitantes, sin embargo el 30% opta por pasar en la casa de familiares o amigos. Mientras que con el 13% pernoctarán en casa propia y hostales; tan solo el 4% de encuestados mencionan haber alquilado una casa de vacaciones y el 7% restante corresponde a los visitantes que solo pasaran un día en la ciudad (figura 5).

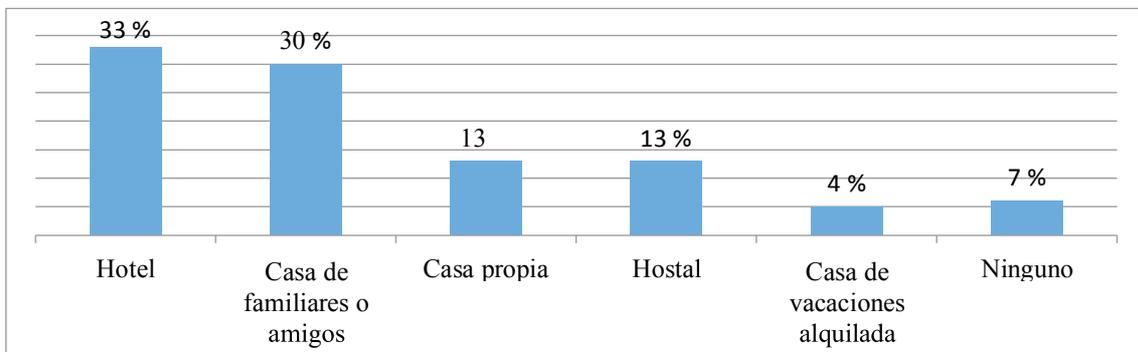


Figura 5. Lugar de alojamiento.

El 42% de los encuestados afirman que su tiempo de estadía en Ibarra es de 3 días, el 22% aseguran que pasaran en la ciudad 4 días. Sin embargo el 16% de los visitantes estarán en la ciudad durante más de 5 días. Finalmente el 7% recorren la ciudad solo un día y el 13% por 2 días (figura 6).

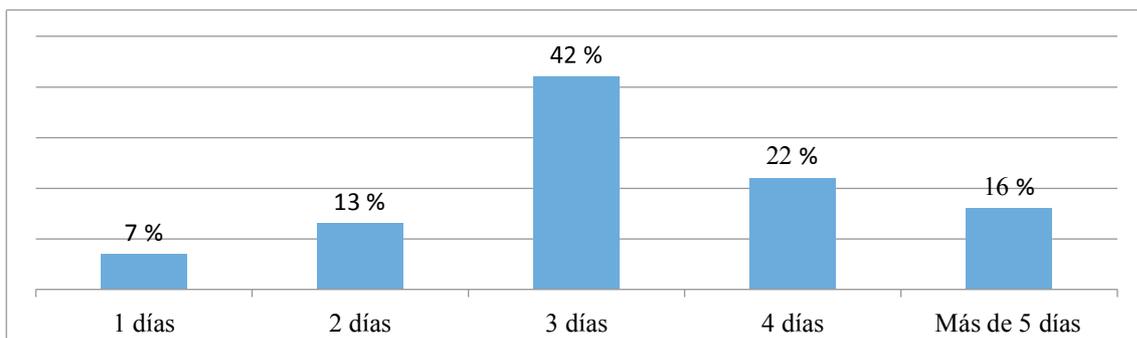


Figura 6. Tiempo de estancia en la ciudad.

Hasta el momento se han expuesto algunos datos cualitativos obtenidos como resultado de la aplicación de la encuesta, no obstante resulta de interés analizar la relación entre otras variables que pudieran estar influyendo de manera directa en el nivel de turista que visitan la ciudad de Ibarra. En la figura 7 se muestran las variables que tienen incidencia en la afluencia de turistas. Como se aprecia se destaca una relación más directa con las variables infraestructura y gastronomía por lo que es significativo profundizar en su análisis.

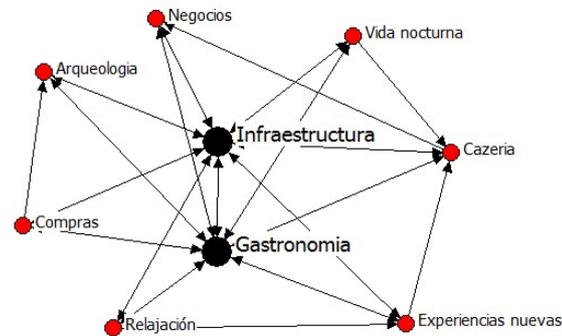


Figura 7: Relación de variables en la afluencia de turistas en la ciudad de Ibarra.

Con este fin se decidió utilizar la regresión lineal como método cuantitativo para evaluar cómo influyen determinadas variables, denominadas variables independientes, en la evolución de una variable dependiente. Las matrices de datos obtenidas se procesaron mediante el paquete estadístico SPSS (versión 19.0). Los resultados de este análisis cuantitativo se representan en las figuras 8, 9 y 10.

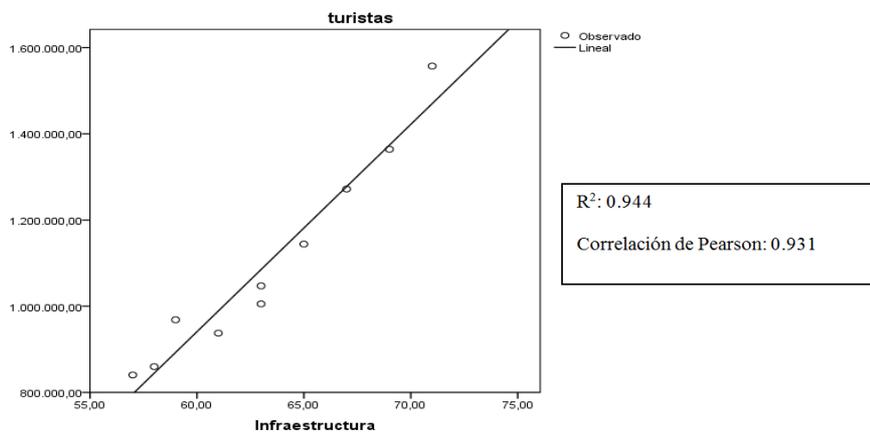


Figura 8: Relación entre la cantidad de turistas y la infraestructura.

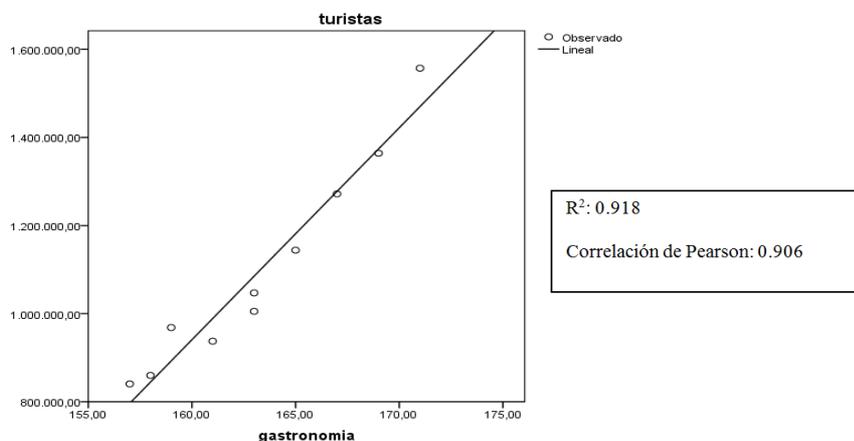


Figura 9: Relación entre la cantidad de turistas y la gastronomía.

En los gráficos 8 y 9, la regresión lineal es un modelo que se ajusta de forma muy altamente significativa, según los valores del coeficiente de determinación ( $R^2$ ).

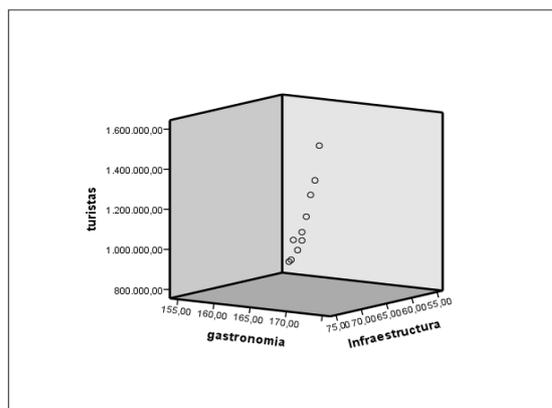


Figura 10: Relación entre la cantidad de turistas, infraestructura y gastronomía.

Dado que el comportamiento de la demanda turística no solo se ve influida por una única variable independiente es necesario recurrir a la regresión lineal múltiple (figura 10). Los resultados de la regresión lineal múltiple permite concluir que las dos variables analizadas infraestructura y gastronomía influyen significativamente en la afluencia de turistas, considerado esta relación lineal donde un aumento en las variables dependiente traen consigo el aumento de la cantidad de turistas.

Las variables independientes se han introducido de manera progresiva en el modelo de regresión. Estos elementos permiten realizar precisiones para mejorar la probabilidad de éxito de las medidas a tomar.

#### 4. CONCLUSIONES

Con la aplicación del método cuantitativo de análisis de la regresión lineal simple y múltiple se demuestra que existe una relación lineal y positiva entre la cantidad de turistas, la infraestructura y la gastronomía. Estos resultados obtenidos aportan información confiable a los actores implicados en la toma de decisiones sobre la necesidad de gestionar adecuadamente la infraestructura y los servicios de gastronomía de la oferta turística del Canton Ibarra.

Los análisis de tipo cualitativos permitieron identificar un conjunto de informaciones complementarias que caracterizaron la demanda de los turistas que han visitado el Canton Ibarra. En relación al perfil sociodemográfico del turista en su gran mayoría es proveniente de Quito, el nivel de ingresos mensuales oscila entre los 1001 y 2000 dólares, entre el principal objetivo del viaje se encuentra la gastronomía, los lugares turísticos que planean visitar mayoritariamente son la laguna de Yahuarcocha, el centro histórico y el mirador El Arcangel, el lugar de alojamiento preferido son los hoteles y el tiempo de estancia en la ciudad corresponde a 3 días. Estas preferencias de los visitantes son una valiosa información para desarrollar, por parte de los decisores involucrados, las acciones necesarias para afianzar la demanda turística en esta ciudad.

RECEIVED: DECEMBER, 2018

REVISED: APRIL, 2019

#### REFERENCIAS

- [1] CID, A. D., MENDEZ, R., & SANDOVAL, F. (2011). Investigación y metodología. Pearson, México.
- [2] GARCÍA, R. y OLMOS, L. (2011). Estructura Del Mercado Turístico. Madrid: Editorial Paraninfo. España.
- [3] GRANADOS, R. M. (2016). Modelos de regresión lineal múltiple. Granada, España: Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Granada
- [4] JUAN HERNÁNDEZ, E. C. (2014). El turismo gastronómico como experiencia cultural. Caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). **Boletín de asociación de Geógrafos Españoles**, 407-427.
- [5] LEDESMA, R.; MOLINA, G.; VALERO, P (2002): Análisis de consistencia interna mediante Alfa de Cronbach: Un paquete basado en gráficos dinámicos. **Psico-USF**. 7, 143-152.
- [6] LÓPEZ-GUZMÁN T., BORGES O., CERESO LÓPEZ J. M. Análisis de la Oferta y Demanda Turística en Isla de Sal, Cabo Verde. **Revista Rosa dos Ventos**, 4(IV), 469-485

- [7] LÓPEZ, T. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Cordova. **Pasos Revista de turismo y patrimonio cultural**, 575-584.
- [8] MINISTERIO DEL TURISMO (2009). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014, 5-115.
- [9] NEL-LO ANDREU, M. (2004). Evaluación de la infraestructura y servicios turísticos en áreas protegidas. El caso México y América Central. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 13, 347-363
- [10] RENDER, B., STAIR, R. M., & HANNA, M. E. (2006). *Métodos cuantitativos para los negocios*. Pearson Educación.
- [11] RIGOL MADRAZO, L. M., PÉREZ CAMPDESUÑER, R., NODA HERNÁNDEZ, M. E., y GONZÁLEZ FERRER, J. (2010). La demanda turística: un acercamiento conceptual. **Retos Turísticos**, 9 (1)
- [12] SERRANO, A.L., y VILLAFUERTE PUCHA, E. (2017). Indicadores Turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca–Ecuador. **Revista Latino-Americana de Turismología**, 3(1), 58-68
- [13] TRESPALACIOS GUTIÉRREZ, J. A., BELLO ACEBRÓN, L., & VÁZQUEZ CASIELLES, R. (2005). *Investigación de mercados: Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing*.