UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE INGENIERÍA EN TURISMO

TEMA:

DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA FOMENTAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA PARROQUIA LA CANDELARIA CANTÓN PENIPE PROVINCIA DE CHIMBORAZO

AUTORAS:

Angamarca Yupa Rosa Gladys

Chiriboga Yuqui Erica Paola

DIRECTOR DEL PROYECTO:

PhD. Carlos Aníbal Manosalvas Vaca

PUYO-ECUADOR

2018

CERTIFICADO DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Angamarca Yupa Rosa Gladys con cédula de identidad No. 0302427653, Yo Chiriboga Yuqui Erica Paola, con cédula de identidad No. 0604810713, declaro ante las autoridades de la Universidad Estatal Amazónica, que el contenido del Proyecto de Investigación "**DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA FOMENTAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA PARROQUIA LA CANDELARIA, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", es absolutamente original, autentico y personal.

En tal virtud el contenido, las conclusiones, los efectos legales y académicos que se desprenden de la presente investigación son de exclusiva responsabilidad legal de lo autoras.

.....

Angamarca Yupa Rosa
C.I. 0302427653

.....

Chiriboga Yuqui Erica
C.I. 0604810713

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICO QUE LAS SEÑORITAS: Angamarca Yupa Rosa Gladys y Chiriboga Yuqui Erica Paola han concluido el trabajo investigativo del proyecto de investigación titulado: **"DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA FOMENTAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA PARROQUIA LA CANDELARIA, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO".**

Mediante el presente dejo constancia que la elaboración y la redacción del informe final de la investigación, fue desarrollada por las estudiantes antes mencionadas y supervisadas bajo mi dirección.

Cumplido lo requerimientos, autorizo que el proyecto de investigación sea presentado a la Máxima Autoridad y por su intermedio a la Comisión Académica para que autorice el tribunal y la fecha de sustentación para la defensa legal.



.....

Dr. C. Carlos Aníbal Manosalvas Vaca, PhD

DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Oficio No. 0010-IL-UEA-2018

Puyo, 03 de julio de 2018

Por medio del presente **CERTIFICO** que:

El proyecto de titulación, investigación y desarrollo correspondiente a **ANGAMARCA YUPA ROSA GLADYS**, con C.I. 0302427653 **Y CHIRIBOGA YUQUI ERICA PAOLA**, con C.I. 0604810713 con el Tema: **"DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA FOMENTAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA PARROQUIA LA CANDELARIA CANTÓN PENIPE PROVINCIA DE CHIMBORAZO "**, de la carrera de Ing. En Turismo, Director de proyecto. PhD. Carlos Manosalvas Vaca, ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 1 %, Informe generado con fecha 03 de julio de 2018 por parte del director, conforme archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente,

Ing. Italo Marcelo Lara Pilco MSc.
ADMINISTRADOR DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND – UEA - .

NOTA: Adjunto informe generado el 03 de julio de 2018 por parte del director del proyecto

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN CERTIFICA QUE: El presente trabajo **"Diseño de un modelo de gestión estratégica para fomentar la actividad turística de la parroquia La Candelaria Cantón Penipe Provincia de Chimborazo",** bajo la responsabilidad de las señoritas egresadas **Angamarca Yupa Rosa Gladys y Chiriboga Yuqui Erica Paola,** ha sido meticulosamente revisado, autorizando su presentación.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL



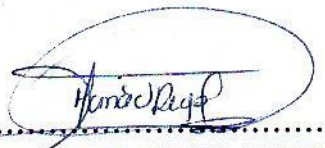
.....

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



.....

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



.....

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación va dedicado a Dios por brindarme su sabiduría, a mis queridos padres Manuel y Luz, quienes han sido responsables del gran porcentaje de mis logros, quienes siempre me han brindado consejos sabios, me han enseñado a ser una persona de bien de luchar por los sueños y anhelos que tenemos.

A mi amada abuelita Salome quien me enseñó a ser perseverante

A mis hermanas Ana y Yolanda quienes me han apoyado y alentado a culminar esta etapa estudiantil.

Ellos que con su infinito amor y arduo trabajo han entregado todo por sus hijas anhelo que el presente proyecto sea un éxito compartido.

Rosa Angamarca

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a todas las personas que me han apoyado en cada una de las etapas hasta lograr mi objetivo, en especial a mis Padres que con mucho esfuerzo y dedicación han sido el pilar fundamental y mis guías en los momentos difíciles, me han enseñada a valora cada una de las oportunidades que nos brinda la vida, a mi tía, a mis primas, hermanos quienes han velado por mi durante todo este arduo trayecto estudiantil hasta convertirme en una profesional,

A mis docentes de cada uno de los niveles quienes han compartido sus conocimientos, experiencias y apoyo a lo largo de la carrera.

Paola Chiriboga

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento sincero a mis amados padres que me han enseñado las lecciones y aprendizajes de la vida.

A mis docentes por darme el privilegio de aprender día a día, que me han ayudo a formar como una profesional.

A mis amigos quienes me han brindado sus consejos aprendizajes, que me han inyectado con alientos para culminar esta etapa, y especialmente a mi amiga y compañera en la elaboración de este proyecto Paola Chiriboga.

Al PhD. Carlos Manosalvas quien con esfuerzo y dedicación nos direcciono en la realización del proyecto.

Rosa Angamarca

AGRADECIMIENTO

Principalmente quiero agradecer a mis padres Sergio y Ligia, son padres de ejemplo, sus consejos sabios me han enseñado a no rendirme, a ser una persona perseverante ante las adversidades de la vida.

Más que un logro personal es una recompensa por todo su esfuerzo y apoyo gracias por ser mis padres me siento muy orgullosa de ser su hija, a mi Tía Anita y mis primas Carla y Eva por su incondicional apoyo, por cuidarme durante todo este tiempo y por esa gran confianza depositada en mí.

A mis Hermanos Holger, Mayra y Ángel, son parte fundamental de mi vida y de este logro gracias por el cariño, aprecio y apoyo durante mi carrera.

Al PhD. Carlos Manosalvas, director de proyecto, por su valiosa guía y asesoramiento en la realización del mismo,

Gracias a todas las personas que me ayudaron de forma directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

Paola Chiriboga

RESUMEN

EL presente proyecto de investigación presenta el diseño de un modelo de gestión estratégica para fomentar la actividad turística de la parroquia La Candelaria de la Provincia de Chimborazo. En esta investigación se utilizó distintas variables para diseñar el modelo, el cual necesita partir de un análisis de las estructuras organizativas; para ello se utilizó la metodología cualitativa y cuantitativa. En primera instancia se obtuvo información de la realidad del territorio para entender la conexión que existe entre las distintas variables, partimos desde las fundamentaciones teóricas para sustentar el proyecto de investigación, realizando un diagnóstico organizacional actual de la actividad turística, identificando así las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, además se elaboró las Matrices de Evaluación de Factores Internos y Externos (MEFI) (MEFE), para tener una línea base sobre la que se diseñaron estrategias competitivas que se incluyeron en el modelo. Estas estrategias fueron analizadas y priorizadas en su ejecución a través de la Matriz Cuantitativa de Planeamiento Estratégico. Con base en esto, se diseñó un modelo de gestión estratégica que permitió elaborar una estructura organizativa para la respectiva coordinación y administración en la gestión, garantizando la cooperación entre los actores y agentes de la localidad para mejorar el posicionamiento de la parroquia La Candelaria en el sector turístico.

Palabras claves:

Turismo, Estructura Organizacional, Gestión estratégica, Modelo de gestión.

SUMARY

This research project presents the design of a strategic management model to promote the tourist activity of La Candelaria Parish of the Province of Chimborazo. In this research different variables were used to design the model, which needs to start from an analysis of the organizational structures; For this, qualitative and quantitative methodology was used. In the first instance, information was obtained on the reality of the territory to understand the connection that exists between the different variables, starting from the theoretical foundations to sustain the research project, making a current organizational diagnosis of the tourism activity, this identifying the strengths, opportunities , weaknesses and threats, as well as the Internal and External Factors Assessment Matrices (MEFI) (MEFE), to have a baseline on which competitive strategies were designed and included in the model. These strategies were analyzed and prioritized in their execution through the Quantitative Matrix of Strategic Planning. Based on this, a strategic management model was designed to create an organizational structure for the respective coordination and administration in the management, guaranteeing cooperation among local actors and agents to improve the positioning of La Candelaria Parish in the Tourism sector,

Keywords:

Tourism, Organizational structure, strategic management, management model.

ÍNDICE

CAPÍTULO I 1
1.1 INTRODUCCIÓN 1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 2
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 2
1.4 JUSTIFICACIÓN 3
1.5 OBJETIVOS 3
1.5.1 OBJETIVO GENERAL 3
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3
CAPÍTULO II 4
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 4
2.1.1 MODELO 4
2.1.2 DEFINICIONES DE MODELOS 4
2.1.3 IMPORTANCIA DE LOS MODELOS 5
2.1.4 CARACTERÍSTICAS 5
2.1.5 MODELOS DE GESTIÓN ESTRÁTEGICA 6
2.2 BASE TEÓRICA 9
2.2.1 DISEÑO DE UN PROYECTO 9
2.2.2 GESTIÓN 10
2.2.3 ESTRATEGIA 10
2.2.4 GESTIÓN ESTRATÉGICA 10
2.2.5 MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA 11
2.2.6 PLANIFICACIÓN 11
2.2.7 ADMINISTRACIÓN 11
2.2.8 PROCESO ESTRATÉGICO 11
2.2.9 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA 12
2.2.10 ORGANIZACIÓN 12
2.2.11 TURISMO 12
2.2.12 SISTEMA TURÍSTICO 12
2.2.13 OFERTA TURÍSTICA 12
2.2.14 DEMANDA 13
2.2.15 ESPACIO GEOGRÁFICO 13
2.2.16 RECURSOS NATURALES 13

CAPÍTULO III 14
3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 14
3.1.1. LOCALIZACIÓN 14
3.1.2. COORDENADAS 15
3.1.3. LÍMITES DE LA PARROQUIA 15
3.1.4. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR 15
3.1.5. CLIMA 15
3.1.6. TEMPERATURA Y ALTITUD 15
3.1.7. CLASIFICACIÓN ECOLÓGICA 15
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN 16
3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN 16
3.3.1. MÉTODO INDUCTIVO - DEDUCTIVO 17
3.3.2. SELECCIÓN DE LA MUESTRA 17
CAPÍTULO IV 19
4.1. RESULTADOS 19
4.1.1. OBJETIVO 1. 19
4.1.2. ANÁLISIS INTERNO 33
4.1.2. OBJETIVO 2. 50
4.1.2.1. Análisis descriptivo de variables demográficas 51
4.1.3. OBJETIVO 3. 64
4.1.4. Objetivos del Modelo 64
4.3.1. Etapa I Diagnóstico 67
4.3.2. Etapa II selección de evaluación de estrategias 69
4.3.3. Etapa III Desarrollo de estrategias del modelo de gestión estratégica 70
4.3.4. Etapa IV Organización 74
4.3.5. Etapa V Evaluación y Control 80
CAPÍTULO V 87
5.1. CONCLUSIONES 87
5.2. RECOMENDACIONES 88
5.3. BIBLIOGRAFÍA 89

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nº 1. Mapeo de los actores que intervienen a nivel comunitario 20
Cuadro Nº 2. Matriz Evaluación de Factores Externos..... 31
Cuadro Nº 3. Número de asociaciones dentro de la parroquia..... 42
Cuadro Nº 4. Asociaciones conformadas dentro de la parroquia..... 43
Cuadro Nº 5. Organismo de apoyo dentro de la parroquia 44
Cuadro Nº 6. Calendario de festividades..... 45
Cuadro Nº 7. Medios de comunicación..... 46
Cuadro Nº 8. Uso del suelo en las diferentes comunidades. 46
Cuadro Nº 9. Uso del recurso agua en las comunidades. 47
Cuadro Nº 10. Especies de fauna en la zona de páramo. 47
Cuadro Nº 11. Matriz de Factores Internos. 49
Cuadro Nº 12. Proyecto 1..... 71
Cuadro Nº 13. Proyecto 2..... 71
Cuadro Nº 14. Proyecto 3..... 72
Cuadro Nº 15. Proyecto 4..... 72
Cuadro Nº 16. Proyecto 5..... 73
Cuadro Nº 17. Proyecto 6..... 73
Cuadro Nº 18. Cuadro de Mando Integral..... 82
Cuadro Nº 19. Cronograma de actividades 85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Actividad económica del Cantón Penipe 22
Tabla N° 2. Porcentaje de pobreza por necesidades insatisfechas 25
Tabla N° 3. Cooperativa de transporte hacia la parroquia. 35
Tabla N° 4. Población económicamente activa por actividades. 36
Tabla N° 5. Actividad económica parroquia La Candelaria 36
Tabla N° 6. Población divida por edad y sexo. 38
Tabla N° 7. Total de habitantes dentro de la parroquia. 39
Tabla N° 8. Núcleo familiar. 40
Tabla N° 9. Casos de migración dentro de la provincia 40
Tabla N° 10. Principales lugares de migración. 41
Tabla N° 11. Principales países de migración. 41
Tabla N° 12. Género de los encuestados 51
Tabla N° 13. Nivel educativo de los encuestados 52
Tabla N° 14. Nivel de ingresos 53
Tabla N° 15. Rango de edades 54
Tabla N° 16. Procedencia de los turistas 55
Tabla N° 17. Preferencia de Viaje 56
Tabla N° 18. Motivo de viaje 57
Tabla N° 19. Actividades durante la visita 58
Tabla N° 20. Actividades en la modalidad turismo comunitario 59
Tabla N° 21. Duración del viaje 60
Tabla N° 22. Variables evaluadas 61
Tabla N° 23. Frecuencias observadas 62
Tabla N° 24. Frecuencias esperadas 62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Mapa del cantón Penipe 14
Figura N° 2. Mapa de la parroquia La Candelaria 14
Figura N° 3. Posición del turismo en la economía 23
Figura N° 4. Población a nivel nacional 24
Figura N° 5. Identidad poblacional 27
Figura N° 6. Equipamiento básico tecnológico del hogar a nivel nacional 28
Figura N° 7. Hogares con acceso a telefonía Fija 29
Figura N° 8. Hogares que tienen acceso a internet a nivel nacional 30
Figura N° 9. Estructura organizativa de la parroquia 34
Figura N° 10. Género de los encuestados 51
Figura N° 11. Nivel de estudios de los encuestados. 52
Figura N° 12. Nivel de ingresos 53
Figura N° 13. Rango de edades 54
Figura N° 14. Procedencia de los turistas 55
Figura N° 15. Preferencia de viaje 56
Figura N° 16. Motivo de viaje 57
Figura N° 17. Actividades durante la visita 58
Figura N° 18. Actividades dentro de la modalidad de turismo comunitario 59
Figura N° 19. Duración del viaje 60
Figura N° 20. Regla de decisión de la prueba Chi-Cuadrado 63
Figura N° 21. Esquema del modelo de gestión estratégica 66
Figura N° 22. Actores locales involucrados en el modelo estratégico 74

CAPÍTULO I

1.1 INTRODUCCIÓN

Indiscutiblemente la actividad turística como industria se ha fortalecido y ha tomado gran importancia por su aporte al desarrollo social, económico, cultural, ambiental y comunitario; a nivel mundial es considerado como uno de los sectores con mayor aporte económico, es por ello que para los países en vías de desarrollo ha sido el promotor de la reducción de los índices de pobreza y generador de empleo (Buades, Cañada, & Gascón, 2012).

América Latina cuenta con un área geográfica ideal para la actividad turística al poseer recursos naturales y culturales de gran biodiversidad en flora y fauna, creando ambientes propicios para el turismo receptivo. Ecuador no está exento de los beneficios de la actividad turística por su mega biodiversidad que posee, convirtiéndolo en un potencial para la industria turística, dicha actividad tiene sus inicios en los años 80 y ha tenido un crecimiento significante, ya que muchos de los sectores económicos tomaron la actividad como una nueva alternativa.

Las ventajas de la actividad turística son innumerables como generador de divisas, así como también es el promotor de la conservación de atractivos naturales y culturales, sin embargo es importante mencionar que la actividad turística tiene efectos positivos y negativos para el territorio donde se desenvuelve, cuando dicha actividad se desarrolla y opera de forma inapropiada e irresponsable produce efectos negativos como; degradación del suelo, pérdida de ecosistemas, paisajes, hábitat y agotamiento de recursos naturales.

Es por ello que es importante llevar el turismo bajo un sistema de gestión estratégica para que el desarrollo turístico de un determinado territorio se realice bajo la integración de todo el sistema turístico con el fin de garantizar los beneficios económicos, sociales pero bajo un principio de conservación y protección ambiental, ya que es el principal motor de la actividad turística, por tal razón se pretende la creación de un modelo gestión estratégica en la parroquia La Candelaria, cantón Penipe, provincia de Chimborazo, ya que el mismo surge bajo la necesidad de la población que busca alternativas de desarrollo socio-económico para la localidad.

A nivel de país se han establecido varios lineamientos de cooperación de la parte pública, privada y comunitaria para que el desarrollo de la actividad turística se realice

satisfactoriamente, logrando ser una potencia turística, por tal motivo el modelo de gestión estratégica será un instrumento que oriente las acciones encaminadas a fortalecer la actividad turística de la parroquia La Candelaria mediante el diseño de estrategias y proyectos que permitan impulsar el turismo de una manera responsable y sostenible con calidad de servicio, involucrando a todos los agentes y actores que intervienen en el desarrollo local para aportar a la diversificación económica, generando fuentes de empleo y promoviendo al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los últimos años la actividad turística se ha convertido en uno de los temas centrales para la investigación como un fenómeno social que se ha venido desarrollando desde épocas remotas hasta llegar a ser denominado como la industria sin chimenea, visto y estudiado desde varias aristas como unos de los instrumentos que ayudan al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales enfocándose en conservar los recursos naturales y culturales de su territorio.

La situación económica con la que enfrenta nuestro país, ha ocasionado la migración interna de los habitantes de las zonas rurales, con el objetivo de buscar nuevas fuentes de trabajo para mejorar sus condiciones de vida en las grandes ciudades del país y en muchos casos al exterior; por ello es de suma importancia diversificar la economía del territorio a través del turismo, debido a que el sector cuenta con gran potencial natural y cultural.

Por lo tanto, el problema que aborda la presente investigación es la débil estructura organizativa entre el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia y las diferentes asociaciones frente al manejo y la gestión en la actividad turística, reflejando el bajo porcentaje de afluencia de visitantes y la carencia de prestación de servicios turísticos.

Razón por la cual se pretende diseñar un modelo de gestión estratégica, para fomentar la actividad turística de la parroquia, realizando un diagnóstico de la situación organizacional actual y real del turismo en la localidad, así como también determinando las estrategias de gestión a implementar para fortalecer la actividad turística.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo un modelo de gestión estratégicas influye en el fomento de la actividad turística de la parroquia La Candelaria del cantón Penipe provincia de Chimborazo?

1.4 JUSTIFICACIÓN

En los últimos años el gobierno ha impulsado varias estrategias para fortalecer la actividad turística del país, por medio de la creación de nuevos proyectos turísticos, sin embargo el éxito del turismo indiscutiblemente se debe a una serie de factores como es la caso de la planificación estratégica, y el diseño de un modelo de gestión estratégica que oriente a brindar un servicio turístico de calidad, basado en la conservación de recursos naturales y culturales, fortaleciendo la asociatividad que involucre a los actores del sector público y privado.

Por lo antes expuesto, es necesario que la población conozca la realidad del turismo de la parroquia, es precisamente lo que el modelo de gestión estratégica pretende conseguir, permitiendo que las organizaciones encajen en su entorno, aumentado sus posibilidades de supervivencia y prosperidad, bajo los principios del Sumak Kawsay.

Este modelo de gestión direccionará a los actores que están involucrados en la planificación y gestión turística empoderando a la población de los beneficios que crea la actividad turística, si se gestiona adecuadamente incluyendo a los actores de la parroquia para que conjuntamente trabajen en la actividad turística de la parroquia la Candelaria como un referente en el ámbito turístico.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de gestión estratégica, para fomentar la actividad turística de la parroquia La Candelaria cantón Penipe.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un diagnóstico organizacional actual de la actividad turística de la parroquia la Candelaria en el cantón Penipe provincia de Chimborazo.
- ✓ Evaluar el impacto de las estrategias genéricas de la planeación estratégica en el fomento de la actividad turística en la parroquia La Candelaria.
- ✓ Diseñar un modelo de gestión estratégica que permita la cooperación entre los actores y agentes enfocado a mejorar la actividad turística de la parroquia La Candelaria en el ámbito turístico.

CAPÍTULO II

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

ANTECEDENTES

Según (Benavides, 2015, pág. 20) es transcendental realizar la gestión de un destino turístico debido a que el rol de la gestión se enfoca en administrar integrando a todos los agentes involucrados a través de políticas y recursos apropiados para lograr dirigir diferentes componentes de un territorio local de manera que nos permita segmentar nuevos mercados de tal manera que contribuya al desarrollo integral, logrando fidelizar a nuestros clientes reales y potenciales buscando la preferencia en el consumo de servicios, mejorando en el proceso de la calidad de servicios, alcanzando la excelencia para lograr ser más competitivos en la industria del turismo.

Por otra parte, para (Hernandez, 2014) asegura que el modelo asegura mediante su aplicación la promoción de una sinergia con todos las entidades y actores inmersos involucrados en dicho sector además proporcionará y motivará a visitar este entorno turístico, provocando el impulso que lleve al desarrollo del sector a fin de competir,

generar y atraer inversión extranjera con el fin de que el turista disfrute de toda la oferta estructurada.

2.1.1 MODELO

Los modelos son una serie de pasos, secuencias, procedimientos o guías a seguir, que están direccionadas a lograr un resultado específico previamente, por lo que es necesario conseguir una determinada estructura, que facilite el alcance de dicho objetivo (WDO, 2015).

2.1.2 DEFINICIONES DE MODELOS

Para, (Robbins & Judge, 2009, pág. 27), Se define como una conglomeración de equipos útiles que pretende establecer temas complejos, desarrollando y explicando a su vez prediciendo el desempeño real de las empresas.

Así como indica que es una ilustración simplificada de diferentes fundamentos administrativos, que facilitara a entender y/o solventar los diversos problemas que se

encuentran dentro de una institución es una representación simplificada de abstracción de la realidad.

Las ideas expuestas para (Coulter, 2005) concuerdan que un modelo es un proceso teórico que vincula que capta las herramientas esenciales en un contexto del mundo actual para posteriormente plasmarlo in situ.

2.1.3 IMPORTANCIA DE LOS MODELOS

La importancia de un modelo reside en que es un instrumento que orienta, constituyendo una serie de pasos o tareas, con varias herramientas relacionadas que deben seguirse para el logro de objetivos, ya sean metas de beneficio ya sean de manera individual, empresarial, con un enfoque económico, social y académico.

Los modelos generan una solución al problema mediante la coordinación eficaz de actividades a seguir además facilita la aplicación de un sistema (Robbins & Judge, 2009).

Un modelo contiene información necesaria que debe conocer toda la planta operativa de la empresa involucrada en las labores básicas, para el alcance de los objetivos propuestos.

Los autores son claros en la definición de un modelo refiriéndose a que es una herramienta de dirección coherente que integra una serie de pasos a ejecutar para lograr un determinado objetivo.

2.1.4 CARACTERÍSTICAS

1. Un modelo representa un fenómeno económico real, es decir una ilustración de la realidad en el ámbito social, tecnológico político y financiero, que afecte de una manera positiva o negativamente el mercado.
2. Es una presentación simplificada, básicamente se busca que el modelo esté representado en una forma sintetizada. Es decir que un modelo se caracteriza por la facilidad de su representación en las organizaciones.
3. Deberá realizarse en expresiones matemáticos, es decir, que se simbolice en valores necesarios del entorno económico. Por otra parte, estos datos deben ser necesariamente objetivos.

En un modelo se debe representar los presupuestos de cada uno los proyectos y las acciones que se encuentran a ejecutar y sus responsables.

Según (Martín, Smith, & Hélida, 2018) el modelo es como una estrategia de construcción colectiva que orienta el desarrollo del municipio de una forma equilibrada y armónica en todos los sectores productivos, proporcionando herramientas para el descubrimiento y la promoción del talento humano y la vocación productiva local con criterios de sostenibilidad ambiental, permitiendo el acceso comunitario al uso de las tecnologías de la información y la comunicación para la generación de ideas conservadoras que permitan la construcción de iniciativa de emprendimiento social. Los modelos abordan a una población que fortalece a los entes locales con las instituciones de mayor rango, proporcionando la participación del factor humano como ente productivo en el desarrollo de la localidad, que genere bienestar social y económico.

Un modelo representa un intento de simplificar a través de la identificación de las variables clave de una realidad compleja de entender la relación que existe entre dichas variables.
El modelo de desarrollo turístico debe tomar la planificación como una fase básica, la calidad con la que se desarrolle la planificación asegura la duración del territorio en donde se desarrolla el turismo (López, Palomeque, & Marchen, 2018).

Al momento de diseñar un modelo se debe de partir de una planificación estratégica seleccionando de manera adecuada las variables con las que se va trabajar, con el fin de asegurar el beneficio al territorio y los actores de la localidad.

Para (Gonzales, 2018) un modelo de gestión recoge un conjunto de proposiciones relativas a las variables a tener en cuenta a la hora de aplicar los conocimientos y su influencia. Es decir, considera todas las variables existentes y las utiliza como base para formar una guía, que nos indique todos los pasos a seguir especificando dentro de la administración de una organización. Al diseñar un modelo de gestión se debe de seguir pasos secuenciales que busque generar la excelencia dentro de una organización.

2.1.5 MODELOS DE GESTIÓN ESTRATÉGICA

El modelo de gestión estrategia nace como un nuevo paradigma donde se encuentra interna la planificación estratégica, pero de una forma más participativa de aquellas personas que están al frente de una empresa o institución (Martínez, 2002), donde cado uno deberá generar durante su gestión sus propias estrategias anticipadas y adaptativas requeridas para sobrevivir y lograr ser competitivos a corto, mediano y largo plazo.

Por tal razón a continuación mencionamos algunos de los modelos aplicados por expertos en la materia:

1. **Modelo de Zacarías Torres Hernández**

Dentro de la planeación estratégica muchos de los autores coinciden en que la planeación es un proceso, es decir un conjunto de fases interrelacionadas de manera secuencial, así como presenta (Torres, 2014) en su libro de gestión estratégica el proceso estratégico por etapas.

I. Etapa de planeación

II. Etapa de la ejecución o implantación

III. Etapa de control y evaluación

Por otra parte, el autor menciona que cada de una estas etapas se desarrollarán y se definirá:

- Diagnostico (descripción del medio ambiente externo e interno)
- Visión Misión
- Objetivos
- Estrategias
- Presupuesto
- Evaluación de resultados
- Retroalimentación

Estos puntos son claves y la base del proceso de planeación, existe una variedad de propuestas de este proceso cada uno de estos se ajustarán a las necesidades del investigador.

2. **Modelo de Fred R David**

El autor describe su modelo con un enfoque sistemático y objetivo para la toma de decisiones, se organizará la información cualitativa y cuantitativa logrando identificar las mejores estrategias para la organización, este proceso se lo realiza en tres etapas según (Fred, 2003, pág. 11).

La gestión estratégica para el autor se centra en:

- Formulación de las estrategias
- Ejecución de las estrategias
- Evaluación de las estrategias.

3. Modelo de Michael Porter

Según Porter, las organizaciones poseen una estrategia competitiva que van en combinación a sus fines, es por ello que plantea la importancia del análisis competitivo dentro de su modelo, ya que no solo en el establecimiento de las estrategias se debe centrar, también se debe de estudiar las finanzas corporativas, en la comercialización, análisis de mercado y otras áreas de la dirección, en función de las necesidades de la empresas u organización, estas pautas que formula el autor son conocidas como las cinco fuerzas de Porter que se detalla a continuación.

- Poder de negociación de los compradores o clientes.
- Poder de negociación de los proveedores o vendedores.
- Amenaza de nuevos competidores entrantes.
- Amenazas de productos y servicios sustitutos.
- Rivalidad entre los competidores.

Estas fuerzas intervienen directamente en la toma de decisiones para las estrategias a implementar, conjuntamente con un enfoque de posicionamiento, equilibrio, tomar ventajas de cambio, estrategias de diversificación, liderazgo en costos, diferenciación, segmentación, estrategia actual de competencia y recursos de la competencia.

4. Modelo de Steiner

El modelo al igual que los planteados anteriormente siguen una cierta similitud ya que es necesario ir desarrollando por etapas, para (Reyes, 2010, pág. 42) la esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen al futuro, los mismos que combinados con otros datos importantes proporcionan una base para que la empresa tome decisiones adecuadas en el presente.

La estructura de su modelo inicia en el establecimiento de:

Premisas: Es decir el objetivo socioeconómico organizacional fundamental, valores directivos superiores, evaluación de oportunidades y problemas externos e internos, estas premisas nos ayudan a determinar la misión, visión empresarial, objetivos, políticas y estrategias a largo plazo, una vez establecido se procede a la aplicación y revisión con la ejecución de planes de corto alcance , establecimiento de metas, tácticas y planes, para continuar con la organización para la aplicación de los planes establecidos y finalmente se aplica una revisión y evaluación de los planes establecidos (Torres, 2014, pág. 12).

5. Modelo de Fernando D'alessio

Para (D` Alessio, 2014) el proceso estratégico se compone de un conjunto de actividades que se desarrollan de manera secuencial con la finalidad de que una organización pueda proyectarse al futuro y alcanzar la visión establecida.

El modelo empieza con el análisis de la situación actual, seguidamente estableciendo la visión, misión, valores y códigos de ética; estos cuatro componentes guían y norman el accionar de la organización.

Posteriormente se desarrollara la Matriz de Intereses Nacionales (MIN) y la evaluación externa, con la finalidad de determinar la influencia del entorno. Así también se analiza la industria global a través del entorno de las fuerzas PESTE (Políticas, Económicas, Sociales, Tecnológico y Ecológicas). Del análisis PESTE se deriva la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE), la que permite conocer el impacto del entorno por medio de las oportunidades que podría beneficiar a la organización, para evaluar los factores internos se realiza el mismo procedimiento, con la ayuda de la información de estas matrices se realiza la matriz FODA.

Para el desarrollo de las estrategias se plantea la elaboración del FODA donde se plantean las posibles estrategias aprovechando oportunidades y fortalezas, para la formulación estratégica y selección se elabora la matriz versus los objetivos planteados, se las asigna una valoración para determinar su nivel de significancia y poder ejecutarlas.

Para la etapa de evaluación de estrategias se lleva a cabo en un Tablero de Control Balanceado (Balance Score Card [BSC]), a partir de ellas se toman acciones correctivas.

2.2 BASE TEÓRICA

2.2.1 DISEÑO DE UN PROYECTO

Es el proceso de elaboración de la propuesta de trabajo de acuerdo a pautas y procedimientos sistemáticos como ya se mencionó, un buen diseño debe identificar a los beneficiarios y actores claves; establecer un diagnóstico de la situación del problema; definir estrategias posibles para enfrentarla y la justificación de la estrategia asumida; objetivos del proyecto (general y específicos); resultados o productos esperados, actividades, recursos mínimos y necesarios (Martinic, 1996).

Es necesario conocer las necesidades de la población, partir de manera secuencial con los actores claves para el desarrollo del propósito, estableciendo estrategias competitivas que

logren los resultados utilizando de manera eficiente el recurso humano, tiempo, tecnológico y económico.

2.2.2 GESTIÓN

Para definir el término gestión se ha recurrido al concepto dado por (Ospina, 2006, pág. 64) tiene una orientación más agresiva orientada a la acción y a la solución creativa de problemas de la administración dentro de un contexto de innovación.

Son acciones que generan resultados de manera objetiva y prioritaria alcanzando solucionar los problemas de una organización.

2.2.3 ESTRATEGIA

Para (Chandler, 2003) es el alcance de fines y objetivos necesarios a corto y largo plazo de una institución, así como la adopción de formas de proceder y la asignación de recursos necesarios para el cumplimiento de esas metas. Son los medios necesarios que se plantean para alcanzar un fin, distribuyendo de una manera eficaz los recursos con los que se cuenta.

2.2.4 GESTIÓN ESTRATÉGICA

Según (Lurbé, 2013) la gestión estratégica está encaminada en el poder de las personas, los gerentes de alto nivel establecen su propia gestión, determinando las estrategias anticipativas y adaptativas que les permita su supervivencia para ser competitivos a corto, mediano y largo plazo en el ámbito empresarial.

Como se menciona anteriormente las estrategias adaptativas son aquellas que nos permiten sobrevivir ante una determinada situación, pero las estrategias anticipativas nos posibilitan a ser competitivos. Una organización que solamente está encaminado a los cambios del ambiente apenas lograra su supervivencia, para ser realmente competitivos, la empresa tiene que realizar procesos y acciones con antelación.

Por otra parte, la afirmación de gestión estratégica es el Arte y/o ciencia de procesos y acciones que se realizan con antelación para generar un cambio, con el fin de crear permanentemente destrezas que permitan garantizar el futuro de la industria (Betancourt, 2008).

La gestión estratégica deberá establecer los lineamientos el administrador o gerente o líder de cada una de las organizaciones de acuerdo a las metas que se plantean, por ello es

importante poseer las estrategias anticipativas que permita a que una institución sea competitiva en las distintas aéreas.

2.2.5 MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA

De forma generalizada un modelo de gestión turística es resolver tanto el comportamiento turístico, como la oferta que lo acompaña en un destino, sitio o región determinada. El papel de la acción es la de administrar asistir en la integración de diferentes recursos, actividades y entidades involucrados a través de políticas y medidas apropiadas (Benavides, 2015).

El modelo de gestión turística plantea un modelo a seguir en las distintas parroquias existentes en la provincia de Chimborazo, ofertando una variedad y diferenciación en los productos y servicios que se oferten, con el apoyo de los gobiernos seccionales y entes privados.

2.2.6 PLANIFICACIÓN

prever el futuro de cualquier organización, usando los recursos necesarios tanto humanos como materiales para el logro de los objetivos que se desean alcanzar de una manera más eficiente y (Bonilla, Molina, & Morales, 2006).

2.2.7 ADMINISTRACIÓN

La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, trabajando con grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas, Se refiere a que en una organización el recurso humano es clave para laborar y alcanzar las metas propuestas por el administrador de una organización (Koontz & Weihrich, 2004).

2.2.8 PROCESO ESTRATÉGICO

El proceso estratégico incluye un conjunto de actividades que se desarrollan de manera secuencial con la finalidad de que una organización se proyecte al futuro y alcance su visión deseada. Este proceso consta de tres etapas principales: a) Formulación b) Implementación y c) Evaluación y control. El proceso estratégico se convierte en la actividad más importante y fundamental del estratega, quien tiene un rol fundamental en el proceso, pues recae en él la responsabilidad de desarrollarlo y administrarlo (D` Alessio, 2014, pág. 15).

El fin de una organización es desarrollar de manera secuencial actividades que empujen a cumplir dichos objetivos, por ello se debe de pasar por niveles para el cumplimiento de objetivos.

2.2.9 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

La administración estratégica utiliza el proceso estratégico para generar estrategias que rumben a la organización hacia el futuro anhelado en un largo plazo . Se refiere el autor a que todo este proceso debe tener un orden a seguir que lleven hacia el objetivo planteado (D` Alessio, 2014).

2.2.10 ORGANIZACIÓN

Para indicar una empresa, o institución o negocio, con o sin fines de lucro; grande, mediana o pequeña; productoras de bienes, de servicios o de ambos. El país, una región/Estado departamento de un país, una ciudad, un distrito, un sector industrial, un subsector, un puerto, un sistema, una corporación y una empresa son consideradas igualmente organizaciones. El proceso estratégico es aplicado a todas, con los mismos procedimientos. La organización existe porque manejan personas (D` Alessio, 2014).

2.2.11 TURISMO

Según la (OMT, 2004)**,** el turismo son todas las actividades realizadas por las personas en sus viajes y pernoctaciones en distintos lugares al de su entorno habitual, por un lapso de tiempo, menor a un año con fines de realizar actividades lúdicas, recreativas por negocios y entre otros.

2.2.12 SISTEMA TURÍSTICO

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente relacionados entre sí y están en constante dinamismo.

El sistema turístico se compone de 4 elementos: demanda, oferta, espacio geográfico y operadores de mercado

2.2.13 OFERTA TURÍSTICA

Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo, (OMT, 2001, pág. 11)**.**

2.2.14 DEMANDA

"La demanda turística abarca tanto el desplazamiento necesario como todos los bienes y servicios requeridos por el consumir durante dicho desplazamiento" (Ruíz & Barroso, 2012, pág. 32).

A su vez, la demanda turística se puede dividir en: a) demanda turística interna, la cual está constituida por los turistas de un país que viajan dentro del mismo país; y b) demanda turística internacional, integrada por los turistas de un país que viajan hacia otro país.

2.2.15 ESPACIO GEOGRÁFICO

Es el entorno físico donde la oferta y la demanda se desenvuelve de manera holística entre los componentes del sistema turístico, en este lugar encontramos interconectados a **"los operadores del mercado",** a empresas y organismos cuya objetivo principal es facilitar la relación e interrelación entre la oferta y la demanda: agencias de viajes, compañías de transporte regular y organismos públicos y privados que se encuentran frente a la regulación y promoción del turismo (Socatelli, 2013).

2.2.16 RECURSOS NATURALES

Son todos aquellos componentes que están dentro de la naturaleza apropiados de ser aprovechados para la satisfacción de la necesidad del hombre y que tienen un valor actual o potencial en el mercado, sin embargo, los recursos del ambiente son vulnerables ante las acciones desmedidas del ser humano.(Ministerio del Ambiente, Legislación Ambiental, 2018).

CAPÍTULO III

3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. LOCALIZACIÓN

Macro localización.

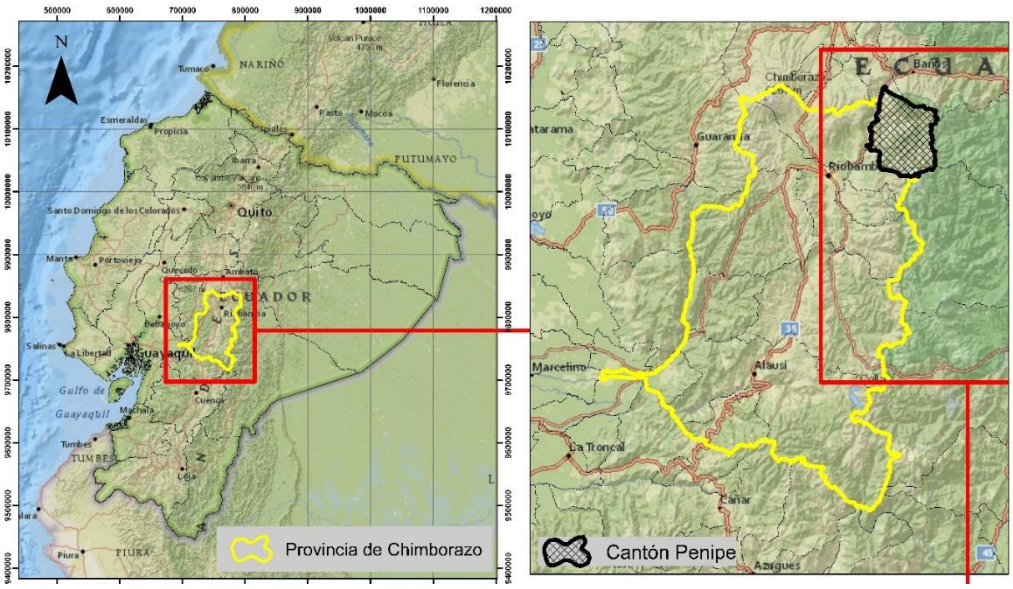


Figura N° 1. Mapa del cantón Penipe
Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Micro localización parroquia La Candelaria

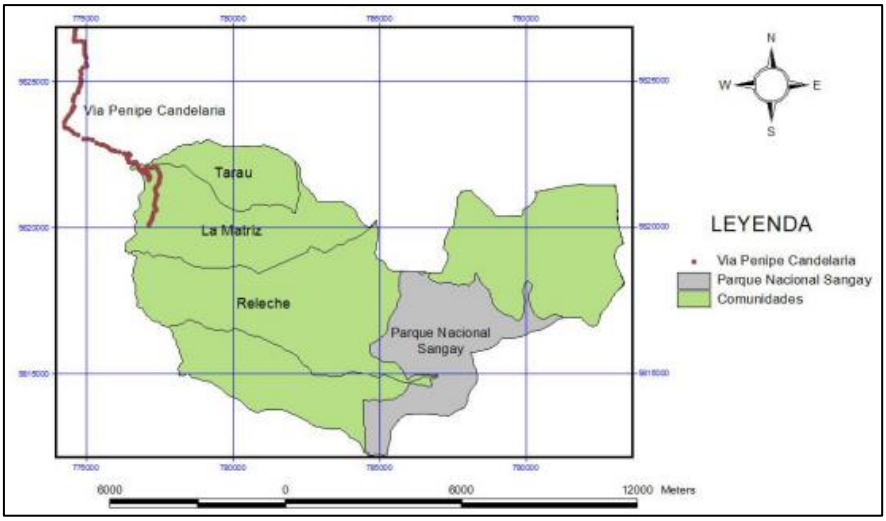


Figura N° 2. Mapa de la parroquia La Candelaria
Fuente: (GADP, 2012)

3.1.2. COORDENADAS

- **Latitud Sur:**
- **Longitud Occidente:** 78°

3.1.3. LÍMITES DE LA PARROQUIA

- **Norte:** La parroquia la Matriz y Matus
- **Sur:** La parroquia Quimiag, hasta la cañada de Gampala
- **Este:** Provincia de Morona Santiago separados por la quebrada de las Flautas
- **Oeste:** Con el cantón Riobamba separados por el río Blanco.

3.1.4. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR

La parroquia se encuentra a 33km de Riobamba y a 11 km de la cabecera cantonal, comprende 3 comunidades Tarau, La Matriz y Releche, tiene una superficie de 8.195,2 has, a una altura que oscila entre los 2800 y 5425 m.s.n.m. Su temperatura media es de 14°C está localizada en la zona de influencia del Parque Nacional Sangay

3.1.5. CLIMA

Presenta un clima que en la mayoría de meses es frío con una humedad relativa del 70%. La zona baja presenta un clima ecuatorial frío semi húmedo por cuanto la temperatura más baja es 7°C y la zona alta muestra un clima frío a nivel a la altura del nevado el Altar, por tratarse de una zona de páramo el clima en ocasiones tiende a variar drásticamente de un momento a otro, ideal para realizar actividades deportivas.

3.1.6. TEMPERATURA Y ALTITUD

Al ubicarse en un territorio del páramo va desde los 2800 y 5425 msnm, presenta una precipitación anual de 500-1000 mm. Es así que existe una gran biodiversidad, albergan una gran cantidad de pajonales en este territorio (Revista turistica La Candelaria, 2012).

3.1.7. CLASIFICACIÓN ECOLÓGICA

Según la clasificación del (Ministerio del Ambiente, 2012) ecológica acota lo siguiente:
Pertenece a la zona de vida, Bosque siempre verde montano alto y montano alto superior de páramo, estos son bosques con alturas entre 5 a 7 metros, que por efectos de las condiciones climáticas crece de forma torcida y ramificada, confiriéndoles un aspecto muy particular. Este tipo de ecosistema ocurre en formas de parches aislados embebidos en una matriz de vegetación montana alta superior herbácea o arbustiva.

Estos parches tienden a ocurrir en sitios menos expuestos al viento y la desecación como laderas abruptas, fondo de los valles glaciares o en la base de grandes bloques de rocas de los circos glaciares. Debido a la alta humedad ambiental que contienen, los troncos de estos árboles están generalmente cubiertos por muchas especies de briofitas, líquenes, otras epífitas y hemiepífitas. Estos bosques forman dos estratos diferenciados. El estrato arbóreo no es muy diverso, debido a limitaciones fisiológicas que impiden el crecimiento leñoso.

- **CARACTERÍSTICAS DEL SUELO**

Existen un sin número de formaciones litológicas tales como: franco arcilloso, franco, franco arenoso, estas se formaron en los períodos cretáceo, paleoceno, cuaternario, eoceno y pleistoceno. Dentro de la geomorfología en la zona de estudio la mayoría de terreno posee un relieve montañoso y colinas medianas

- **CARACTERÍSTICAS HIDROLÓGICAS**

Es una zona que cuenta con importantes recursos hídricos especialmente en las áreas de páramo y bosque natural que son fuentes de reserva de este recurso al norte encontramos el río Tarau, al sur el río Blanco y el río Collanes, al este el río Chorrera y el río Cubillínes, y al oeste el río Blanco, el río que atraviesan la parroquia es el río Choca.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación se realizó de forma descriptiva, pues se hizo una descripción de las variables que influyen en el modelo de gestión estratégica, además es correlacional ya que busca verificar si el diseño de este modelo de gestión influye en el fomento de la actividad turística de la parroquia La Candelaria y es transversal pues la recolección y análisis de la información se realizó en único momento del tiempo.

3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación tiene un enfoque mixto (cuantitativo-cualitativo). En la parte cuantitativa se obtuvo información relacionada a las variables de estudio a través de encuestas estructuradas y previamente validadas.

En la parte cualitativa se analizó los aspectos relacionados al diagnóstico situacional, diseño e implementación estratégica a través de técnicas de investigación documental y estudios de caso; técnicas cualitativas que permitieron obtener información relevante para el estudio, haciendo uso de instrumentos como observación directa y entrevistas abiertas.

Además, se realizó talleres de socialización en el proceso de diseño del modelo de gestión estratégica.

3.3.1. MÉTODO INDUCTIVO - DEDUCTIVO

La presente investigación siguió una lógica inductiva, ya que se analizará el contexto específico de la parroquia La Candelaria, para luego tratar de generalizar hacía una teoría enfocada en el diseño de un modelo de gestión estratégica dirigida al fomento de la actividad turística. Entre las herramientas a utilizar tenemos:

- ✓ Para el diagnóstico situacional se efectuó un Análisis PESTE y Análisis Interno cuyos resultados se sistematizaron en las matrices MEFE y MEFI respectivamente.
- ✓ En la etapa de evaluación del impacto de las estrategias genéricas de la gestión estratégica en el fomento de la actividad turística se realizó por medio de la técnica estadística Chi-cuadrado.
- ✓ En la etapa del diseño del modelo de gestión se utilizó un Cuadro de Mando Integral y se analizó la estructura organizacional más adecuada para su gestión.

El método deductivo se aplicó al momento de implementar el proceso estratégico planteado por (D` Alessio, 2014), para el diseño del modelo de gestión estratégica, el cual se basa en la teoría de Administración Estratégica y otras teorías de la Administración.

3.3.2. SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Se realizó un muestreo por conveniencia debido a la poca facilidad de acceso a los datos lo que imposibilita realizar un muestreo probabilístico. El tamaño de la muestra se calculó utilizando la fórmula especificada por (Lind, Marchal & Wathen, 2012).

$$n = \pi(1 - \pi)(\frac{Z}{E})^2$$

Donde:

- n es el tamaño de la muestra
- Z es el valor normal estándar correspondiente al nivel de confianza deseado (1.96 para un 95% de confiabilidad de acuerdo a lo expuesto por (Lind, Marchal y Wathen 2012))
- asume igual a 0.1 de acuerdo a estudios previos como los realizados por (Ortega & Vicente 2013))
- Es el máximo error tolerable (que se asume igual a 0.05 de acuerdo a (Lind, Marchal y Wathen (2012)).

Al reemplazar los valores en la fórmula se obtiene lo siguiente

$$ = 0.1(1 - 0.1)(\frac{1.96}{0.05})^2$$

$$ = 0.1(1 - 0.1)(\frac{1.96}{0.05})^2 = 138.29$$

La muestra mínima necesaria, tomando en cuenta estas consideraciones, debe ser como mínimo 138 encuestados.

CAPÍTULO IV

4.1. RESULTADOS

4.1.1. OBJETIVO 1.

Realizar un diagnóstico organizacional actual de la actividad turística de la parroquia la Candelaria cantón Penipe Provincia de Chimborazo.

4.1.1.1.ANÁLISIS EXTERNO

El análisis PESTE, es una herramienta de planificación estratégica para determinar la situación de una organización. Analizando las causas externas del entorno político, económico, social, tecnológico, ambiental y jurídico que pueden influir en la dentro de una institución. Al momento de conocer las distintas causas, es de suma importancia tener claro los diversos factores que pueden afectar de forma una manera drástica y en distinto grado tanto a hombres, mujeres, niños y niñas. (Organización de Naciones Unidas, 2012).

4.1.1.2. FACTOR MACROENTORNO

Para determinar las estrategias que contribuirán al fortalecimiento de la actividad turística es importante partir del análisis, el cual permitirá determinar posibles factores que afecten o contribuyen al desarrollo turístico, donde se analiza varios ámbitos que influyen directamente en dicha actividad, para posteriormente formular estrategias en base a las necesidades del territorio y poder contrarrestar las posibles amenazas.

4.1.1.3. Factor Político

El Sistema Político Institucional y Participación Ciudadana es el pilar fundamental que permitirá al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal ejecutar el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, viabilizando la consecución de la visión, misión, objetivos estratégicos, programas y proyectos. (SENPLADES, 2018).

El Concejo Municipal del Cantón Penipe ha formulado algunas ordenanzas entre las más importantes:

- ✓ Ordenanza de participación ciudadana.
- ✓ Ordenanza que regula el Consejo Cantonal de Planificación.
- ✓ Ordenanza para ejercer el control sobre uso y ocupación del suelo.

Mapeo de Actores Públicos, Privados, Sociedad Civil.

Cuadro Nº 1. Mapeo de los actores que intervienen a nivel comunitario

Parroquia	Comunidad	Institución Pública
Bayushig	Centro Parroquial, Colaytus, Naguantus, La Libertad	GAD Provincial de Chimborazo; GAD Municipal de Penipe; GAD Parroquial de Bayushig; Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; Ministerio de Salud Pública; Ministerio de Educación; Escuela Superior Politécnica de Chimborazo; Ministerio de Inclusión Económica y Social; Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda Misión Manuela Espejo; CONADIS, Policía Nacional.
Bilbao	Centro Parroquial, Yuibug	Provincial de Chimborazo, GAD Municipal de Penipe, GAD Parroquial de Bilbao, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Educación, Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos, Misión Manuela Espejo.
El Altar	Centro Parroquial, Ayanquil, Azacucho, Ganshi, Pachanillay, Palictahua, Utuñag	GAD Provincial de Chimborazo, GAD Municipal de Penipe, GAD Parroquial de El Altar, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Educación, Ministerio de Inclusión Económica y Social Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos, Ministerio del Ambiente Misión Manuela Espejo.
La Candelaria	Centro Parroquial, Releche	GAD Provincial de Chimborazo, GAD Municipal de Penipe, GAD Parroquial de La Candelaria, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, Misión Manuela Espejo, Ministerio del Ambiente.

Matus	Centro Parroquial, Calshi, Matus Alto	GAD Provincial de Chimborazo, GAD Municipal de Penipe, GAD Parroquial de Matus, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Educación, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, Misión Manuela Espejo.
Penipe	Centro Cantonal, Gaviñay, Guzo, Nabuzo, Shamanga	GAD Provincial de Chimborazo, GAD Municipal de Penipe Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Educación, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, Misión Manuela Espejo, Registro Civil, CEBYCAM, Cuerpo de Bomberos, Policía Nacional, Cooperativa 4 de Octubre, Sindicato de Choferes Profesionales 4 de Octubre, Fiscalía General del Estado.
Puela	Centro Parroquial, Anabá, El Manzano, Pungal de Puela	GAD Provincial de Chimborazo, GAD Municipal de Penipe, GAD Parroquial de Puela, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Educación, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos, Misión Manuel Espejo.

Fuente: (Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, 2012-2021)**.**

4.1.1.4. Factor Económico

La presente investigación nos ayudará determinar las tendencias económicas que se podrán desarrollar en el Cantón Penipe, es decir que fuerzas económicas inciden directamente en la gestión de la organización. Con esta investigación se realizó la matriz FODA y su respectivo análisis, a su vez realizando estrategias que fomenten la participación del sector público, privado y actores de la localidad con un mayor énfasis en el ámbito turístico de la parroquia La Candelaria. La población del cantón Penipe se ocupa en: agricultura y ganadería el 50%, fruticultura el 25% y avicultura 13%, el resto de la población comparte las actividades domésticas con labores múltiples como tejidos, artesanías, labores industriales, elaboración de quesos (GADP 2016).

De acuerdo al censo realizado en el año 2010, en el cantón Penipe la PEA (población económicamente activa) está constituida por 297 personas, que representan el 42.35% de la población total, este porcentaje es mayor que el promedio provincial (39,5%) y de sus cantones vecinos dentro de la provincia, como el cantón Riobamba, 39,06% respectivamente, lo que confirma las tasas de mayor dinámica económica que ha caracterizado al cantón. Mientras que la PEI (población económicamente inactiva) es de 2250 personas (INEC, 2010).

Actividades Económicas del cantón Penipe.

Tabla N° 1. Actividad económica del cantón Penipe

PENIPE		
Rama de Actividad	**Casos**	**%**
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	320	68.82
Industrias manufactureras	13	2.80
Construcción	8	1.72
Comercio al por mayor y menor	6	1.29
Transporte y almacenamiento	9	1.94
Actividades de alojamiento y servicios de comidas	1	0.22
Actividades profesionales, científicas y técnicas	2	0,43
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1	0,22
Administración pública y defensa	4	0,86
Enseñanza	8	1.72
Actividades de la atención de la salud humana	2	0,43
Otras actividades de servicio	5	1.08
No declarado	72	15.48
Trabajador nuevo	1	0.22
Total	465	100.00

Fuente: (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2012-2021)

Situación del Turismo a nivel Nacional

Tras una investigación realizada, el país ha experimentado un estancamiento en los 3 últimos años, las cifras de arribos de turistas extranjeros al país son alentadoras, pues de acuerdo con datos preliminares, en 2017 llegaron 1´617.914 turistas, lo que representa un crecimiento del 14% con respecto al 2016, así lo señala la información proporcionada por la coordinación general de estadística e investigación del MINTUR, que en su reporte destaca que solo en diciembre de 2017 se registró el mayor incremento de llegadas en el año, es decir un crecimiento del 30,3% superior con relación a diciembre de 2016 al recibir a 171.926 personas extranjeros que recorrieron los diversos destinos turísticos del país.

En su reporte mensual destaca que solo entre los meses de enero y septiembre del 2017 ingresaron al país 1.204,5 millones de dólares, en divisas por concepto de turismo receptor, evidenciándose así un crecimiento acumulado del 12% con relación a igual período de 2016.

Al tercer trimestre de 2017 según datos de la encuesta nacional empleo y subempleo (ENEMDU), el número de empleos en la actividad de alojamiento y servicios de comida corresponde a 498.385 un 2,4% más respecto al mismo periodo en el año 2016, esto muestra que el 6,4% del total de empleados en la economía, lo que le reconoce a la actividad turística ubicarse entre las 6 industrias económicas que presentamos a continuación en el siguiente gráfico (MINTUR, 2017)**.**



Figura N° 3. Posición del turismo en la economía
Fuente: Ministerio de Turismo

4.1.1.5. Factor Social

La población de Ecuador representa el 0.2% del mundo y el 2% de América Latina, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo **(INEC, 2016),** muestra datos de la población total actual del Ecuador con 16´528.730 y que para el 2017 subió a 16´776.977, mientras que las proyecciones de crecimiento para el 2018 es de

En la siguiente imagen se puede evidenciar que el 49.56% de la población son hombres frente a un 50.44% de mujeres (INEC, 2010) .



Figura N° 4. Población a Nivel Nacional
Fuente: (INEC, 2010)

Pobreza

Según (Medina, 2015, pág. 64) menciona que la situación económica del país ha mejorado de gran manera en ciertos aspectos, especialmente para los sectores más vulnerables, debido a la gran inversión del gobierno en el área social, el PIB per cápita ha aumentado gradualmente desde 2´913.81 USD, en inicios del 2014 hasta 3,653 USD, para el 2014 con un PIB per cápita a PPA de 8 392.57 en el 2013.

El Ecuador es un país cada vez menos pobre. El censo de población permite calcular este indicador a través de la metodología de necesidades básicas insatisfechas. De acuerdo al censo, el índice de pobreza NBI es del 60,1% al 2010, mientras que en el 2001 era del 69,3% y en 1990 un 84,3%. Existen diferencias importantes en términos territoriales lo que evidencia que el país tiene mejores condiciones que antes, pero éstas aún no son homogéneas en la siguiente tabla se puede visualizar el porcentaje de necesidades básicas insatisfechas por provincias (Villacís & Carrillo, 2012, pág. 15).

Tabla N° 2. Porcentaje de pobreza por necesidades insatisfechas

Pobreza por necesidades básicas insatisfechas	
Provincias	**Porcentaje**
Zonas no delimitadas	93,4 %
Sucumbíos	87,0 %
Orellana	85,0 %
Los Ríos	79,5 %
Napo	78,6 %
Esmeraldas	78,3 %
Manabí	76,8 %
Bolívar	76,3 %
Morona Santiago	75,6 %
Cotopaxi	75,1 %
Santo Domingo	74,4 %
Zamora Chinchipe	73,8 %
Santa Elena	72,2 %
Pastaza	69,7 %
Cañar	67,4 %
Chimborazo	66,5 %
Loja	61,8 %
El Oro	61,2 %
Guayas	58,4 %
Carchi	57,2 %
Tungurahua	57,0 %
Imbabura	54,2 %
Galápagos	52,0 %
Azuay	48,3 %
Pichincha	33,5 %
Nacional	60,1 %

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

En la tabla la provincia de Chimborazo muestra un porcentaje de 66,5% de la población cuyas necesidades básicas no han sido satisfechas, por lo cual incurre en una problemática ya que esta población se centra en las zonas rurales, razón por la cual es importante generar nuevas alternativas para dinamizar la economía de este sector, una de las actividades propuestas es el turismo, a través de esta actividad se fortalece la identidad cultural, la cultura de protección ambiental y recursos naturales no renovables, así como también se mejora las condiciones de vida local. El caso más exitoso desarrollado en muchos países es el Turismo Comunitario, nuestro país no es un caso externo ya que poseemos las cualidades y potencialidades para ofertar esta modalidad de turismo.

Migración

Al analizar este factor es indispensable mencionar la crisis del país en el año 1999, en esa época se efectúo los índices más elevados de migración de ecuatorianos al exterior en busca de mejores condiciones de vida debido a la crisis política, económica, social que enfrentaba el país, sim embargo en la actualidad estas cifras se han ido disminuyendo gracias a la estabilidad económica del país de los últimos años, según los estudios estadísticos realizados se muestran cifras desde el año 2010 hasta mayo de 2014, donde se registra un total de 4´568.145 salidas de ecuatorianos a exterior y 4´554.724 ingresos al país. Estos datos estadísticos se revelaron en el taller, Realidad, Potencialidad y P se desarrolló en Quito.

Educación

Uno de los ejes fundamentales para el desarrollo de un país y más aún para el nuestro, es el sistema educativo del Ecuador, presenta grandes mejoras en los últimos años, los índices de analfabetismo se han disminuido significativamente. En diciembre del 2014 la tasa de analfabetismo fue del 5,8 %, cerca de un punto menos en relación al año anterior; año tras año la tasa de analfabetismo ha disminuido constantemente desde el 2011. De manera similar, la tasa de analfabetismo a nivel urbano y rural también ha disminuido, en el caso de la zona urbana el descenso del analfabetismo es más pronunciado en los últimos años pasando del 17,9 % en el 2011 al 10,3 % al 2014. Para el caso de la población de las zonas rurales, la tasa de analfabetismo se ha mantenido constante en el 3,8 % desde el 2011 hasta la actualidad (MNE, 2015)**.**

Salud

Las estadísticas muestran un decrecimiento drástico en las últimas décadas, de lo que llego a un 95.9% hasta el 14% en el año 2013 (INEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos.) la tasa de mortalidad infantil para el 2012 es de un 2% (UNICEF), la esperanza de vida promedio para el 2012 es de 76.2 años, el acceso a los servicios públicos ha mejorado, especialmente en la salud en la cual el gobierno ha puesto empeño en mejorar la calidad del servicio médico mediante nuevas reformas, y en reducir los índices de mortalidad, el cual se ha reducido de un 9.3% en el 2004 hasta un 6.7% para el 2013 (INEC, 2010).

Identidad

La población del Ecuador es muy diversa según los datos el Censo de Población y Vivienda realizada en año 2010, la población que se auto identifica como mestiza tiene un porcentaje del 71,9%, seguido de montubio con 7,4%, Afroecuatorianos con un porcentaje de 7,2%, la población Indígena con 7,0%, Blancos 10,5% y la población no auto identificada con porcentaje de 0,4%, estos datos se pueden evidenciar en la imagen ilustrada a continuación (INEC, 2010).

.

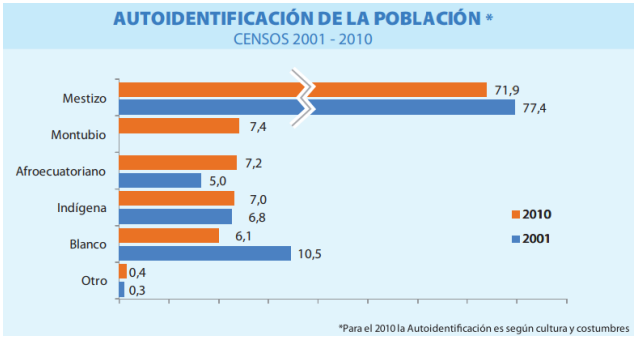


Figura N° 5. Identidad Poblacional
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Ecuador se caracteriza por su alta biodiversidad cultural, pese al 7,0%, que se auto identifica como indígena, en el país existe 13 nacionalidades indígenas y 14 pueblos indígenas. En la zona de la Región Andina se encuentra la nacionalidad Kichwa los mismo que constituyen la mayor parte de la población indígena del país, otras de las regiones caracterizadas por la diversidad cultural es la Región Amazónica donde podemos encontrar las nacionalidades

- Shuar
- Achuar
- Siona
- Secoya
-
- Waorani
- Shiwiar
- Zápara

Esta última considerada como **"Patrimonio Oral e Inmaterial de la humanidad"** declarado por la UNESCO en mayo del 2001. Cada una de las nacionalidades posee su propia lengua, cultura, vestimenta, saberes ancestrales, sin embargo, no están exentos de las problemáticas como es el caso de la nacionalidad Kichwa ya que no poseen un territorio definido, así mismo la nacionalidad Waorani presenta la misma problemática que por la intervención de las compañías petroleras son expulsados de sus tierras dando como consecuencia la pérdida de su cultura (INEC, 2010).

4.1.1.6. Factor Tecnológico

La era actual se desarrolla en un mundo globalizado donde se han eliminados las fronteras gracias al avance de la tecnología para los hogares de la población ecuatoriana es la nueva tendencia y en mucho de los casos se ha convertido una necesidad, las estadísticas muestran que con el pasar de los años, un 26.4% de la población posee computadores de escritorio en el 2012, comparado con un 23.4% en el 2009; El 18,1% de las familias ecuatorianas posee al menos un computador portátil y el 9,1% más que el año anterior que fue registrado en 2010. Por tanto, el 7,5% de las familias utilizan computadoras de escritorio, 3,5% mayor que en el año 2010 (INEC, Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC´S, 2013).

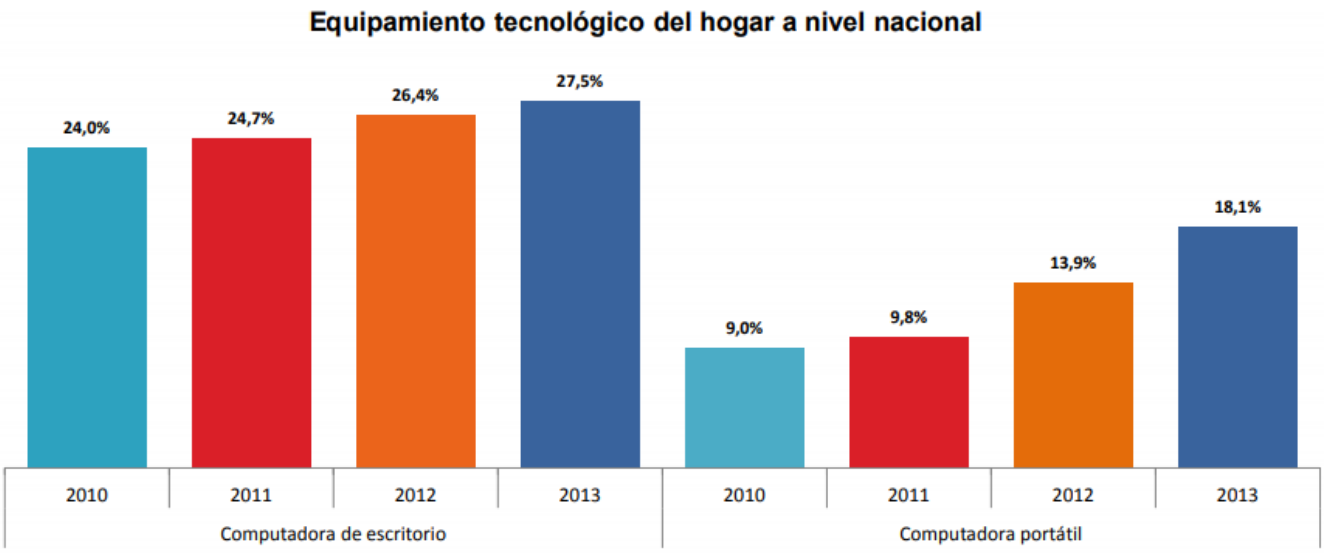


Figura N° 6. Equipamiento básico tecnológico del hogar a nivel nacional
Fuente: (INEC, Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC´S, 2013).

Cabe resaltar que el 86,4% de las familias ecuatorianas tienen al menos un teléfono celular, 36,7% un porcentaje mayor al que fue registrado en el 2010, es uno de los sistemas de comunicación que más se ha desarrollado gracias a sus sofisticados avances ha permitido simplificar la vida de los usuarios ya que desde sus teléfonos móviles se pude realizar una video llamada a cualquier parte del mundo y hasta lograr hacer transacciones bancarias, esta es una vía estratégica para fortalecer los canales de distribución y promoción de productos (INEC, Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC´S, 2013).

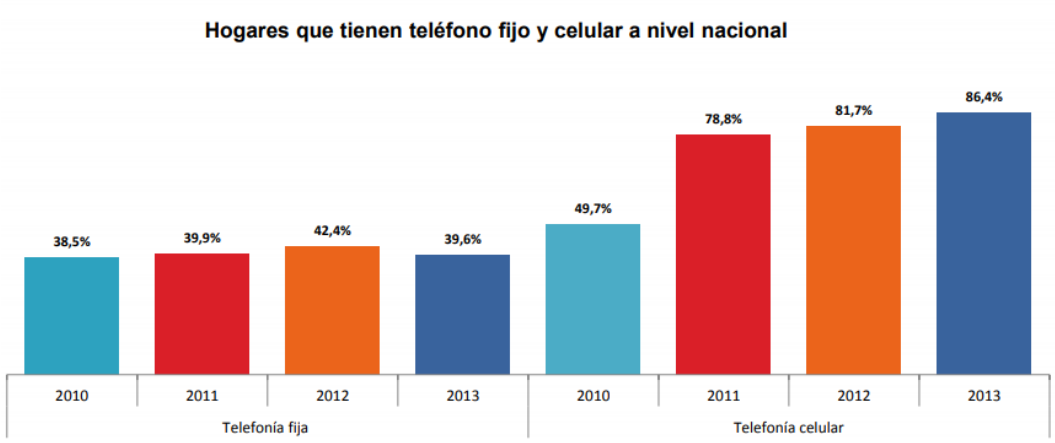


Figura N° 7. Hogares con acceso a telefonía fija
Fuente: (INEC, Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC´S, 2013).

Cabe recalcar que el 28,3% de las familias ecuatorianas disfrutan de acceso a internet, y el 43,7% tienen acceso a través de telefonía fija con modem, 9,8% menor que en 2012. Desde el 2009, con la creación del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, las instituciones relacionadas con el área de telecomunicaciones se agruparon, para fortalecer la democratización, diversificación y universalización de las Tecnologías de Información y Comunicación.

El MINTEL, próximo a cumplir cuatro años de vida institucional, destaca los logros alcanzados en este campo; así como el fortalecimiento de las medidas regulatorias.

Uno de los logros más significativos es el crecimiento de las conexiones a internet en el país, ya que en el 2006 apenas se contaba con 207.277 conexiones para atender a los usuarios de internet y a marzo del 2013 este número creció a 4´463.390 conexiones, es decir, el número de conexiones se multiplicó por 21. Cabe mencionar que cada conexión fija a internet atiende a varios usuarios. Ecuador ocupa los primeros puestos a nivel regional respecto del incremento de usuarios y conexiones de internet,

experimentando una de las tasas más altas de crecimiento anual entre los años 2006 y 2013 (INEC, Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC´S, 2013).

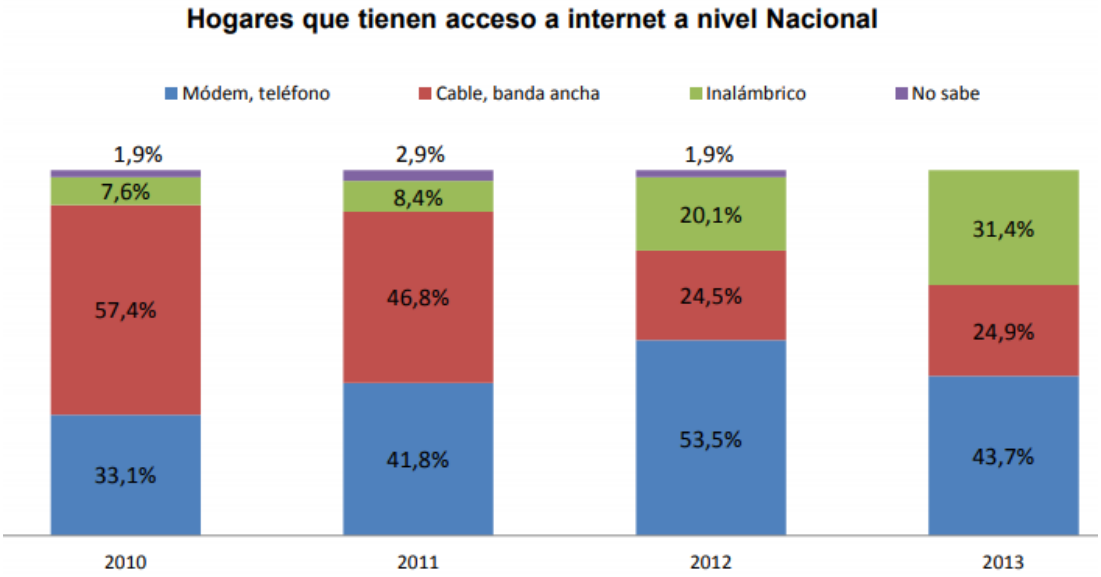


Figura N° 8. Hogares que tienen acceso a internet a nivel Nacional
Fuente: (INEC, Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC´S, 2013)**.**

Redes Sociales

Los usuarios activos en la red social de Facebook en Ecuador para el año 2013 son más de 6 millones, con un incremento de 780 mil usuarios en el primer trimestre del 2013, y con un 35.29% de penetración en el país. En el año 2013, los usuarios de Facebook mayores a 18 años representan el 75.6% del total, en comparación con el 75.3% del año anterior; las personas que se encuentran en un rango de edad de 18 a 24 años representan el 34.1%, seguido por aquellos que se encuentran entre los 13 a 17 años con el 24.4%, seguidos por los que están entre los 25 a 34 años con el 23.8%. El segmento de edad sexo con mayor crecimiento ha sido los hombres de 18 a 24 años con una tasa de crecimiento del 9.1% (Medina, 2015)**.**

El perfil de los usuarios de redes sociales es:

- Residen en el área urbana 95%
- Son solteros 53%
- Tienen instrucción superior universitaria 57%
- Están plenamente ocupados 51%
- Son empleados privados 57%
- Usuarios de Facebook 29%)

En el Ecuador la red social predominante es el Facebook de la cual un 93.02% de los usuarios de redes sociales la tiene como cuenta principal, seguida por YouTube y Twitter con un 7.43% y 5.56% respectivamente.

A continuación, resumimos los factores claves en la Matriz MEFE.

Cuadro Nº 2. Matriz Evaluación de Factores Externos

Nº	FACTORES EXTERNOS	PONDERACIONES	CALIFICACIÓN	RESULTADOS PONDERADOS
	OPORTUNIDADES			
1	Apoyo gubernamental con políticas de fomento a la asociatividad	0,1	4	0,4
2	Presencia de cobertura de internet (INFOCENTRO)	0,05	4	0,2
3	Alianzas estratégicas con instituciones educativas: Escuela Superior politécnica de Chimborazo, Universidad Nacional de Chimborazo	0,08	4	0,32
4	Leyes y políticas de estado que apoyan los emprendimientos turísticos.	0,04	3	0,12
5	Interés de los turistas por el turismo de Naturaleza	0,05	4	0,2
6	Apoyo de MINTUR	0,03	3	0,09
7	Afluencia de turistas extranjeros	0,1	4	0,4
8	Participación activa de la población local	0,07	4	0,28
9	Extensión de créditos de entidades financieras para emprendimientos turísticos	0,05	4	0,2
10	Se encuentra en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay	0,03	3	0,09
	AMENAZAS			
1	Factores Climatológicos	0,05	1	0,05
2	Inestabilidad Económica	0,04	2	0,08
3	Falta de concientización a la población en temas de conservación de especies en peligro de extinción en las zonas de paramo.	0,08	2	0,16
4	Falta de control y vigilancia por parte de MAE, en temas de cacería.	0,05	1	0,05
5	Inexistencia de convenios con Operadores turísticos.	0,05	1	0,05

6	Escasa inversión pública para el fomento de la actividad turística	0,05	1	0,05
7	Mayor exigencia en la calidad de productos y servicios	0,05	1	0,05
8	Poca experiencia en el sector turístico	0,06	1	0,06
TOTAL		1		2,73
Parámetros de evaluación 0=0 sin importancia; 1.0= de gran importancia. 1= Amenaza importante; 2= Amenaza menor; 3 = Oportunidad menor; 4= Oportunidad importante				

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Análisis

Mediante el análisis de factores externos que interviene dentro de la actividad turística, la misma que se ha realizado con la ayuda de la matriz (MEFE), cuyos resultados obtenidos arrojan un 2,73 por lo que se puede decir que la parroquia posee un número de oportunidades significativas con un 2,18, sin embargo, es importante tomar en cuenta las amenazas 0,55 ya que tiene una gran significación a considerar.

Para lograr el desarrollo turístico de la parroquia y que forme parte de la actividad económica con mayor aporte a los hogares de la población, es muy importante tomar en cuenta las oportunidades y buscar ventajas competitivas que ayuden a maximizar dichas oportunidades y al mismo tiempo contrarrestar a las amenazas llevando a plantear estrategias, tomando decisiones correctas en beneficio de toda la población y del sector turístico.

4.1.2. ANÁLISIS INTERNO

4.1.2.1.FACTOR MICROENTORNO

Al hablar del microentorno se relacionan con el entorno específico de una organización, en este caso es de la parroquia La Candelaria; ya que los actores de la localidad tienen una estrecha relación con el turismo, este factor será una de las bases fundamentales para desarrollar estrategias, ya que permite identificar de manera precisa las fortalezas y debilidades de los diferentes ámbitos de desarrollo con mayor claridad.

4.1.2.2.Factor Político Administrativo

La parroquia La Candelaria según el registro oficial N.º 498, fue constituida legalmente el 4 de agosto 1994, con una extensión territorial de 860.40 hectáreas, organizada en 3 comunidades Releche, Tarau y la Matriz La Candelaria, su zona limítrofe es:

- **Norte:** La parroquia Matriz y Matus
- **Sur:** La parroquia Quimiag, separados por la encañada de Gampala
- **Este:** Provincia de Morona Santiago separados por la encañada de las Flautas
- **Oeste:** El cantón Riobamba separados por el río Blanco.

La estructura organizacional de la parroquia se presenta a continuación:

a) Organización del gobierno parroquial.

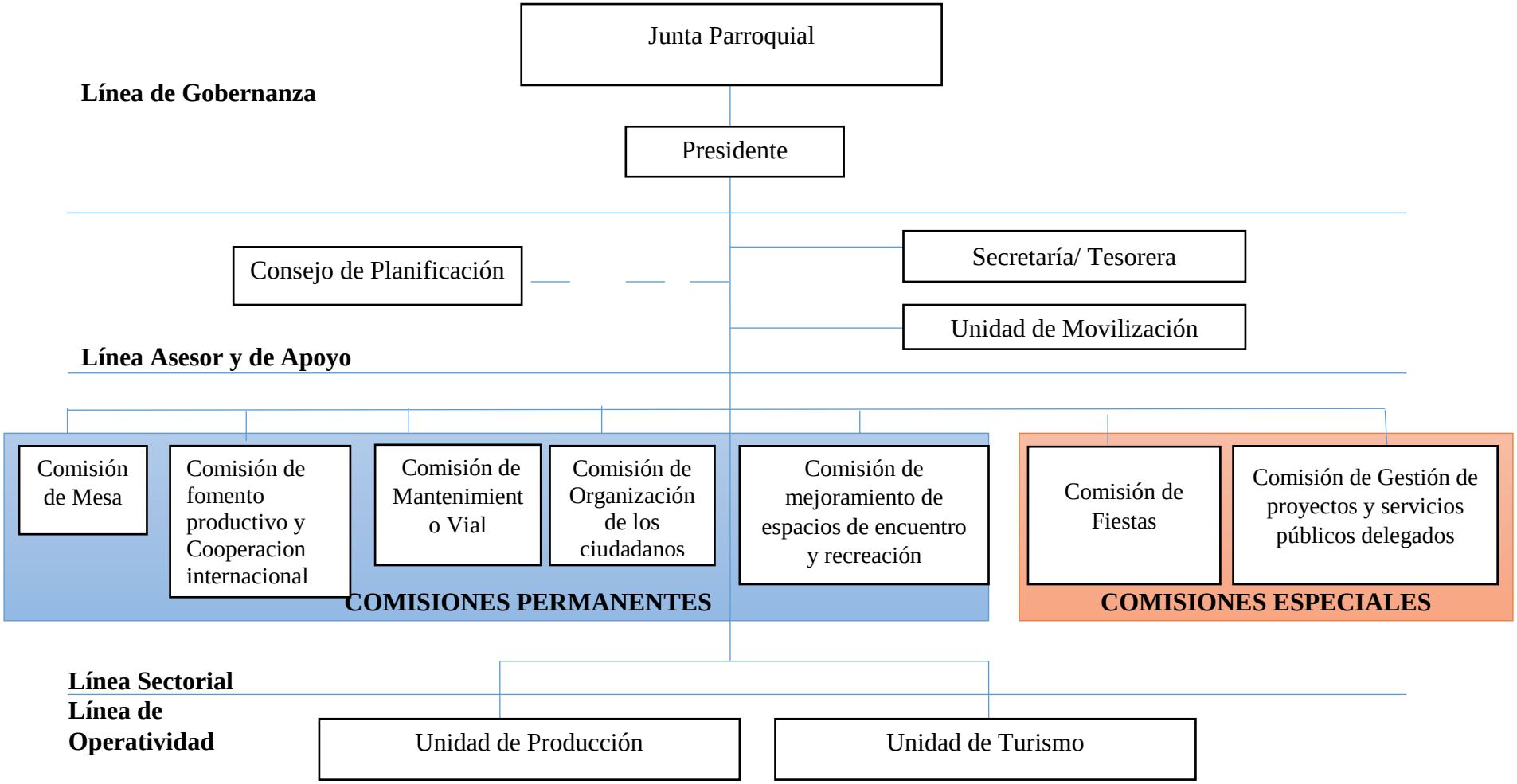


Figura N° 9. Estructura Organizativa de la Parroquia

Accesibilidad

Las vías de acceso son de primer orden cuentan con una vía asfaltada hacia las tres comunidades, sin embargo, para acceder a los diferentes atractivos los senderos se encuentran en mal estado y no cuentan con la señalética turística adecuada. La cooperativa de transporte que ingresa a la parroquia y a sus tres comunidades es la erativa de transporte.

A continuación, se presenta el siguiente horario:

Tabla N° 3. Cooperativa de transporte hacia la parroquia.

"COOPERATIVA DE TRANSPORTE BAYUSHIG"		
Horario	Destino	Frecuencia.
6:00 am 12:15 pm 15:15 pm 17:00 pm	Riobamba Candelaria	4 veces al día
11:30 am	Penipe Candelaria	1 vez al día
6:00 am 7:50 am 12:15 pm 15:15 pm 17:15 pm	Candelaria - Riobamba	5 veces al día

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

4.1.2.3.Factor Económico

Candelaria es una parroquia eminentemente agrícola productor de varios alimentos gracias a sus tierras fértiles de los Andes, el agua fresca que baja de sus glaciares y la luminosidad del sol ecuatorial hace que resplandezca los 365 días al año forma a este territorio como una zona apta para el principal cultivo de maíz, papas, habas, y zanahoria.

Se evidencia la presencia de ganado bovino, porcino y equino. En cuanto a especies menores están los cuyes, conejos, gallinas de postura, pollos criollos.

a) Población económicamente activa por segmento.

De acuerdo a la tabla, la fuente de ingreso con mayor porcentaje para las familias de la parroquia La Candelaria corresponde a la actividad agrícola con el 65,76%, seguida de la actividad pecuaria con un 20.76%.

Tabla N° 4. Población económicamente activa por actividades.

Población económicamente activa por segmento de ocupación.	**Porcentaje**	**Número**
Actividad agrícola	64,90%	172
Actividad pecuaria	20 %	53
Actividades de construcción	3,40%	9
Actividades relacionadas con el comercio	2,64%	7
Actividades artesanales	3,02%	8
Empleados en el sector público	1,51%	4
Empleados en el sector privado	4,53%	12
TOTAL	**100%**	**265**

Fuente: (Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, 2012-2021)**.**

b) Actividades económicas de la parroquia La Candelaria.

Tabla N° 5. Actividad económica parroquia La Candelaria

LA CANDELARIA		
Rama de la Actividad	**Casos**	**%**
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	82	83.67
Industrias manufactureras	4	4.08
Comercio al por mayor y menor	1	1.02
Transporte y almacenamiento	2	2.04
Administración pública y defensa	4	4.08
Enseñanza	1	1.02
Actividades de los hogares como empleadores	2	2.04
No declarado	2	2.04
Total	98	100.00

Fuente: (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2012-2021)**.**

Otras de las actividades financieras que se desarrollan son las asociaciones de las tejedoras que realizan tejidos como: Bufandas, Chompas, Chalecos que son ofertadas en la casa comunal y en el albergue La Candelaria.

Una pequeña parte de su población se dedica al turismo como es la Hacienda Releche, y el Albergue la Candelaria brindando servicio de alimentación, hospedaje, guíanza, alquiler de caballos y servicio de arrieros.

4.1.2.4. Factor Social

1.) Reseña

En esta parroquia habita gente trabajadora y organizada, dispone de tierras fértiles y generosas; productora de productos como papas, maíz y especialmente la ganadería que una parte de la población se dedican a la fabricación de quesos.

Es un lugar que hasta hoy en día mantiene su costumbre de repicar las campanas de la iglesia para que se reúna toda la gente y las autoridades tanto civiles como eclesiásticas, llegan para cumplir con alguna labor social en beneficio de este hermoso pueblo, el lugar de encuentros especialmente las reuniones generales entre los moradores es la casa comunal. La gran mayoría de las personas han tenido que migrar a otros lugares para mejorar la situación financiera.

El sector se ha llamado así desde hace siglos, las personas mayores lo conocen con este
La historia cuenta que los abuelos se encontraron con la imagen de la Virgen
hasta hoy en día la imagen se encuentra dentro de la iglesia y es
así que en honor a la Virgen el pueblo se llama Candelaria (Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, 2012-2021).

La fiesta más importante de La Candelaria se realiza todos los años el 02 de febrero a donde llegan personas de diferentes comunidades que le rodean como también de la provincia y el país entero para festejar a la Virgen de la Candelaria, a quien rinden homenaje con devoción que les caracteriza realizando una procesión, misa, bailes, juegos y actos de diversión en la que participan niños de la escuela, jóvenes y todo el pueblo en general.

El esfuerzo y la debida organización que mantiene este pueblo. En el año 1935 se dio inicio a la construcción de la carretera y la iglesia, utilizando animales de carga para traer el material necesario y el esfuerzo físico de los pobladores.

En 1992 se iniciaron oficialmente los trámites de parroquialización, para su efecto se conformó un comité gestor, posteriormente el 04 de agosto de 1994 por acuerdo ministerial se crea la Junta Parroquial de La Candelaria institución de derecho público con carácter de Gobierno Seccional Autónomo regido en ese entonces por la Ley

Orgánica de Juntas Parroquiales del Ecuador (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial La Candelaria, 2012).

2.) Idioma

En la comunidad de Tarau y Matriz La Candelaria la población es mayoritariamente de habla hispana (66.77%), mientras que en la comunidad de Releche son de habla hispana y kichwa (33.3%).

3.) Origen Étnico.

Los grupos étnicos de la parroquia según el censo del 2010; los distribuye de la siguiente manera: Indígenas 3 personas (0,63%), montubio 2 personas (0,42), mestizo 460 personas (96,8%) siendo el grupo étnico dominante dentro de la parroquia (PDOT, 2011, pág. 3).

4.) Población

Según datos arrojados por el censo realizado en el año 2010 por el (INEC, 2010). La población total de la parroquia es de 475 habitantes, pero en los últimos años esta cifra se ha reducido por efectos de la migración interna y externa y por causas naturales como la muerte.

a) Población desagregada.

En el cuadro, se puede apreciar que el mayor número de la población de acuerdo al género masculino oscila las edades de 15 a 29 años es en la comunidad Matriz La Candelaria, con 47 habitantes. Mientras que el mayor número de población femenina corresponde a la misma comunidad con un número de 40 habitantes.

Tabla N° 6 . Población divida por edad y sexo.

Comunidad	Menor de un año		1 y 9 años		10 y 14 años		15 y 29 años		30 y 49 años		50 y 64 años		Más de 65 años	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
Tarau	1	0	2	3	2	1	5	7	1	4	6	4	4	2
Releche	1	1	4	11	5	5	14	15	16	11	8	6	3	5
Matriz La Candelaria	1	4	22	26	22	14	47	40	34	34	18	15	23	27
TOTAL	**3**	**5**	**28**	**40**	**29**	**20**	**66**	**62**	**51**	**49**	**32**	**25**	**30**	**34**

Fuente: (Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, 2012-2021)**.**

b) Población total de la parroquia

El mayor número de población de género masculino en toda la parroquia es de 239 habitantes, mientras que en el género femenino corresponde a 236 habitantes.

Tabla N° 7. Total de habitantes dentro de la parroquia.

Grupos	Hombres		Mujeres		Total
Número	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje	
Menor de 1 año	3	0,6%	5	1,1%	8
1 a 4 años	12	2,5%	20	4,2%	32
5 a 9 años	16	3,4%	21	4,4%	37
10 a 14 años	29	6,1%	20	4,2%	49
15 a 19 años	22	4,6%	35	7,4%	57
20 a 24 años	32	6,7%	15	3,2%	47
25 a 29 años	12	2,5%	12	2,5%	24
30 a 34 años	14	2,9%	14	2,9%	28
35 a 39 años	13	2,7%	13	2,7%	26
40 a 44 años	16	3,4%	8	1,7%	24
45 a 49 años	8	1,7%	14	2,9%	22
50 a 54 años	17	3,6%	9	1,9%	26
55 a 59 años	10	2,1%	7	1,5%	17
60 a 64 años	5	1,1%	9	1,9%	14
65 a 69 años	7	1,5%	13	2,7%	20
70 a 74 años	9	1,9%	6	1,3%	15
75 a 79 años	7	1,5%	7	1,5%	14
80 a 84 años	4	0,8%	4	0,8%	8
85 a 89 años	2	0,4%	2	0,4%	4
90 a 94 años	1	0,2%	1	0,2%	2
95 a 99 años	0	0,0%	1	0,2%	1
total	239	50,3%	236	49,7%	475

Fuente: (GAD, Parroquial 2012).

c) Estructura familiar

Género y responsabilidad familiar

De acuerdo con los datos el mayor porcentaje de jefes de familia de género masculino corresponde al 83%, mientras que el porcentaje de jefes de familia femeninos corresponde al 17%, ambos se encuentran en la comunidad Matriz.

Tabla N° 8. Núcleo familiar.

Comunidad	Líder familiar hombres		Líder familiar mujeres		Total
	Número	%	Número	%	
Tarau	8	80%	2	20%	10
Releche	20	95%	1	5%	21
Matriz La Candelaria	66	83%	13	17%	79
TOTAL	94	85,5%	16	14,5%	110

Fuente: (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2012-2021).

En gran parte de las comunidades los jefes de familia son hombres, predominan con un 95% la comunidad de Releche, y como jefe de familia una mujer esta con un 17%.

5.) Migración

a) Caracterización de la migración.

Tabla N° 9. Casos de Migración dentro de la provincia.

Comunidad	Ciudades de destino						Total, de casos reportados
	Quimiag		Bayushig		Riobamba		
	Número	%	Número	%	Número	%	
Tarau	2	40%	1	20%	2	40%	5
Releche	0	0%	2	9%	20	91%	22
Matriz la Candelaria	0	0%	5	14%	30	86%	35

Fuente: (Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, 2012-2021)**.**

En la parroquia el transcendental periodo de migración es a comienzos del mes de septiembre en inicio de los ciclos académicos, ya sea en etapa escolar, colegiatura y universitaria. Por ello una de las principales motivaciones para el efecto migratorio es la

ausencia de instituciones de enseñanza ya sea de primaria, secundaria y superior, siendo así la segunda causa de traslado la falta de empleo estable exige a los jóvenes y adultos a migrar.

b) Ciudades destino en migración.

Tabla N° 10. Principales lugares de migración.

Destino	**Casos reportados**	**%**
Riobamba	52	57,7
Quito	8	8,9%
Puyo	30	33,3%
TOTAL	**90**	**100%**
Población total		475
Tasa de migración estacional dentro del país		18,9%

Fuente: (Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, 2012-2021).

La ciudad de migración temporal con un porcentaje de 57.7% es la ciudad de Riobamba por la cercanía que representa a La Parroquia La Candelaria, mientras que a la capital de país viajan muy pocas personas con un porcentaje de 8,9% y solo un 33.3% se traslada hacia una de la ciudad de Puyo.

c) Caracterización permanente fuera del país.

Tabla N° 11. Principales países de migración.

Destino	Casos reportados	%
España	36	94,7%
Austria	2	5,3%
TOTAL	38	56%
Población total		475
Población estimada antes de los procesos migratorios		510
Tasa de migración permanente fuera del país		7,5%

Fuente: (Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, 2012-2021)**.**

En la mayoría de los casos que se encuentran reportados en la parroquia La Candelaria, las aspiraciones para migrar son por razones laborales, y la gran mayoría están en lugares de trabajo como: hotelería, quehaceres domésticos, construcción, etc. Los

índices de remesas enviadas a sus parientes son 2 veces en el año y hasta 1 vez en el año.

6. Organización Social y tejidos Sociales

Cuadro Nº 3. Número de asociaciones dentro de la parroquia.

COMUNIDAD	TARAU	RELECHE	MATRÍZ
Organizaciones de regantes	0	0	1
Organizaciones administradoras de agua entubada	0	0	1
Asociación de mujeres	0	1	2
Asociaciones juveniles	0	1	2
Asociaciones dedicadas a la producción y/o comercialización	0	3	3
Asociación de ahorro y crédito	0	1	1
Asociaciones presentes	0	6	10
Total	**16**		

Fuente: Angamarca & Chiriboga 2018

En el cuadro se puede observar que existe un gran número de organizaciones; la matriz cuenta con 10 organizaciones y sucesivamente viene la comunidad de Releche que se encuentran conformado con 6 organizaciones, posteriormente en la comunidad de Tarau no existe organizaciones presentes por la comunidad en la parroquia.

Cuadro Nº 4. Asociaciones conformadas dentro de la parroquia.

Comunidad	Tipo de Organizaciones	Nombre de la Organización	Nombre y Apellidos del representante (presidente)	N.º de miembros de la organización	Fecha de Creación
RELECHE	**Deportiva**	Club Deportivo Los Amigos	Alex Pusay	22	1999-200
	Pecuaria	Los Altares De Releche	María Yuqui	20	2000-2001
	Artesanal	Dra. JANET SALAS	Ligia Yuqui	30	2003- 2004
	Pecuaria	Cerro Bravo	Sergio Chiriboga	8	20005
	Financiera	San Leopoldo	Roberto Peña	31	
	Pecuaria	Piedra Grande	Alfonso Morocho	9	2008
MATRIZ LA CANDELARIA	**Agrícola**	Asociación Autónoma Los Andes	Lautaro Haro	11	2000-2001
	Agropecuaria	Asociación La Candelaria	Rodrigo Chávez	20	2001- 2002
	Pecuaria	Asociaciones De Ganaderos Virgen De La Candelaria	Mauricio Chiriboga	9	2007- 2008
	Social	Seguro Social Campesino	Silvio Oñate	60	1998- 1999
	Financiera	Caja Comunitaria	Mariano Chiriboga	28	2010
	Deportiva	Club Dos De Febrero	Alex Quishpe	15	1970
	Social	Grupo De Madres Virgen De La Candelaria	Mariana Chiriboga	14	1996- 1997
	Deportiva	Club Agilas Rojas	Roberto Chávez	30	1989
	Social	Junta De Agua De Riego	Edmundo Chávez	22	1980
	Social	Junta Administradora Del Agua Potable	Marcelo Haro	40	1965

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

7. Instituciones y organismos presentes en la parroquia

Cuadro Nº 5. Organismo de apoyo dentro de la parroquia

Nombre de la Organización	**MAGAP**	**MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL**	**FONDO CANADIENCE**	**CEBY-CAM CES**
Tipo de Organización	Organismo Gubernamental	Organismo Gubernamental	Organismo no Gubernamental	Organización no gubernamental
Acciones que desarrolla	• Fomento ganadero • Asistencia Técnica • Atención médica y control de enfermedades en animales	• Entrega de Raciones Alimentarias • Contribuye al desarrollo económico con la entrega de animales menores	• Entrega de insumos agrícolas y ganaderos • Ayuda en especies menores	• Asistencia médica • Apoyo en educación • Apoyo en la administración de cajas comunitarias

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

En la parroquia existen instituciones que fomentan el desarrollo local mediante acciones que se implementan por las organizaciones dentro de la localidad, que brindan créditos financieros y asistencia técnica a los pobladores a través de capacitaciones en los cultivos, ganadería y talleres prácticos en los diferentes tipos de tejidos a su vez fomentando la participación de los actores locales.

La Institución que más apoyo a brindado a la población de la parroquia La Candelaria es el Centro de Desarrollo Humano en Cultura y Economía Solidaria con sus siglas (CEBYCAM-CES), desde hace varios años viene aportando con la ejecución de proyectos en beneficio de la población, uno de los proyectos que se ejecutan de están institución son las cajas c itaria

, las cajas comunitarias son una alternativa financiera para logra el desarrollo local.

Cuadro Nº 6. Calendario de festividades.

NOMBRE DE LA CELEBRACIÓN	TIPO		MESES												
	Religioso	No Religioso	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	GASTRONOMIA
AÑO NUEVO		X	X												Chicha de jora, mote con fritada,
REYES	X		X												Papas con cuy y caldo de gallina
VIRGEN DE LA CANDELARIA	X			X											Chicha de jora, mote con fritada, queso y caldo de gallina.
CARNAVAL		X		X	X									X	Chancho y Cuy
SEMANA SANTA	X				X	X									Fanesca
MES DE MARÍA							X								Caldo de gallina papas con cuy
DÍA DE LAS MADRES							X								Caldo de gallina, humas, papas con salsa y cuy.
FIESTA DE LA PARROQUIALIZACIÓN										X	X				Caldo de gallina, humas, papas con cuy, habas choclo, queso.
DIFUNTOS	X												X		Pan y Colada
NAVIDAD	X														Caldo de Gallina y papas con cuy
AÑO VIEJO		X											X		Cuy y Gallina

Fuente: (Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, 2012-2021)**.**

La parroquia al igual que muchos de los pueblo del Ecuador tienen sus propias festividades la mayor de las celebraciones se la realiza en el mes de febrero por las fiestas de su Santa Patrona las tres comunidades que conforman a la parroquia se unen para organizar su celebración, con gran algarabía sus pobladores festejan, en esta fecha existe turistas y visitantes de todos los rincones del país, que se suman a la celebración, brindando una exquisita variedad de la gastronomía en la localidad, sus tradicionales bebidas como la chicha de jora, y adas por caballos y bueyes convirtiéndose en una de sus más antiguas tradiciones.

4.1.2.5.Factor Tecnológico

Cuadro Nº 7. Medios de comunicación

Comunidad	Medios de televisivos			Medios radiales	
	Disponibilidad	TV	Acceso Red	Disponibilidad	Radio
	SI			SI	
TARAU	✓	Ecuavisa RTS, Canal Uno	Antena satelital CNT	✓	Tricolor, La voz del volcán, La otra Fm, Bonita Fm
RELECHE	✓	Ecuavisa Gama visión RTS, Teleamazonas	Antena satelital CNT	✓	Tricolor, Canela, La voz del volcán
MATRIZ LA CANDELARI A	✓	Ecuavisa Gama visión RTS, TC	Antena satelital CNT	✓	La voz del volcán, Canela, Tricolor

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Con el avance tecnológico la parroquia ha podido acceder a los medios de comunicación internacional por medio de la Corporación Nacional de telecomunicaciones CNT. La mayoría de la población tiene antenas satelitales, otro de los medios de comunicación que utiliza la población es el Infocentro que cuentan con 12 computadoras y está a disposición de domingo a jueves en horarios de 8:00 am a 17:00 pm.

4.1.2.6.Factor Ecológico

1.) Recurso Suelo

a) Uso del suelo

Cuadro Nº 8. Uso del suelo en las diferentes comunidades.

Comunidad	Páramo	Pastos	Cultivos	Pastos y Cultivos	Vegetación arbustiva	Bosques Naturales	Afloramiento rocoso.
TARAU	339,626	67,537	63,264	63,264	72,881	188,396	0
RELECHE	4950,243	55,240	396,420	55,240	26,060	91,177	68,520
MATRIZ	661,198	98,215	262,000	420,170	56,234	261,044	0

Fuente: (Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, 2012-2021).

2.) Recurso Agua

b) Acciones que impactan sobre el recurso agua en las zonas de páramo

Cuadro Nº 9. Uso del recurso agua en las comunidades.

Acciones de afectación	Comunidades	Extensión	Intensidad	Persistencia	Posible afectación por				
					Propiedades físicas	Propiedades químicas (DBO)	Las zonas de drenaje	Reducción de la disponibilidad	Conservación del recurso
Pastoreo	La Candelaria	Puntual	Alta	Permanente				X	
Basura inorgánica	La Candelaria	Extenso	Alta	Permanente		X			
Deslaves	Releche	Puntual	Alta	Temporal			X		
Número total de acciones reportados: **3**									

Fuente: Angamarca & Chiriboga

3.) Especies de Fauna.

Cuadro Nº 10. Especies de fauna en la zona de páramo.

Nombre Común	Nombre Científico	Tipo	Uso	Abundancia
Raposa	*Marmosa robinsoni*	Mamíferos		Poco
Chucuri	*Mustela frenata*	Mamíferos		Poco
Pericote	*Rattus norvegicus*	Mamíferos		Frecuente
Zorro	*Conepatus smiestriatus*	Mamíferos	Medicinal	Poco
Lagartija	*Podarcis*	Mamíferos		Poco
Murciélago	*Molossus moossus*	Mamíferos		Poco
Shumpo		Aves		Poco
Gavilan	*Buteo Magnirostris*	Aves		Poco
Guarro	*Geranoetus melanoleucus*	Aves		Poco
Tórtola	*Zenaida auriculata*	Aves	Alimentación Humana	Frecuente
Colibrí	*Orethochilus stella*	Aves		Frecuente
Cullan		Reptiles		Poco

Ponzoña	*Polybetes pythagoricus*	Reptiles		Frecuente
Podarcis	*Bufo Bufo*	Reptiles		Poco
Hormiga	*Camponotus sp*	Otros		Frecuente
Mariposa	*Sympetrum sanguineum*	Otros		Frecuente
Saltarín	*Periophtalmus koelreuteri*	Otros		Mucho
Ciempiés	*Lithobius sp*	Otros		Frecuente
Especies Reportadas	**18**			

Fuente: (Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, 2012-2021)**.**

Matriz de Evaluación de Factores Internos

Cuadro Nº 11. Matriz de Factores Internos**.**

Nº	FACTORES INTERNOS	PONDERACIONES	CLASIFICACIÓN	RESULTADOS PONDERADOS
	FORTALEZAS			
1	Respaldo técnico profesional en el área turística.	0,08	4	0,32
2	Cuenta con infraestructura turística.	0,08	3	0,24
3	Oferta 3 paquetes turísticos estratégicamente diseñados	0,1	3	0,3
4	Población capacitada en el área turística.	0,2	4	0,8
5	La población se encuentra organizada en asociaciones de acuerdo a sus necesidades.	0,05	3	0,15
6	Diversidad de flora y fauna	0,1	4	0,4
	DEBILIDADES			
1	La economía de la población se centra en la agricultura y ganadería.	0,07	2	0,14
2	Escasa experiencia en atención al cliente	0,1	1	0,1
3	La población no está empoderada de la actividad turística.	0,05	1	0,05
4	Escasa Publicidad del lugar y sus atractivos	0,07	2	0,14
5	Ausencia de una marca turística que identifique a la parroquia.	0,1	1	0,1
TOTAL		1		2,74
Parámetros de evaluación 0=0 sin importancia; 1.0= de gran importancia. 1= debilidad importante; 2= debilidad menor; 3 = Fortaleza menor; 4= Fortaleza importante				

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Análisis

Siguiendo los parámetros de calificación para ponderación la parroquia La Candelaria ha obtenido una ponderación de 2,74, cuyas fortalezas tienen 2,21 y debilidades de 0,53, es importante señalar que la parroquia posee más fortalezas pero se ha tomado las de mayor relevancia, sin embargo hay que aprovechar de dichas fortalezas para contrarrestar las debilidades y poder posicionar a la actividad turística como una prioridad en el cantón Penipe y en la provincia de Chimborazo, con la oferta de servicios y productos de calidad, con el fin brindar servicios turísticos de relevancia y mejorando los ingresos económicos de la población.

4.1.2. OBJETIVO 2.

Evaluar el impacto de las estrategias genéricas de la planeación estratégica en el fomento de la actividad turística en la parroquia La Candelaria.

En este apartado se exponen los hallazgos principales de las encuestas aplicadas a los turistas que visitaron la parroquia La Candelaria durante el período de marzo, abril y mayo del 2018, se reunieron un total de 150 encuestas válidas.

En primer lugar, se presenta un análisis descriptivo de las variables demográficas recogidas y que sirvieron para realizar un encuadre de las estrategias que se presentan más adelante. Posteriormente se analizarán las variables descriptivas y de estudio para luego hacer la respectiva comprobación de hipótesis que brindará un marco de referencia para el diseño de estrategias.

4.1.2.1. Análisis descriptivo de variables demográficas

Tabulación de datos de las encuestas aplicadas

Pregunta 1. ¿Cuál es su género?

Tabla N° 12. Género de los encuestados

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	65	43,3
Femenino	85	56,7
Total	150	100,0

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

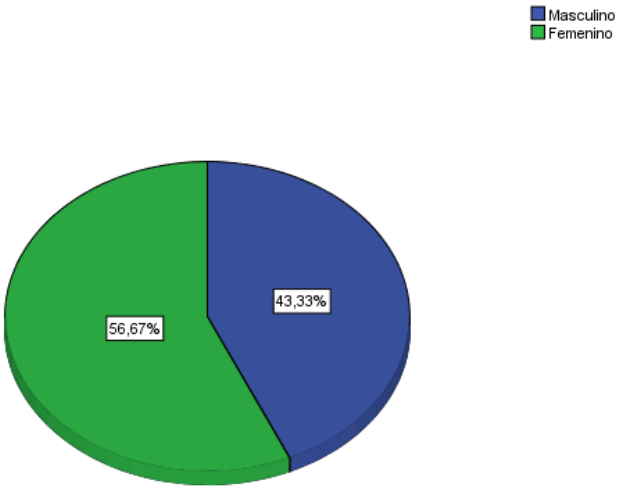


Figura N° 10. Género de los Encuestados

Análisis:

En la figura número 10 podemos visualizar que el porcentaje del género femenino corresponde a 56.67%, mientras que el porcentaje de la población masculina encuestada corresponde al 43.33%. Con estos datos se puede mencionar que existe mayor porcentaje de visita por parte del género femenino.

Pregunta 2.- ¿Cuál es su nivel de estudio?

Tabla N° 13. Nivel educativo de los encuestados

Nivel educativo	Frecuencia	Porcentaje
No culmina secundaria	21	14,0%
Bachillerato	72	48,0%
Ingeniería/Licenciatura	45	30,0%
Maestría	12	8,0%
Total	150	100,0%

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

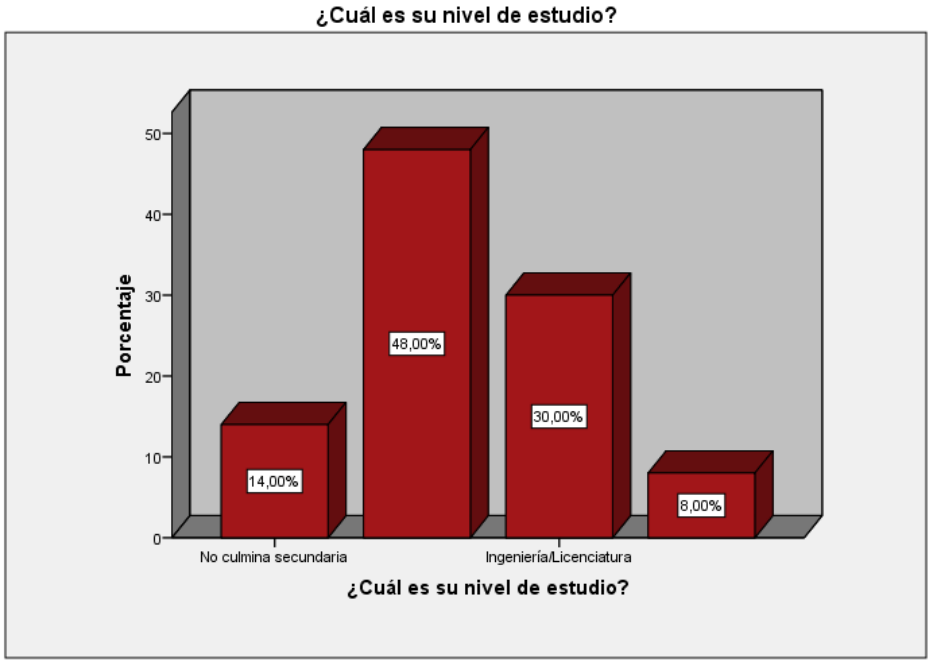


Figura N° 11. Nivel de estudios de los encuestados.

Análisis:

En la figura se puede visualizar el nivel de estudio de los encuestados, esta variable es de gran significancia para el desarrollo de las estrategias de posicionamiento ya que permitirá establecer al segmento de mercado al que nos dirigimos en este caso en la tabla muestra que el 14,0% de los encuestados no culmina la secundaria, mientras que el 48,0% posee bachillerato, el 30,0% presenta un nivel se estudios en ingeniería o licenciatura, finalmente el porcentaje de educación en maestría es de 8,0%.

Pregunta 3. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

Tabla N° 14. Nivel de ingresos

Ingresos	Frecuencia	Porcentaje
0-500	74	49,3
501-1000	44	29,3
1001-1500	21	14,0
1501-2000	9	6,0
Más de 2000	2	1,3
Total	150	100,0

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

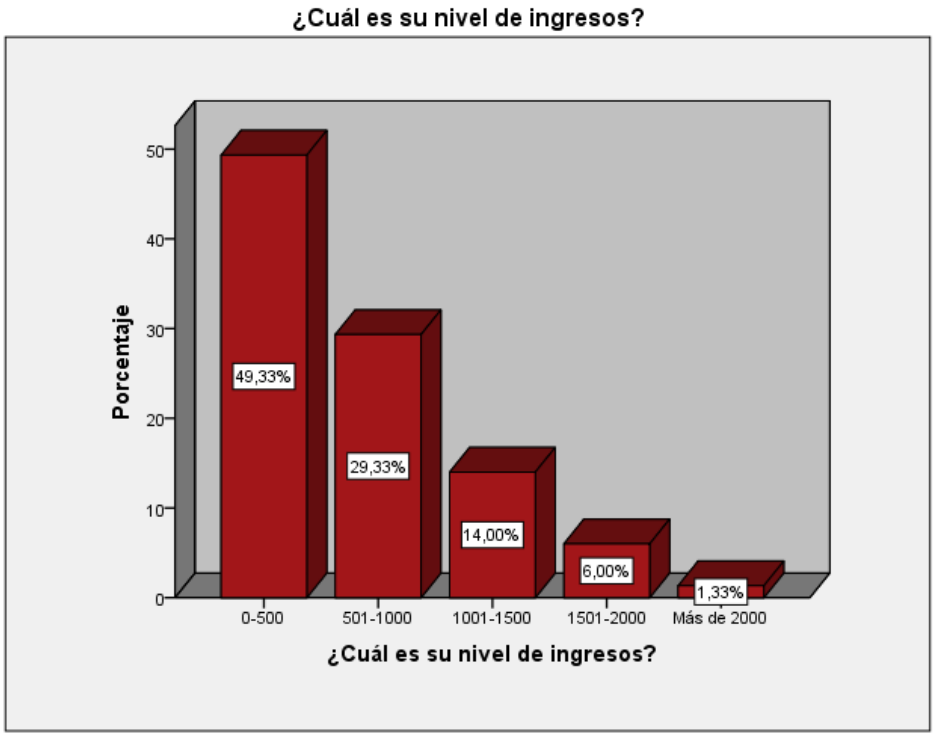


Figura N° 12. Nivel de Ingresos

Análisis:

El nivel de ingresos con mayor porcentaje corresponde al 49,33 %, lo que significa que los encuestados poseen un ingreso económico de igual o menor de 500, seguido de un 29,33% que corresponde a un ingreso de 501-1000, los encuestados con un ingreso económico de 1001-1500 resaltan con 14,0%, por otra parte, el salario de 1501-2000, se refleja en un 6,0%, finamente aquellas personas con un ingreso económico mayor de 2000 representan el 1,33% de las encuestas realizadas.

Pregunta 4. ¿Cuál es su edad?

Tabla N° 15. Rango de Edades

Rango de edades	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18	6	4,0
De 18 a 24	25	16,7
De 25 a 31	50	33,3
De 32 a 38	38	25,3
De 39 a 45	20	13,3
De 46 a 51	7	4,7
De 52 a 60	4	2,7
Total	150	100,0

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

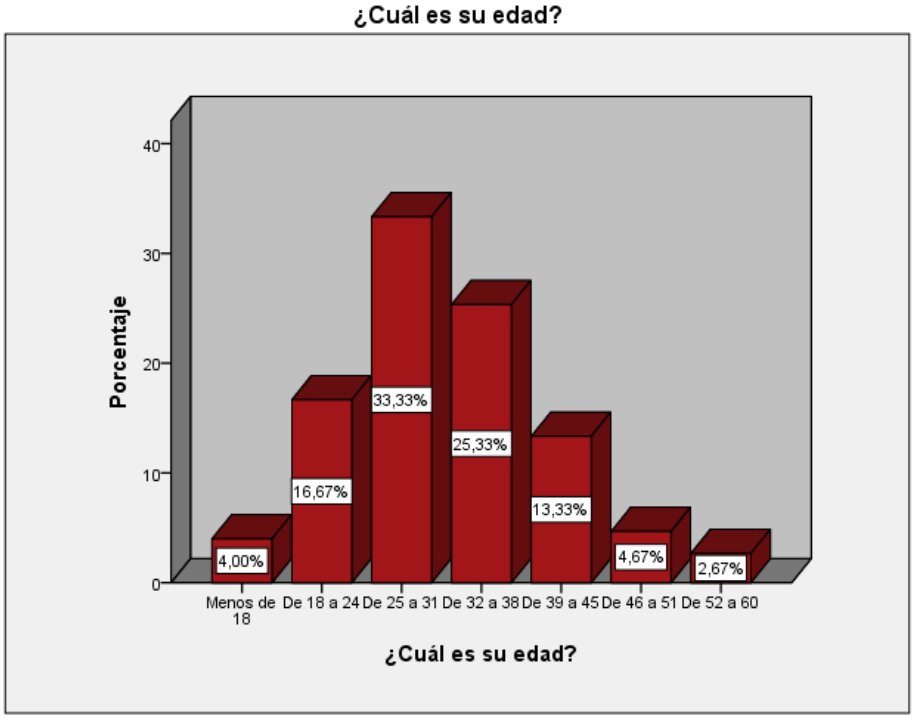


Figura N° 13. Rango de Edades

Análisis:

La edad de los encuestados fue analizada a través de rangos. En la Tabla 15 se verifica que la mayoría tienen un (33.3 %) de rango de edad entre 25 y 31 años. Por otro lado, el 25.3 % manifiesta tener una edad entre 32 y 38 años y en menor proporción (13.3 %) tienen edades entre 39 y 45 años.

Pregunta 5. ¿Cuál es su procedencia?

Tabla N° 16. Procedencia de los Turistas

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	137	91,3
Extranjero	13	8,7
Total	150	100,0

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

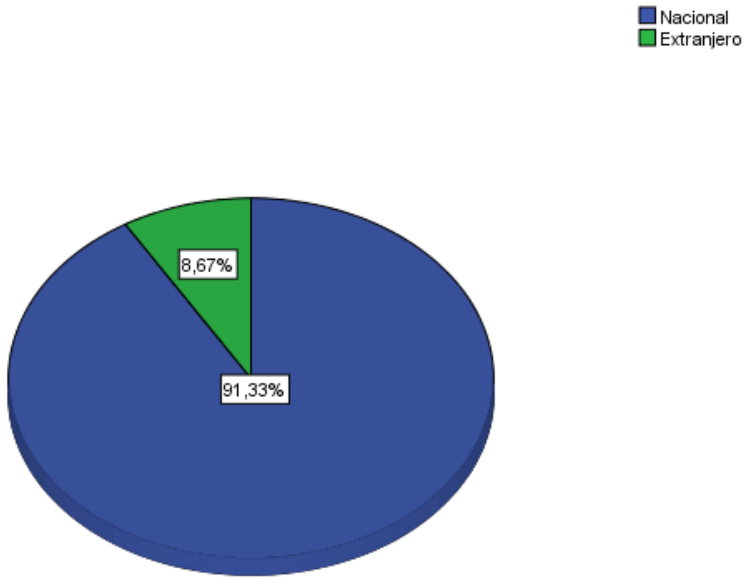


Figura N° 14. Procedencia de los Turistas

Análisis:

En lo relacionado a la procedencia de los turistas, la mayoría (91.3 %) tienen una procedencia nacional y tan solo el 8.7 % son extranjeros. Estos datos nos brindan mayor información para diseñar estrategias enfocadas y efectivas que se adapten a la satisfacción de las necesidades de turistas nacionales.

Pregunta 6. ¿Con quién viaja?

Tabla N° 17. Preferencia de Viaje

Preferencia de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Solo	12	8,0
Con amigos	37	24,7
Familiares	101	67,3
Total	150	100,0

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

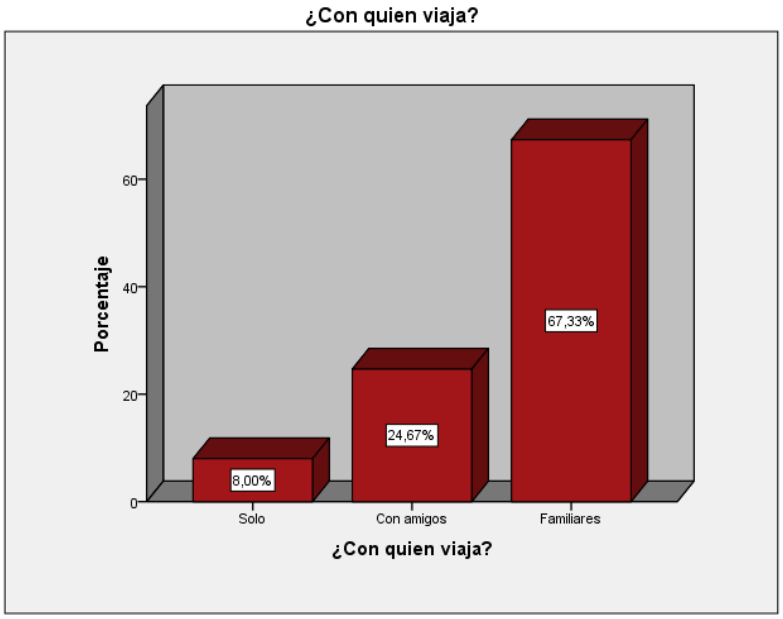


Figura N° 15. Preferencia de viaje

Análisis:

Se analizó además con quienes viajan o prefieren viajar los turistas encuestados. La mayoría correspondiente a un 67.3 % viaja con familiares mientras que el 24.7 % lo hace con amigos. Solo el 8% viaja solo. Se infiere que los productos y servicios turísticos deben ser diseñados tomando en cuenta a turistas de orden familiar.

Por otro lado, el 63.3 % de encuestados viaja a la parroquia por turismo, seguido de un 26.7 % que solo viaja a visitar a familiares. Estos resultados corroboran el objetivo de la investigación ya que si la mayoría viaja por turismo entonces es imperativo desarrollar estrategias para promover el desarrollo turístico del lugar.

Pregunta 7. ¿Cuál es su motivo de viaje?

Tabla N° 18. Motivo de viaje

Motivo de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	95	63,3
Negocios	12	8,0
Visita a familiares	40	26,7
Otros	3	2,0
Total	150	100,0

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

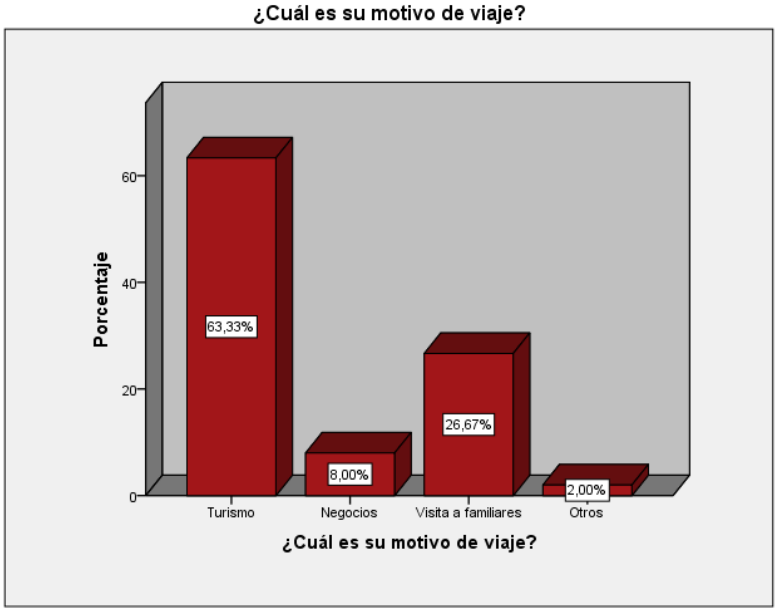


Figura N° 16. Motivo de viaje

Análisis:

La actividad preferida de los turistas es la visita al Nevado El Altar (32 % de los encuestados) ubicándose en segundo lugar de preferencia (18 %) la pesca deportiva seguido de Camping (14.7 %) y de deportes extremos (11.3 %). Las estrategias que se diseñen deberán ir enfocadas al aprovechamiento de las actividades más preferidas por los visitantes.

Pregunta 8. ¿Qué actividades le gustaría realizar durante su visita?

Tabla N° 19. Actividades durante la visita

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Deportes extremos (Escalada, Rappelling)	17	11,3
Cabalgata	13	8,7
Tracking	4	2,7
Ciclismo	5	3,3
Camping	22	14,7
Pesca Deportiva	27	18,0
Visita al nevado el Altar	48	32,0
Visita al sistema lacustre del Altar	11	7,3
Aviturismo	3	2,0
Total	150	100,0

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018



Figura N° 17. Actividades durante la visita

Análisis:

Específicamente en la modalidad de turismo comunitario, la mayoría de encuestados (38%) menciona su preferencia por el recorrido por las haciendas mientras que el 21.3% prefiere convivencia cultural y visita al Centro Artesanal respectivamente. En menor medida los encuestados prefieren actividades como equitación y experiencia ganadera.

Pregunta 9. ¿Qué actividades le gustaría hacer en la modalidad de turismo comunitario?

Tabla N° 20. Actividades en la Modalidad turismo comunitario

Modalidad de turismo comunitario	Frecuencia	Porcentaje
Convivencia Cultural	32	21,3
Equitación	15	10,0
Experiencia Ganadera	14	9,3
Visita al Centro Artesanal	32	21,3
Recorrido por las haciendas	57	38,0
Total	150	100,0

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

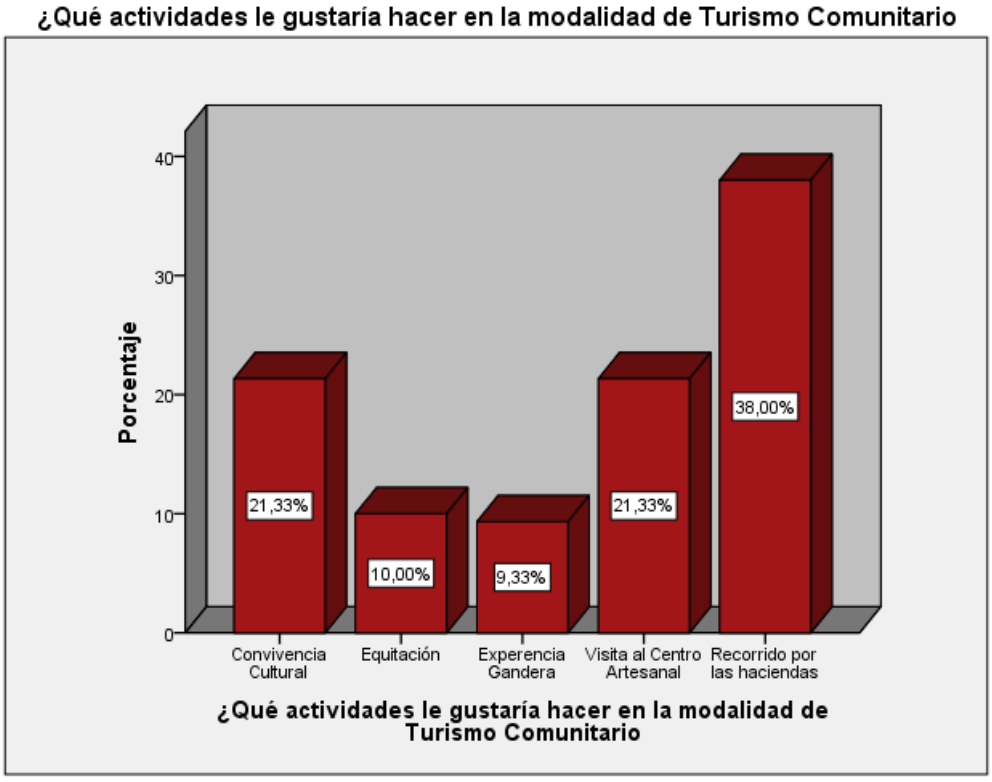


Figura N° 18. Actividades dentro de la Modalidad de turismo comunitario

Análisis:

Finalmente, con respecto a la duración del viaje, los encuestados manifiestan que prefieren permanecer entre 1 a 3 días (55.3%) y entre 1 a 5 días (33.3 %). Los servicios turísticos que se diseñen deberán tomar en cuenta estos aspectos analizados.

Pregunta 10. ¿Cuántos días le gustaría durante su viaje?

Tabla N° 21. Duración del viaje

Duración de viaje	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 días	83	55,3
1 a 5 días	50	33,3
1 a 8 días	17	11,3
Total	150	100,0

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018



Figura N° 19. Duración del viaje

Análisis:

En la figura y en la tabla más detalladamente podemos visualizar los porcentajes que corresponden a los días de estancia que les gustaría pernoctar a los turistas, de 1 a 3 días representa el 55,3%, de 1 a 5 días 33,3% y 1 a 8 días con un 1,3%, por lo tanto, se puede ejecutar posibles paquetes turísticos basados en los porcentajes de mayor significancia.

4.1.2.2.Comprobación de Hipótesis

Dentro del segundo objetivo se plantea evaluar el impacto de las estrategias genéricas de la gestión estratégica en el fomento de la actividad turística de la parroquia la Candelaria.

Para esto se formuló la siguiente hipótesis de investigación:

¿Cómo las estrategias genéricas de la planeación estratégica fomentan a la contribución de la actividad turística, determinando el impacto que generan en la implementación del modelo de gestión estratégica?

Para la comprobación de hipótesis se hicieron seis preguntas relacionadas a la influencia que puede tener las estrategias de gestión con el desarrollo turístico del lugar, medido este último con la motivación para visitar el lugar. Estas preguntas se midieron a través de una escala de Likert con categorías de 1 (Totalmente en desacuerdo) a 5 (Totalmente de Acuerdo). La Tabla Nº22 muestran las preguntas realizadas a los encuestados.

Tabla N° 22. Variables Evaluadas

Estrategias de Gestión	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
¿Cree Ud. que los precios bajos es el principal motivo para visitar algún lugar?					
¿Las características paisajísticas de la parroquia es el factor que motiva su visita?					
¿El enfoque de un grupo de consumidores específicos es lo que motiva al turista a visitar el lugar?					
¿Las alianzas estratégicas que poseen las empresas turísticas con la Parroquia qué motiven el viaje?					
¿Los productos y servicios turísticos que se ofrecen en la parroquia motivan a visitar?					
¿Está de acuerdo que la calidad del servicio es más importante que el precio al momento de adquirir un servicio?					

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

La comprobación de hipótesis se hizo a través de una prueba de homogeneidad chi cuadrado con el objetivo de verificar si existe diferencia dentro de cada categoría en cada pregunta. La prueba se hace calculando las frecuencias esperadas y comparándolas con las frecuencias observadas, planteado como hipótesis que existe homogeneidad entre cada categoría (Lind & Marshall, 2012). Si se llegara a aceptar esta hipótesis, se concluiría que no existe diferencia entre las categorías y por lo tanto las diferencias en la valoración de cada una se debe a errores de muestreo. Las frecuencias observadas se muestran en la Tabla 23, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo.

Tabla N° 23. Frecuencias observadas

Estrategias de Marketing	1	2	3	4	5	Total
¿Cree Ud. que los precios bajos es el principal motivo para visitar algún lugar?	9	11	31	48	51	150
¿Las características paisajísticas de la parroquia es el factor que motiva su visita?	6	11	22	55	56	150
¿El enfoque de un grupo de consumidores específicos es lo que motiva al turista a visitar el lugar?	13	17	52	40	28	150
¿Las alianzas estratégicas que poseen las empresas turísticas con la Parroquia qué motiven el viaje?	18	27	48	21	36	150
¿Los productos y servicios turísticos que se ofrecen en la Parroquia motivan a visitar?	32	19	33	36	30	150
¿Está de acuerdo que la calidad del servicio es más importante que el precio al momento de adquirir un servicio?	10	4	10	26	100	150
Total	88	89	196	226	301	900

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Para calcular las frecuencias observadas se utilizó la fórmula planteada por Lind y Marshall (2012):

$$Frecuencia\ Esperada = \frac{(Total\ de\ Filas)(Total\ de\ Columnas)}{Gran\ Total}$$

La Tabla 24 muestra el cálculo de las frecuencias esperadas en cada categoría, utilizando la fórmula ya mencionada.

Tabla N° 24. Frecuencias Esperadas

Estrategias de Marketing	1	2	3	4	5	Total
¿Cree Ud. que los precios bajos es el principal motivo para visitar algún lugar?	14,67	14,83	32,67	37,67	50,17	150,00
¿Las características paisajísticas de la Parroquia es el factor que motiva su visita?	14,67	14,83	32,67	37,67	50,17	150,00
¿El enfoque de un grupo de consumidores específicos es lo que motiva al turista a visitar el lugar?	14,67	14,83	32,67	37,67	50,17	150,00
¿Las alianzas estratégicas que poseen las empresas turísticas con la Parroquia qué motiven el viaje?	14,67	14,83	32,67	37,67	50,17	150,00
¿Los productos y servicios turísticos que se ofrecen en la Parroquia motivan a visitar?	14,67	14,83	32,67	37,67	50,17	150,00
¿Está de acuerdo que la calidad del servicio es más importante que el precio al momento de adquirir un servicio?	14,67	14,83	32,67	37,67	50,17	150,00
Total	88,02	88,98	196,02	226,02	301,02	900,00

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

El cálculo del estadístico de prueba se realizó con la siguiente fórmula:

$$x^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right]$$

Donde: f_o es la frecuencia observada y f_e es la frecuencia esperada. Los grados de libertad de calculan con la fórmula:

$$Grados\ de\ Libertad = (número\ de\ filas - 1)(número\ de\ columnas - 1)$$

Al reemplazar los valores en la fórmula planteada se obtiene un estadístico de prueba chi cuadrado igual a: 183.64; por otro lado, los grados de libertad dan un valor igual a 20. Este valor obtenido debe compararse con el valor crítico de la prueba chi cuadrado con 20 grados de libertad y a un nivel de significancia de 0.05 el cual es igual a: 31.41. Si el estadístico de prueba es mayor que el valor crítico, se rechaza la hipótesis nula de homogeneidad entre las categorías de cada pregunta. En este caso se visualiza que 183.64 > 31.41 por lo que se procede a rechazar la hipótesis de homogeneidad, es decir que las categorías de 1 a 5 son independientes y diferentes, lo que permite concluir que, debido a que la mayoría de encuestados afirman estar de acuerdo en cada una de las preguntas sobre estrategias Gestión en la Motivación de visita a la parroquia, se acepta la Hipótesis alternativa de que las estrategias genéricas de la planeación estratégica fomentan a la contribución de la actividad turística, determinando el impacto que generan en la implementación del modelo de gestión.

En la Figura 20 se puede observar de forma gráfica la regla de decisión para aceptar o rechazar la hipótesis nula. Se puede observar que el estadístico de prueba calculado cae en la región de rechazo (mayor a 31.21) permitiendo rechazar la hipótesis nula.

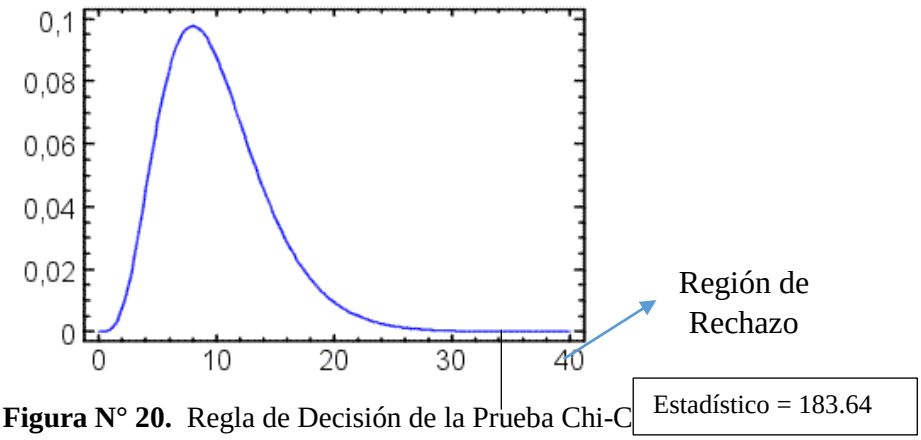


Figura N° 20. Regla de Decisión de la Prueba Chi-C

4.1.3. OBJETIVO 3.

Diseño de un modelo de gestión estratégica que permita la cooperación entre los actores agentes enfocado a mejorar el posicionamiento de la parroquia La Candelaria en el ámbito turístico.

El modelo, es una herramienta fundamental de gestión para el desarrollo turístico, tiene como objetivo contribuir al manejo y progreso de la actividad turística de forma adecuada, ya que de acuerdo a sus características presenta herramientas y elementos que están estrechamente relacionados de forma sistémica entre todos los actores y agentes de la localidad, que buscan un mismo fin mejorar sus condiciones de vida a través de esta actividad.

4.1.4. Objetivos del Modelo

4.1.4.1.Objetivo General

- ✓ Diseñar el modelo de gestión en la parroquia La Candelaria basado en las herramientas de planificación y administración, para fomentar la actividad turística local.

4.1.4.2.Objetivos Específicos

- ✓ Diseñar de forma sistemática y coherente para que permita su fácil comprensión.
- ✓ Fomentar la participación de las instituciones públicas y privadas presentes en la parroquia.
- ✓ Gestionar la coordinación y administración de los proyectos turísticos que faciliten el trabajo en equipo de las asociaciones y agentes de desarrollo.

1. ANTECEDENTES DE MODELO

Ecuador a través de Ministerio de Turismo se ha planteado una línea de acción para fomentar la actividad turística enfocándose en los tres ejes estratégicos: a) Fomento al Turismo Interno. b) Incrementar el Turismo Receptivo. C) Generación y Atracción de Inversión. A través de modelos de gestión donde se especifiquen estrategias eficaces y eficientes que promuevan el desarrollo turístico del País.

La idea de diseñar un modelo surge de la necesidad de direccionar y coordinar a través de una correcta planificación estratégica, acciones que permitan cumplir con los objetivos planteados por las organizaciones y empresas; y en mucho de los casos sirve de gran ayuda para determinar objetivos claros y concretos. La parroquia La Candelaria requiere este direccionamiento para poder desarrollar la actividad turística, ya que cuenta con un gran potencial turístico y su ubicación estratégica de acceso principal , extinto hace más de 500 años cuyas características actuales y estudiados por geólogos de renombre mencionan que su tamaño seria mayor que, el Nevado Chimborazo, rodeado de un extenso paramo que alberga un sistema lacustre de más de 12 lagunas de distintos colores alrededor del volcán.

Este lugar posee un potencial turístico y se configura como un atractivo importante para el turista nacional, local y extranjero. Sin embargo, las condiciones organizacionales de la parroquia no han permitido que dicha actividad sea un eje dinamizador de la economía para la población. Por ello surge la necesidad de buscar mecanismos o herramientas de apoyo para potenciar el turismo en el sector.

El modelo que se presenta a continuación se desarrolló bajo el proceso de administración D`Alessio, ya que esta metodología se ajusta a las necesidades de los actores locales de la parroquia por tanto cada de uno de las etapas del modelo son desarrolladas en la investigación.

2. Esquema del modelo de gestión planteado

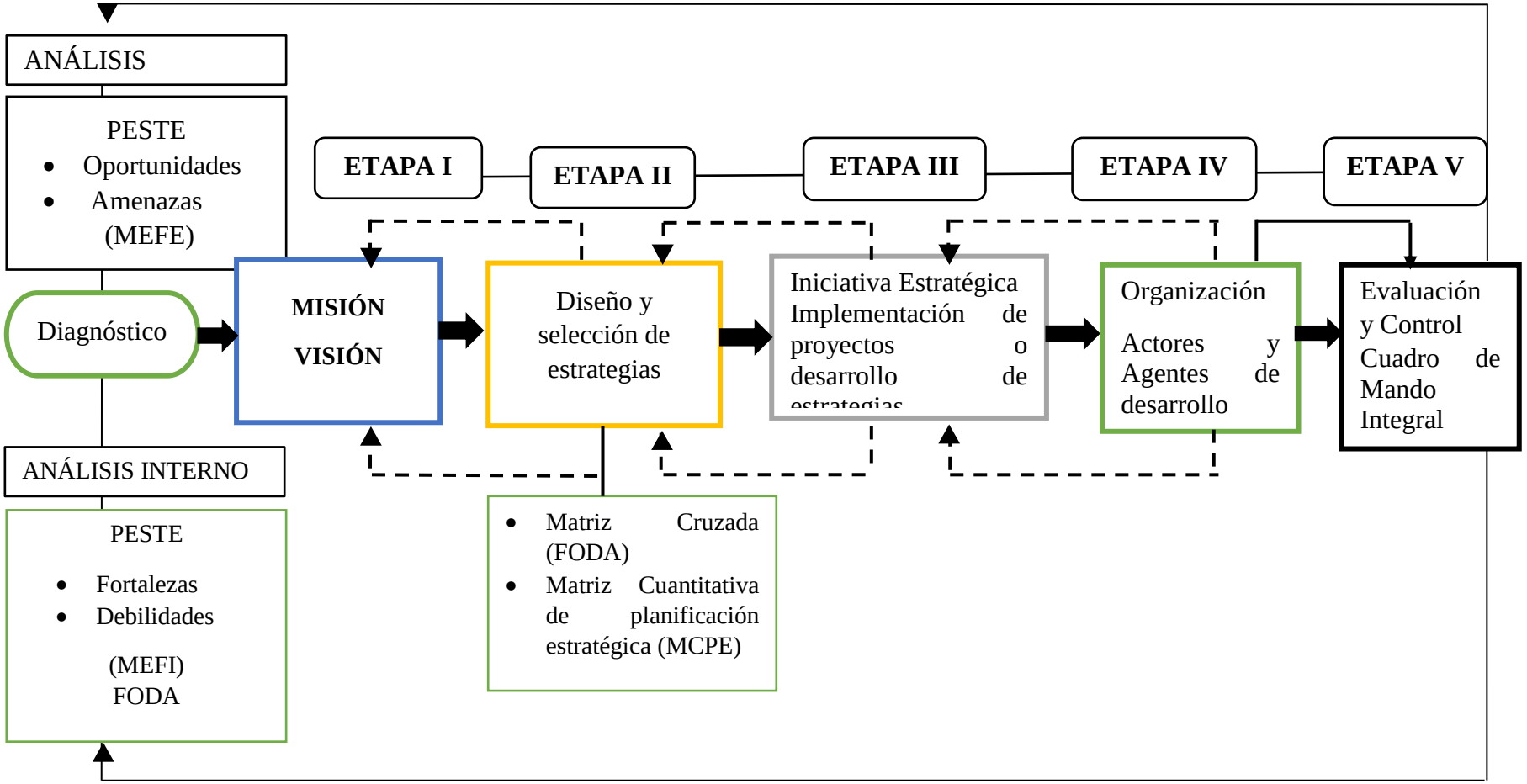


Figura N° 21. Esquema del Modelo de gestión estratégica
Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

4.3.1. Etapa I Diagnóstico

Para la elaboración del Modelo de Gestión Turística, se realizó, con el apoyo de la matriz FODA, cuya información se tomó del análisis situacional interno y externo lo que permitió determinar la situación actual y real de la parroquia.

Dentro de la segunda etapa del modelo se puntualiza la planeación estratégica a través de un matriz cruzada donde se priorizan las estrategias a ejecutar, posteriormente se desarrollará cada una de las estrategias planteadas con los objetivos y actividades a cumplir.

4.3.1.1. Análisis FODA

El entorno empresarial en la actualidad es cada vez más competitivo para garantizar el éxito de una empresa y el desarrollo local de un determinado territorio es imprescindible partir de un análisis situacional real de los entes y agentes que se encuentran inmersos en la actividad turística en la parroquia La Candelaria, para ello se ha partido de una investigación general de aquellos factores externos e internos que intervienen en el ámbito turístico.

La Matriz FODA, es de vital importancia para las organizaciones ya que permite identificar de forma objetiva y crítica los planes de acción a implementar, además el análisis interno abarca las fortalezas y debilidades, que brindarán una línea base sobre la que se fomenta el desarrollo de la empresa.

El análisis externo comprende las oportunidades y amenazas de aquellos escenarios positivos y negativos que infieren en el desarrollo eficaz de las organizaciones.

Misión y Visión Modelo de gestión estratégica

Misión

Fortalecer la estructura organizacional a través de una gestión eficiente, eficaz que permita promover, coordinar y dinamizar los procesos, fomentando las alianzas estratégicas que generen un desarrollo turístico.

Visión

Consolidarse como uno de los modelos de gestión estratégica a seguir, adaptándose a las necesidades del sector turístico, fomentando la participación de los actores y agentes en programas y proyectos turísticos.

Cuadro Nº 1.- Matriz de Factores Internos

EVALUACIÓN INTERNA	
FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
✓ Respaldo técnico profesional en el área turística. ✓ Cuenta con apoyo del GAD, parroquial ✓ Oferta 3 paquetes turísticos estratégicamente diseñados ✓ Población capacitada en el área turística. ✓ Diversidad de flora y fauna	✓ La economía de la población se centra en la agricultura y ganadería. ✓ Escasa experiencia en atención al cliente ✓ La población no está empoderada de la actividad turística. ✓ Escasa publicidad del lugar y sus atractivos ✓ Ausencia de una marca turística que identifique a la parroquia.
EVALUACIÓN EXTERNA	
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
✓ Alianzas estratégicas con instituciones educativas: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Universidad Nacional de Chimborazo. ✓ Vías de acceso en buen estado ✓ Apoyo de ONGs, CEBYCAM-CES. ✓ Leyes y políticas de estado que apoyan los emprendimientos turísticos. ✓ Extensión de créditos de entidades financieras para emprendimientos turísticos.	✓ Fenómenos Naturales ✓ Inestabilidad Económica ✓ Falta de concientización a la población en temas conservación de especies en peligro de extinción en las zonas de páramo. ✓ Falta de control y vigilancia por parte de MAE, en temas de cacería. ✓ Inexistencia de políticas de apoyo en asesoramiento y dirección a emprendimientos turísticos.

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

4.3.2. Etapa II selección de evaluación de estrategias

Con la ayuda de las matrices MEFE, MEFI, MCPE, se ha logrado identificar las estrategias que se implementarán dentro del modelo de gestión de la parroquia La Candelaria para ellos se han identificado ciertas fortalezas las mismas que permitirán aprovechar las oportunidades del entorno estableciendo las siguientes estrategias de mencionamos a continuación

- **(F1, O 1).** Establecer alianzas estratégicas con las ONG, como CEBYCAN-CES, para implementar nuevos proyectos turísticos.
- **(F3, O1).** Buscar alianzas estratégicas con operadores turísticos de la Provincia para ofertar los paquetes prediseñados con los que actualmente trabajan en la actividad turística.
- **(F4, F1, O5).** Planear proyectos turísticos rentables conjuntamente con el personal técnico para buscar financiamiento con entidades financieras como Corporación Financiera Nacional CFN), Banco de Ecuador (BAN).
- **(F5, O1).** Oferta de nuevas actividades turísticas en cada uno de los atractivos que posee la Parroquia.

Es importante tener en cuenta al momento de establecer las estrategias aquellos factores o circunstancias que nos hacen deficientes, o errores que se está cometiendo y que se impida conseguir los objetivos, en el caso de la parroquia se ha identificado sus debilidades y conjuntamente con las oportunidades del entorno se establecieron las siguientes estrategias:

- **(D1, O1).** Motivar a la población a seguir capacitándose en temas de turismo.
- **(D4, O3).** Readecuar el sendero con su respectiva señalización para facilitar al turista el acceso a los atractivos turísticos
- **(D3, O1).** Crear cursos motivacionales y sensibilización turística.
- **(D5, O1).** Gestionar asesoramiento profesional para de creación de un logotipo distintivo conjuntamente con video promocional de los atractivos turístico que posee la parroquia.

La fortaleza son aquellos aspectos positivos que nos hacen fuertes o resistir algo, en el caso de las empresas u organizaciones, son aspectos, capacidades, situaciones que nos hace destacar o aquellas ventajas que poseemos para lograr determinados objetivos, la parroquia posee muchas fortalezas, pero para el desarrollo de las estrategias se ha establecido los de mayor relevancia para enfrentar las amenazas.

- **(F1, A1)** Establecer un plan de contingencia para seguridad anti- desastre natural conjuntamente con la Secretaria de Gestión de Riesgos
- **(F2, A2)** Planear programas de capacitación, concientización poblacional de cuidado de flora y fauna con el Ministerio del Ambiente en temas de conservación
- **(F1, F2, A5)** Solicitar la intervención de Autoridades Provinciales, Cantonal, y Locales para el mejoramiento y readecuación de la infraestructura turística.
- **(D1, A2).** Diseñar planes de negocios enfocados en la agricultura, ganadería y turismo para dinamizar la economía
- **(D2, A2).** Plan de Capacitación para Administración turística y guías de turismo
- **(D3, A4).** Gestionar Asesoramiento en Organización y Fortalecimiento de Asociaciones con el Instituto de Economía Popular y Solidaria

4.3.3. Etapa III Desarrollo de estrategias del modelo de gestión estratégica

Anteriormente se ha detallado las estrategias establecidas para el fortalecimiento de la actividad turística de la parroquia La Candelaria que con la ayuda de las técnicas de la planeación estratégica, la misma que se ha llevado a cabo en cuatro etapas, Análisis Interno, Análisis Externo, Matriz FODA cruzada, Matriz Cuantitativa de Planeación Estratégica llegando a establecer las estrategias más atractivas y la de mayor peso, es decir aquella que se aplicará con mayor énfasis o en primera instancia, estas estrategias contienen micro proyectos que son los más adecuadas para fomentar la actividad.

(**Ver Anexo 4).**

Cuadro Nº 12. Proyecto 1

Proyecto 1	
Gestionar asesoramiento en organización y fortalecimiento de asociaciones con el Instituto de Economía Popular y Solidaria	
OBJETIVO	Fortalecer la asociatividad bajo una adecuada organización de cada una de las asociaciones involucradas en la actividad turística
ACTIVIDADES	• Reunión con los representantes de las organizaciones de la Parroquia. • Definición de normas y regulaciones para ser partícipes de los programas • Elaboración y presentación de solicitud al Instituto de Economía Popular y Solidaria

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Cuadro Nº 13. Proyecto 2

Proyecto 2	
Plan de capacitación para administración turística y guías de turismo	
OBJETIVO	Fortalecer las capacidades administrativas y organizativas en el desarrollo de la actividad turística
ACTIVIDADES	• Elaboración de programas de capacitación en temas de administración • Desarrollo de talleres participativos • Acudir a las instituciones educativas de educación superior que a través del programa de vinculación con la sociedad apoyen con el asesoramiento a los emprendimientos • Ejecución de capacitaciones

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Cuadro Nº 14. Proyecto 3

Proyecto 3	
Gestionar asesoramiento profesional para la creación de un logotipo distintivo conjuntamente con video promocional de los atractivos turísticos que posee la parroquia	
OBJETIVO	Impulsar los productos turísticos y las actividades que oferta la parroquia La Candelaria por medios de comunicación para lograr posicionarse en el mercado
ACTIVIDADES	• Identificación de las características distintivas del lugar • Diseño de un producto estrella de la parroquia • Firma de acuerdos de cooperación con el sector privado • Promoción por medio de redes sociales y operadores las potencialidades turísticas que posee la parroquia La Candelaria

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Cuadro Nº 15. Proyecto 4

Proyecto 4	
Gestionar la intervención de Autoridades Provincial, Cantonal, local, para mejoramiento de infraestructura turística.	
OBJETIVO	Promover la actividad mediante la creación o readecuación de espacios acogedores para el turista.
ACTIVIDADES	• Presentación de los espacios para la readecuación • Elaboración y presentación de propuesta • Autorización para ejecutar las readecuaciones y financiación para cada uno de los proyectos establecidos

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Cuadro Nº 16. Proyecto 5

Proyecto 5	
Diversificar la oferta turística de los distintos atractivos turísticos que posee la parroquia	
OBJETIVO	Impulsar el turismo por medio de la diversificación de la oferta
ACTIVIDADES	• Presentación de actividades potenciales a desarrollar • Elaboración de circuitos o rutas turísticas • Empaquetar los circuitos • Promoción los paquetes o circuitos establecidos • Difusión de promociones establecidas para posicionar los paquetes o actividades.

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Cuadro Nº 17. Proyecto 6

PROYECTO 6	
Buscar alianzas estratégicas con operadores turísticos y agencias de viajes	
OBJETIVO	Consolidar la oferta turística de la parroquia La Candela por medio de alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos
ACTIVIDADES	• Elaboraciones de propuestas y buscar posibles agencias • Presentación de propuestas a las agencias de viajes y operadores turísticos. • Evaluación de propuesta • Coordinación de actividades a ejecutar

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

4.3.4.Etapa IV Organización

En esta etapa se pone a consideración los actores que estarán involucrados para llevar a cabo de una forma a adecuada el modelo de gestión estratégica propuesto en cada una de sus etapas desde su planificación organización, ejecución y control del mismo.

Se presenta una estructura de los actores involucrados para la planificación y ejecución del modelo estratégico.

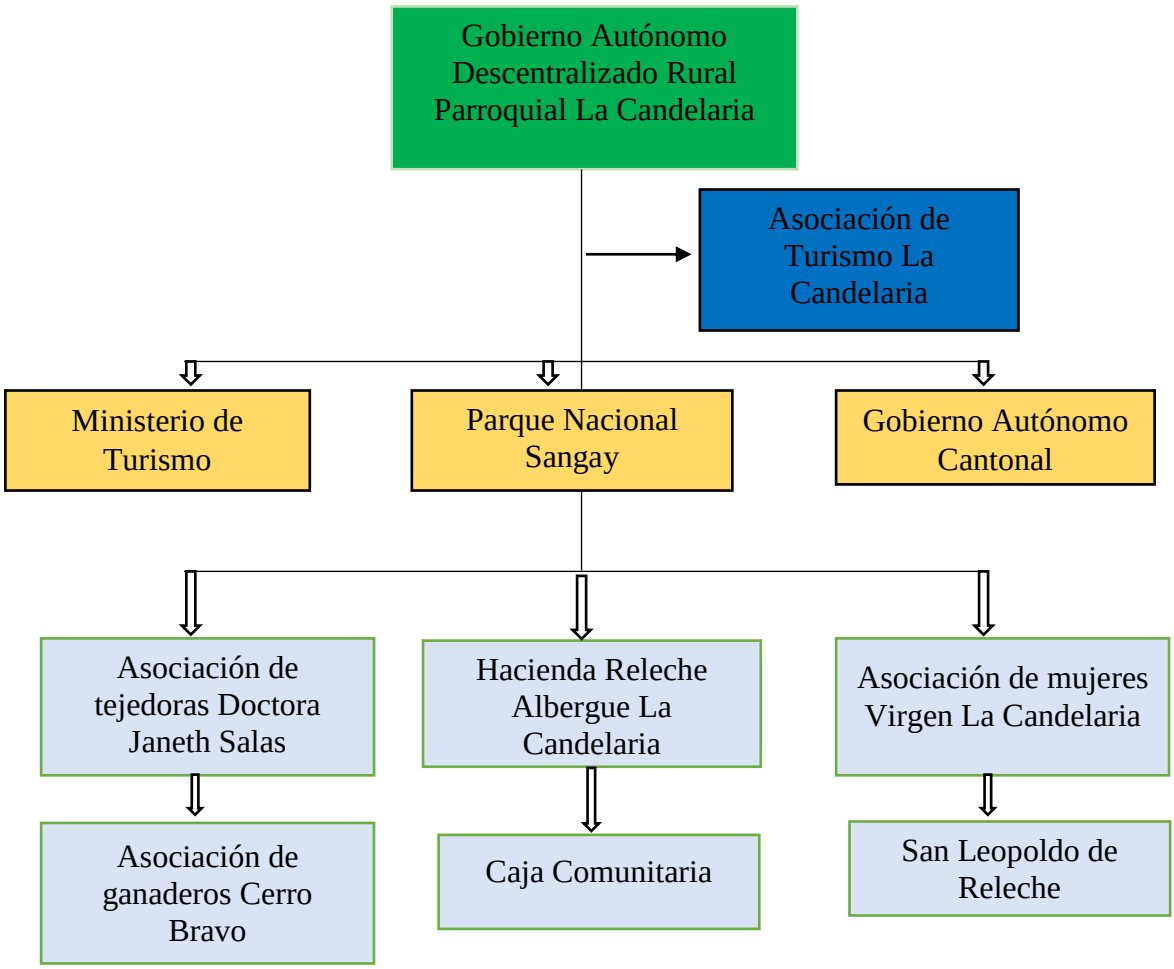


Figura N° 22. Actores locales involucrados en el modelo estratégico

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

Para la aplicación del modelo la entidad encargada será el GAD, parroquial conjuntamente con la asociación de turismo La Candelaria, es importante que para la aplicación del modelo exista un ente regulador que cumpla con las condiciones de:

- ✓ Gestionar cada una de las etapas del modelo
- ✓ Controlar la administración del mismo

- ✓ Realizar los respectivos informes para su correcto desarrollo y aprobación
- ✓ Vigilar que cada una de las actividades se ejecuten con adecuadamente.

Las diferentes áreas del modelo se deberán trabajar bajo la coordinación del ente regulador quien a la vez será el encargado de aprobar cada una de las distintas funciones y actividades planificadas.

- **Actores de la parroquia involucrados en el modelo**

El modelo estratégico está direccionado al fortalecimiento de la actividad turística de la Parroquia involucrando al sector público y privado por tal razón los principales actores del modelo son, la asociación de turismo la Candelaria, Asociación de tejedoras Doctora Janeth Salas, Asociación de ganaderos Cerro Bravo, Asociación de mujeres Virgen la y el Albergue la Candelaria.

- **Gobierno Autónomo Descentralizado Rural Parroquial La Candelaria**

Es uno de los soportes de gestión para que todos los procesos de planificación se desarrollen efectivamente, ya que son gobiernos que poseen autonomía política administrativa, financiera a demás están regidos por los principios de solidaridad, equidad, integridad y participación ciudadana.

- **Competencias del GAD, parroquial en la actividad turística**

Según la Resolución 1 del (Registro Oficial de Facultades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, 2016)**,** Suplemento 718 de 23-mar.-2016 de la ley de Facultades de los Gobiernos Autónomos en el área de turismo.

El Art. 19, menciona que la Gestión parroquial rural en el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los Gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales, en el ámbito de su circunscripción territorial, las siguientes atribuciones de gestión:

1. Promover el turismo comunitario y aquel desarrollado por los actores de la economía popular y solidaria, en coordinación con los Gobiernos autónomos descentralizados provinciales, para lo cual los distintos prestadores de servicios deberán cumplir con lo establecido en la normativa vigente.

2. Elaborar y apoyar en las ferias, muestras, exposiciones, congresos y en las demás actividades promocionales del turismo, de acuerdo a los lineamientos de la Autoridad Nacional de Turismo.
3. Realizar acciones para concientizar a la ciudadanía para generar una cultura sobre el grado de importancia del turismo, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, municipales y metropolitanos.
4. Canalizar los requerimientos de prestadores de servicios turísticos a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos.
5. Atraer inversión y el desarrollo económico especialmente a la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.

A más de estas funciones será quien se responsabilizará en ejecutar el modelo de gestión estratégica mediante acciones que se implementarán en el modelo de gestión estratégica.

- **Asociación de Turismo la Candelaria**

La Asociación de Turismo la Candelaria es quien organiza todas las actividades relacionadas al turismo en la Parroquia por tal razón que es fundamental para poner en marcha de forma eficiente la planificación estratégica.

El modelo se crea con el fin de crear las condiciones necesarias para que la actividad turística sea dinamizador económico para sus hogares por tal razón sus funciones serán:

- ✓ Participar activamente en cada uno de los proyectos y actividades planificadas en el modelo.
- ✓ Vigilar y controlar el efectivo cumplimiento de los proyectos planificados.
- ✓ Administrar y coordinar cada uno de los emprendimientos turísticos establecidos.
- ✓ Garantizar la formación y capacitación de cada uno de sus asociados para la oferta de servicios turísticos.
- ✓ Llevar a cabo todas las actividades que permitan la promoción y difusión de las ofertas turísticas.
- ✓ Promover la mejora de la infraestructura turística, así como también el cuidado y mantenimiento del mismo para mejorar la experiencia del turista.
- ✓ Ser participe en cada una de la toma de decisiones en el área de turismo para la expansión y mejora de los servicios turísticos.

- ✓ Garantizar la seguridad a los turistas en cada una de las actividades deportivas, recreativas y de ocio que ofertan bajo el contexto conservación del entorno natural, cultural, patrimonial y comunitario.
- ✓ Promover el cuidado de los recursos naturales y paisajísticos, así como también a la fauna silvestre que habitan en los páramos.

- **Ministerio de Turismo**

El Ministerio de Turismo del Ecuador es la institución gubernamental del Estado que regula la actividad turística, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control, a más de ellos es quien elabora y ejecuta políticas turísticas para posicionamiento del Ecuador (MINTUR, 2014).

Las principales funciones políticas que cumple son:

a. La adopción de medidas para facilitar la elaboración de productos turísticos en combinación con las instituciones públicas como son las municipalidades, pudiendo acordar regiones, zonas, corredores y circuitos.

b. La coordinación con otras áreas gubernamentales provinciales, municipales y nacionales de acciones tendientes a la elaboración y ejecución de planes, programas y proyectos de desarrollo turístico, promoviendo la participación del sector privado.

c. La propuesta de pautas para el ordenamiento territorial en regiones, zonas, corredores, circuitos, rutas y áreas de recreación y esparcimiento adyacentes a éstas, u otras que se establezcan reglamentariamente, en coordinación con las respectivas autoridades municipales y de conformidad al criterio de sustentabilidad del desarrollo turístico.

d. Promover las inversiones turísticas y proponer políticas dirigidas a la consolidación de turismo nacional.

e. El control y fiscalización de las actividades turísticas.

f. Promover la mejora continua de los servicios turísticos, elaborar y aplicar estándares de calidad internacionalmente competitiva para el desarrollo de la oferta, definiendo mecanismos de control.

Competencias del Ministerio de Turismo dentro del Modelo de Gestión Estratégica.

El MINTUR es el ente encargado de brindar las capacitaciones necesarias y requeridas para la población. Fomentando así uno de los ejes estratégicos el incrementar la actividad turística interna. A demás es una de las instituciones que brinda asesoramiento en la administración turística a los actores de la localidad. Conjuntamente con la Asociación de Turismo, el Gobierno Autónomo Descentralizado y actores de la localidad buscaran fomentar la participación de las empresas privadas a fines al turismo.

- **Parque Nacional Sangay**

El Parque nacional tiene como objetivo garantizar la permanencia de los recursos naturales y ecosistemas del Parque Nacional Sangay para beneficio de las actuales y futuras generaciones (Parque Nacional Sangay, 2016).

Entre sus funciones se resalta:

- ✓ Mantener el menor grado posible de alteración de los principales atractivos geológicos de volcán los Altares, a fin de asegurar la mayor diversidad ecológica.
- ✓ Proteger y desarrollar el potencial turístico, paisajístico y recreativo de los ambientes naturales del parque, con la participación de las poblaciones locales asentadas a su alrededor.
- ✓ Promover oportunidades para la investigación sobre los recursos naturales y ecosistemas del interior del parque; así como del componente socioeconómico de su zona de amortiguamiento.
- ✓ Fomentar el desarrollo de alternativas productivas sustentables en beneficio de las poblaciones y comunidades presentes en la zona de amortiguamiento del parque.
- ✓ Revertir paulatinamente las actividades que no son compatibles con los objetivos de conservación del Parque y que realizan las comunidades y poblaciones asentadas en la zona de amortiguamiento y al interior del parque (Parque Nacional Sangay, 2016).

- **Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón Penipe**

En el Art. 10 del (Registro Oficial de Facultades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, 2016) el área de turismo, menciona que dentro de la planificación cantonal. - En el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos, en su respectiva circunscripción territorial, las siguientes atribuciones de planificación:

1. Elaborar planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal, sujetándose a la planificación nacional del sector turístico aprobada por la Autoridad Nacional de Turismo.
2. Expedir las ordenanzas y resoluciones de carácter cantonal que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo del turismo, en concordancia con la planificación nacional del sector turístico, la normativa nacional vigente y las políticas públicas expedidas por la Autoridad Nacional de Turismo.
3. Regular el desarrollo del sector turístico cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y de turismo comunitario, conforme la normativa vigente.
4. Controlar que los establecimientos turísticos cumplan con la normativa nacional y cantonal vigente.
5. Controlar las actividades turísticas en las áreas de conservación y uso sostenible municipales o metropolitanas, en coordinación con las entidades nacionales competentes.
6. Establecer mecanismos de protección turística dentro de su circunscripción territorial.
7. Aplicar las sanciones correspondientes por el incumplimiento de la licencia única anual de funcionamiento y los requisitos para su obtención, siguiendo el debido proceso y conforme a la normativa vigente.
8. Promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados,
9. Actualizar el catastro de establecimientos turísticos del cantón, de conformidad con la normativa nacional vigente.
10. Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo.

11. Actualizar y dar mantenimiento adecuado a la señalización turística, así como la señalética turística del cantón.
12. Desarrollo de productos o destinos turísticos que posibiliten la promoción conjunta y acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno.
13. Elaborar y difundir material promocional e informativo turístico cantonal.
14. Otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos del cantón, en el marco de la normativa nacional.
15. Receptar, gestionar, sustanciar los procesos de denuncias efectuadas por parte de los distintos turistas, respecto a los servicios recibidos, y reportarlas trimestralmente a la Autoridad Nacional de Turismo.
16. Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo de acuerdo a los lineamientos de la Autoridad Nacional de Turismo.
17. Fomentar proyectos turísticos cantonales que guarden concordancia con la legislación vigente.
18. Dotar de facilidades en los sitios identificados como turísticos, en articulación con la Autoridad Nacional de Turismo y los gobiernos autónomos descentralizados provinciales.

Las competencias generales del Gobierno Autónomo Descentralizado dentro del Modelo de Gestión será el ente que financie los programas para los diferentes proyectos en el modelo de gestión turística, este órgano regulará el cumplimento y gestión para el alcance los objetivos planteados en dicho modelo.

4.3.5.Etapa V Evaluación y Control

4.3.5.1. Cuadro de mando integral

El cuadro de mando integral (CMI), es una herramienta para lograr una exitosa planificación estratégica que ayuda a plantear una mejora en el desempeño de cada una de las actividades planteadas basándose en indicadores y resultados medibles y alcanzables.

Basados en los conceptos y direccionamientos de Kaplan y Norton autores de (CMI), mencionan que para que las estrategias establecidas tengan el éxito esperado es indispensable contar con indicadores coherentes que tengan un balance entre cada uno de ellos para determinar procesos, resultados, así como también las estrategias deben

estar direccionadas a 4 perspectivas, financieras , cliente, procesos internos, aprendizaje y crecimiento, basados en la misión y visión previamente establecida.

Basados en estas cuatro perspectivas se han establecido las estrategias que contribuirán al desarrollo del turismo, y se ha iniciado desde la perspectiva de procesos internos ya que es fundamental estar fortalecidos internamente desde contar con el personal necesario y calificado en cada una de las áreas y actividades que se ejecuten para ofrecer servicios de calidad; seguidamente se ha tomado en cuenta la perspectiva de aprendizaje y conocimiento ya que el turismo es un sector muy dinámico, las necesidades y requerimientos del cliente son cada vez más exigentes por tanto resulta necesario estar preparados para cumplir con estas expectativas .

Por otro lado, otra de las perspectivas que plantean los autores es hacia el cliente la parte más importante para la industria del turismo, que todas las actividades, servicios, productos son creados bajo las condiciones de sus necesidades y requerimientos, y finalmente la parte financiera esta perspectiva es la parte fundamental para las empresas, en el ámbito social este factor buscar una correcta distribución los recursos de la manera que crean beneficios para todas las personas involucradas en la actividad turística.

Con todas estas premisas se desarrolló el modelo estratégico planteando el cuadro de mando integral tomando en cuenta cada una de las perspectivas planteadas por los autores y la importancia de cada una de ellas, seleccionando de forma adecuada los indicadores que evaluarán la ejecución de cada una de las actividades planteadas.

Cuadro Nº 18. Cuadro de Mando Integral**.**

PERSPECTIVA	OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES	INDICADOR
Procesos Internos	Fortalecer la asociatividad bajo una adecuada organización de cada una de las asociaciones involucradas en la actividad turística	Gestionar Asesoramiento en organización y fortalecimiento de asociaciones con el Instituto de Economía Popular y Solidaria	Creación de nuevas fuentes de trabajo para jóvenes	10% de la población joven de la parroquia labora en actividades relacionadas con el turismo.
			Reunión con todos los representantes de las organizaciones de la Parroquia.	Participación del 100% de los representantes de las distintas organizaciones de la parroquia y de sus comunidades
			Definición de normas y regulaciones para ser partícipes de los programas	El 95% de los actores que integran la organización asisten normalmente a las reuniones mensual
			Emitir la solicitud al Instituto de economía Popular y Solidaria	Aprobación de solicitud y formalización de acuerdos para la realización 4 talleres participativos en los temas planteados.
Aprendizaje y Crecimiento	Fortalecer las capacidades administrativas y organizativas en el desarrollo de la actividad turística	Plan de capacitación para administración turística y guías turísticos	Elaboración de programas de capacitación en temas de administración	Aprobación de solicitud y formalización de acuerdos para la realización 4 talleres participativos en los temas planteados.
			Desarrollo de talleres participativos	El 60% de los actores relacionados al turismo, reciben talleres y capacitaciones por parte del MINTUR
			Acudir a las instituciones educativas de educación superior que a través del programa de vinculación con la sociedad apoyen con el asesoramiento a los emprendimientos	90% de los participantes en los talleres y capacitación reciben la certificación del MINTUR.

Cliente	Impulsar los productos turísticos y las actividades que oferta la parroquia La Candelaria por medios de comunicación para lograr posicionarse en el mercado	Gestionar asesoramiento profesional para la creación de un logotipo distintivo conjuntamente con video promocional de los atractivos turístico que posee la parroquia	Identificación las características distintivas del lugar	El 90% de los atractivos naturales se encuentran inventariados.
			Caracterización del producto estrella de la Parroquia	Demanda de un 70% hacia en Nevado el Altar, y un 20% hacia el sistema lacustre.
			Promoción a través de redes sociales y operadores turísticos las potencialidades turísticas que posee la parroquia La Candelaria	Registro de turistas que visitan a la parroquia La Candelaria.
	Impulsar el turismo por medio la diversificación de la oferta	Ofertar nuevas actividades turísticas en cada uno de los atractivos que posee la parroquia	Elaboración de nuevas rutas turísticas	Oferta de 2 rutas turísticas, ruta de las haciendas, ruta de la Virgen
			Promoción de paquetes o circuitos establecidos	Registro de visita de turistas, número de ventas de paquetes
			Propuesta de promociones para posicionar los paquetes o actividades	Número de ventas de paquetes, recomendaciones para visitar el atractivo.
Financiera	Promover el turismo por medio de la readecuación de infraestructura turística	Solicitar la intervención de autoridades provincial, cantonal, local, para mejoramiento de	Presentación de los espacios para la readecuación	Informe de lugares que requerimiento de readecuación.
			Presentación de la propuesta	Documento de presentación, Proformas
			Autorización para ejecutar las readecuaciones	Autorización, permisos

		la estructura turística	Financiación para cada uno de los proyectos establecidos	50% de Infraestructura turística en óptimas condiciones para ofertar los servicios al cliente
PERSPECTIVA	**OBJETIVO**	**ESTRATEGIA**	**ACCIONES**	**INDICADOR**
	Consolidar la oferta turística de la parroquia La Candelaria por medios de alianzas estratégicas con agencias de viaje y operadores turísticos.	Buscar alianzas estratégicas con operadores turísticos	Identificar los posibles operadores turísticos con los que se puedan hacer alianzas Establecer acuerdo de cooperación con las operadoras identificadas	Venta del 40% paquetes turísticos a Agencias de Viaje, 10% a otras operadoras Firmas de convenios de cooperación

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

4.3.5.2. Cronograma de actividades para la implementación del modelo estratégico

Cuadro Nº 19. Cronograma de actividades

Meses	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del modelo de gestión al GAD, Cantonal																																															
Revisión metodología del modelo estratégico																																															
Incorporaciones de observaciones al modelo																																															
Aprobación de modelo de gestión por parte de la Alcaldía																																															
Socialización del Modelo a la población																																															
Definir las actividades del ente regulador																																															
Definir la planificación para el modelo																																															
Desarrollar la planificación puesta en marcha del modelo																																															
Evaluación y control del modelo																																															

Fuente: Angamarca & Chiriboga, 2018

4.3.5.3. Presupuesto para implementar del Modelo de Gestión Estratégica

Tabla Nº 1.- Presupuesto del Modelo

PRESUPUESTO PARA MODELO		
Recursos	**Detalle**	**Total**
Recurso Humano		
Equipo técnico	Honorarios de 2 personas	8000
PROYECTOS		
1.- Gestionar Asesoramiento en Organización y fortalecimiento de Asociaciones con en IEPS	Material de oficina, (hojas de papel bond, esferos, flyers)	500
2.- Plan de Capacitación para Administración turística y guías de Turismo	Material de oficina, (hojas de papel bond, esferos, flyers, transporte)	3000
3.- Gestionar Asesoramiento Profesional para creación de un logotipo distintivo conjuntamente con video promocional de los atractivos turístico que posee la Parroquia	Desarrollo de Marca, logotipo, video promocional, folletos, revistas, Trípticos	12000
4.- Solicitar la intervención de Autoridades Provinciales, Cantonal, y Locales para el mejoramiento y readecuación de la infraestructura turística.	Material de oficina,	500
5.- Oferta de nuevas actividades turísticas en cada uno de los atractivos que posee la Parroquia	Equipamiento para ofertar la actividad de Cabalgata (Cascos, sillas de montar, riendas, etc.)	3000
6.- Establecer alianzas estratégicas con operadores turísticos y Agencias de Viaje	Elaboración de Propuestas, Material Publicitario	1000
Imprevistos		1000
TOTAL		29000

CAPÍTULO V

5.1. CONCLUSIONES

- Se elaboró un diagnostico situacional de La Parroquia La Candelaria, evidenciando la realidad del territorio, a su vez se desarrolló La Matriz de Evaluación de Factores Internos y La Matriz de Evaluación de Factores Externos posteriormente se evaluó las principales fortalezas y debilidades e identificando las oportunidades y amenazas; con los resultados se verificó que existen mayor valor en las fortalezas, es por ello que se adoptaron estrategias para que esta organización sea competitiva, contribuyendo así a la activación de la economía local por medio del turismo garantizando un adecuado desarrollo local y mejorando las competencias del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de La Candelaria.

- Mediante las encuestas realizadas con las diferentes variables se logró determinar que la mayoría de los encuestados afirma su acuerdo en cada una de las preguntas sobre la influencia de la implementación de diversas estrategias de gestión en la motivación de visita a la parroquia, por ende, las estrategias genéricas fomentaran a la contribución de la actividad turística, determinando el impacto y las acciones a tomar en el modelo de gestión. Esta influencia fue comprobada estadísticamente a través de una prueba chi-cuadrado.

- La metodología abordada en el diseño de un modelo de gestión estratégica se 2014, para fomentar la actividad turística, se plasmó tomando en cuenta a las organizaciones existentes en la parroquia estableciendo así una herramienta de planificación, articulación y gestión entre los entes y actores locales, relacionados a las diferentes iniciativas que desarrollan las asociaciones para fomentar la actividad turística y sus emprendimientos. A demás busca la coordinación y administración eficaz entre Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de La Candelaria y la Asociación de Turismo que se encuentra vinculado con las tres comunidades que forman la parroquia.

5.2. RECOMENDACIONES

- La Parroquia Candelaria es uno de los sitios que cuentan con grandes fortalezas, por el recurso natural y humano con el que posee, y su posición geográfica ideal para desarrollarse como uno de los pueblos mágicos. Se hace hincapié en aprovechar estos factores que favorecerán la actividad económica de la localidad, en el sector social beneficiando a los pobladores, contando así con grandes fortalezas por ende se sugiere que las organizaciones tanto el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial, Cantonal y la Unidad de Turismo trabajen en coordinación con las asociaciones de la localidad para fomentar la participación de la localidad.

- Los organismos gubernamentales e instituciones educativas deberán elaborar proyectos de acuerdo a las necesidades territoriales del sitio enfocados en el ámbito turístico que favorece al sector a ser una población activa en el ámbito social económico y turístico, a su vez que contribuyan a generar estrategias aceptables para la utilización o al mismo tiempo se utilizarán las estrategias de contingencia de la población.

- Una buena coordinación y administración en la estructura organizativa llevará a que la Parroquia sea un modelo a seguir, por ende se menciona que este modelo de gestión estratégica fomentará la participación de los actores involucrados y será operado por los agentes que conozcan la situación real del territorio, en función a este modelo se encuentran 6 proyectos que va de la mano de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquial Cantonal y las instituciones involucradas a fomentar este modelo de gestión.

5.3 BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, M. (2016). *Plan de Desarrollo Turístico de la parroquia la Candelaria.* Tesis, ESCUELA SUPERIO POLITECNICA DE CHIMBORAZO, Riobamba.
- Benavides, N. (29 de Enero de 2015). *Universidad de Especialidades Turisticas.* Obtenido de Modelo de Gestión Turistíca para el Cantón Puerto Quito: http://190.95.226.74/bitstream/45000/48/1/MODELO%20DE%20GESTI%C3%93N%20TUR%C3%8DSTICA%20PARA%20PUERTO%20QUITO.pdf
- Betancourt, J. (2008). *Gestión Estrategica "Navegando hacia el cuarto paradigma"* . Caracas: eumed.net.
- Bonilla, M., Molina, J., & Morales, F. (2006). Un acercamiento de la planificación estratégica y las organizaciones sanitarias. *Dominio de las ciencias*. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-UnAcercamientoDeLaPlanificacionEstrategicaYLasOrga-5761614.pdf
- Buades, J., Cañada, E., & Gascón, J. (2012). *El turismo en el inio del milenio*. Obtenido de Una lectura critica a tres voces: https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/El_turismo_en_el_inicio_del_milenio.pdf
- Chandler. (2003). *Gestión Estratégica del Turismo.* Madrid, España: SÍINTESIS,S.A. Recuperado el 03 de Abril de 2018
- Coulter, M. (2005). *Administración , Octava edición.* Obtenido de Southwest Missouri State University: http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2016/02/Book-Administracion.pdf
- D` Alessio, I. F. (2014). *Planeamiento Estratégico Razonado.* Perú: PEARSON.
- Durston , J. (17 de Mayo de 2018). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/handle/11362/2329
- Fred, R. D. (2003). *Conceptos de Administración estratégica.* Obtenido de https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf

- GADP, G. A. (2012). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL* . Obtenido de http://gadparroquialacandelaria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PLAN-DE-DOT.-CANDELARIA-PENIPE.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial La Candelaria. (2012). Historia. *La Candelaria Revista Turística*, 4.
- Gonzales, C. R. (2018). Modelo de Gestión Integral de Destinos Turísticos. *SERNATUR*. doi:file:///C:/Users/USER/Downloads/1088-7585-1-PB.pdf
- Hernandez, C. (2014). *Modelo De Gestión Turistica Para La Zona Lacustre*. Recuperado el Mayo de 2018, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13485/1/56057_1.pdf
- INEC. (2010). (I. N. Censos, Ed.) Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/descargas/Manulateral/Resultados-provinciales/pastaza.pdf
- INEC. (2013). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC´S*. Recuperado el Abril de 2018, de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC´S): http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf
- INEC, I. d. (2010). *INEC, DATOS*. Obtenido de DATOS PROVINCIALES CENSO 2010: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/
- Inostroza, G. (2008). APORTES PARA UN MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portuga*. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de http://www.redalyc.org/pdf/2233/223314985006.pdf
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2004). *Administración: Una perspectiva global*. México: McGraw-Hill. Recuperado el 29 de Mayo de 2018, de https://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=10127
- López, A., Palomeque, M., & Marchen, S. (2018). Análisis Territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. http://www.tirant.com/humanidades/libro/analisis-territorial-del-turismo-y-planificacion-de-destinos-turisticos-f-lopez-palomeque-9788415731405

- Lurbé, R. M. (2013). *Gestión Estratégica.* Recuperado el 03 de Abril de 2018, de Revisión del libro "Navegando hacia el cuarto paradigma": http://www.eumed.net/ce/2013/gestion-estrategica-navegando-hacia-cuarto-paradigma-revision.html

- Martín, Smith, M. L., & Hélida, M. (2018). Municipio innovador, un modelo para el desarrollo local sostenible. doi:http://produccioncientificaluz.org/index.php/multiciencias/article/view/1673

- Martínez, J. C. (2002). *Gestión Estratégica: Navegando Hacia El Cuarto Paradigma.* Obtenido de Gestión Estratégica: Navegando Hacia El Cuarto Paradigma:https://books.google.com.ec/books?id=VU-RWZ ZUz0C&printsec =frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false.

- Martinic, S. (1996). Obtenido de http://pmayobre.webs.uvigo.es /master / textos/ maria_ mendez/diseno_proyectos_sociales.pdf

- Medina, J. J. (2015). *UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.* Recuperado el 24 de Abril de 2018, de PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA "EUREKA": http:// repositorio. uide.edu.ec: 8080 /bitstream/37000 /719 /1/T-UIDE-0649.pdf.

- Ministerio del Ambiente. (2012). Obtenido de http:// gad parroquiala candelaria .gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PLAN-DE-DOT.-CANDELARIA-PENIPE.pdf

- Ministerio del Ambiente. (2018). *Legislación Ambiental*. Obtenido de http://www.legislacionambientalspda.org.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=27..

- MINTUR. (2014). Obtenido de Funciones del Ministerio de Turismos: http://turismo.corrientes.gob.ar/home/misiones-y-funciones-del-ministerio-de-turismo

- MINTUR. (2017). *Ministerio de Turismo.* Obtenido de Informe Anual: https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/

- MNE, M. d. (2015). *Estadistica Educativa.* Recuperado el 25 de Abril de 2018, de reportedeIndicadores:https://educacion.gob.ec/wp-

content/uploads/downloads/2016/01/Publicaciones/PUB_EstadisticaEducativaVol1_mar2015.pdf

- OMT. (29 de Marzo de 2004). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Concepto de Turismo: http://sdt.unwto.org/es/content/definicion
- Organización de Naciones Unidas. (2012). *Entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de Género y Emprendimientos.* Obtenido de http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html
- Ospina. (2006). *¿Qué es la gestión de la innovación y la tecnología.* doi:(http://www.jotmi.org)
- Parque Nacional Sangay, P. (2016). *Parque Nacional Sangay.* Obtenido de http://www.morona.gob.ec/?q=content/parque-nacional-sangay
- PDOT, L. C. (2011). Revista turistica. 15.
- Pearce, D. (2016). Modelo de Gestión de Destinos. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=180743275001
- Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial, P. L. (23 de Mayo de 2012-2021). *Gobierno Autónomo Descentralizado Rural La Candelaria.* Obtenido de http://gadparroquialacandelaria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PLAN-DE-DOT.-CANDELARIA-PENIPE.pdf
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2012-2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial La Candelaria.* Obtenido de http://gadparroquialacandelaria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PLAN-DE-DOT.-CANDELARIA-PENIPE.pdf
- Registro Oficial de Facultades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. (2016). *FACULTADES A GOBIERNOS AUTONOMOS.* Obtenido de FACULTADES A GOBIERNOS AUTONOMOS: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%C3%BAlense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%C3%ADsticas.pdf

- Revista turistica La Candelaria. (2012). Revista turistica. 15.
- Reyes, G. J. (2010). *INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL de México.* Obtenido de UNIDAD PROFESIONAL INTERDISCIPLINARIA DE: http://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/5435/1/TESIS%20FIGUEROA%20MENDOZA%20CESAR.pdf
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). *Comportamiento organizacional, decimotercera edición.* Recuperado el Abril de 2018, de San Diego State University,University of Florida: https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
- Ruíz, D. F., & B. G. (2012). Recuperado el 03 de 04 de 2018, de Demanda Turística Internacional. Medio Siglo de evolución: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86625395006
- SENPLADES. (2018). *Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo.* Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/ wpcontent/uploads/downloads / 2015/08/MPROVINCIAL.pdf
- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo.* Recuperado el 2018, de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf
- Torres, H. Z. (2014). *Administración Estratégica.* Obtenido de Administración Estratégica: https://books.google.com.ec/books?id=NNThBAAAQBAJ&printsec=frontcover
- Villacís, B., & Carrillo, D. (2012). *País atrevido, la nueva cara sociodemografica del Ecuador.* Recuperado el 24 de Abril de 2018, de Edicion Especial: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Economia/Nuevacarademograficadeecuador.pdf
- WDO. (2015). *WORD DESING ORGANIZATION.* Recuperado el 23 de Mayo de 2018, de https://nanopdf.com/download/3384791-c353d-capitulo-ii_pdf

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta

Agradecemos su colaboración para contestar esta encuesta la cual permitirá determinar que estrategias se deben implementar para fomentar las actividades turísticas de la Parroquia La Candelaria

1. Sexo

Masculino ○ Femenino ○

2. Preparación Académica

No terminé la Secundaria ○ Bachillerato ○ Ingeniería/Licenciatura ○
Maestría ○ Doctorado ○ Postdoctorado ○

3. Cuál es su nivel de Ingresos

○ 0-500 ○ 501 - 1000 ○ 1001 - 1500 ○ 1501 - 2000 ○ Más de 2000

4. Edad

Menos de 18 ○ De 18 a 24 ○ De 25 a 31 ○ De 32 a 38 ○
de 39 a 45 ○ de 46 a 51 ○ De 52 a 60 ○ Más de 60 ○

5. Procedencia

Nacional ○ Extranjero ○

6. ¿Preferencia de Viaje?

Solo ○ Con Amigos ○ Con Familiares ○

7. Motivo de Viaje

Turismo ○ Negocios ○ Visita a familiares ○ Negocios ○

8. Qué actividades le gustaría realizar durante su visita

1. Turismo de Naturaleza
   a) Deportes extremos (Escalada, Rappelling) ☐
   b) Cabalgata ☐
   c) Trekking ☐
   d) Ciclismo ☐
   e) Downhill ☐
   f) Camping ☐
   g) Pesca Deportiva ☐
   h) Aviturismo ☐
   i) Visita al Nevado al Altar. ☐
   j) Visita Al sistema Lacustre del Altar. ☐

2. Turismo Comunitario
   a) Convivencia Cultural ☐
   b) Equitación ☐
   c) Experiencia Ganadera. ☐
   d) Visita a Centro Artesanal. ☐
   e) Recorrido por las haciendas. ☐

9. Duración del Viaje _____ Días

Seleccione su grado de Acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones. **Tome en cuenta que 1 Totalmente en Desacuerdo"** y **5 "Totalmente De acuerdo"**

Anexo2. Estrategias Evaluadas

a) Los Precios bajos es la principal estrategia que motiva a los turistas a visitar la Parroquia La candelaria	1	2	3	4	5
b) Las características únicas y diferentes que tiene la Parroquia es el principal factor que motiva a los turistas a visitarla					
c) El enfoque en un grupo de consumidores específico es lo que motiva a los turistas a visitar la Parroquia					
d) Las alianzas que poseen las empresas turísticas de la Parroquia con agencias de viajes y operadoras turísticas motivan a que los turistas visiten la Parroquia					
e) Existe una fuerte publicidad de los atractivos turísticos de la Parroquia que motiva a los turistas a visitarla					
f) Los nuevos productos y servicios turísticos que se ofrecen en la Parroquia es lo que motiva a los turistas a visitarla					
g) La variedad de productos y servicios que se ofrecen en la parroquia es lo que motiva a los turistas a visitarla					
h) Esta Ud. De acuerdo que la calidad del servicio es más importante que el precio al momento de adquirir un servicio.					

¡Gracias por su Colaboración!

Anexo 3. Matriz FODA, Cruzada

<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td colspan="3">ANÁLISIS INTERNO</td></tr>
<tr><td rowspan="7"></td><td rowspan="7">ANÁLISIS EXTERNO</td><td></td><td>FORTALEZAS</td><td></td><td>DEBILIDADES</td></tr>
<tr><td>F1</td><td>Respaldo técnico profesional en el área turística.</td><td>D1</td><td>La economía de la población se centra en la agricultura y ganadería.</td></tr>
<tr><td>F2</td><td>Cuenta con apoyo del GAD, parroquial</td><td>D2</td><td>Escasa experiencia en atención al cliente</td></tr>
<tr><td>F3</td><td>Oferta 3 paquetes turísticos estratégicamente diseñados</td><td>D3</td><td>La población no está empoderada de la actividad turística.</td></tr>
<tr><td>F4</td><td>Población capacitada en el área turística</td><td>D4</td><td>Vías de acceso a los atractivos en malas condiciones que impiden la afluencia de turistas.</td></tr>
<tr><td>F5</td><td>La población se encuentra organizada en asociaciones de acuerdo a sus necesidades.</td><td rowspan="2">D5</td><td rowspan="2">Estrategias inadecuadas de promoción y difusión de los atractivos turísticos</td></tr>
<tr><td>F6</td><td>Diversidad de flora y fauna</td></tr>
<tr><td></td><td>OPORTUNIDADES</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>O1</td><td>Apoyo gubernamental con políticas de fomento a la asociatividad</td><td>E1</td><td rowspan="3">(F1, O1). Establecer alianzas estratégicas con las ONGs, para implementar nuevos proyectos turísticos.</td><td>E1</td><td rowspan="3">(D1, D4, O1, O9). Motivar a la población a seguir capacitándose en temas de turismo.</td></tr>
<tr><td>O2</td><td>Presencia de cobertura de Internet móvil 4G</td><td>E2</td></tr>
<tr><td>O3</td><td>Alianzas estratégicas con instituciones educativas: Escuela Superior politécnica de Chimborazo, Universidad Nacional de Chimborazo.</td><td>E3</td></tr>
<tr><td>O4</td><td>Leyes y políticas de Estado que apoyan los emprendimientos turísticos.</td><td>E4</td><td>(F3, F4, O1, O8, O6). Establecer alianzas estratégicas con operadores turísticos y Agencias de Viaje</td><td>E2</td><td>(D4, O3). Readecuar el sendero con su respectiva señalización para facilitar al turista el acceso a los atractivos turísticos</td></tr>
<tr><td>O5</td><td>Interés del turista por el turismo de naturaleza</td><td>E5</td><td rowspan="2">(F4, F1, O5, O7, O10). Planear proyectos turísticos rentables</td><td rowspan="2">E3</td><td rowspan="2"></td></tr>
<tr><td>O6</td><td>Apoyo de MINTUR</td><td></td></tr>
</table>

O7	Afluencia de turistas extranjeros		para buscar financiamiento.		
O8	Participación activa de la población local		(F5, O1, O6, O9). Oferta de nuevas actividades turísticas en cada uno de los atractivos que posee la parroquia	**E4**	(D2, D3, O1, O6, O8). Crear cursos motivacionales y sensibilización turística.
O9	Extensión de créditos de entidades financieras para emprendimientos turísticos.	**E2**			
O10	Se encuentra en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay	**E3**		**E5**	(D5, O2, O5, O6, O3). Gestionar Asesoramiento profesional para creación de un logotipo distintivo conjuntamente con video promocional de los atractivos turístico que posee la parroquia
	AMENAZAS				
A1	Malas Condiciones Climáticas	**E1**	(F1, A1) Establecer un plan de contingencia ante desastres naturales conjuntamente con la secretaria de gestión de riesgos	**E1**	**(D1, A2, A7, A8).** Diseñar planes de negocios enfocados en la agroturismo, ganadería y turismo comunitario para dinamizar la economía
A2	Inestabilidad Económica				
A3	Falta de concientización a la población en temas conservación de especies en peligro de extinción en las zonas de paramo.	**E2**	(F2, F5, A3, A4) Planear programas de capacitación, concientización poblacional de cuidado de flora y fauna con el Ministerio del Ambiente en temas de conservación	**E2**	(**D2, A2).** Plan de Capacitación para Administración turística y guías turísticos
A4	Falta de control y vigilancia por parte de MAE, en temas de cacería.				
A5	Inexistencia de convenios con Operadores turísticos.	**E3**	(F1, F2, A5) Solicitar la intervención de Autoridades Provinciales, Cantonal, y Locales para el mejoramiento y readecuación de la infraestructura turística.	**E3**	**(D3, A4).** Gestionar Asesoramiento en Organización y Fortalecimiento de Asociaciones con el Instituto de Economía Popular y Solidaria
A6	Bajo apoyo político, económico del GAD, Cantonal y Provincial, para el desarrollo de proyectos turísticos				
A7	Mayor exigencia en la calidad de productos y servicios				
A8	Escasa experiencia en el Sector Turístico				

Anexo 4. Matriz Cuantitativa de Planeación Estratégica

		Matríz Cuantitativa de Planificación Estratégica																													
		PESO	(F1,01). Establecer alianzas estratégicas con las ONGs, para implementar nuevos proyectos turísticos.		(F3,F4, O1,O8,O6). Establecer alianzas estratégicas con operadores turísticos y Agencias de Viaje		(F4, F1, O5, O7,O10). Planear proyectos turísticos rentables para buscar financiamiento.		(F5,, O1,O6,O9). Oferta de nuevas actividades turísticas en cada uno de los atractivos que posee la Parroquia		(D1, D4, O1, O9). Motivar a la población a seguir capacitándose en temas de turismo.		(D4, O3). Readecuar el sendero con su respectiva señalización para facilitar al turista el acceso a los atractivos turísticos		(D2,D3, O1, O6,O8). Crear cursos motivacionales y sensibilización turística.		(D2, A2). Plan de Capacitación para Administración turística y guías turísticos		(F1, A1) Establecer un plan de contingenciaante desastres naturales conjuntamente con la secretaria de gestión de riesgos		(F2,F5, A3,A4) Planear programas de capacitación, concientización poblacional de cuidado de flora y fauna con el Ministerio del Ambiente en temas de conservación		(F1,F2,A5) Solicitar la intervención de Autoridades Provinciales, Cantonal, y Locales para el mejoramiento y readecuación de la infraestructura turística.		(D1, A2, A7,A8). Diseñar planes de negocios enfocados en la agroturismo, ganadería y turismo comunitario para dinamizar la economía		(D2, A2). Plan de Capacitación para Administración turística y guías turísticos		(D3, A4). Gestionar Asesoramiento en Organización y Fortalecimiento de Asociaciones con el Instituto de Economía Popular y Solidaria	
	FORTALEZAS		**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**
F1	Respaldo técnico profesional en el área turística.	0,07	3	0,21	4	0,28	3	0,21	4	0,28	4	0,28	4	0,28	4	0,28	3	0,21	3	0,21	4	0,28	4	0,28	4	0,28	4	0,28	4	0,3
F2	Cuenta con Apoyo del GAD, Parroquial	0,06	3	0,18	3	0,18	4	0,24	4	0,24	3	0,18	3	0,18	3	0,18	4	0,24	2	0,12	3	0,18	4	0,24	2	0,12	3	0,18	4	0,2
F3	Oferta 3 paquetes turísticos estratégicamente diseñados	0,1	4	0,4	2	0,2	2	0,2	4	0,4	2	0,2	3	0,3	2	0,2	3	0,3	1	0,1	1	0,1	4	0,4	2	0,2	3	0,3	1	0,1
F4	Población capacitada en el área turística	0,2	3	0,6	3	0,6	3	0,6	3	0,6	4	0,8	2	0,4	3	0,6	3	0,6	2	0,4	2	0,4	4	0,8	3	0,6	3	0,6	3	0,6
F5	La población se encuentra organizada en asociaciones de acuerdo a sus necesidades.	0,05	3	0,15	2	0,1	3	0,15	2	0,1	3	0,15	2	0,1	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15	4	0,2		0		0		0
F6	Diversidad de flora y fauna	0,1	3	0,3	4	0,4	4	0,4	4	0,4	3	0,3	3	0,3	4	0,4	4	0,4	4	0,4	4	0,4	4	0,4	2	0,2	2	0,2	2	0,2
	DEBILIDADES																															
D1	La economía de la población se centra en la agricultura y ganadería.	0,08	1	0,08	3	0,24	1	0,08	2	0,16	2	0,16	2	0,16	1	0,08	1	0,08	3	0,24	3	0,24	3	0,24	3	0,24	2	0,16	4	0,3
D2	Escasa experiencia en atención al cliente	0,10	1	0,1	3	0,3	2	0,2	1	0,1	1	0,1	2	0,2	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	2	0,2	2	0,2	4	0,4	4	0,4
D3	La población no está empoderada de la actividad turística.	0,06	1	0,06	3	0,18	1	0,06	2	0,12	1	0,06	1	0,06	2	0,12	2	0,12	2	0,12	3	0,18	2	0,12	3	0,18	3	0,18	4	0,2
D4	Estrategias inadecuadas de promoción y difunción de los atractivos turísticos	0,08	1	0,08	2	0,16	3	0,24	4	0,32	2	0,16	3	0,24	2	0,16	4	0,32	1	0,08	3	0,24	3	0,24	2	0,16	3	0,24	4	0,3
D5	Vias de acceso a los atractivos en malas condiciones que impiden la afluencia de turistas.	0,1	2	0,2	3	0,3	1	0,1	1	0,1	2	0,2	2	0,2	3	0,3	4	0,4	2	0,2	2	0,2	2	0,2	2	0,2	4	0,4	3	0,3

	OPORTUNIDADES																												
O1	Apoyo gubernamental con polícas de fomento a la asociatividad	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2	3	0,3	2	0,2	3	0,3	2	0,2	4	0,4	3	0,3	2	0,2	4	0,4	3	0,3	4	0,4	4	0,4
O2	Presencia de cobertura de internet movil 4G	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,1	4	0,2	2	0,1	2	0,1	2	0,1	4	0,2	2	0,1	2	0,1	3	0,15	2	0,1	4	0,2	4	0,2
O3	Alianzas estratégicas con instituciones educativas: Escuela Superior politécnica de Chimborazo, Universidad Nacional de Chimborazo.	0,07	3	0,21	3	0,21	3	0,21	3	0,21	4	0,28	3	0,21	4	0,28	4	0,28	2	0,14	3	0,21	2	0,14	3	0,21	4	0,28	4	0,3
O4	Leyes y políticas de Estado que apoyan los emprendimientos turísticos.	0,04	3	0,12	3	0,12	4	0,16	4	0,16	2	0,08	3	0,12	3	0,12	3	0,12	3	0,12	2	0,08	3	0,12	2	0,08	3	0,12	4	0,2
O5	Interes de los turista por el turismo de naturaleza	0,05	3	0,15	2	0,1	4	0,2	4	0,2	3	0,15	2	0,1	2	0,1	4	0,2	2	0,1	3	0,15	1	0,05	3	0,15	4	0,2	4	0,2
O6	Apoyo de MINTUR	0,03	2	0,06	4	0,12	3	0,09	4	0,12	4	0,12	3	0,09	2	0,06	4	0,12	2	0,06	2	0,06	2	0,06	2	0,06	4	0,12	4	0,1
O7	Afluencia de turistas extranjeros	0,1	2	0,2	2	0,2	3	0,3	4	0,4	2	0,2	2	0,2	3	0,3	4	0,4	3	0,3	3	0,3	4	0,4	4	0,4	4	0,4	4	0,4
O8	Participación activa de la población local	0,06	3	0,18	4	0,24	4	0,24	3	0,18	3	0,18	3	0,18	2	0,12	4	0,24	2	0,12	4	0,24	3	0,18	3	0,18	4	0,24	4	0,2
O9	Extensión de créditos de entidades financieras para emprendimientos turísticos.	0,04	3	0,12	3	0,12	4	0,16	3	0,12	2	0,08	2	0,08	3	0,12	4	0,16	3	0,12	2	0,08	2	0,08	2	0,08	3	0,12	4	0,2
O10	Se encuentra en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay	0,03	2	0,06	3	0,09	1	0,03	3	0,09	3	0,09	3	0,09	2	0,06	4	0,12	3	0,09	4	0,12	3	0,09	1	0,03	2	0,06	4	0,1
	AMENAZAS																												
A1	Malas condiciones climáticas	0,05	2	0,1	1	0,05	1	0,05	1	0,05	3	0,15	1	0,05	1	0,05	1	0,05	4	0,2	3	0,15	2	0,1	1	0,05	3	0,15	3	0,2
A2	Inestabilidad económica	0,04	3	0,12	2	0,08	1	0,04	2	0,08	2	0,08	1	0,04	2	0,08	1	0,04	2	0,08	3	0,12	2	0,08	1	0,04	3	0,12	3	0,1
A3	Falta de concientización a la población en temas conservación de especies en peligro de extinción en las zonas de páramo.	0,08	1	0,08	2	0,16	2	0,16	2	0,16	2	0,16	2	0,16	2	0,16	2	0,16	3	0,24	1	0,08	3	0,24	2	0,16	3	0,24	4	0,3
A4	Falta de control y vigilancia por parte de MAE, en temas de cacería.	0,05	2	0,1	2	0,1	1	0,05	1	0,05	2	0,1	1	0,05	1	0,05	2	0,1	3	0,15	3	0,15	3	0,15	2	0,1	3	0,15	3	0,2
A5	Inexistencia de convenios con operadores turisticos.	0,05	2	0,1	3	0,15	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	2	0,1	2	0,1	2	0,1	3	0,15	2	0,1	1	0,05	4	0,2
A6	Bajo apoyo político, económico del GAD, Cantonal y Provincial, para el desarrollo de proyectos turísticos	0,05	2	0,1	2	0,1	1	0,05	2	0,1	2	0,1	2	0,1	1	0,05	3	0,15	1	0,05	2	0,1	3	0,15	1	0,05	2	0,1	3	0,2
A7	Mayor exigencia en la calidad de productos y servicios	0,05	3	0,15	3	0,15	3	0,15	2	0,1	3	0,15	3	0,15	2	0,1	4	0,2	2	0,1	2	0,1	2	0,1	2	0,1	4	0,2	4	0,2
A8	Escasa experiencia en el sector turístico	0,06	3	0,18	2	0,12	1	0,06	2	0,12	1	0,06	2	0,12	2	0,12	4	0,24	1	0,06	1	0,06	2	0,12	1	0,06	4	0,24	4	0,2
	TOTAL	2,00		4,7		5		4,8		5,5		4,9		4,6		4,7		6,2		4,55		4,9		6,1		4,6		6,3		6,8

ANALISIS: La estrategia con mas puntaje atractivo es la (D3,A4) la cual es la primera en ser aplicada en la empresa siguiendo con las estratefgias (D2, A2)(D5,O2,O5,O6, O3), (F1,F2,A5), (F5,O1,O6,O9), (F3, F4, O1, O8,O6)	F1,01	(F3,F4, O1,O8,O6)	(F4, F1, O5, O7,O10)	(F5,O1,O6,O9)	(D1, D4, O1, O9)	(D4, O3)	(D2,D3, O1, O6,O8).	D5, O2, O5,O6,O3	(F1, A1	(F2,F5, A3,A4)	(F1,F2,A5)	(D1, A2, A7,A8).	(D2, A2).	(D3, A4).
		6		**5**				**3**			**4**		**2**	**1**

ANALISIS: La estrategia con más puntaje atractivo es la (D3, A4) la cual es la primera en ser aplicada en la empresa siguiendo con las estrategias (D2, A2) (D5, O2, O5, O6, O3), (F1, F2, A5), (F5, O1, O6, O9), (F3, F4, O1, O8, O6)