



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

**Plan estratégico para el desarrollo turístico del cantón Pallatanga,
provincia de Chimborazo, 2021-2022**

KARLA VANESSA CALDERÓN FLORES

Trabajo de Titulación modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo, presentado ante el Instituto de Postgrado y Educación Continua de la ESPOCH, como requisito parcial para la obtención del grado de:

MAGISTER EN TURISMO SOSTENIBLE Y DESARROLLO LOCAL

Riobamba – Ecuador

Septiembre 2022

©2022, Karla Vanessa Calderón Flores

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.



EL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

El Trabajo de Titulación modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo, titulado Plan estratégico para el desarrollo turístico del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, 2021-2022, de responsabilidad del señorita Karla Vanessa Calderón Flores ha sido prolijamente revisado y se autoriza su presentación.

Ing. Luis Eduardo Hidalgo Almeida Ph.D.

PRESIDENTE

Ing. Danny Daniel Castillo Vizuete Ph.D.

DIRECTOR

Ing. Carlos Renato Chávez Velásquez Mag.

MIEMBRO

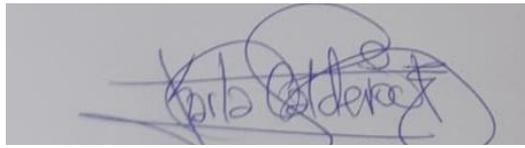
Ing. Guicela Margoth Ati Cutiupala Mag

MIEMBRO

Riobamba, septiembre 2022

DERECHOS INTELECTUALES

Yo, Karla Vanessa Calderón Flores, declaro que soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en el **Trabajo de Titulación modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo**, y que el patrimonio intelectual generado por la misma pertenece exclusivamente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



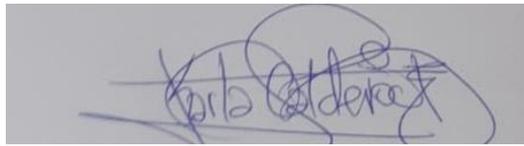
KARLA VANESSA CALDERÓN FLORES

No. CÉDULA: 0603449547

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Karla Vanessa Calderón Flores, declaro que el presente **Trabajo de Titulación modalidad Proyecto de Investigación y Desarrollo**, es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este proyecto de investigación de maestría.

A rectangular box containing a handwritten signature in blue ink. The signature is stylized and appears to read 'Karla Calderón Flores'.

KARLA VANESSA CALDERÓN FLORES

No. CÉDULA: 0603449547

DEDICATORIA

A mis padres Cumanda Flores y Manuel Calderón quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer a las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mi hija Ariana Renatta Miranda Calderón, por su cariño y amor incondicional, por estar conmigo en todo momento gracias, amor de mamá. A mis hermanos Adriana y Renato Calderón Flores, a toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Karla

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, de igual manera mi agradecimiento especial al Ing. Danny Castillo PhD, Ing. Renato Chávez MSc, y la Ing. Guicela Ati MSc, principales colaboradores durante todo este proceso, quienes con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitieron el desarrollo de este trabajo

Karla

TABLA DE CONTENIDO

RESUMENxvi

SUMMARY xvii

CAPÍTULO I

1.	INTRODUCCIÓN	1
1.1.	Planteamiento del problema	2
1.1.1.	Situación problemática.....	2
1.2.	Formulación del problema	3
1.3.	Preguntas directrices o específicas de la investigación.....	3
1.4.	Justificación de la investigación.....	4
1.4.1.	Justificación teórica	4
1.4.2.	Justificación metodológica.....	4
1.4.3.	Justificación práctica.....	5
1.5.	Objetivos de la investigación	5
1.5.1.	Objetivo General.....	5
1.5.2.	Objetivos Específicos.....	5
1.6.	Hipótesis	5

CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO.....	6
2.1.	Antecedentes del problema	6
2.2.	Bases teóricas.....	9
2.2.1.	Turismo.....	9
2.2.2.	Turismo sostenible	9
2.2.3.	Sistema turístico.....	10
2.2.3.1.	<i>Oferta</i>	10
2.2.3.2.	<i>Demanda turística</i>	12

2.2.4.	Análisis FODA	13
2.2.5.	Visión filosófica.....	14
2.2.5.1.	<i>Misión</i>	14
2.2.5.2.	<i>Visión</i>	14
2.2.5.3.	<i>Objetivos</i>	15
2.2.5.4.	<i>Políticas</i>	15
2.2.5.5.	<i>Principios y valores</i>	15
2.2.6.	Planificación de proyectos	16
2.2.6.1.	<i>Planificación</i>	16
2.2.6.2.	<i>Planes</i>	16
2.2.6.3.	<i>Programas</i>	17
2.2.6.4.	<i>Proyectos</i>	17
2.2.6.5.	<i>Planificación estratégica</i>	17
2.2.6.6.	<i>Matriz de marco lógico</i>	17
2.2.7.	Plan operativo anual.....	18
2.3.	Marco conceptual.....	18
2.3.1.	Recurso turístico	18
2.3.2.	Atractivo turístico	19

CAPÍTULO III

3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	20
3.1.	Tipo de diseño de investigación	20
3.2.	Métodos de investigación.....	20
3.3.	Enfoque de la investigación	20
3.4.	Alcance de la investigación.....	20
3.4.1.	Exploratorio	20
3.4.2.	Explicativo.....	21
3.5.	Población de estudio	21
3.6.	Unidad de análisis	22

3.7.	Técnicas de recolección de datos	22
3.8.	Instrumentos de recolección de datos	22
3.9.	Procesamiento y análisis de datos recolectados.....	24

CAPÍTULO IV

4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	26
4.1.	Diagnóstico turístico situacional del cantón Pallatanga.....	26
4.1.1.	Oferta.....	26
4.1.1.1.	Atractivos turísticos	26
4.1.1.2.	Infraestructura turística	39
4.1.1.3.	Planta turística.....	41
4.1.1.4.	Superestructura turística.....	44
4.1.2.	Demanda	45
4.1.2.1.	Información obtenida turistas nacionales	45
4.1.2.2.	Información obtenida turistas extranjeros	54
4.1.2.3.	Perfil del turista.....	64
4.1.2.4.	Demanda potencial.....	66
4.2.	Análisis de la gestión turística del cantón Pallatanga	67
4.2.1.	Análisis FODA	67
4.2.2.	Identificación de nudos críticos.....	68
4.2.3.	Identificación de factores claves de éxito.....	69

CAPÍTULO V

5.	PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	72
5.1.	Misión.....	72
5.2.	Visión	72
5.2.1.	Valores.....	72
5.2.2.	Principios	73
5.2.3.	Políticas	74

5.2.4.	Objetivos estratégicos	75
5.2.5.	Marco filosófico de la propuesta estrategica para el desarrollo turístico	75
5.2.5.1.	Definición de programas y proyectos	75
5.2.5.2.	Marco lógico	78
5.2.5.3.	Involucrados en la gestión de la propuesta estratégica del cantón.....	88
5.2.5.4.	Descripción de programas y proyectos.....	92
5.2.5.5.	Programa 1	92
5.2.5.6.	Programa 2.....	93
5.2.5.7.	Programa 3.....	94
5.2.5.8.	Programa 4.....	95
5.2.5.9.	Programa 5.....	97
5.2.5.10.	Resumen de los programas y proyectos	98
5.2.5.11.	Planificación operativa anual para la implementación del plan	100
	CONCLUSIONES	109
	RECOMENDACIONES	110
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3: Valores de priorización de nudos críticos	23
Tabla 2-3: Valores de priorización de factores clave de éxito	23
Tabla 3-4: Atractivos turísticos del cantón Pallatanga.....	26
Tabla 4-4: Detalle de atractivos turísticos del cantón Pallatanga.....	38
Tabla 5-4: Establecimientos de alojamiento del cantón Pallatanga	41
Tabla 6-4: Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pallatanga.....	43
Tabla 7-4: Actores en el cantón Pallatanga	44
Tabla 8-4: Distribución de la demanda según el género	45
Tabla 9-4: Edad.....	45
Tabla 10-4: Lugar de procedencia.....	46
Tabla 11-4: Conocimiento del cantón Pallatanga	47
Tabla 12-4: Visita al cantón Pallatanga.....	47
Tabla 13-4: Servicios que les gustaría utilizar a las personas encuestadas	48
Tabla 14-4: Actividades que les gustaría realizar a las personas encuestadas	49
Tabla 15-4: Alimentación que les gustaría consumir	49
Tabla 16-4: Temporada de viaje.....	50
Tabla 17-4: Promedio de estancia	51
Tabla 18-4: Compañía de viaje	52
Tabla 19-4: Capacidad de gasto por día	52
Tabla 20-4: Medio de viaje	53
Tabla 21-4: Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse.....	54
Tabla 22-4: Distribución de la demanda según el género	54
Tabla 23-4: Edad.....	55
Tabla 24-4: Lugar de procedencia.....	56
Tabla 25-4: Conocimiento del cantón Pallatanga	56
Tabla 26-4: Visita al cantón Pallatanga.....	57
Tabla 27-4: Servicios que les gustaría utilizar a las personas encuestadas	58
Tabla 28-4: Actividades que les gustaría realizara las personas encuestadas	58
Tabla 29-4: Alimentación que les gustaría consumir	59
Tabla 30-4: Temporada de viaje.....	60
Tabla 31-4: Promedio de estancia	61
Tabla 32-4: Compañía de viaje	61
Tabla 33-4: Capacidad de gasto por día	62
Tabla 34-4: Medio de viaje	63

Tabla 35-4: Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse	63
Tabla 36-4: Perfil del turista nacional	64
Tabla 37-4: Perfil del turista extranjero.....	65
Tabla 38-4: Proyección de la demanda potencial	66
Tabla 39-4: Análisis FODA	67
Tabla 40-4: Identificación de nudos críticos	68
Tabla 41-4: Identificación de factores claves de éxito.....	69
Tabla 42-4: Priorización de nudos críticos y factores de éxito	70
Tabla 1-5: Definición de programas y proyectos.....	75
Tabla 2-5: Marco lógico.....	78
Tabla 3-5: Involucrados en la gestión de la propuesta estratégica del cantón	88
Tabla 4-5: Resumen de los programas y proyectos y presupuestos	98
Tabla 5-5: Cronograma de ejecución de proyectos.....	100
Tabla 6-5: Plan operativo anual.....	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4: Atractivos turísticos del cantón Pallatanga	38
Gráfico 2-4: Establecimientos de alojamiento del cantón Pallatanga	42
Gráfico 3-4: Establecimientos de alimentación del cantón Pallatanga	43
Gráfico 4-4: Distribución de la demanda según el género	45
Gráfico 5-4: Edad.....	46
Gráfico 6-4: Lugar de procedencia.....	46
Gráfico 7-4: Conocimiento del cantón Pallatanga	47
Gráfico 8-4: Visita al cantón Pallatanga.....	48
Gráfico 9-4: Servicios que les gustaría utilizar a las personas encuestadas	48
Gráfico 10-4: Actividades que les gustaría realizara las personas encuestadas	49
Gráfico 11-4: Alimentación que les gustaría consumir	50
Gráfico 12-4: Temporada de viaje.....	51
Gráfico 13-4: Promedio de estancia	51
Gráfico 14-4: Compañía de viaje	52
Gráfico 15-4: Capacidad de gasto por día	53
Gráfico 16-4: Medio de viaje	53
Gráfico 17-4: Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse.....	54
Gráfico 18-4: Distribución de la demanda según el género	55
Gráfico 19-4: Edad.....	55
Gráfico 20-4: Lugar de procedencia.....	56
Gráfico 21-4: Conocimiento del cantón Pallatanga	57
Gráfico 22-4: Visita al cantón Pallatanga.....	57
Gráfico 23-4: Servicios que les gustaría utilizar a las personas encuestadas	58
Gráfico 24-4: Actividades que les gustaría realizara las personas encuestadas	59
Gráfico 25-4: Alimentación que les gustaría consumir	60
Gráfico 26-4: Temporada de viaje.....	60
Gráfico 27-4: Promedio de estancia	61
Gráfico 28-4: Compañía de viaje	62
Gráfico 29-4: Capacidad de gasto por día	62
Gráfico 30-4: Medio de viaje	63
Gráfico 31-4: Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse.....	64

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Encuesta turistas nacionales

Anexo B: Encuesta turistas extranjeros

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo elaborar un plan estratégico para el desarrollo del turismo del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo. Para lo cual se realizó un diagnóstico situacional a partir del análisis del sistema turístico: oferta, atractivos, infraestructura, planta y superestructura turística, y demanda turística. Posteriormente se realizó un análisis de la gestión turística y el diseño de una propuesta estratégica para potenciar el desarrollo turístico del territorio. El tipo de investigación fue de tipo descriptiva utilizando métodos inductivo, deductivo, e hipotético – deductivo. Asimismo, el enfoque del estudio fue de tipo cualitativo con alcance exploratorio y explicativo. El diagnóstico permitió la identificación de 19 atractivos turísticos entre naturales (89,47%) y manifestaciones culturales (10,53%), entre jerarquía I y II. En cuanto al análisis de la gestión turística del cantón se priorizaron 9 nudos críticos entre debilidades y amenazas y 9 factores claves de éxito entre fortalezas y oportunidades, insumos que sirvieron para el planteamiento del marco filosófico de la propuesta estratégica para el desarrollo turístico en función a un proceso participativo para la formulación de misión, visión, valores, principios, políticas y objetivos estratégicos. La propuesta estratégica se encuentra estructurada por 5 programas y 30 proyectos, enfocados en los problemas existentes en el sistema turístico del cantón. La inversión aproximada de la propuesta es de 1836000,00 USD, siendo viables ya que pueden ser gestionados y financiados desde los distintos entes gubernamentales y no gubernamentales.

Palabras clave: <TURISMO>, <PLAN ESTRATÉGICO>, <DESARROLLO TURÍSTICO>, <PALLATANGA (CANTÓN)>, <PROPUESTA ESTRATÉGICA>.



Firmado electrónicamente por:
**LUIS ALBERTO
CAMINOS
VARGAS**



27-07-2022

0092-DBRA-UPT-IPEC-2022

SUMMARY

Tourism has been consolidated in recent decades as a key sector for economic and social development, job creation and the well-being of the population of a territory. The objective of this research was to elaborate a strategic plan for the development of tourism in the canton of Pallatanga, province of Chimborazo. For this purpose, a situational diagnosis was conducted based on the analysis of the tourism system: supply (attractions, infrastructure, tourism plant and superstructure) and tourism demand. Subsequently, an analysis of tourism management and the design of a strategic proposal to promote tourism development in the territory were carried out. The type of research was descriptive using inductive, deductive and hypothetical-deductive methods. Likewise, the approach of the study was qualitative with an exploratory and explanatory scope. The diagnosis allowed the identification of 19 tourist attractions, including natural (89.47%) and cultural manifestations (10.53%), between hierarchy I and II. As for the analysis of the canton's tourism management, 9 critical nodes were prioritized between weaknesses and threats and 9 key success factors between strengths and opportunities, inputs that served for the formulation of the philosophical framework of the strategic proposal for tourism development based on a participatory process for the formulation of mission, vision, values, principles, policies and strategic objectives. The strategic proposal is structured by 5 programs and 30 projects, focused on the existing problems in the canton's tourism system. The approximate investment of the proposal is 1836,000.00 USD, being viable since they can be managed and financed from different governmental and non-governmental entities.

Keywords: <STRATEGIC PLAN>, <TOURIST DEVELOPMENT>, <CANTON PALLATANGA>, <STRATEGIC PROPOSAL>.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las industrias mundiales de rápido crecimiento por ser una actividad potencialmente complementaria (Cheer et al., 2021). Esta actividad ha contribuido significativamente a la economía local de muchas comunidades en todo el mundo debido a su capacidad para generar ingresos y empleo (López y Arreola, 2019). Además, genera varios cambios económicos, socioculturales y ambientales en la vida de la comunidad anfitriona (Aliyeva et al., 2019). También ha sido una fuerza impulsora en la protección del patrimonio natural y cultural (OMT, 2022). En todo el mundo, en países de todos los niveles de desarrollo, millones de puestos de trabajo y empresas dependen de un sector turístico fuerte y próspero (Moreno et al., 2021).

No obstante, el COVID-19 ha cambiado el mundo para siempre en todos los aspectos imaginables y ha tenido un gran impacto en la industria internacional de viajes, demanda de turismo y hotelería (Chang et al., 2020). La pandemia tuvo el potencial de transformar la industria del turismo, así como el contexto en el que opera (Higgins, 2020). El reciente aumento en los casos de COVID-19 y la variante Ómicron están destinados a interrumpir la recuperación y afectar la confianza hasta principios de 2022, ya que algunos países reintroducen prohibiciones y restricciones de viaje para ciertos mercados (Serrano et al., 2022). Sin embargo, se ha logrado sentar las bases para reiniciar el turismo en torno a los pilares de la sostenibilidad, la innovación, las personas y la inversión para un futuro resiliente (Tremblay y Lapointe, 2021).

En torno a las cifras según la OMT (2022), el turismo mundial experimentó un repunte del 4% en 2021, en comparación con 2020 (415 millones frente a 400 millones). A pesar de ello, las llegadas de turistas internacionales todavía estaban un 72% por debajo del año anterior a la pandemia de 2019. El ritmo de recuperación sigue siendo lento y desigual en todas las regiones del mundo debido a los diversos grados de restricciones de movilidad, las tasas de vacunación y la confianza de los viajeros. Europa y las Américas registraron los resultados más sólidos en 2021 en comparación con 2020 (+19 % y +17 % respectivamente), pero todavía ambos 63 % por debajo de los niveles previos a la pandemia.

Si bien el turismo internacional se recupera, el turismo interno continúa impulsando la recuperación del sector en un número cada vez mayor de destinos, en particular aquellos con grandes mercados internos (Arbulú et al., 2021). Según los expertos, el turismo de interior y los viajes cerca de casa, así como las actividades al aire libre, los productos de naturaleza y el turismo rural comunitario se encuentran entre las grandes tendencias de viaje que seguirán marcando el turismo en 2022 (Wu et al., 2022).

En el Ecuador la industria del turismo es una de las prioritizadas dentro del sector servicios (Santamaría y López, 2019). Es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta (Poveda et al., 2018), y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales y culturales, localizadas en sus cuatro regiones: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía (Bravo et al., 2018). El país se perfila como multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes atraídos por esta diversidad de gente y sus costumbres (Santafe y Loring, 2021). Uno de los cantones de la provincia de Chimborazo es Pallatanga, mismo que posee características favorables para el desarrollo del turismo dentro de su territorio, siendo sus recursos naturales y culturales, el motivo principal de interés turístico local y nacional. Sin embargo, el cantón no cuenta con una estrategia articulada para el desarrollo turístico que permita aprovechar de manera sostenible todos estos recursos.

Ante lo expuesto, como alternativa al modelo turístico tradicional, en los últimos años se evidencia un cambio de comportamiento del turista, que buscan nuevas experiencias y un contacto más directo con los actores locales del destino (Al-Ababneh y Masadeh, 2019), donde la cultura local, costumbres, gastronomía y su propia historia cobran cada vez más importancia (Yanes et al., 2019). De esta manera, el propósito general de este estudio fue elaborar un Plan Estratégico para el desarrollo del Turismo del Cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo, que garantice el aprovechamiento turístico racional de los recursos; dicha herramienta.

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Situación problemática

En la actualidad el turismo, es considerado como una de las industrias de más rápido crecimiento en el mundo, es por ello que avanzar hacia prácticas sostenibles y responsables, es un mecanismo apremiante (Méndez y Cisneros, 2017). De esta manera, si el turismo no se planifica y gestiona adecuadamente, puede causar daños permanentes al entorno físico, social, cultural y económico de un destino turístico (Melgarejo et al., 2018). Razones como la alteración del equilibrio ecológico debido al calentamiento global, la pérdida de valores sociales y la falta de preservación de los bienes naturales, históricos, sociales y culturales hacen del turismo sostenible una necesidad (Mancheno et al., 2021). Por lo tanto, es importante centrarse en el turismo sostenible como un tema trascendental en su ejecución.

Adicionalmente, los planes estratégicos desarrollan conceptos, instrumentos, enfoques, mismos que garantizan la factibilidad, tanto financiera como económica del mismo. Incluyendo el estudio del factor de mayor relevancia, los potenciales clientes, así como de sus principales competidores, desarrollando planes de mercadeo, recursos humanos, todo con el objetivo de que no solamente se quede en propuesta si no que sea posible su ejecución (Mancheno et al., 2021).

Sin embargo, es necesario que en las estrategias de desarrollo turístico, sean consideradas las características de la planta turística existente, la cual de acuerdo con Linares y Garrido (2014) indica que “es la combinación de bienes y servicios. Está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino elegido”. Asimismo, Oyarvide et al. (2016) mencionan que la planta turística de alojamiento está constituida por los siguientes elementos: atractivos turísticos, infraestructura turística (estructura de producción: transporte, alojamiento, alimentación, recreación) y supraestructura turística (comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de regular y fomentar la actividad turística) (MINTUR, 2019).

En este contexto, a pesar de que el cantón Pallatanga cuenta con varias actividades económicas entre ellas el turismo, mismo que no está encaminada a contribuir significativamente a la economía del territorio debido a que instancias gubernamentales no han fortalecido esta actividad como uno de sus ejes de desarrollo. Además, la inexistencia de una estructura de planificación que articule e identifique la realidad del territorio conectado a las necesidades turísticas locales que permita que el cantón desarrolle productos turísticos integrados y encadenados con otros sectores productivos para generar alternativas de desarrollo local sobre la base del respeto y reconocimiento de su riqueza natural y cultural todo esto dentro de un documento que instituya políticas, programas y proyectos para programar la inversión y asignación de competencias exclusivas que el estado les otorga al gobierno cantonal. En definitiva, la ausencia de un plan de desarrollo turístico que guíe u oriente las acciones e inversiones en la actividad turística del cantón, ha influenciado para que el potencial turístico de la zona sea poco aprovechado.

1.2. Formulación del problema

El Ministerio de Turismo indica que el desarrollo turístico y por lo tanto un plan estratégico encaminado al desarrollo del turismo tiene como objetivo crear y definir productos a partir de los recursos existentes, para lo cual es importante definir lo que se puede realizar proponiendo un conjunto de actividades: visitar, asistir, participar, estudiar, comprar, comer y dormir; y en referencia a una propuesta de accesibilidad: horarios de funcionamiento, formas de llegar, marketing y precios (MINTUR, 2015). De esta manera, la formulación del problema de investigación es el siguiente:

¿Influye un plan estratégico en el desarrollo del turismo del Cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo?

1.3. Preguntas directrices o específicas de la investigación

¿Cuál es la situación actual del turismo en el cantón Pallatanga?

¿Cuál es la gestión turística del cantón Pallatanga?

¿Cuál es el mercado potencial al que el cantón Pallatanga, debe apuntar para su desarrollo turístico?

¿De qué depende el desarrollo turístico sostenible, del cantón Pallatanga?

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación teórica

La elaboración del presente estudio nace con el conocimiento de los principios del desarrollo sostenible establecidos por la OMT (2017) que se relacionan con los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, es por ello que se debe mantener un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. De acuerdo con lo anterior, el turismo sostenible debe:

i) utilizar de manera óptima los recursos ambientales que son un elemento clave en el desarrollo del turismo, mantener los procesos ecológicos básicos y contribuir a la preservación de la diversidad natural y biológica;

ii) respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades del área de recepción, salvar su patrimonio cultural vivo y material, los valores tradicionales y contribuir al entendimiento y tolerancia intercultural;

iii) salvaguardar el funcionamiento vital y a largo plazo de la economía, proporcionando beneficios socioeconómicos para todas las partes interesadas, incluido empleo estable, ingresos y servicios sociales para las comunidades del área de recepción y contribuir a la reducción de la pobreza.

1.4.2. Justificación metodológica

Mediante la investigación se presenta un referente metodológico que facilita el trabajo conjunto de los sectores públicos, privados, académicos y comunitarios para el mejoramiento de la actividad turística. Ellos han sido testigos de profundos cambios de ruptura, con acciones y estrategias que han permitido posicionar al sector turístico como la tercera fuente de ingresos. Más aun, al considerar que el desarrollo sostenible del turismo requiere la acción consciente de todas las partes interesadas, así como un fuerte liderazgo político, a fin de garantizar una amplia participación de las partes interesadas y llegar a un consenso entre ellas.

De esta manera, lograr el turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento oportuno de los cambios que conlleva, la introducción de las medidas preventivas necesarias y, de

ser el caso, acciones correctoras. Defendiendo en la investigación la intervención del turismo sostenible como principio para asegurar el desarrollo armónico del mismo.

1.4.3. Justificación práctica

La investigación permite la participación de autoridades, técnicos y la población en general, siendo importante la aplicación de un trabajo coordinado, técnico, organizado y con visión de un servicio de calidad y ayuda a la población. Puesto que un plan estratégico de desarrollo turístico se considera una herramienta organizativa necesaria, para la correcta implementación de la política de turismo sostenible dentro de un territorio. Por lo tanto, en este estudio se coincide en que un plan estratégico, es un programa de actuación, el mismo que consiste en aclarar lo que se pretende conseguir, plantea como se va a lograrlo, esto a través de la formulación de estrategias acertadas, enmarcadas en orientación hacia una gestión eficaz.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo General

Elaborar un plan estratégico para el desarrollo del turismo del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico turístico situacional del cantón Pallatanga.
- Elaborar el análisis de la gestión turística del cantón Pallatanga.
- Diseñar una propuesta estratégica para potenciar el desarrollo turístico del cantón Pallatanga.

1.6. Hipótesis

El plan estratégico para el desarrollo del turismo del cantón Pallatanga, se constituye en una herramienta de gestión para impulsar la actividad turística a nivel del cantón?

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

DEVELOPMENT OF A STRATEGIC TOURISM DEVELOPMENT PLAN IN SAMPLE RURAL TOURIST ATTRACTION VILLAGES (CASE STUDY: THE MEYMAND TOURIST ATTRACTION VILLAGE IN THE SHAHRBABAK TOWN)

Asadikorom, R. (2019)

En el artículo los autores mencionan que el turismo rural sirve como una de las opciones adecuadas para ganar dinero, crear puestos de trabajo, desarrollos positivos y desarrollo en los pueblos que se consideran. Por lo tanto, el objetivo principal de este estudio de investigación fue identificar las capacidades de Meymand Village para la atracción turística y el desarrollo de un plan estratégico de desarrollo turístico mediante el uso de un conjunto de factores internos (fortalezas, debilidades) y un conjunto de factores externos (oportunidades, amenazas).

La investigación fue de tipo descriptivo y se utilizaron métodos analíticos para el procesamiento de datos. Los investigadores realizaron la recopilación de información y datos requeridos por un estudio de biblioteca y estudios de campo, la información recopilada se analizó utilizando la técnica FODA (para encontrar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) y se adoptó un plan estratégico de desarrollo turístico regional adecuado. Como resultado, se identificaron diecisiete fortalezas y oportunidades en la aldea frente a doce debilidades y amenazas que afectan las funciones turísticas en Meymand.

Los resultados del estudio FODA estratégico implican que entre los factores internos y externos que afectan el desarrollo del turismo en Meymand, los parámetros T4, O8, W4, S4 tienen pesos de 0.39, 0.51, 0.6 y 0.72 respectivamente. Además, los factores internos (3.21) y externos (3.26) para las matrices de evaluación indican que las condiciones de la región para el turismo se encuentran en sus puntos óptimos.

El resultado de las estrategias adoptadas de FODA indicó que (SO) con una puntuación de 3,41 es la máxima prioridad, y (ST) con una puntuación de 3,29, (WO) con una puntuación de 3,17, (WT) con una puntuación de 3,05 son sucesivamente las próximas prioridades en el plan de turismo Merman para el año 2016.

TOURIST AREA METABOLISM AND ITS POTENTIAL TO CHANGE THROUGH A PROPOSED STRATEGIC PLAN IN THE FRAMEWORK OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Zorpas, A; Voukkali, I; Pedreño, J. (2018)

Con la mayoría de las actividades económicas del mundo, más del 50% de sus residentes concentrados en áreas urbanas, las ciudades tienen un papel vital que desempeñar en el reconocimiento de una Economía Verde. Las ciudades, municipios, comunidades, autoridades locales, destinos turísticos o áreas urbanas y periurbanas más generales se han expandido drásticamente en tamaño y son muy complejas en todo el mundo.

Este artículo se centra en el desarrollo turístico de la ciudad de Agia Napa (Chipre) durante los últimos 45 años debido a la expansión de las actividades turísticas y cómo esas actividades han influido y reflejado en la población local, la industria turística local, la planificación urbana, el comportamiento social, etc. El objetivo principal fue comprender el desarrollo de la ciudad en el marco del Desarrollo Sostenible y proponer un plan estratégico para optimizar la calidad del destino y la calidad de vida.

Según una encuesta de auditoría, el centro histórico se encuentra en una profunda crisis ya que varias pymes han cerrado y se han perdido puestos de trabajo. La planificación estratégica propuesta promoverá numerosos puestos de trabajo; desarrollará nuevas pymes, equidad social, desempeño ambiental, viabilidad económica y una mejor calidad de vida. El análisis FODA se basó en hechos reales e indicó que entre las fortalezas más importantes se encuentran la posición del centro histórico y su accesibilidad desde todos los ángulos, la presencia del Monasterio Medieval mientras que las principales debilidades siguen siendo la crisis económica y las principales amenazas de destinos turísticos más atractivos.

TOURIST ATTRACTION IN THE CALABARZON REGION, PHILIPPINES: BASIS FOR STRATEGIC PLANNING

Celis, M; Mendoza, E; Baruc, M. (2013)

El estudio determinó las perspectivas de desarrollar un marco de planificación estratégica del negocio turístico en la región de Calabarzon como base para diseñar un plan de desarrollo. El estudio analizó las realidades de los negocios de atracción turística en la región Calabarzon en términos cuantitativos y cualitativos. La investigación empleó un enfoque de triangulación de indagación a través de encuestas, entrevista y análisis documental para recopilar los datos y la información necesaria para el estudio.

Los resultados revelaron que la industria del turismo en la región del sur de Tagalog en Filipinas está estable en términos de tipos de atracciones turísticas, tendencias de llegadas de turistas, vínculos comerciales y servicios ofrecidos. Las posibilidades de los operadores de empresas de atracción turística de mantener su posición en la industria son altas debido a su uso prudente de ocho construcciones de marketing mix tales como lugar, producto, precio, promoción, programación, asociación entre otros. Este estudio también descubrió que los problemas en el funcionamiento del negocio turístico son similares a los de otras empresas, ya que todas se centran en los empleados y la dirección. Asimismo, este estudio mostró que las perspectivas de desarrollo del negocio de atracción turística son altas.

STRATEGY DEVELOPMENT BY USING SWOT – AHP

Oreski, D. (2012)

Este estudio empleó una combinación de DAFO análisis y proceso de jerarquía analítica en la planificación estratégica para el turismo de pequeñas ciudades de Europa, específicamente en la ciudad de Varazdin, que se encuentra en el noroeste de Croacia. El análisis FODA identifica factores internos y factores externos que son priorizados por expertos en dominio turístico mediante AHP. De esta manera, los factores internos priorizados del FODA se utilizan en la formulación de estrategias utilizando una matriz. Los resultados indican la estrategia de comunicación y la estrategia de promoción de marketing fueron eficaces al ser implementadas.

PLANNING THE COMPETITIVE CITY-REGION: THE EMERGENCE OF STRATEGIC DEVELOPMENT PLAN IN CHINA

Wu, F; Zhang, J. (2007)

Este artículo analizó el surgimiento del llamado plan de desarrollo estratégico urbano en China durante la competencia entre ciudades y la nueva gobernanza empresarial. Impulsado por el desarrollo orientado al mercado y la globalización, el gobierno local intenta superar las limitaciones de la planificación legal convencional para promover un plan de ciudad visionario. A través de estudios de casos de Guangzhou y Hangzhou, sostenemos que el plan estratégico es más o menos una declaración de misión de los líderes políticos y, por lo tanto, tiene una base social estrecha.

El surgimiento del plan estratégico refleja el cambio general de la planificación urbana hacia un importante instrumento para mejorar la competitividad económica. El plan estratégico a menudo carece de una base social amplia y sirve más o menos como una declaración visionaria de los líderes locales. Su elaboración se separa del proceso político mediante el cual se regula y construye la ciudad.

No se ha prestado suficiente atención a la política dentro del gobierno y la dinámica fuera del gobierno.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Turismo

El turismo es una de las mayores industrias mundiales de rápido crecimiento, respaldada por la conquista de desafíos socioeconómicos y ambientales contemporáneos, considerada una actividad potencialmente complementaria para las comunidades locales y especialmente para las familias de agricultores (Aslam y Awang, 2016). Además, es un segmento importante del desarrollo sostenible de la economía, que también representa un componente clave en la formación de la imagen del país a nivel regional e internacional (Aranda y Martínez, 2019).

En definitiva, es un sector clave en el desarrollo sostenible de los entornos naturales. Su capacidad para crear empleo estable y un nivel aceptable de ganancias está condicionada por la estabilidad de la actividad turística durante todo el año (Bravo et al., 2018). Por lo tanto, el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas (Nolivos et al., 2020).

2.2.2. Turismo sostenible

El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas (Vargas y Cuesta, 2018). Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible, con ello una buena gestión del turismo exige la sostenibilidad de los recursos de los que depende (Aranda y Martínez, 2019).

No obstante, el término desarrollo sostenible fue utilizado por primera vez por la Comisión Brundtland, que acuñó lo que se ha convertido en la definición más frecuentemente de desarrollo sostenible como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Castillo et al., 2015). En este sentido, el turismo sostenible persigue desarrollar su actividad generando un impacto mínimo sobre el medioambiente, es decir, se trata de fomentar un turismo respetuoso con el ecosistema, con mínimo impacto sobre el medioambiente y la cultura local (Nolivos et al., 2020).

2.2.3. Sistema turístico

La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente (Varisco y Benseny, 2013). De esta manera, el sistema turístico se estructura en cuatro elementos sustanciales: los atractivos y las consiguientes actividades que éstos posibilitan, la infraestructura turística, la planta turística y la superestructura turística (Pineda et al., 2019). Estos elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes (Vallejo, 2019).

A raíz de lo descrito anteriormente, los componentes del sistema turístico son:

2.2.3.1. Oferta

Es el conjunto de elementos que conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas (Pineda et al., 2019). Así se distinguen los siguientes componentes: los recursos y atractivos turísticos, la planta turística (las empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y los elementos institucionales (las instituciones públicas y privadas que intervienen en el desarrollo turístico) (Cardona, 2014).

Por otro lado, mencionan que una oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente que desea realizar un viaje turístico. El objeto de la oferta turística es un consumidor, un turista. Por lo tanto, al planificar y desarrollar un paquete de servicios, es necesario identificar las necesidades reales del cliente y orientar la oferta a estas necesidades (Ylatoma, 2018).

- **Atractivos turísticos**

Según Carvajal y Lemoine (2018), el concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

De esta forma, los atractivos y recursos turísticos son considerados como la base del desarrollo turístico de una localidad, debido a que el turismo es esencial para el desarrollo de una localidad, es importante invertir en ellos para fortalecer el patrimonio, la identidad cultural, conservarlos y de igual forma motivar a los turistas para que realicen una visita (Cartuche et al., 2018). Se clasifican en naturales y culturales.

Por una parte, los atractivos naturales muestran la biodiversidad de un territorio; se expresa en parques naturales, reservas naturales, parajes naturales, paisajes, cuevas, fuentes de aguas termales, manantiales, playas, ríos, flora, fauna. Mientras que, Los atractivos culturales se encuentran vinculados al patrimonio tangible e intangible, relativo a gastronomía, tradiciones, fiestas y manifestaciones culturales, artesanía, eventos especiales, ferias, jornadas (García et al., 2018).

- **Planta turística**

Según Pineda et al. (2019), menciona que la planta turística es el conjunto de servicios básicos y complementarios que satisfacen los requerimientos del visitante, bajo estándares de calidad, regulado por organismos nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y mejoramiento de la oferta brindada, bajo convenios establecidos de acuerdo al rubro y giro comercial ofrecido, entre los cuales, se mantiene la prestación de alojamiento, alimentación, transportación y apoyos adicionales o secundarios.

Son todas las empresas que facilitan la permanencia del turista en el destino proporcionando servicios de alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc (Cardona, 2014). Es decir, son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados: hoteles, restaurantes, agencias de viaje, etc (Vargas y Cuesta, 2018).

- **Infraestructura turística**

Son todos aquellos elementos que proporcionan servicios no exclusivamente turísticos y que en primer lugar buscan la satisfacción de la población local, pero sin los cuales sería imposible el funcionamiento de los servicios turísticos (Pineda et al., 2019). De esta manera, son las carreteras, los ferrocarriles, los puertos, los aeropuertos, las comunicaciones, las redes de energía, las de agua potable y residual, los sistemas de recogida de residuos, etc. Algunos autores hacen la distinción entre infraestructura e infraestructura de apoyo, refiriéndose a la primera como aquellos elementos estáticos y a la segunda como los que se van transformando de acuerdo con las necesidades (ej. infraestructura: una ruta aérea, una vía marítima; infraestructura de apoyo: un aeropuerto o un puerto marítimo) (Cardona, 2014).

Forman parte de la misma los siguientes elementos:

- **Servicios básicos:** agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, etc.
- **Transporte:** puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- **Caminos:** rutas existentes, estado.
- **Servicios:** comercio, salud, educación, comunicaciones, etc.

- **Superestructura turística**

La superestructura turística es entendida como aquel soporte del cual hacen parte los institutos e identidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, que tienen como función principal el desarrollo y fomento del turismo. Asimismo, la superestructura está en el nivel superior de los elementos que conforman el patrimonio turístico con el objetivo de alcanzar el óptimo funcionamiento de los otros elementos del producto turístico de un lugar (Niebles et al., 2020). Por otra parte, Escribano y Torres (2021) la definen como el conjunto de entidades públicas y privadas que funcionan con el objetivo de armonizar la producción, comercialización y venta de los servicios turísticos.

2.2.3.2. Demanda turística

Según la Ramón y Abellán, (2014) la demanda es el componente más dinámico del sistema e implica al grupo de personas (actuales o potenciales) que viajan y hacen uso de los servicios e instalaciones creadas para su recreación.

Desde un punto de vista socioeconómico, la demanda está determinada por la facilidad de acceso a los transportes, por los ingresos, por el nivel educativo y por el deseo de salir de la rutina; la demanda turística se genera cuando la sociedad haya superado, en forma general, un nivel de renta suficiente para cubrir las necesidades básicas (Niebles et al., 2020). En contrapartida las sociedades con grandes polarizaciones en la concentración de la riqueza generarán una demanda turística limitada o restringida (Cardona, 2014).

Asimismo, Carrasco y Beltrami (2020) mencionan que la demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística. La demanda turística, como en todo mercado se divide en:

Demanda turística actual o real, como aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico.

Demanda turística potencial, como aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.

- **Análisis de la demanda turística**

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha

demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc (Cardona, 2014).

Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado, a la que se hace referencia en otras partes (básicamente investigación estadística e investigación de campo) (Diezma, 2021).

- **Universo**

Representa el estado de la naturaleza o la forma de las cosas con respecto a un fenómeno aleatorio en particular, mismo que puede identificarse a través de una característica medible por la manera en que ocurren las cosas con relación a X puede definirse como un modelo de probabilidad que recibe el nombre de distribución de probabilidad de la población (González, 2018).

- **Muestra**

Es una colección de datos que se obtienen a llevar a cabo repetidos ensayos de un experimento para lograr una evidencia representativa acerca de la población en relación a la característica X (Diezma, 2021). Si la manera de obtener la muestra es imparcial y técnicamente buena, entonces la muestra puede contener información útil con respecto al estado de la naturaleza y a partir de ello se podrán formular inferencias (Carrasco y Beltrami, 2020).

2.2.4. Análisis FODA

El análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, institución, proyecto o persona, analizando sus características internas y su situación externa en una matriz cuadrada. Los dos primeros factores (fortalezas y debilidades) están relacionadas con factores organizacionales, mientras que las oportunidades y las amenazas cubren un contexto o entorno más amplio en que opera la entidad (Collins y Wall, 2007).

Asimismo, FODA es uno de los métodos más extendidos de gestión y es un instrumento utilizado por los gerentes en la creación de estrategias (Kurttila et al., 2020). Usado comúnmente como herramienta para el análisis de factores internos y externos en con el fin de lograr un enfoque sistemático y un apoyo a abordar la situación. Los factores internos y externos son el más importante para el futuro de las empresas. Ellos se denominan factores estratégicos y se presentan en la matriz FODA. El objetivo final de la estrategia proceso de planificación, del cual el FODA es una de las fases iniciales, es el desarrollo y adopción de estrategia resultando en una buena relación entre el

factores internos y externos. FODA también se puede utilizar cuando la alternativa aparece de repente y necesita analizar el contexto de las decisiones al respecto.

Finalmente, el análisis FODA es en realidad un método para ayudar con formulación de estrategias, tiene como objetivo identificar las fortalezas y debilidades de la organización y las oportunidades y amenazas en el entorno de la organización, no obstante, sirve como soporte para la toma de decisiones y es a menudo se utiliza como herramienta para el análisis sistemático de la organización, influencias tanto internas como externas en la organización (Yuksel y Dagdeviren, 2007).

2.2.5. Visión filosófica

2.2.5.1. Misión

Según la SENPLADES (2012) misión es la razón de ser de la institución, y parte del rol y las competencias de la misma. El consenso y la participación son elementos fundamentales a la hora de definir la misión, ya que permiten el compromiso y la motivación necesaria para movilizar a las y los integrantes de la organización. Además, describe el motivo o la razón de ser de una organización, empresa o institución. Se enfoca en los objetivos a cumplir en el presente. Debe estar definida de manera precisa y concreta para guiar al grupo de trabajo en el día a día (Manrique, 2019).

La misión abarca al ámbito de acción de la institución y a todos sus niveles. Responde a la naturaleza de las actividades institucionales y a la población a la que sirve, por lo tanto Cappelen y Pedersen (2021) que la misión debe considerar los siguientes elementos:

- Atraer la comprensión y el apoyo de entidades externas
- Identificar el ámbito de acción de la entidad
- Incorporar valores de la institución
- Ser clara y positiva
- Transmitir lo que define a la institución lo que le diferencia de otras entidades que trabajan en las mismas temáticas

2.2.5.2. Visión

Según la SENPLADES (2012) resulta ser una imagen proyectada del futuro deseado por la organización, es una declaración general que describe la situación a la que la institución desea llegar dentro de los próximos años. Describe una expectativa ideal sobre lo que se espera que la organización sea o alcance en un futuro, por lo tanto debe ser realista, pero puede ser ambiciosa; su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo (Manrique, 2019). Considera los siguientes elementos para su formulación:

- Apela a valores e intereses comunes
- Dimensiona el tiempo, propone un tiempo para alcanzar el futuro deseado
- Es positiva, alentadora y comunica entusiasmo
- Es realista, en la medida de lo posible
- Proyecta sueños, persigue un futuro mejor

2.2.5.3. Objetivos

Describe los resultados que la institución desea alcanzar en un tiempo determinado, hacia dónde deben dirigirse los esfuerzos y recursos (SENPLADES, 2012). Es así que, los objetivos son resultados específicos a largo plazo que una empresa espera lograr mediante su misión, permanecen estables un largo tiempo, por ser básicos para la empresa. Los objetivos suministran dirección, ayudan en la evaluación crean sinergia, apoyan el control y planificación efectiva (Manrique, 2019). Los objetivos deben ser medibles, razonables, coherentes. Deben fijarse tanto para la empresa en general como para cada división.

2.2.5.4. Políticas

Son las pautas de procedimiento que delimitan los márgenes de operación de los diversos agentes o elementos de la organización, representan los limitantes prácticos en la definición de estrategias, es decir son las directrices que se debe cumplir dentro de la empresa o proyecto (Morales, 2019). Es decir son los procedimientos que delimitan los márgenes de operación o elementos de la organización, es decir lo que se puede y no se puede hacer (García y Díaz, 2014).

2.2.5.5. Principios y valores

Son un conjunto de normas y creencias consideradas deseables, que guían la gestión de la entidad; representan su orientación y cultura institucional. Toda organización tiene un conjunto de valores, que pueden estar implícitos o explícitos, y deben ser analizados y, si fuera el caso, ajustados y redefinidos (García y Díaz, 2014).

Además, los valores de una empresa definen la manera en que gerentes y empleados deben conducirse, en que deben hacer negocio y el tipo de organización que deben construir para ayudarle a una empresa a alcanzar su misión (Morales, 2019). De esta forma, los principios y valores de una empresa ayudan a impulsar y a moldear el comportamiento dentro de una empresa, los valores generalmente se consideran el fundamento de la cultura organizacional (Manrique, 2019).

2.2.6. Planificación de proyectos

La planificación consiste en formular soluciones para una situación insatisfactoria mediante la determinación de los resultados que mejor atenderán a los problemas y necesidades que se hayan identificado y las medidas y recursos necesarios para lograr dichos resultados (Izquierdo y Pando, 2018).

2.2.6.1. Planificación

La planificación es diseñar una hoja de ruta que permita construir un futuro deseado, que propenda al desarrollo para el Buen Vivir y la reducción de las desigualdades y brechas de género, étnico-culturales, intergeneracionales, sociales y territoriales, previendo los recursos necesarios para el efecto (SENPLADES, 2012). Además, la planificación estratégica tiene como función: orientar la empresa hacia oportunidades económicas atractivas para ella y para la sociedad, es decir, adaptadas a sus recursos y su saber hacer, y que ofrezcan un potencial atrayente de crecimiento y rentabilidad, para lo cual deberá precisar la misión de la empresa, definir sus objetivos, elaborar sus estrategias de desarrollo y velar por mantener una estructura racional en su cartera de productos/mercados (Velasco, 2016).

2.2.6.2. Planes

Para una zona geográfica o un área técnica es el nivel más elevado de planificación operacional. Agrupa varios programas (y sus respectivos proyectos, actividades, etc.) con miras a lograr una parte de los objetivos estratégicos de la organización (Izquierdo y Pando, 2018).

El ciclo de la planificación según la SENPLADES (2012) comprende tres fases: la formulación, la implementación y el seguimiento y evaluación, lo cual se explica a continuación:

Formulación del plan: este proceso contempla el diagnóstico y análisis de la realidad en la que opera la entidad y la propuesta de acciones orientadas a modificar el entorno y solucionar los problemas y necesidades identificados.

Implementación del plan: es la ejecución de las acciones propuestas en el plan conforme a la programación plurianual y anual elaboradas.

Seguimiento y evaluación: consiste en la verificación oportuna del cumplimiento de las acciones programadas y el análisis de los resultados obtenidos a fin de conocer si el plan, los objetivos y los resultados se corresponden con las necesidades identificadas en la fase de diagnóstico y con la misión de la institución.

2.2.6.3. Programas

Es un conjunto de proyectos coordinados que se ejecutan para lograr objetivos específicos con arreglo a parámetros de tiempo, costo y desempeño definidos. Los programas destinados a lograr una meta común se agrupan en una entidad común (plan nacional, operación, alianza, etc) (Guerrero et al., 2020).

2.2.6.4. Proyectos

Un proyecto es la planificación y la ejecución de una serie de acciones que, siendo su fin el conseguir un objetivo determinado, se llevan a cabo. Entonces, un proyecto es la ideación de una tarea determinada, para la cual se establece el modo en el que se va a realizar. De esta forma, en el proyecto se debe recoger una planificación del conjunto de actividades, así como la forma de llevarlas a cabo (Felcman y Blutman, 2018).

2.2.6.5. Planificación estratégica

Es un conjunto de orientaciones técnicas y políticas que conducen las acciones hacia la consecución de objetivos y metas de mediano, corto y largo plazo. El plan incorpora la respectiva asignación de recursos (SENPLADES, 2012). Además, es una herramienta de gestión que promueve el desarrollo social en un determinado territorio. De esta manera, sienta las bases para atender las necesidades insatisfechas de la población y para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos (Felcman y Blutman, 2018).

2.2.6.6. Matriz de marco lógico

La metodología de marco lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre partes interesadas (Ojeda, 2017).

Puede utilizarse en todas las etapas de un proyecto: en la identificación y valoración de actividades que encajen en el marco de los programas, en la preparación del diseño de los proyectos de manera sistematizada y lógica, en la valoración del diseño de los proyectos, en la implementación de los proyectos aprobados y en el monitoreo, revisión del progreso y desempeño de los proyectos (de Francisco et al., 2015).

La matriz del marco lógico presenta en forma resumida los aspectos más importantes del proyecto. Posee cuatro columnas que suministran la siguiente información: un resumen narrativo de los objetivos y actividades, indicadores, medios de verificación y supuestos (Ojeda, 2017).

2.2.7. Plan operativo anual

El plan operativo anual (POA) es un documento formal en el que se enumeran, por parte de los responsables de una entidad facturadora (compañía, departamento, sucursal u oficina) los objetivos a conseguir durante el presente ejercicio (Chávez et al., 2017). Asimismo, es un instrumento para concretar y facilitar la implementación de las propuestas contenidas en el plan estratégico de una organización social. Es un instrumento importante para la gestión que permite y facilita la ejecución del plan, el seguimiento al cumplimiento de las actividades, la administración eficaz de los recursos y la adecuada ejecución del presupuesto (Catie, 2010).

Un POA es un documento que debe contener:

- Los resultados a lograr durante el año y los indicadores de cada resultado.
- Las actividades para lograr cada resultado, explicando cómo se lo va a conseguir.
- Las personas responsables de cada actividad.
- Los recursos que se necesitan y los que se disponen para realizar cada actividad.
- Un cronograma de las actividades a realizar con los recursos disponibles, acorde a la duración del POA.

Entre sus principales características, el POA debe ser un documento breve, concreto y sencillo. Para elaborarlo se requiere la participación del personal o el equipo que hará uso de él. Además de los objetivos y las descripciones de las actividades, el plan debe incluir fechas límite para concluir las tareas indicadas (Chávez et al., 2017).

En definitiva, el POA debe permitir lograr resultados de manera planificada, y ser un instrumento corto, ágil y sencillo. Mientras más largo y complicado sea un POA, menos se utiliza en una organización, además, las metas y resultados esperados deben estar claramente conocidos y difundidos en todos los niveles de la organización (Catie, 2010).

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Recurso turístico

Todo elemento material o inmaterial que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona pero que aún no han sido asociados a las actividades turísticas (Arnandis, 2019).

Son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en stock, en si constituyen la materia prima para las atracciones (Collin, 2019).

Es un elemento natural o cultural que puede motivar el desplazamiento, pero no se encuentra todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo (Ministerio de Turismo, 2018).

Todo elemento natural o cultural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio (Jurado & Pazos, 2018).

Son bienes y servicios que el hombre convierte en Patrimonio utilizable y explotable para generar corrientes turísticas hacia dicho destino (Trindade, 2018).

2.3.2. Atractivo turístico

Es el componente más importante del producto turístico, por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente turística hacia su localización. Apunta asimismo que constituyen el principal motivo para que el turista lo visite al destino y son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas (Macías et al., 2020).

Resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio (Ministerio de Turismo, 2018).

Es un sistema compuesto de tres elementos: un turista o elemento humano, un núcleo o elemento central y un marcador o elemento informativo. Así que será considerado atractivo turístico cuando estos tres elementos estén conectados (Sandoval et al., 2018).

Es un lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión (Carvajal & Lemoine, 2018).

Es un sitio de interés para los turistas, el cual destaca por su particularidad cultural, histórica, artística, arquitectónica, natural, recreativa, gastronómica, lingüística, arqueológica o astronómica. A menudo, un destino tiene más de un valor turístico para ofrecer (Vanegas et al., 2017).

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de diseño de investigación

El diseño de la investigación fue de tipo descriptiva para analizar las características del objeto de estudio en este caso el cantón Pallatanga para elaborar el plan estratégico en pro del desarrollo del turismo. Asimismo, se empleó una investigación de campo, apoyada en información proveniente de encuestas y observaciones.

3.2. Métodos de investigación

Para la presente investigación se utilizaron los siguientes métodos:

Inductivo: este método permitió realizar el diagnóstico turístico situacional del cantón Pallatanga que es una herramienta primordial para la planificación de destinos, viendo cada uno de los componentes como un subsistema a identificar y diagnosticar como se interrelacionan.

Deductivo: este método permitió elaborar análisis de la gestión turística del cantón Pallatanga que es una herramienta de control, permitiendo examinar las decisiones tomadas fueron correctas o no, si los datos utilizados para caracterizar o dimensionar la actividad turística fueron los más acertados.

Hipotético - deductivo: este método permitió realizar la comprobación de la hipótesis de estudio a través del diseño de una propuesta estratégica para potenciar el desarrollo turístico del cantón Pallatanga a partir del diagnóstico y del análisis de la gestión turística del territorio.

3.3. Enfoque de la investigación

El enfoque del estudio fue de tipo cualitativo, mismo que permitió la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva aplicada en combinación de métodos cuantitativos y cualitativos para obtener un panorama amplio de la situación actual de la actividad turística del cantón Pallatanga.

3.4. Alcance de la investigación

3.4.1. Exploratorio

El alcance del estudio fue exploratorio, ya que se obtuvo información general respecto al problema, incluyendo la identificación de posibles variables a estudiar en un futuro como las variables del

sistema turístico de un territorio: atractivos turísticos, infraestructura turística, planta turística y superestructura turística.

3.4.2. Explicativo

El alcance del estudio también fue de carácter explicativo, ya que se expuso las causas, sucesos, efectos, condiciones en las que se manifiesta la gestión en el cantón Pallatanga a través de la propuesta estratégica (programas y proyectos) para potenciar el desarrollo turístico del territorio.

3.5. Población de estudio

La población de la presente investigación para el análisis de la demanda turística estuvo constituida por turistas nacionales y extranjeros registrados en la Unidad de turismo del cantón Pallatanga de enero a diciembre del año 2021 (4208 turistas), siendo 3366 nacionales (80%) y 842 extranjeros (20%).

El tamaño de la muestra se calculó a través de la fórmula de poblaciones finitas, utilizando un margen de error del 5%.

Fórmula:

$$n = \frac{N(P * Q)}{\left[(N - 1) \left(\frac{E}{K} \right)^2 \right] + (P * Q)}$$

Donde:

n	= Tamaño de la muestra
N	= Universo de estudio
P	= Probabilidad de ocurrencia de un evento (0.5)
Q	= Probabilidad de no ocurrencia de un evento (0.5)
E	= Margen de error (5%)
K	= Nivel de confianza (1.96)
P*Q	= Probabilidad de ocurrencia, fenómeno (0.25)

Cálculo encuestas

$$n = \frac{(4208 * 0.25)}{\left[(4208 - 1) * \left(\frac{0,05}{1,96} \right)^2 \right] + 0.25} = 352 \text{ encuestas}$$

Teniendo un total de 352 encuestas: 282 para turistas nacionales y 70 para extranjeros.

3.6. Unidad de análisis

La unidad de análisis en el presente estudio fue la actividad turística desarrollada dentro del cantón Pallatanga en oferta (atractivos turísticos, infraestructura turística, planta turística y superestructura turística), y demanda (turistas nacionales y extranjeros).

3.7. Técnicas de recolección de datos

- Para realizar el diagnóstico turístico situacional del cantón, se realizó una revisión documental en documentos oficiales en relación a la actividad turística dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pallatanga y tesis en relación a este particular, para recolectar información de la oferta turística: i) atractivos turísticos, ii) infraestructura turística, iii) planta turística, y iv) superestructura turística. Mientras que, para recolectar información de la demanda se utilizó la técnica de la encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros con la finalidad de conocer sus gustos, preferencias y establecer el perfil.
- Para elaborar el análisis de la gestión turística del cantón se aplicó la técnica de la observación para analizar la problemática turística que incide en el territorio mediante la utilización de la matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) a partir de la cual se identificaron los aspectos positivos y negativos.
- Para diseñar la propuesta estratégica para potenciar el desarrollo turístico del cantón de igual manera se empleó la técnica de la observación para determinar los programas y proyectos a través de la metodología de marco lógico.

3.8. Instrumentos de recolección de datos

- El instrumento que se utilizó para determinar el diagnóstico turístico situacional del cantón fue la guía de análisis de documentos, lo que proporcionó un análisis amplio sobre la situación actual en el análisis de la oferta en el territorio. Adicionalmente, para el análisis de la demanda fue el cuestionario para turistas nacionales y extranjeros. Este instrumento fue diseñado con 14 preguntas cerradas (Anexos 1 y 2).
- El instrumento que se utilizó para elaborar el análisis de la gestión turística del cantón fue el registro descriptivo para referir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dentro de la matriz FODA conformando la situación actual de la gestión de la actividad turística del cantón. A partir de la cual se identificaron nudos críticos y factores claves de éxito los cuales fueron priorizados y evaluados (Tablas 1-3 y 2-3) según el nivel de actuación sobre la actividad turística del cantón.

Tabla 1-3: Valores de priorización de nudos críticos

Valor	Dificultad	Impacto	Duración
1	Bajo	Bajo	Corto plazo
2	Medio	Medio	Mediano plazo
3	Alto	Alto	Largo plazo

Fuente: Satán, 2016

En cuanto a los criterios de valoración son los siguientes:

En dificultad:

- ✓ Para 1 corresponde el criterio bajo, es considerado de fácil solución.
- ✓ Para 2 corresponde el criterio medio, para la solución de este nudo crítico se necesita conocimientos técnicos básicos.
- ✓ Para 3 corresponde el criterio alto, para la solución de este nudo es necesario aplicar conocimientos técnicos y científicos.

En impacto:

- ✓ Para 1 corresponde el criterio bajo, este nudo crítico tiene un impacto relativamente insignificante.
- ✓ Para 2 corresponde el criterio medio, este nudo crítico afecta a la población local y causa daños considerables.
- ✓ Para 3 corresponde el criterio alto, este nudo crítico bien pudiera terminar con la actividad turística de la zona y causar daños irreparables.

En duración:

- ✓ Para 1 corresponde el criterio corto plazo, su solución puede ser inmediata en cuestión de no más de un trimestre.
- ✓ Para 2 corresponde el criterio mediano plazo, su solución puede ser en cuestión de no más de un año.
- ✓ Para 3 corresponde el criterio largo plazo, su solución puede tardar más de un año y esta depende de terceros.

Tabla 2-3: Valores de priorización de factores clave de éxito

Valor	Calidad	Productividad	Exclusividad
1	Bajo	Bajo	Frecuente
2	Medio	Medio	Medio
3	Alto	Alto	Único

Fuente: Satán, 2016

En cuanto a los criterios de valoración son los siguientes:

En calidad:

- ✓ Para 1 corresponde el criterio bajo, este factor clave éxito no satisface las expectativas del cliente/consumidor.
- ✓ Para 2 corresponde el criterio medio, este factor clave éxito satisface de alguna forma las expectativas del cliente/consumidor.
- ✓ Para 3 corresponde el criterio alto, este factor clave éxito satisface las expectativas del cliente/consumidor.

En productividad:

- ✓ Para 1 corresponde el criterio bajo, este factor clave éxito es considerado de baja rentabilidad económica, ambiental, social y cultura para la empresa.
- ✓ Para 2 corresponde el criterio medio, este factor clave éxito da media rentabilidad económica, ambiental, social y cultural a la empresa.
- ✓ Para 3 corresponde el criterio alto, este factor clave éxito es considerado de alta rentabilidad económica, ambiental, social y cultural a la empresa.

En exclusividad:

- ✓ Para 1 corresponde el criterio común/frecuente, este factor clave éxito se puede encontrar en muchos lugares de la localidad, de la región o del país.
- ✓ Para 2 corresponde el criterio medio, este factor clave éxito se puede encontrar en algunos lugares de la localidad, de la región o del país.
- ✓ Para 3 corresponde el criterio único, este factor clave de éxito se encuentra en esta localidad.
- El instrumento que se utilizó para diseñar la propuesta estratégica para potenciar el desarrollo turístico del cantón fue el registro descriptivo para establecer la misión, visión, valores, principios, políticas, objetivos estratégicos y el marco filosófico y estratégico del plan: definición de programas, proyectos a través de la metodología de marco lógico (fin, propósito, componentes, actividades, indicadores, medios de verificación, supuestos y presupuesto). Además, se utilizó el diagrama de Gantt para generar la Planificación Operativa Anual (POA) en la distribución de las actividades e inversiones.

3.9. Procesamiento y análisis de datos recolectados

- El diagnóstico turístico situacional del cantón se analizó en función a los elementos del sistema turístico, en el caso de la oferta turística: i) atractivos turísticos (naturales y culturales), ii) infraestructura turística (abastecimiento de agua, energía eléctrica, saneamiento, acceso a servicios de telecomunicaciones y redes viales y de transporte), iii) planta turística

(establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas), y iv) superestructura turística. Mientras que para la demanda turística el procesamiento de los datos se realizó en el programa Microsoft Excel 2021, el análisis de la información se realizó en base a la estadística descriptiva mediante la generación de la frecuencia absoluta y relativa.

- El análisis de la gestión turística del cantón se examinó en función de los elementos de la matriz FODA: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Se utilizó los valores de priorización para el análisis de los nudos críticos (dificultad, impacto, duración) y factores clave de éxito (calidad, productividad, exclusividad).
- A partir del diagnóstico de la situación actual y del análisis de la gestión turística, se diseñó la propuesta estratégica para potenciar el desarrollo turístico del cantón Pallatanga.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Diagnóstico turístico situacional del cantón Pallatanga

4.1.1. Oferta

4.1.1.1. Atractivos turísticos

En Pallatanga existen importantes atractivos turísticos, a continuación se presenta el inventario de atractivos turísticos naturales y culturales:

Tabla 3-4: Atractivos turísticos del cantón Pallatanga

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
1	San Francisco de Trigoloma Altitud: 2882 m.s.n.m Coordenadas: 723321E 9782564N	Las tres Marías	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II	El mirador es denominado por los habitantes del sector como Las Tres Marías ya que este punto es colindante con la propiedad que lleva este nombre, perteneciente a la familia Martínez.	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
2	El Zarate Altitud: 1728 m.s.n.m Coordenadas: 72555054E 978006980N	Zarate	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II	Es una pequeña elevación ubicada estratégicamente en el valle, tiene una amplia visión hacia los cuatro extremos de Pallatanga, se pueden ver varias comunidades, y panorámica el valle de Pallatanga, también remanentes de bosque nativo y la cascada Santa Rosa.	
3	Santa Ana Norte Altitud: 1880 m.s.n.m Coordenadas: 9780830N 724857E	Las Almas	Sitio Natural	Río	Cascada	II	La cascada se encuentra en un remanente de bosque nativo. La cascada tiene dos caídas, la primera de aproximadamente 6 m y la segunda de 50 m, el ancho es de 2m. La escorrentía es de agua cristalina de poco caudal.	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
4	Santa Ana Norte Altitud: 1948 m.s.n.m Coordenadas: 9779750N 723937 E	Santa Rosa	Sitio Natural	Río	Cascada	III	Salto de agua de aproximadamente 8 m de caída, sobre una roca sólida un poco irregular, un ancho aproximado de 1.5 m, cuenta con aguas cristalinas. Además, cuenta con un centro de interpretación Turística.	
5	Santa Ana Norte Altitud: 1860 m.s.n.m Coordenadas: 9779200N 723843 E.	Santa Teresita	Sitio Natural	Río	Cascada	III	Cascada de 6 saltos, desde la parte más alta el recorrido de las aguas es sobre un declive rocoso y empinado de 30m x 3m de ancho, formando un pailón de 4 m de diámetro. Luego se divisa una caída de 17 m con un trecho de 1m, ampliándose en la parte más baja, de allí continúa una serie de saltos pequeños sumando entre los 6 un total de 65 m, cada una formando pailones en su descanso.	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
6	Santa Ana Sur Altitud: 1600 m.s.n.m Coordenadas: 724186 E 9777808N	Chazazal	Sitio Natural	Río	Cascada	II	Atractivo conjugado con un impresionante recurso paisajístico en su recorrido, entre otros se puede observar el Río Coco y el bosque a sus orillas, resaltando el tallo blanco de la Jigua, una vez llegada a la cima del mirador se puede apreciar la topografía irregular del cantón y localidades.	
7	San Jorge Alto Altitud: 2095 m.s.n.m Coordenadas: 9772991N 721125E	San Vicente	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II	Atractivo conjugado con un impresionante recurso paisajístico en su recorrido, entre otros se puede observar el Río Coco y el bosque a sus orillas, resaltando el tallo blanco de la Jigua, una vez llegada a la cima del mirador se puede apreciar la topografía irregular del cantón y localidades como Multitud, Las Rosas, El Salado, Sillagoto, Puente Sal Si Puedes, etc. Además si no está despejado se puede observar un impresionante colchón de nubes que	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
							combinados con las palmas se asemeja a un paisaje de la costa.	
8	San Jorge Bajo Altitud: 1084 m.s.n.m Coordenadas: 719121E 9773563N	San Jorge Bajo	Sitio Natural	Río	Cascada	II	La cascada cuenta con 2 saltos, la primera aproximadamente de 5m y la segunda de 10m, por un ancho aproximado de 2m, el caudal es considerable, las aguas libres de contaminación, cristalinas, cerca del pailón se encuentra una roca grande que adorna el paisaje, el lecho del cauce es rocoso y sólido, rodeado de un atractivo bosque nativo, para acceder hacia las otras caídas se necesita de mayor tiempo y existe un tanto de dificultad, pero con una aproximación se puede calcular 80m de caída entre todos los saltos.	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
9	Sillagoto Altitud: 1249 m.s.n.m Coordenadas: 9771063N 724314 E	Sillagoto/El Dorado	Sitio Natural	Río	Cascada	II	Se encuentra la hostería “Sillagoto Camping”, lugar de complemento para la cascada “El Dorado” (El nombre de la cascada se debe a la presencia de un mineral de color dorado y los pobladores de la localidad lo llaman soroche). La cascada recorre por un lecho de roca sedimentaria con un declive empinado de dos caídas, la primera de 2.5 m x 1 m de ancho, y la segunda es de aproximadamente 13 m x 1 m de ancho, tiene poco caudal.	
10	Guangashi la Tigrera Altitud: 1084 m.s.n.m Coordenadas: 719115E 9773557N	Guangashi (San Nicolás)	Sitio Natural	Río	Cascada	II	La cascada cuenta con 3 saltos de agua aproximadamente el primero de 15 m, y suman un total de 50 m por un ancho aproximado de 2.5 m, la cantidad de caudal es fuerte sobre todo en invierno es más fuerte.	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
11	Balazul Altitud: 1780 m.s.n.m Coordenadas: 9777610N 726097E	Balazul	Sitio Natural	Montaña	Mirador	II	Atractivo localizado al Sureste de la ciudad, de fácil accesibilidad es un punto estratégico para observar la ciudad de Pallatanga, su geomorfología montañosa, y comunidades como Las Almas, Santa Ana Norte y Sur, Chazazal y la vista panorámica de la Panamericana, todo ello conjugado con el sonido de algunos insectos y el murmullo del río Coco, adecuado para recibir viento fresco, y disfrutar de un momento de paz y tranquilidad.	
12	Jalubí Altitud: 2229 m.s.n.m Coordenadas: 9772635N 732072E	El Corazón	Sitio Natural	Bosque	Nublado Occidental	II	Es un remanente de Bosque nativo, compuesto por grandes árboles como el olivo, motilón, Chicharrón, etc. Influenciado por la ubicación geográfica, el clima y el suelo, se ha desarrollado una selva estratificada, las coronas de los árboles forman un dosel continuo, sobre el cual sobresalen las copas de	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
							los árboles grandes (de 30 m a 35 m aproximadamente) de forma ocasional.	
13	Yaguarcocha Altitud: 2265 m.s.n.m Coordenadas: 9757761N 731959E	El Paraíso	Sitio Natural	Bosque	Nublado Occidental	III	Es un remanente de bosque nativo de aprox. 150 has, ubicado entre las comunidades de Yaguarcocha y Palmital, de prominente cobertura vegetal, compuesto por diferentes especies de flora como el palmito, la Jigua, el canelo, cascarilla, entre otros, también existen especies de epifitas (musgo, bromelias, orquídeas). Los árboles de tamaño medio constituyen un estrato intermedio bastante continuo, el bosque no es muy denso y se puede transitar con facilidad. Se puede divisar algunas especies de aves y de insectos.	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
14	Guaro Altitud: 1913 m.s.n.m Coordenadas: 9777874N 730663 E	Guaro	Sitio Natural	Río	Cascada	II	Partiendo de la ciudad de Pallatanga por un camino de segundo orden, cruzando el barrio San Francisco tomamos el desvío que nos lleva a la Hostería El Pedregal, muy cerca de este en Km 1.6 se pasa por la comunidad Pilchipamba, posteriormente en el Km 2 se pasa por la entrada a la Hostería, de allí el camino es de tercer orden, pero en buen estado, en el Km 5 se encuentra el puente del Río Coco, y finalmente en el Km 6.4 está la cascada de Guaro, junto al carretero.	
15	Guaro grande Altitud: 2162 m.s.n.m Coordenadas: 730809E 9776621N	Guaro grande	Sitio Natural	Bosque	Nublado Occidental	II	El bosque se ubica en una quebrada amplia, donde se puede observar paisajes típicos de la zona montañosa y de topografía irregular. Es un manojo verdoso con plantas de hojas perennes, principalmente de especies arbóreas como: cedro, canelo,	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
							arrayán, palo blanco. También encontramos especies de epifitas (musgo, bromelias, orquídeas, entre otras). Se puede observar algunas especies de aves y de insectos.	
16	San Juan de Trigoloma Altitud: 1994 m.s.n.m Coordenadas: 9782509N 727635E	La Soledad (Virgen del agricultor)	Sitio Natural	Río	Cascada	II	La cascada se encuentra en medio de una vegetación verdosa, y gracias a la misma sus aguas se mantienen constantemente alimentadas, sin embargo es de poco caudal, el salto de agua es de 15 m por 1.5 m de ancho, su lecho forma una especie de canal bien definido, con una saliente a un costado debido a la conglomeración de un mineral que los pobladores de la localidad la llaman licamancha.	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
17	San Miguel de Jipangoto Altitud: 1540 m.s.n.m Coordenadas: 789500E 9777808N	San Miguel (Virgen del agricultor)	Sitio Natural	Río	Cascada	II	La cascada cuenta con 1 salto de agua aproximadamente de 10 m, por un ancho aproximado de 1.5 m, la cantidad de caudal depende de acuerdo a la época del año así pues en invierno es más fuerte y en verano disminuye, así también junto a la cascada se puede encontrar una pequeña gruta donde descansa la imagen de un virgen bautizada como "La Virgen del Agricultor".	
18	Cabecera Cantonal Pallatanga Altitud: 1336 m.s.n.m Coordenadas: 9772650N 724080E	Cornelio Dávalos	Manifestación Cultural	Histórico	Arquitectura Civil	II	El puente Cornelio Dávalos es conocido como el puente "Salsipuedes" por estar situado sobre la quebrada que lleva ese nombre. El puente fue inaugurado a fines de 1971.	

N°	Comunidad/sector	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Descripción	Fotografía
19	Pallatanga	Gastronomía	Manifestación Cultural	Histórico	Gastronomía	II	En Pallatanga el turista puede deleitar su paladar, degustando platos exquisitos y tradicionales de la localidad, que forman parte de la gastronomía nacional.	

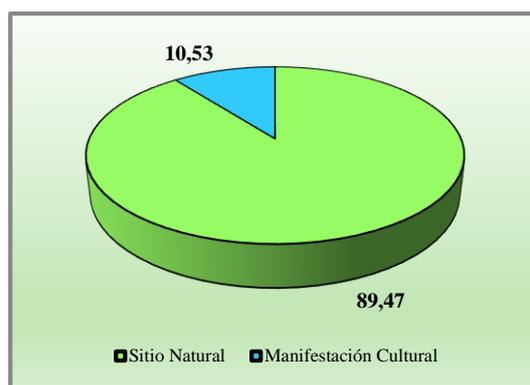
Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

El cantón Pallatanga cuenta con un total de 19 atractivos turísticos entre naturales y culturales.

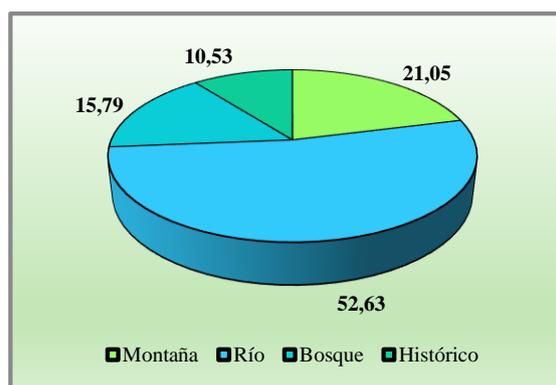
Tabla 4-4: Detalle de atractivos turísticos del cantón Pallatanga

Atractivos	Categoría	Sitio Natural	N°	%
			Manifiestaciones culturales	2
	Tipo	Montaña	4	21,05
		Río	10	52,63
		Bosque	3	15,79
		Histórico	2	10,53
	Subtipo	Mirador	4	21,05
		Cascada	10	52,63
		Nublado Occidental	3	15,79
		Arquitectura Civil	1	5,26
		Gastronomía	1	5,26
	Jerarquía	I	0	0,00
		II	16	84,21
		III	3	15,79
		IV	0	0,00

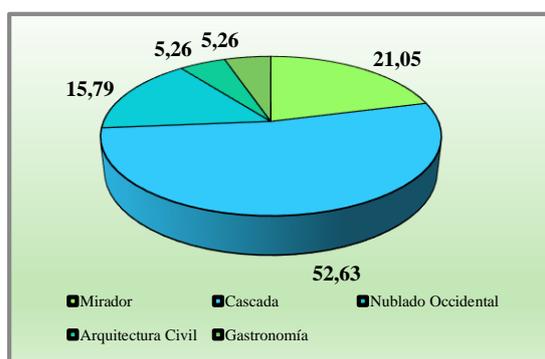
Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022



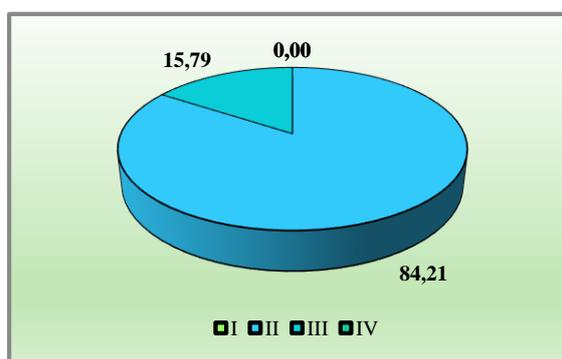
Categoría



Tipo



Subtipo



Jerarquía

Gráfico 1-4: Atractivos turísticos del cantón Pallatanga

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

El cantón Pallatanga presenta un total de 19 atractivos turísticos, de los cuales el 89,47% representan a atractivos turísticos naturales y tan solo el 10,53% son manifestaciones culturales. En relación con

el tipo se distribuyen en su mayoría a ríos (52,63%) y montañas (21,05%). De subtipo están en un 52,63% cascadas y 21,05 miradores. La jerarquía de los atractivos se ve representado en su mayoría los de jerarquía II (84,21%).

4.1.1.2. Infraestructura turística

- **Abastecimiento de agua**

Las fuentes de captación para el abastecimiento de agua de la ciudad de Pallatanga, se lo realiza de tres fuentes: El Sagrario con 6 l/s, Millihauico 1 con 6 l/s, Millihauico 2 con 9 l/s y las Palmas con 2 l/s, estas tres fuentes de captación proporcionan un caudal de 23 l/s para ser tratada, pero en épocas de verano (estiaje) el caudal baja a 13 l/s. Las vertientes son conducidas al tanque de reserva ubicado en Lugmapata, para luego conducir a los tanques de filtración ubicados en la Morera, para finalmente dirigirse al tanque distribuidor ubicado en la Florida para recibir el tratamiento bajo el sistema de cloro gas, finalmente es distribuido a la ciudad.

- **Energía eléctrica**

El servicio eléctrico lo brinda la Empresa Eléctrica Riobamba S.A. Su oficina matriz se ubica en la ciudad de Riobamba, en las calles Larrea y Primera Constituyente y su número de telefonía local es el 03-2960283. De acuerdo con información de EERSA, se determinó que existen 1276 abonados en el área urbana del cantón Pallatanga, es decir, 1276 son consumidores tipo residencial, 9 son industriales y 1 comercial. Mientras en la parte rural hay 1573 abonados, todos son de tipo residencial.

- **Saneamiento**

El cantón Pallatanga cuenta con un nuevo sistema de alcantarillado sanitario y pluvial, el cual se distribuye desde el sector Coliseo y Central del cantón, dentro del estudio estuvo prevista la construcción de tres plantas de tratamiento cada una con sus respectivas lagunas facultativas, pero por estar dentro del área urbana se suspendió, por no cumplir los requerimientos y normas del medio ambiente. Estas plantas de tratamiento serán reubicadas y se encuentran en proceso estudios de factibilidad, por lo que el desfogue de aguas servidas se lo hace directamente en el río Huitzize.

Las aguas lluvias que se generan en el sector urbano y parte de escorrentías que se forman en el sector rural descargan directamente al río Coco a la altura de los predios de Salalva S.A. (sector Santa Ana Sur).

De la recolección de basura y tratamiento de desechos sólidos, en la actualidad se está trabajando a través Empresa Pública Municipal Mancomunada de Aseo Integral Bucay, Cumandá y Pallatanga,

para la gestión integral de los residuos sólidos de los tres cantones, liderada por la Fundación IPADE (Instituto de Promoción y Apoyo al Desarrollo). El modelo de gestión integral de residuos sólidos de los tres cantones, el cual comprende la clasificación domiciliar y recogida separada de la fracción orgánica e inorgánica, el tratamiento de materia orgánica mediante compostaje, para los residuos inorgánicos, se realiza la recuperación de reciclables y la disposición final de rechazo en un relleno sanitario, fuera de Pallatanga en el cantón Cumandá. La red de alcantarillado es 15 km aproximadamente.

- **Acceso a servicios de telecomunicaciones**

Referido al servicio telefónico, la oficina matriz de la Corporación Nacional de Telecomunicación (CNT), se encuentra en Riobamba, en las calles Tarqui y Veloz, el servicio de telefonía fija en el cantón lo brinda el estado a través de CNT. La telefonía se concentra en la zona urbana con 706 líneas, esto representa una cobertura del 60% del total de viviendas, mientras el sector rural registra un 2% de atención.

La comunicación y conectividad se revela en el servicio de Telefonía Móvil, la intensidad de las señales de las operadoras movistar, CNT y claro son buenas dentro del área urbana del cantón, pero no ocurre lo mismo en las áreas rurales donde los usuarios señalan que la mejor cobertura la brinda Movistar. Por su parte, el servicio de Internet en la municipalidad cuenta con el servicio que brinda la CNT mediante fibra óptica, 2GB en el centro del cantón hay cinco locales que prestan servicio de internet al público, dos de ellos poseen el servicio de fibra óptica del CNT. La conectividad a internet se registra en 46 lugares de la zona urbana, lamentablemente las áreas rurales del cantón no poseen este servicio debido a las largas distancias y a la pobreza de la población.

Por su parte, los medios de comunicación Televisiva, el sistema de televisión por cable Pallatanga TV, creado en el año 2001 con carácter privado, es el canal que actualmente da cobertura del servicio. Dentro del sistema existe un canal local el cual brinda la difusión de información: noticias, deportes, sociales, entrevistas, publicidad, música, entretenimiento y otros. Son alrededor de 1000 beneficiarios que aprovechan este medio de comunicación. Su cobertura llega a nivel del centro urbano y barrios periféricos.

Los medios de comunicación radial, se cuenta con la radio local “La Voz de Pallatanga” con frecuencia onda media 153,0 AM, la cual fue creada el 1 de mayo de 1985, tiene una cobertura a nivel cantonal, parte de la provincia de Bolívar, Alausí y Cumandá. La programación se registra desde las 05h00 am hasta las 22h00 pm, es decir 17 horas ininterrumpidas, con la siguiente programación: noticias, entrevistas, deportes, publicidad y otros. La radio Primavera con frecuencia modulada 98.1 FM, fue creada el 1 de septiembre de 2010, brinda programación religiosa, juvenil

“Música el vacilón de la tarde”, noticias y deportes. Su cobertura es solo local con transmisión las 24 horas.

- **Redes viales y de transporte**

Referido a las vías de acceso, el cantón Pallatanga cuenta con vías de comunicación internas y externas, en su totalidad tiene alrededor de 553 km de vía en la parte rural y 19 km en el área urbana, dando un total de 572 km de vía, las vías están definidas y consideradas en dos grupos de primer y segundo orden.

Del transporte público, la comunicación vial para el cantón es terrestre por la vía interprovincial que une a Chimborazo y Guayas. Se puede llegar en transporte público y privado desde la mayoría de las ciudades del país, Riobamba y Guayaquil son los centros poblados más cercanos de mayor importancia, y a través de estas dos ciudades y sus principales vías de comunicación, se une Pallatanga con todo el país. El servicio de transporte interno a las comunidades rurales del cantón se oferta mediante camionetas de servicio público, con la Cooperativa Transpalla y cooperativa Pallatanga, cada una legalizada.

Vialidad interna y externa son de 3º orden y su estado vial calificado de regular en tiempo de verano y malo en tiempo de invierno. Aproximadamente la cobertura superficial de vías se estima en un 78%. Existe 23.5 km de vías en el área urbana, de los cuales el 56 % son vías lastradas y de tierra. La vía interprovincial Riobamba – Guayaquil cruza el cantón, es de 34.6 Km aproximadamente.

4.1.1.3. *Planta turística*

- **Establecimientos de alojamiento**

En el cantón se han identificado 9 establecimientos para alojamiento, cinco hosterías, y cuatro hostales. Las hosterías que en su mayoría atienden los fines de semana, también prestan servicios extras como: pesca deportiva, piscina, áreas verdes, canchas, alimentación, además la visita a las cascadas, se ofertan también paquetes de una a tres noches. Los hostales ubicados en el centro de la cabecera cantonal son de tercera categoría, teniendo acogida por viajeros que están de paso, prestan atención permanente. A continuación, se detallan los establecimientos de alojamiento existentes en el territorio:

Tabla 5-4: Establecimientos de alojamiento del cantón Pallatanga

Clasificación	Nombre	Representante legal	Dirección /teléfonos	Capacidad	Costo/noche
Hostería	El Pedregal	Santiago Carrasco	Km 1 y 1/2 Vía a Pilchipamba /0995978598	Consta de 12 habitaciones y 2 Swits	\$12,5 Hab. \$15 Swits.

Clasificación	Nombre	Representante legal	Dirección /teléfonos	Capacidad	Costo/noche
	Di Carlo	Carlos Piña	Vía a Bucay / 985355621	5 cabañas	\$15 hab.
	Ecovita Organicé	Ricardo Salazar	Pallatanga Km 139 vía a Riobamba/ 0999085226	10 carpas / 5 habitaciones	\$40 Matrimonial
	Milliguayco	Catalina Alarcón	Vía a las Palmas/ 991394786	50 personas	\$25 hab. Estándar + desayuno
	El Valle	Gabriel Álvarez	Sector Los Llanos - Vía Principal Km 136 /032324027 / 0984081583	150	\$15 Hab. \$10 Cab. por Pers.
Hostales	Melita	Romelia Martínez	10 de Agosto 114 y Rocafuerte	17	\$10.00
	Primavera	Angelita Medina	Eloy Alfaro y Panamericana	12	\$10.00
	Midwey	Rodolfo Torres	Eloy Alfaro y río Huitzitzí	12	\$10.00
	Mi Chanita	Melida Salazar	Panamericana Sur, frente al Colegio	15	\$10.00

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

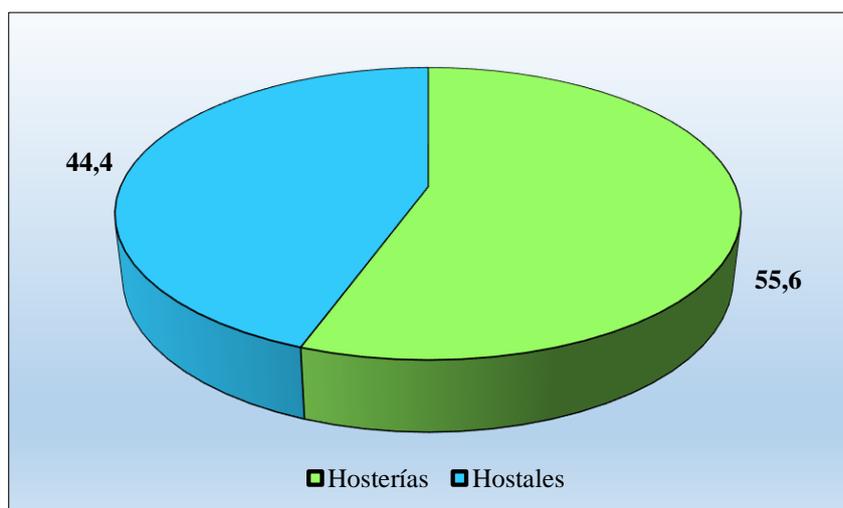


Gráfico 2-4: Establecimientos de alojamiento del cantón Pallatanga

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

- **Establecimientos de alimentos y bebidas**

Son 19 establecimientos los que brindan el servicio de alimentos y bebidas, los cuales están ubicados en el centro poblado, cerca de la vía principal, con el fin de captar a los viajeros de paso. Además, en la vía principal existe la venta de fritada, locales otorgados a la asociación de vendedoras Virgen de las Mercedes (vivanderas), actualmente existen diez puestos en donde se vende fritada, choclos con queso, empanadas, jugos, batidos, colas, aguas.

Tabla 6-4: Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pallatanga

Restaurante	Dirección	Capacidad
El Paraíso	Panamericana Sur	25
El Chinito	Panamericana Sur (vía principal)	80
El Criollo	Panamericana Sur (vía principal)	48
Sitio Del Sabor	Frente al Parque	20
Rinconcito Pallatanguño	24 de mayo Frente al Municipio	24
Alexander	Velasco Ibarra	30
El Manaba	Velasco Ibarra	60
Mayrita	Panamericana Sur	24
Rosita	Panamericana Sur	30
Bopán	Panamericana Sur	60
Don Rafa	Panamericana Sur	40
Sabor Latino	Panamericana Sur	40
El Turista	Panamericana Sur	40
Delicias De Sarahi	Bolívar Bonilla y 10 de agosto	50
El Ñato	Eloy Alfaro y 10 de Agosto	16
Cafetería	Dirección	Capacidad
Lunch&Sweet	Sector María de Lourdes	10
Choko	24 de mayo, junto al municipio	20
Tortillas De La Abuela	San Francisco de Trigoloma, vía a Riobamba	24
Coco	24 de mayo, junto al municipio	20

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

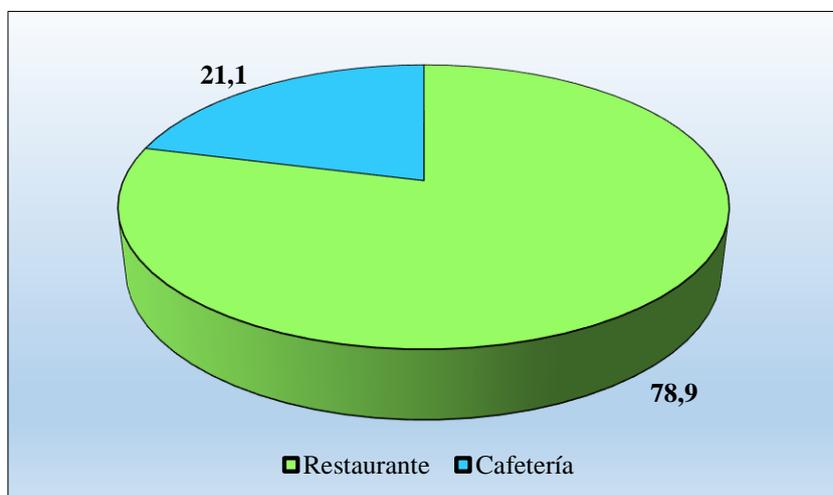


Gráfico 3-4: Establecimientos de alimentación del cantón Pallatanga

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

- **Establecimientos de operación e intermediación**

Luego de revisar dentro del catastro turístico nacional (2021) los establecimientos existentes en el Ecuador, se pudo determinar que dentro del cantón Pallatanga no se registran establecimientos que brinden servicios de operación e intermediación.

4.1.1.4. Superestructura turística

Tabla 7-4: Actores en el cantón Pallatanga

Actor
1. Gobierno Central
2. Gobierno Provincial de Chimborazo
3. GAD municipal Pallatanga
4. Empresa Eléctrica
5. Empresa Municipal Mancomunada de Aseo Integral Bucay, Cumandá y Pallatanga
6. Comisaria Nacional
7. Policía
8. Asociación servidores turísticos
9. Líderes comunitarios
10. BAN Ecuador

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

4.1.2. Demanda

4.1.2.1. Información obtenida turistas nacionales

- **Género de los turistas**

Tabla 8-4: Distribución de la demanda según el género

Género	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Masculino	132	132	46,81	46,81
Femenino	150	282	53,19	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

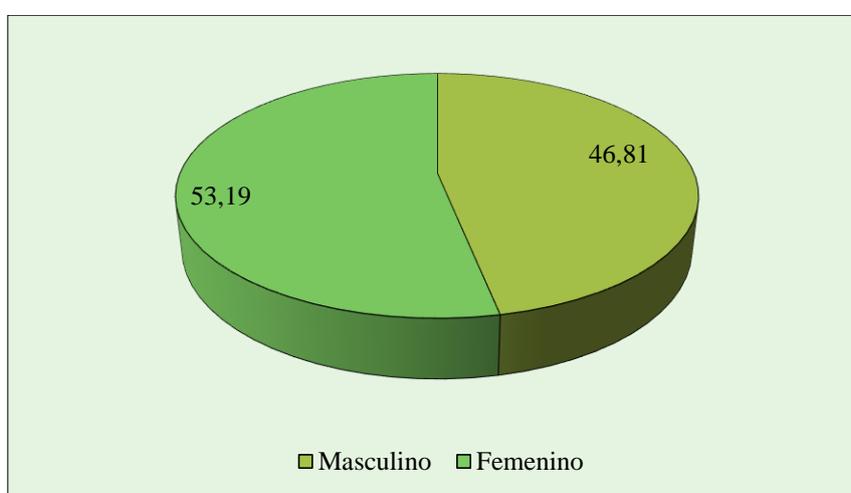


Gráfico 4-4: Distribución de la demanda según el género

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: La mayoría de los turistas son de género femenino (53,19%) y minoritariamente de género masculino (46,81%).

- **Edad**

Tabla 9-4: Edad

Edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
15 a 25 años	71	71	25,18	25,18
26 a 35 años	101	172	35,82	61,00
36 a 45 años	54	226	19,15	80,15
46 a 55 años	37	263	13,12	93,27
56 en adelante	19	282	6,74	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

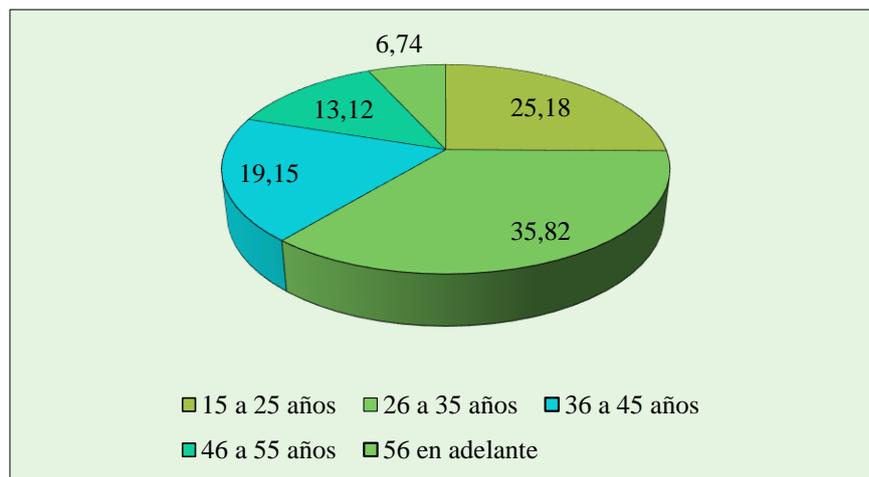


Gráfico 5-4: Edad

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Según los datos obtenidos de los encuestados indican que la mayoría de turistas que visitan Pallatanga se encuentran en un rango de edad de entre 26 a 35 años (35,82%), mientras son pocos los encuestados con una edad mayor a 56 en adelante (6,74%).

- **Procedencia**

Tabla 10-4: Lugar de procedencia

Lugar de procedencia	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Riobamba	36	36	12,77	12,77
Guayaquil	102	138	36,17	48,94
Quito	43	181	15,25	64,19
Santo Domingo	54	235	19,15	83,34
Cuenca	29	264	10,28	93,62
Otros	18	282	6,38	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

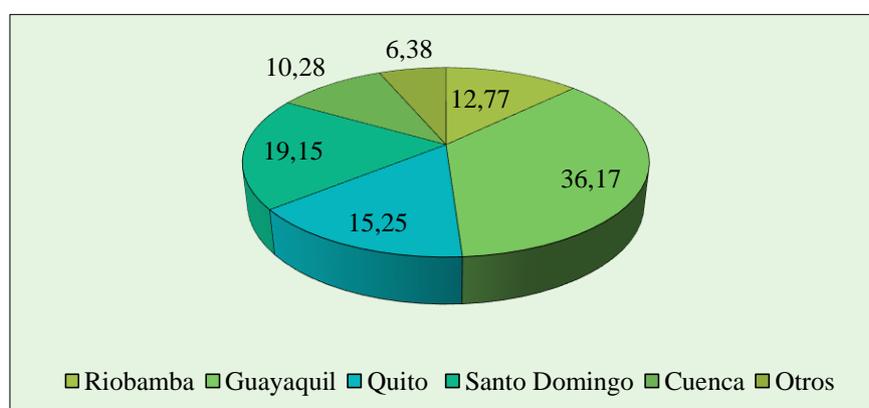


Gráfico 6-4: Lugar de procedencia

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: En cuanto a la procedencia se identificó que la mayoría de los turistas provienen de la ciudad de Guayaquil (36,17%), seguido de Santo Domingo (19,15%), mientras que en menor cantidad lo hacen de otros lugares (6,38%).

- **Conocimiento del cantón Pallatanga**

Tabla 11-4: Conocimiento del cantón Pallatanga

Conoce Pallatanga	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Si	272	272	96,45	96,45
No	10	282	3,55	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

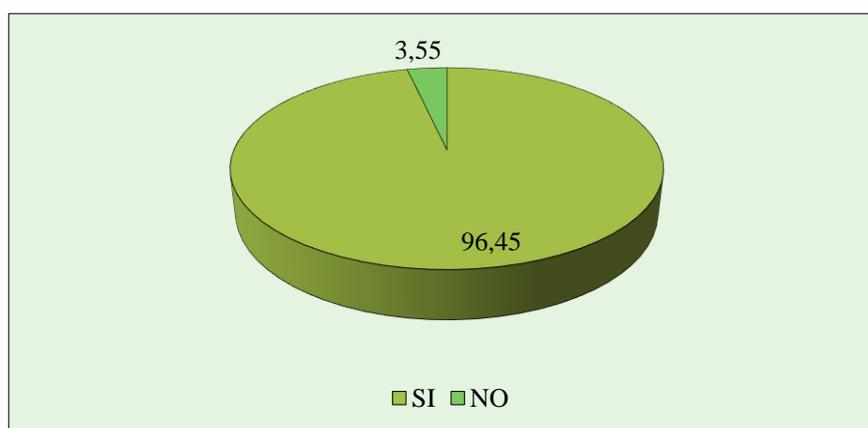


Gráfico 7-4: Conocimiento del cantón Pallatanga

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: El (96,45%) de los turistas conoce el cantón Pallatanga, mientras el 3,55% no lo conoce.

- **Visita al cantón Pallatanga**

Tabla 12-4: Visita al cantón Pallatanga

Visita al cantón	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Si	272	272	96,45	96,45
No	10	282	3,55	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

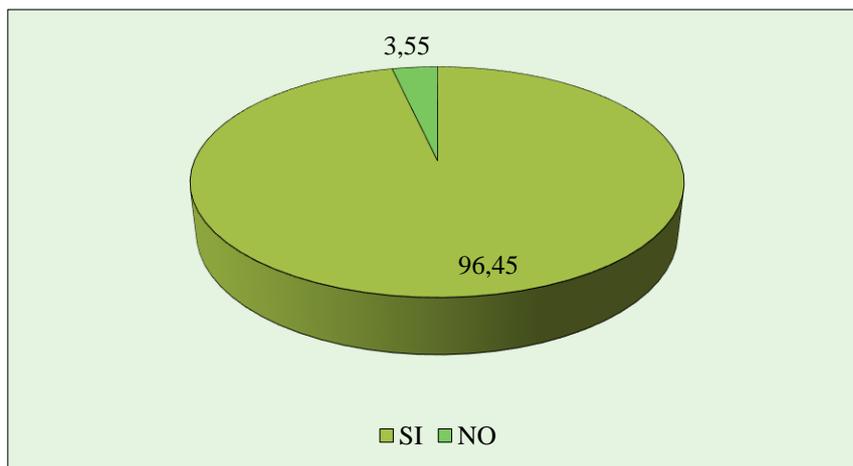


Gráfico 8-4: Visita al cantón Pallatanga

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Los resultados indican que el 96,45% de los encuestados se encuentran interesados por visitar el cantón Pallatanga.

- **Servicios que les gustaría utilizar a las personas encuestadas**

Tabla 13-4: Servicios que les gustaría utilizar a las personas encuestadas

Servicios turísticos	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Alojamiento	10	10	3,55	3,55
Alimentación	105	115	37,23	40,78
Guianza	21	136	7,45	48,23
Transporte	57	193	20,21	68,44
Recreación y entretenimiento	89	282	31,56	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

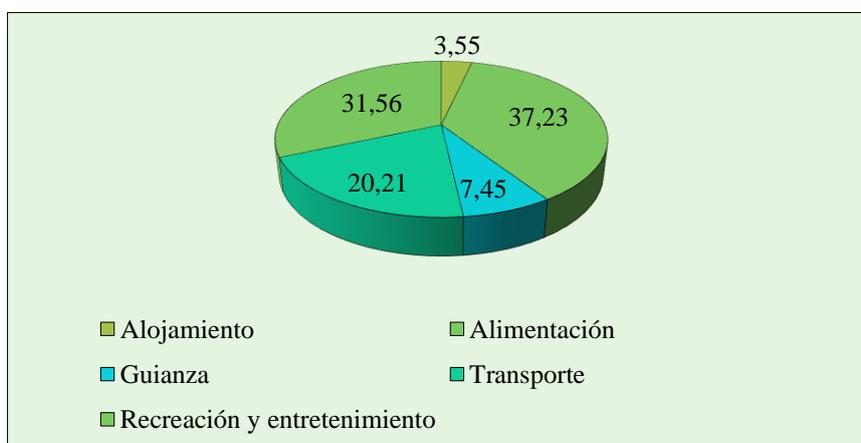


Gráfico 9-4: Servicios que les gustaría utilizar a las personas encuestadas

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: El 37,23% desea alimentación, seguido por recreación y entretenimiento (31,56%), transporte (20,21%), guianza (7,45%) y con menor preferencia el alojamiento (3,55%).

- **Actividades que les gustaría realizar**

Tabla 14-4: Actividades que les gustaría realizar a las personas encuestadas

Actividades turísticas	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Caminatas	11	11	3,9	3,9
Fotografía turística	9	20	3,19	7,09
Cabalgatas	17	37	6,03	13,12
Observación de flora y fauna	63	100	22,34	35,46
Degustación de gastronomía típica	38	138	13,48	48,94
Ciclismo	10	148	3,55	52,49
Visita a cascadas	115	263	40,78	93,27
Camping	19	282	6,74	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

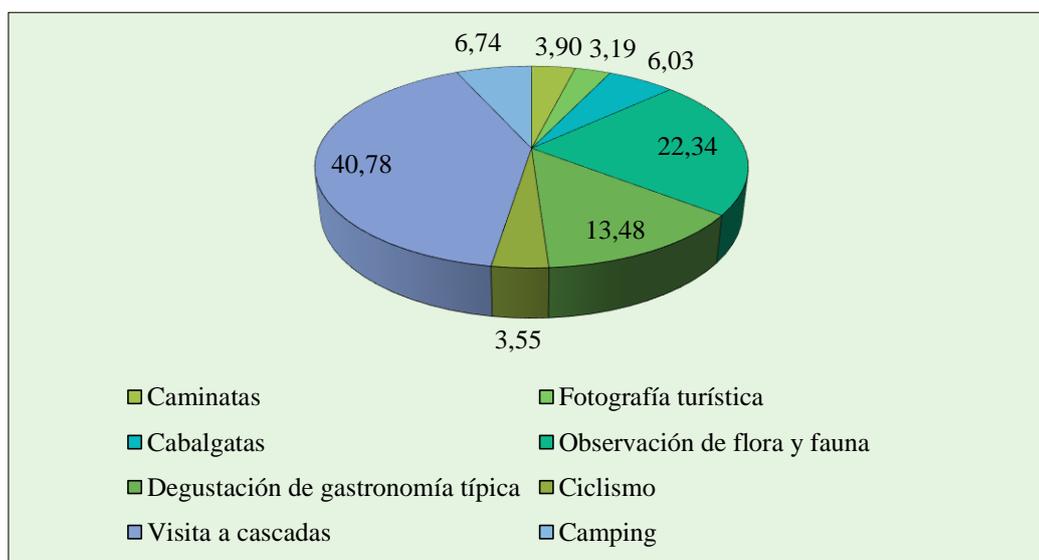


Gráfico 10-4: Actividades que les gustaría realizara las personas encuestadas

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Entre las actividades que prefieren los turistas esta: visita a cascadas (40,78%), seguida por degustación de observación de flora y fauna (22,34%), degustación de gastronomía típica (13,48%), camping (6,74%), cabalgatas (6,03%), por el contrario, las actividades con menor aceptación son caminatas (3,90%), ciclismo (3,55%), fotografía turística (3,19%).

- **Alimentación que les gustaría consumir**

Tabla 15-4: Alimentación que les gustaría consumir

Alimentación	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Nacional	56	56	19,86	19,86
Internacional	21	77	7,45	27,31
Típica de la zona	205	282	72,70	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

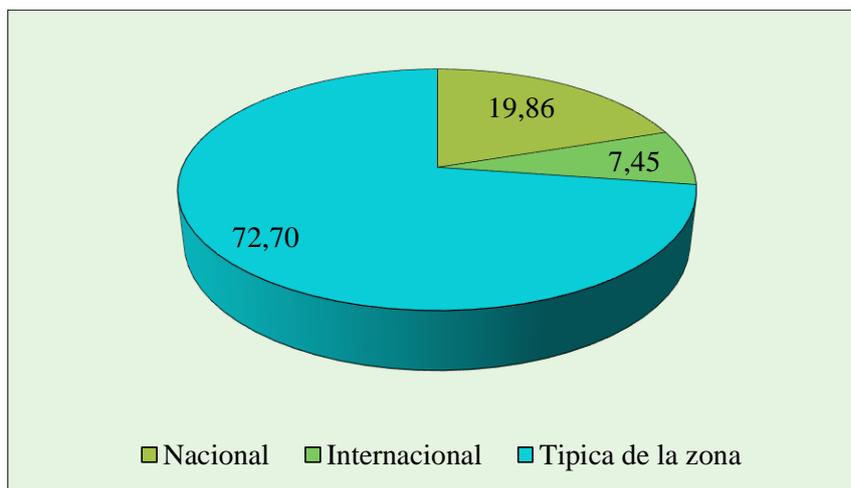


Gráfico 11-4: Alimentación que les gustaría consumir

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Entre el tipo de alimentación que desean consumir las personas encuestadas se encuentra comida típica de la zona (72,70%), seguida por comida nacional (19,86%) y en un bajo porcentaje la internacional en un 7,45%.

- **Temporada de viaje**

Tabla 16-4: Temporada de viaje

Temporada del año	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Enero - Marzo	17	17	6,03	6,03
Abril – Junio	31	48	10,99	17,02
Julio – Septiembre	158	206	56,03	73,05
Octubre - Diciembre	76	282	26,95	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

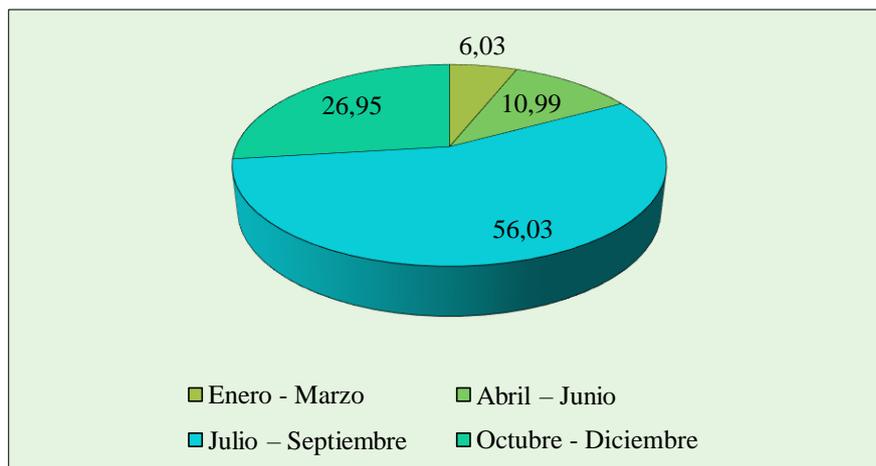


Gráfico 12-4: Temporada de viaje

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: La temporada preferida para viajar es de julio – septiembre (56,03%), seguido de octubre - diciembre (26,95%) mientras que un pequeño segmento de la demanda prefiere hacerlo de abril – junio (10,99%) y de enero – marzo (6,03%).

- **Promedio de estancia**

Tabla 17-4: Promedio de estancia

Estancia	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Un día	178	178	63,12	63,12
Dos días	63	241	22,34	85,46
Tres días	28	269	9,93	95,39
Más de tres días	13	282	4,61	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

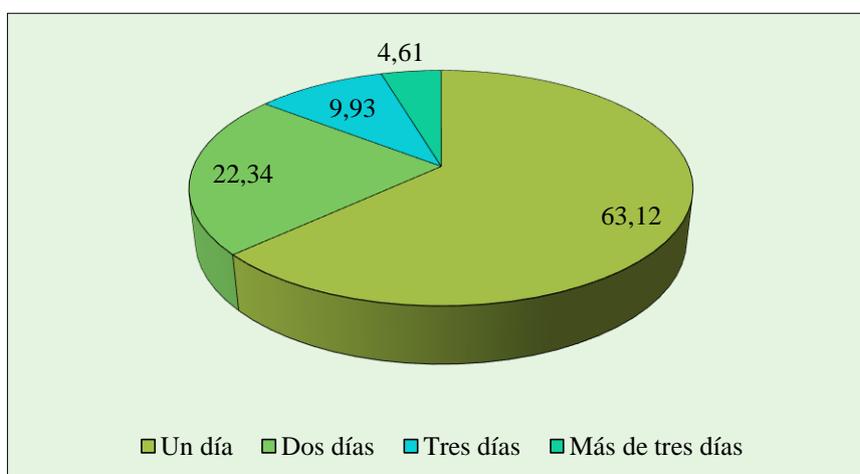


Gráfico 13-4: Promedio de estancia

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: El 63,12% de los turistas prefieren permanecer en el cantón 1 día, seguido de 2 días (22,34%) y con menor frecuencia más de 3 días (9,93%).

- **Compañía de viaje**

Tabla 18-4: Compañía de viaje

Compañía de viaje	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Amigos	79	79	28,01	28,01
Familia	150	229	53,19	81,2
Solo	22	251	7,80	89,00
Pareja	31	282	10,99	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

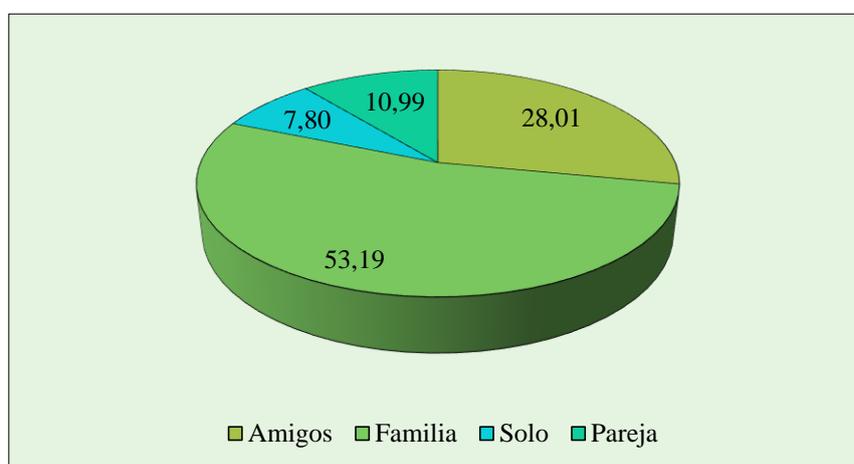


Gráfico 14-4: Compañía de viaje

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Los turistas manifestaron que los viajes se realizan principalmente en familia (53,19%), mientras que con muy poca frecuencia viajan solos (7,80%).

- **Capacidad de gasto por día**

Tabla 19-4: Capacidad de gasto por día

Capacidad de gasto	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
20 a 50 dólares	229	229	81,21	81,21
51 a 100 dólares	41	270	14,54	95,75
Más de \$100 dólares	12	282	4,26	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

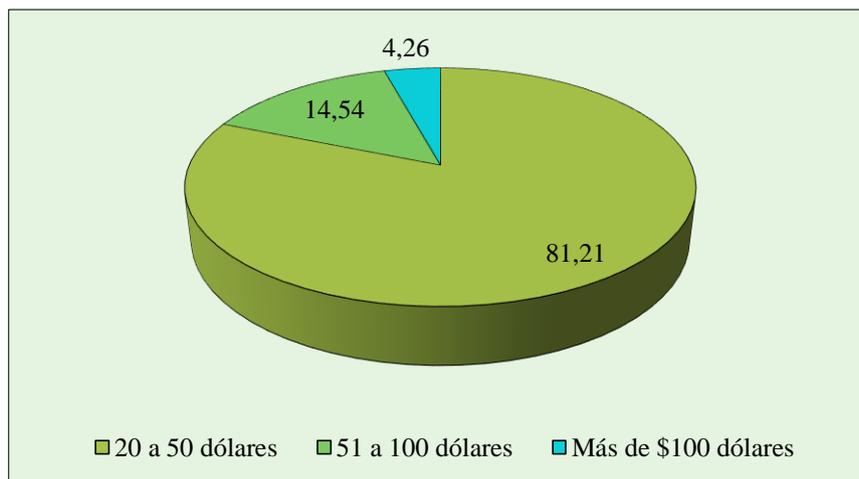


Gráfico 15-4: Capacidad de gasto por día

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: El gasto promedio por actividades turistas es de: 20 a 50 dólares (81,21%) y un pequeño porcentaje de la demanda gastaría más de \$100 dólares (4,26%).

- **Medio de viaje**

Tabla 20-4: Medio de viaje

Medio de viaje	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Con agencia	15	15	5,32	5,32
Sin agencia	267	282	94,68	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022



Gráfico 16-4: Medio de viaje

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: El medio de viaje de las personas encuestadas es del 94,68% sin agencia, mientras que el 5,32% lo hace por agencia.

- **Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse**

Tabla 21-4: Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse

Tipo de publicidad	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Internet	200	200	70,92	70,92
Radio/TV	23	223	8,16	79,08
Folletos/revistas	14	237	4,96	84,04
Amigos o familiares	45	282	15,96	100,00
Total	282		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

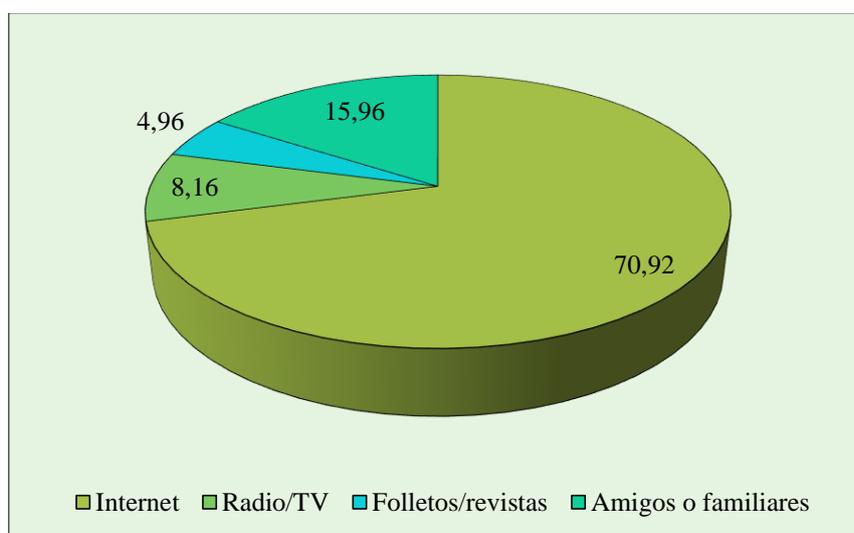


Gráfico 17-4: Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Las fuentes que se utilizan los turistas para obtener información turística son principalmente el internet (70,92%) y mediante amigos y familiares (15,96%), mientras que los medios informativos menos utilizados son radio/TV (8,16%) y a través de folletos/revistas (4,96%).

4.1.2.2. Información obtenida turistas extranjeros

- **Género de los turistas**

Tabla 22-4: Distribución de la demanda según el género

Género	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Masculino	27	27	38,57	38,57
Femenino	43	70	61,43	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

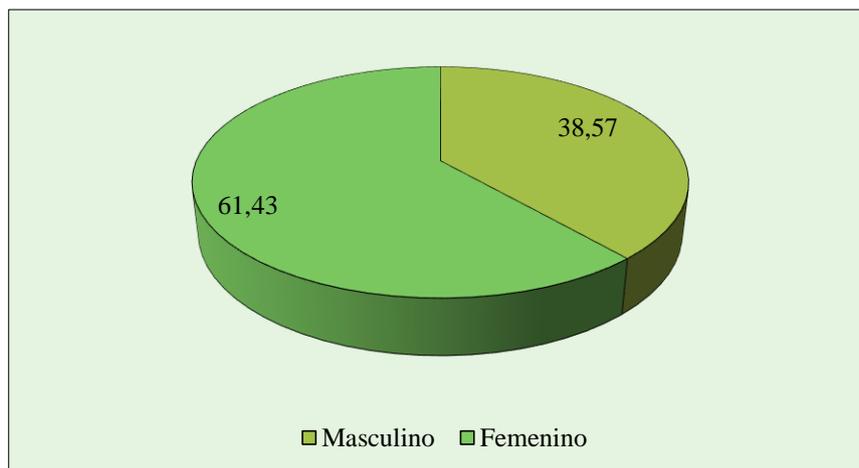


Gráfico 18-4: Distribución de la demanda según el género

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: La mayoría de los turistas son de género femenino (61,43%) y minoritariamente de género masculino (38,57%).

- **Edad**

Tabla 23-4: Edad

Edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
15 a 25 años	12	12	17,14	17,14
26 a 35 años	26	38	37,14	54,28
36 a 45 años	21	59	30,00	84,28
46 a 55 años	8	67	11,43	95,71
56 en adelante	3	70	4,29	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

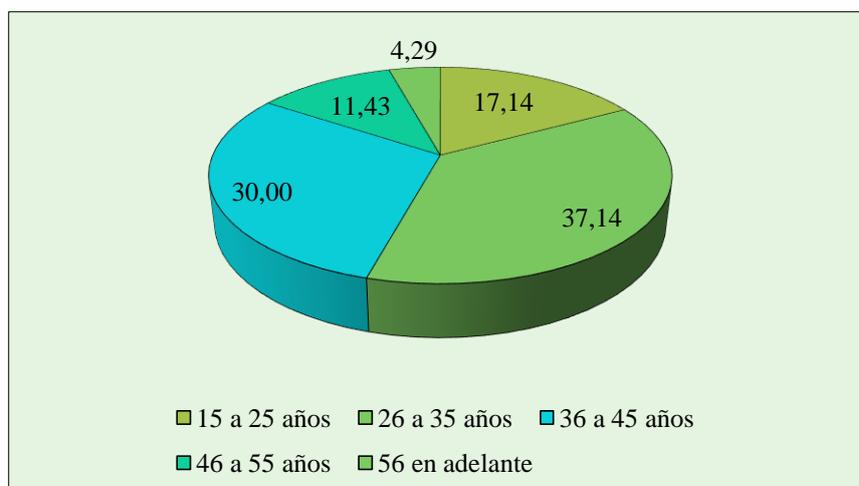


Gráfico 19-4: Edad

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Según los datos obtenidos de los encuestados indican que la mayoría de turistas que visitan Pallatanga se encuentran en un rango de edad de entre 26 a 35 años (37,14%), mientras son poco los individuos con una edad mayor a 56 en adelante (4,29%).

- **Procedencia**

Tabla 24-4: Lugar de procedencia

Lugar de procedencia	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Canada	7	7	10,00	10,00
EE.UU	39	46	55,71	65,71
Paris	9	55	12,86	78,57
Inglaterra	12	67	17,14	95,71
Alemania	2	69	2,86	98,57
Brasil	1	70	1,43	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

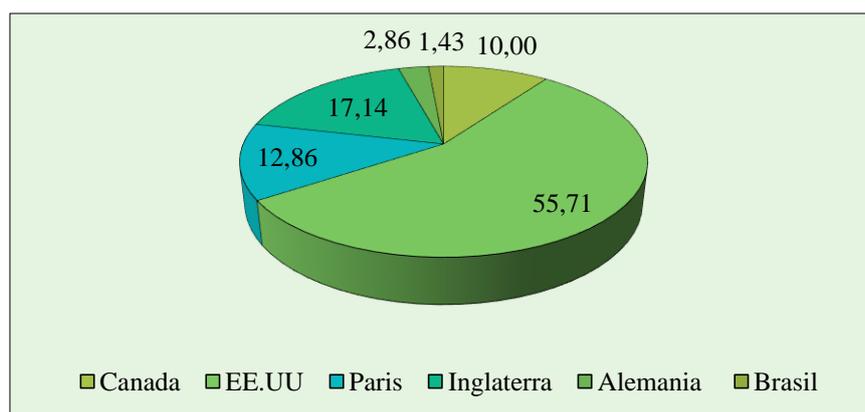


Gráfico 20-4: Lugar de procedencia

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: En cuanto a la procedencia se identificó que la mayoría de los turistas provienen los países de EEUU (55,71%), seguido de Inglaterra (17,14%), mientras que en menor cantidad lo hacen de Brasil (1,43%).

- **Conocimiento del cantón Pallatanga**

Tabla 25-4: Conocimiento del cantón Pallatanga

Conoce Pallatanga	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Si	2	2	2,86	2,86
No	68	70	97,14	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

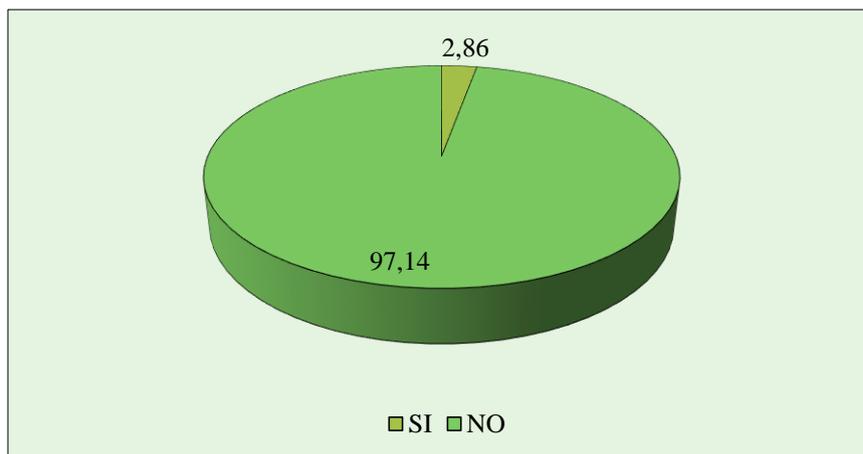


Gráfico 21-4: Conocimiento del cantón Pallatanga

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: El (97,14%) de los turistas no conocen el cantón Pallatanga, mientras el 2,86% lo conoce.

- **Visita al cantón Pallatanga**

Tabla 26-4: Visita al cantón Pallatanga

Visita al cantón	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Si	69	69	98,57	98,57
No	1	70	1,43	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

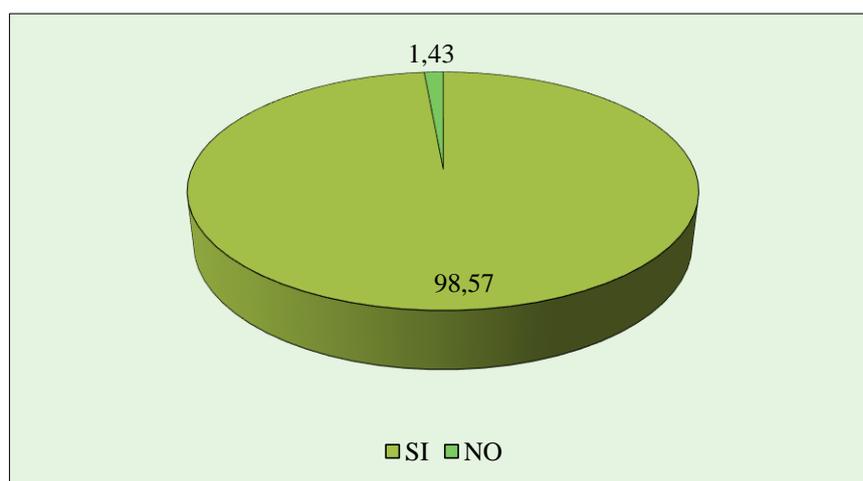


Gráfico 22-4: Visita al cantón Pallatanga

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Los resultados indican que el 98,57% de los encuestados están interesados por visitar el cantón Pallatanga.

- **Servicios que les gustaría utilizar a las personas encuestadas**

Tabla 27-4: Servicios que les gustaría utilizar a las personas encuestadas

Servicios turísticos	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Alojamiento	3	3	4,29	4,29
Alimentación	36	39	51,43	55,72
Guianza	5	44	7,14	62,86
Transporte	10	54	14,29	77,15
Recreación y entretenimiento	16	70	22,86	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

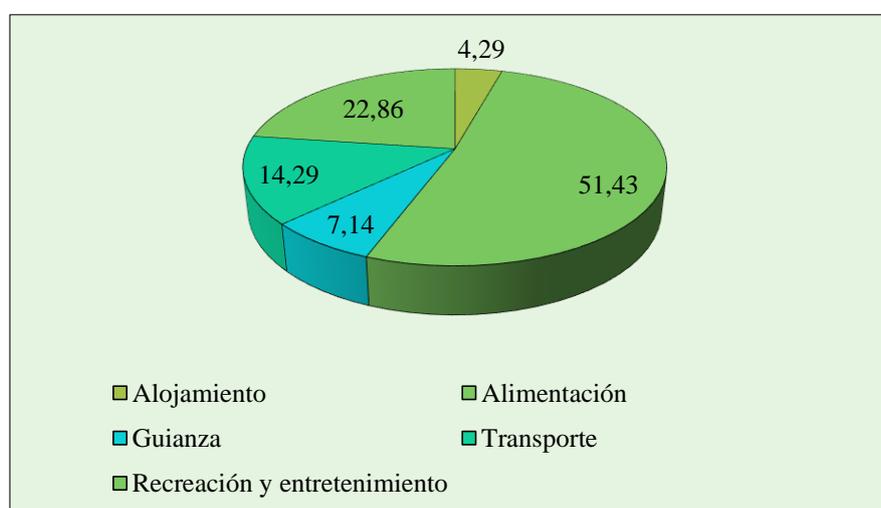


Gráfico 23-4: Servicios que les gustaría utilizar a las personas encuestadas

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: El 51,43% desea alimentación, seguido por recreación y entretenimiento (22,86%), transporte (14,29%), guianza (7,14%) y con menor preferencia el alojamiento (4,29%).

- **Actividades que les gustaría realizar**

Tabla 28-4: Actividades que les gustaría realizara las personas encuestadas

Actividades turísticas	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Caminatas	7	7	10,00	10,00
Fotografía turística	8	15	11,43	21,43
Cabalgatas	2	17	2,86	24,29
Observación de flora y fauna	14	31	20,00	44,29
Degustación de gastronomía típica	9	40	12,86	57,15
Ciclismo	5	45	7,14	64,29

Actividades turísticas	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Visita a cascadas	22	67	31,43	95,72
Camping	3	70	4,29	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

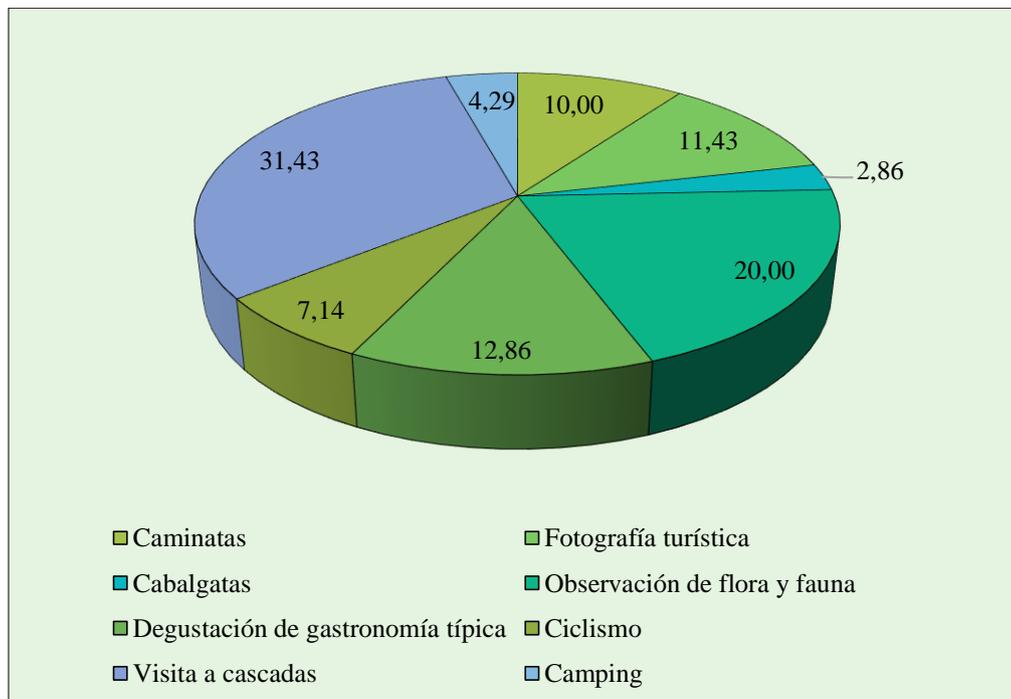


Gráfico 24-4: Actividades que les gustaría realizar a las personas encuestadas

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Entre las actividades que prefieren los turistas esta: visita a cascadas (31,43%), seguida por observación de flora y fauna (20,00%), degustación de gastronomía típica (12,86%), fotografía turística (11,43%), caminatas (10,00%), ciclismo (7,14%), por el contrario, las actividades con menor camping (4,29%) y cabalgatas (2,86%).

- **Alimentación que les gustaría consumir**

Tabla 29-4: Alimentación que les gustaría consumir

Alimentación	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Nacional	22	22	31,43	31,43
Internacional	9	31	12,86	44,29
Típica de la zona	39	70	55,71	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

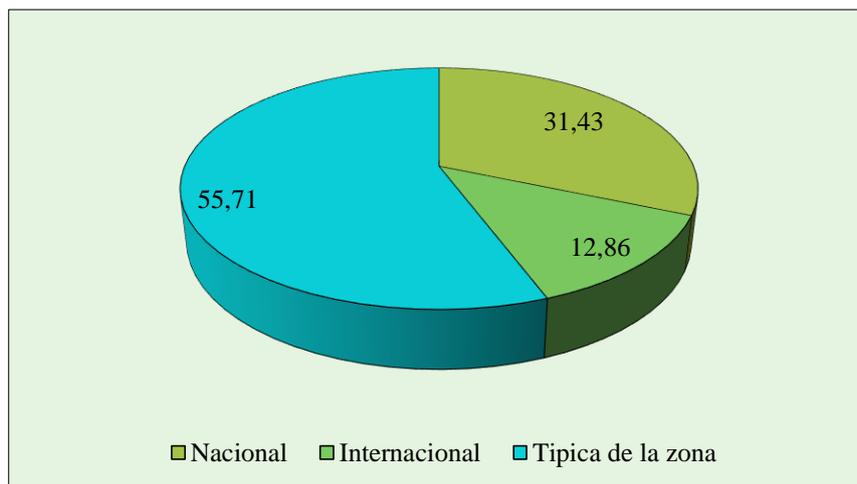


Gráfico 25-4: Alimentación que les gustaría consumir

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Entre el tipo de alimentación que desean consumir las personas encuestadas se encuentra comida típica de la zona (55,71%), seguida por comida nacional (31,43%) y en un bajo porcentaje la internacional en un 12,86%.

- **Temporada de viaje**

Tabla 30-4: Temporada de viaje

Temporada del año	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Enero - Marzo	4	4	5,71	5,71
Abril – Junio	7	11	10,00	15,71
Julio – Septiembre	16	27	22,86	38,57
Octubre - Diciembre	43	70	61,43	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

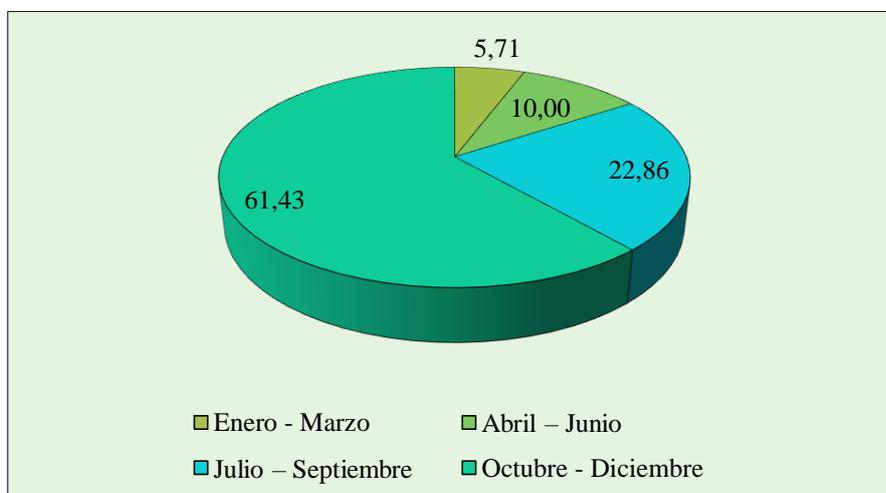


Gráfico 26-4: Temporada de viaje

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: La temporada preferida para viajar es de octubre - diciembre (61,43%), seguido de julio – septiembre (22,86%) mientras que un pequeño segmento de la demanda prefiere hacerlo de abril – junio (10,00%) y de enero – marzo (5,71%).

- **Promedio de estancia**

Tabla 31-4: Promedio de estancia

Estancia	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Un día	21	21	30,00	30,00
Dos días	38	59	54,29	84,29
Tres días	7	66	10,00	94,29
Más de tres días	4	70	5,71	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

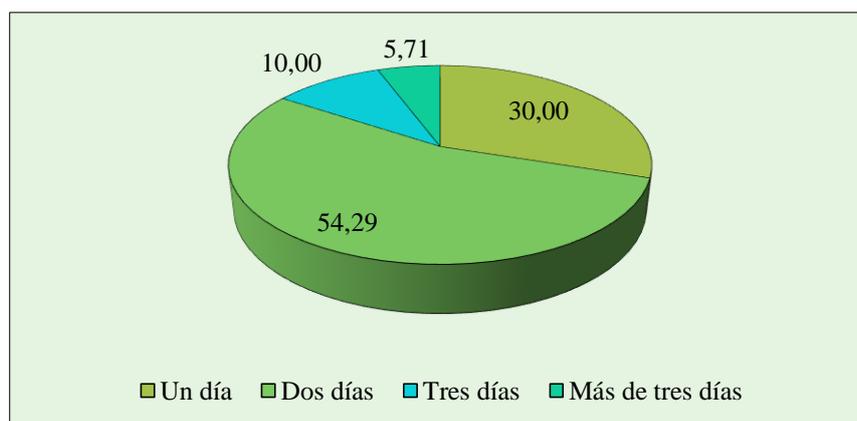


Gráfico 27-4: Promedio de estancia

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: El 54,29% de los turistas prefieren permanecer en el cantón 2 días, seguido de 1 día (30,00%) y con menor frecuencia más de 3 días (10,00%).

- **Compañía de viaje**

Tabla 32-4: Compañía de viaje

Compañía de viaje	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Amigos	9	9	12,86	12,86
Familia	4	13	5,71	18,57
Solo	18	31	25,71	44,28
Pareja	39	70	55,71	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

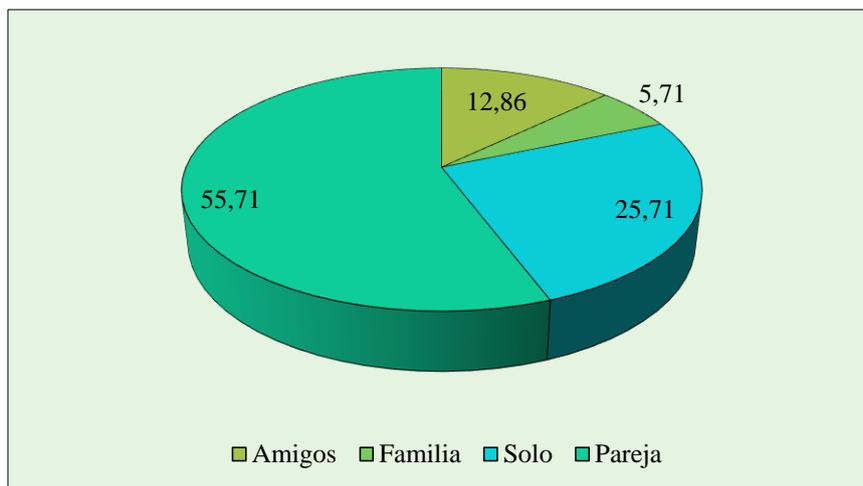


Gráfico 28-4: Compañía de viaje

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Los turistas manifestaron que los viajes se realizan principalmente en pareja (55,71%), mientras que con muy poca frecuencia viajan en familia (5,71%).

- **Capacidad de gasto por día**

Tabla 33-4: Capacidad de gasto por día

Capacidad de gasto	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
20 a 50 dólares	18	18	25,71	25,71
51 a 100 dólares	43	61	61,43	87,14
Más de \$100 dólares	9	70	12,86	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

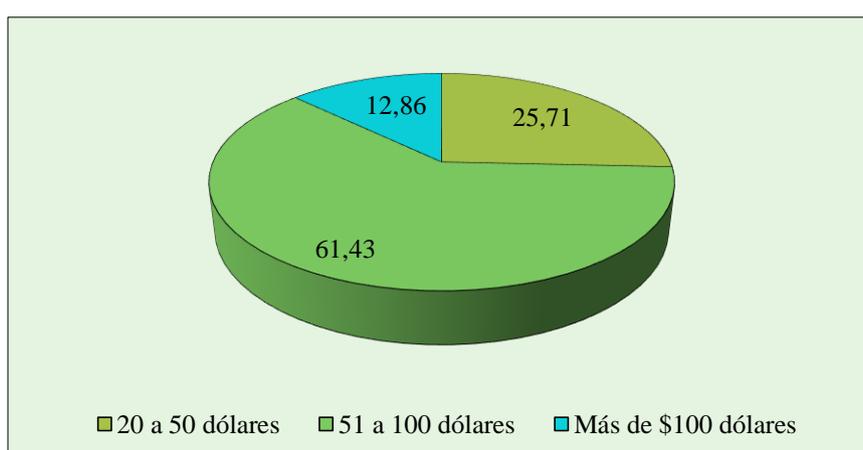


Gráfico 29-4: Capacidad de gasto por día

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: El gasto promedio por actividades turísticas es de: 51 a 100 dólares (61,43%) y un pequeño porcentaje de la demanda gastaría más de \$100 dólares (12,86%).

- **Medio de viaje**

Tabla 34-4: Medio de viaje

Medio de viaje	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Con agencia	5	5	7,14	7,14
Sin agencia	65	70	92,86	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

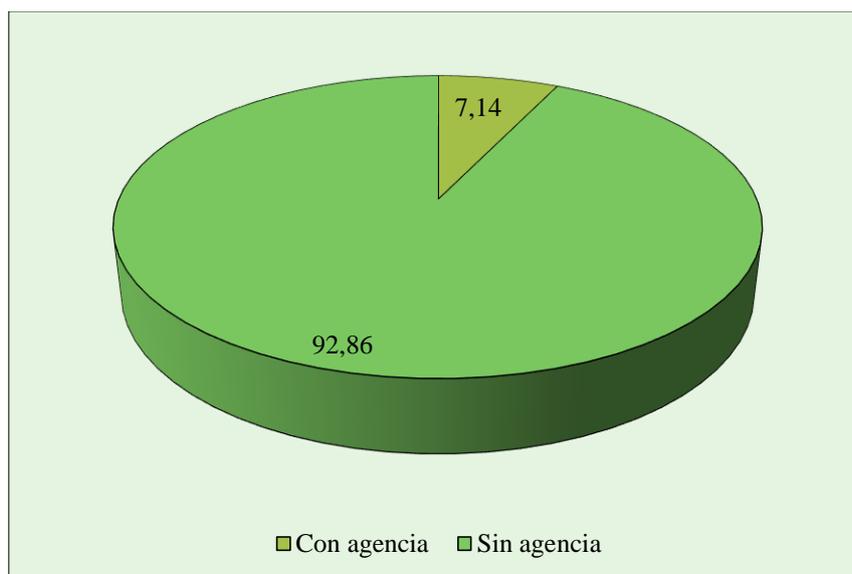


Gráfico 30-4: Medio de viaje

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: El medio de viaje de las personas encuestadas es del 92,86% sin agencia, mientras que el 7,14% lo hace por agencia.

- **Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse**

Tabla 35-4: Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse

Tipo de publicidad	Frecuencia absoluta	Frecuencia absoluta agregada	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa agregada
Internet	36	36	51,43	51,43
Radio/TV	6	42	8,57	60,00
Folletos/revistas	7	49	10,00	70,00
Amigos o familiares	21	70	30,00	100,00
Total	70		100,00	

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

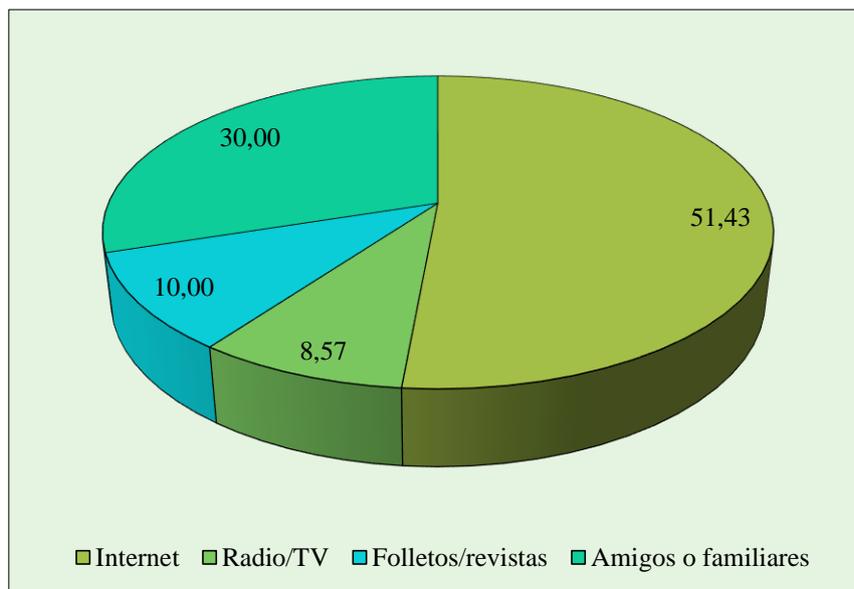


Gráfico 31-4: Tipo de publicidad por la que les gustaría informarse

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Análisis: Las fuentes que se utilizan los turistas para obtener información turística son principalmente el internet (51,43%) y mediante amigos y familiares (30,00%), mientras que los medios informativos menos utilizados son folletos/revistas (10,00%) y a través de radio/TV (8,57%).

4.1.2.3. Perfil del turista

Tabla 36-4: Perfil del turista nacional

Variable	Turistas Nacionales	%
Género	Masculino	46,81
	Femenino	53,19
Edad	26 a 35 años	35,82
Procedencia	Guayaquil	36,17
	Santo Domingo	19,15
	Quito	15,25
	Riobamba	12,77
Conocimiento del cantón Pallatanga	Si	96,45
Visita al cantón Pallatanga	Si	96,45
Servicios turísticos	Alimentación	37,23
	Recreación y entretenimiento	31,56
	Transporte	20,21
Actividades turísticas	Visita a cascadas	40,78
	Observación de flora y fauna	22,34
	Degustación de gastronomía típica	13,48
Tipo de alimentación	Típica de la zona	72,70
Temporada de viaje	Julio – Septiembre	56,03
Promedio de estancia	Un día	63,12
Compañía de viaje	Familia	53,19
Capacidad de gasto por día	20 a 50 dólares	81,21

Variable	Turistas Nacionales	%
Medio de viaje	Sin agencia	94,68
Tipo de publicidad	Internet	70,92

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Los turistas nacionales, corresponden a hombres y mujeres, en un rango de edad comprendido entre 26 a 35 años, con una procedencia de las ciudades de Guayaquil, Santo Domingo, Quito y Riobamba, que si conocen el cantón Pallatanga, y que les gustaría visitarlo, para disfrutar de servicios turísticos de alimentación, recreación y entretenimiento y transporte, que les gustaría realizar actividades de visita a cascadas, observación de flora y fauna y degustación de gastronomía típica, para disfrutar alimentación típica de la zona, que su temporada de viaje es de julio – septiembre, su promedio de estancia es de un día, en compañía de su familia, con una capacidad de gasto por día 20 a 50 dólares, que finalmente les gustaría informarse por medio de internet.

Tabla 37-4: Perfil del turista extranjero

Variable	Turistas Extranjeros	%
Género	Masculino	38,57
	Femenino	61,43
Edad	26 a 35 años	37,14
Procedencia	EE.UU	55,71
	Inglaterra	17,14
	Paris	10,00
	Canada	
Conocimiento del cantón Pallatanga	No	97,14
Visita al cantón Pallatanga	Si	98,57
Servicios turísticos	Alimentación	51,43
	Recreación y entretenimiento	22,86
	Transporte	14,29
Actividades turísticas	Visita a cascadas	31,43
	Observación de flora y fauna	20,00
	Degustación de gastronomía típica	12,86
Tipo de alimentación	Típica de la zona	55,71
Temporada de viaje	Octubre – Diciembre	61,43
Promedio de estancia	Dos días	54,29
Compañía de viaje	Pareja	55,71
Capacidad de gasto por día	51 a 100 dólares	61,43
Medio de viaje	Sin agencia	92,86
Tipo de publicidad	Internet	51,43

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Los turistas extranjeros, corresponden a hombres y mujeres, en un rango de edad comprendido entre 26 a 35 años, con una procedencia de los países de EE.UU, Inglaterra, Paris y Canadá, que no conocen el cantón Pallatanga, y que les gustaría visitarlo, para disfrutar de servicios turísticos de alimentación,

recreación y entretenimiento y transporte, que les gustaría realizar actividades de visita a cascadas, observación de flora y fauna y degustación de gastronomía típica, para disfrutar alimentación típica de la zona, que su temporada de viaje es de octubre – diciembre, su promedio de estancia es de dos días, en compañía de su pareja, con una capacidad de gasto por día 51 a 100 dólares, que finalmente les gustaría informarse por medio de internet.

4.1.2.4. Demanda potencial

Para la determinación de la demanda potencial se aplicó lo siguiente, en función del porcentaje (%) de aceptación de visitar el cantón Pallatanga:

$$DP = DT * \% \text{ aceptación}$$

$$DP = (3366 * 96,45\% \text{ aceptación nacional}) \text{ y } (842 * 98,57\% \text{ aceptación extranjeros})$$

$$DP = 3247 \text{ nacionales; } 830 \text{ extranjeros}$$

Los potenciales clientes nacionales para la realización de la actividad turística dentro del cantón Pallatanga son de 3247 turistas nacionales, considerando el porcentaje de aceptación del 96,45%. De otra forma, los potenciales clientes extranjeros con un porcentaje de aceptación del 98,57%, corresponden a 830 turistas.

Seguidamente, según datos de la Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR (2020) la tasa de crecimiento anual del turismo interno es del 4% debido a la pandemia del COVID-19. De esta manera, para la proyección de la demanda potencial se empleó el método del incremento compuesto a través de la siguiente fórmula:

$$Co = Cn(1 + i)^n$$

Dónde:

Cn= Demanda potencial (3247 turistas nacionales y 830 extranjeros)

i= Índice de crecimiento anual de turismo interno (4%)

n= Año a proyectarse (1 – 5)

Tabla 38-4: Proyección de la demanda potencial

Nº	Año	Demanda potencial	Turistas nacionales (80%)	Turistas extranjeros (20%)
0	2022	4076	3247	830
1	2023	4240	3376	863
2	2024	4409	3511	898
3	2025	4585	3652	934
4	2026	4769	3798	971
5	2027	4960	3950	1010

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

En el año 2022 se tiene una demanda potencial de 4076 proyectado a 5 años se obtiene un total de 4960 para el 2027. Sin embargo, hay que considerar que estas cifras pueden ser cambiantes en función a la pandemia del COVID-19.

4.2. Análisis de la gestión turística del cantón Pallatanga

4.2.1. Análisis FODA

Tabla 39-4: Análisis FODA

Factor interno	
Fortalezas	Debilidades
<p>F1. Conexión de la red vial panamericana con el cantón.</p> <p>F2. Diversidad gastronómica</p> <p>F3. Entidades públicas presentes en el cantón brindan acompañamiento técnico para la elaboración de propuestas de desarrollo.</p> <p>F4. Existencia de atractivos turísticos naturales y culturales con potencial turístico.</p> <p>F5. Existencia de establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas.</p> <p>F6. Interés del GAD Pallatanga para invertir en el desarrollo de proyectos de turismo.</p> <p>F7. Interés por parte de los pobladores por desarrollar actividades turísticas.</p> <p>F8. Medios de comunicación social presentes en el territorio.</p> <p>F9. Ubicación geográfica estratégica con condiciones climáticas y paisajistas aptas para el desarrollo del turismo.</p>	<p>D1. Desconocimiento por parte de la población de los beneficios de cuidar los atractivos naturales.</p> <p>D2. Desintereses por parte de los prestadores de servicios turísticos en aplicar el marco legal vigente.</p> <p>D3. Escaso aprovechamiento de los atractivos turísticos.</p> <p>D4. Falta de recursos económicos para desarrollar actividades turísticas en el cantón.</p> <p>D5. Inadecuada gestión por parte del GAD Pallatanga para la promoción y difusión del potencial turístico existente.</p> <p>D6. Limitada cobertura de redes de comunicación.</p> <p>D7. Limitada implementación de infraestructura y facilidades turísticas (señalización, senderos, miradores).</p> <p>D8. Servicios turísticos no satisfacen los requerimientos de la demanda.</p> <p>D9. Vías de acceso en mal estado.</p>
Factor externo	
Oportunidades	Amenazas
<p>O1. Captación de demanda turística por estar cerca de destinos turísticos consolidados: Baños, Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, otros.</p> <p>O2. Colaboración de instituciones educativas vinculadas al área de turismo como la ESPOCH y UNACH.</p>	<p>A1. Inestabilidad política del país</p> <p>A2. Pandemia Covid-19</p> <p>A3. Presupuesto limitado para desarrollar la actividad turística (capacitación al personal y adecuación de atractivos turísticos).</p> <p>A4. Posibles impactos de tipo ambientales que podría generar la actividad turística.</p>

<p>O3. Convenio con medios de comunicación para la promoción turística del cantón.</p> <p>O4. Los GAD provincial cuenta con recursos económicos para invertir en el mejoramiento y mantenimiento de infraestructura turística y vial.</p> <p>O5. Presencia de instituciones estatales que pueden impulsar espacios de coordinación y capacitación.</p>	<p>A5. Falta de ordenanzas que rijan y ayuden al desarrollo de la actividad turística.</p>
---	---

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

4.2.2. Identificación de nudos críticos

Entre los principales nudos críticos que se identificaron y priorizaron que presenta el cantón Pallatanga en relación a la gestión turística se encuentran los siguientes:

Tabla 40-4: Identificación de nudos críticos

N°	Nudos críticos	Priorización de nudos críticos			
		Dificultad	Impacto	Duración	Total
Debilidades					
1	Desconocimiento por parte de la población de los beneficios de cuidar los atractivos naturales.	1	2	2	5
2	Desintereses por parte de los prestadores de servicios turísticos en aplicar el marco legal vigente.	3	3	2	8
3	Escaso aprovechamiento de los atractivos turísticos.	2	2	3	7
4	Falta de recursos económicos para desarrollar actividades turísticas en el cantón.	2	3	3	8
5	Inadecuada gestión por parte del GAD Pallatanga para la promoción y difusión del potencial turístico existente.	3	2	2	7
6	Limitada cobertura de redes de comunicación.	2	2	1	5
7	Limitada implementación de infraestructura y facilidades turísticas (señalización, senderos, miradores).	3	2	3	8
8	Servicios turísticos no satisfacen los requerimientos de la demanda.	3	3	2	8
9	Vías de acceso en mal estado.	3	3	3	9
Amenazas					
1	Inestabilidad política del país	1	2	3	6

N°	Nudos críticos	Priorización de nudos críticos			
		Dificultad	Impacto	Duración	Total
2	Pandemia Covid-19	2	2	2	6
3	Presupuesto limitado para desarrollar la actividad turística (capacitación al personal y adecuación de atractivos turísticos).	3	2	2	7
4	Posibles impactos de tipo ambientales que podría generar la actividad turística.	3	1	2	6
5	Falta de ordenanzas que rijan y ayuden al desarrollo de la actividad turística.	2	2	3	7

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Una vez analizado los nudos críticos identificados y priorizados, fueron calificados bajo los criterios de duración, impacto y dificultad para enfatizar varios de ellos, con el fin de que se dé mayor prioridad a los mismos.

4.2.3. Identificación de factores claves de éxito

Se identificaron varios factores claves de éxito en contexto a la gestión turística del cantón Pallatanga para ello se tomaron en consideración las fortalezas y oportunidades.

Tabla 41-4: Identificación de factores claves de éxito

N°	Factores clave de éxito	Priorización de factores clave de éxito			
		Calidad	Productividad	Exclusividad	Total
Fortalezas					
1	Conexión de la red vial panamericana con el cantón.	2	2	2	6
2	Diversidad gastronómica	2	3	1	6
3	Entidades públicas presentes en el cantón brindan acompañamiento técnico para la elaboración de propuestas de desarrollo.	3	2	3	8
4	Existencia de atractivos turísticos naturales y culturales con potencial turístico.	2	3	3	8
5	Existencia de establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas.	3	2	3	8
6	Interés del GAD Pallatanga para invertir en el desarrollo de proyectos de turismo.	3	3	3	9

N°	Factores clave de éxito	Priorización de factores clave de éxito			
		Calidad	Productividad	Exclusividad	Total
7	Interés por parte de los pobladores por desarrollar actividades turísticas.	2	2	3	7
8	Medios de comunicación social presentes en el territorio.	2	1	2	5
9	Ubicación geográfica estratégica con condiciones climáticas y paisajistas aptas para el desarrollo del turismo.	2	2	2	6
Oportunidades					
1	Captación de demanda turística por estar cerca de destinos turísticos consolidados: Baños, Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, otros.	3	2	2	7
2	Colaboración de instituciones educativas vinculadas al área de turismo como la ESPOCH y UNACH.	2	3	2	7
3	Convenio con medios de comunicación para la promoción turística del cantón.	2	2	1	5
4	Los GAD provincial cuenta con recursos económicos para invertir en el mejoramiento y mantenimiento de infraestructura turística y vial.	2	2	3	7
5	Presencia de instituciones estatales que pueden impulsar espacios de coordinación y capacitación.	3	3	2	8

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

En virtud de analizar la matriz para la valoración de fortalezas y oportunidades bajo los criterios de dificultad, impacto y duración se llegaron a definir los factores claves de éxito, los mismos que aportan de manera positiva a la gestión turística del cantón Pallatanga.

4.2.4. Priorización de nudos críticos y factores claves de éxito

Tabla 42-4: Priorización de nudos críticos y factores de éxito

N°	Nudos críticos y factores clave se éxito	Total
Debilidades		

N°	Nudos críticos y factores clave se éxito	Total
1	Desintereses por parte de los prestadores de servicios turísticos en aplicar el marco legal vigente.	8
2	Escaso aprovechamiento de los atractivos turísticos.	7
3	Falta de recursos económicos para desarrollar actividades turísticas en el cantón.	8
4	Inadecuada gestión por parte del GAD Pallatanga para la promoción y difusión del potencial turístico existente.	7
5	Limitada implementación de infraestructura y facilidades turísticas (señalización, senderos, miradores).	8
6	Servicios turísticos no satisfacen los requerimientos de la demanda.	8
7	Vías de acceso en mal estado.	9
Amenazas		
1	Presupuesto limitado para desarrollar la actividad turística (capacitación al personal y adecuación de atractivos turísticos).	7
2	Presupuesto limitado para desarrollar la actividad turística (capacitación al personal y adecuación de atractivos turísticos).	7
Fortalezas		
1	Entidades públicas presentes en el cantón brindan acompañamiento técnico para la elaboración de propuestas de desarrollo.	8
2	Existencia de atractivos turísticos naturales y culturales con potencial turístico.	8
3	Existencia de establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas.	8
4	Interés del GAD Pallatanga para invertir en el desarrollo de proyectos de turismo.	9
5	Interés por parte de los pobladores por desarrollar actividades turísticas.	7
Oportunidades		
1	Captación de demanda turística por estar cerca de destinos turísticos consolidados: Baños, Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, otros.	7
2	Colaboración de instituciones educativas vinculadas al área de turismo como la ESPOCH y UNACH.	7
3	Los GAD provincial cuenta con recursos económicos para invertir en el mejoramiento y mantenimiento de infraestructura turística y vial.	7
4	Presencia de instituciones estatales que pueden impulsar espacios de coordinación y capacitación.	8

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA ESTRATÉGICA

5.1. Misión

Consolidar al cantón Pallatanga como un destino turístico a través de una planificación de las actividades económicas y administrativas generando un equilibrio social, ambiental y económico mediante la participación directa y efectiva de los diferentes actores sociales en el desarrollo de la actividad turística que contribuyan al mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de la población.

5.2. Visión

El cantón Pallatanga en el año 2026:

Se ha consolidado como un destino turístico competitivo en la provincia de Chimborazo, con una oferta variada de bienes y servicios que dinamizan la economía local, generando oportunidades de inclusión social y con ello el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

5.2.1. Valores

Los valores son un valor agregado que contribuye al desarrollo turístico brindando satisfacción a los turistas y creando un ambiente de armonía entre los involucrados en el sistema.

La ejecución de este plan se llevará a cabo en base a los siguientes valores:

- **Amabilidad:** las personas deben brindar un ambiente de armonía para realizar el trabajo de mejor manera.
- **Asociatividad:** los involucrados deben integrarse e incluirse, de manera que se logre conseguir los objetivos establecidos.
- **Colaboración:** contribución para el logro de los objetivos planteados en beneficio de pobladores, prestadores de servicios y turistas.
- **Compromiso:** los involucrados deben comprometerse en participar durante todo el proceso y después del mismo, con una actitud activa positiva y con proactividad.
- **Confianza:** las actividades se desempeñarán en un marco de confianza con la certeza de que las estrategias van a funcionar y con seguridad que para actuar.

- **Cooperación:** el trabajo en equipo es fundamental a tal punto que se establecerá una sinergia entre los actores público, privado y comunitario para la ejecución de lo planificado.
- **Eficiencia:** el trabajo debe ser realizado en conjunto y tratando de aprovechar al máximo los recursos.
- **Equidad:** el turismo buscará beneficios equitativos para los sectores público, privado y comunitario.
- **Honestidad:** los actores del turismo actuarán basados en la verdad y en la auténtica justicia antes durante y después de la ejecución de los programas y proyectos vinculados al turismo, incentivando la participación activa de la población en la toma de decisiones.
- **Liderazgo:** debe existir el espíritu de liderazgo y conseguir motivar a todos los involucrados para obtener resultados significantes.
- **Respeto:** se deberán aceptar, debatir y coordinar las opiniones de todos los involucrados para llegar a un entendimiento grupal.
- **Responsabilidad ambiental:** los proyectos y acciones a realizar se enfocarán siempre en la disminución de los impactos ambientales.
- **Responsabilidad:** los diferentes actores públicos y privados deberán asumir, participar y formar parte de las diferentes actividades establecidas en los proyectos de manera oportuna.
- **Sentido de pertenencia:** es fundamental que todos los actores sientan que forman parte del proceso y que los beneficios son para todos, para lo cual se procurará un empoderamiento de los emprendimientos turísticos.
- **Valentía:** valor, energía y voluntad para afrontar situaciones difíciles o adversas que pudiesen presentarse en el proceso de desarrollo turístico.

5.2.2. Principios

El plan se regirá bajo los siguientes principios:

- **Compromiso social:** participación de forma activa de los involucrados y las autoridades locales en el proceso, contribuyendo el desarrollo local.

- **Democracia:** dar cumplimiento por parte de las autoridades y la población local, con los objetivos planteados y derechos de participación en la toma de decisiones para la ejecución de programas y proyectos.
- **Fomento participativo:** la participación de los diferentes actores involucrados es de gran importancia por lo cual se debe tener prioridad que no exista discriminación ni distinción de género en la actividad turística.
- **Responsabilidad ambiental:** las acciones a realizarse se enfocan en disminuir los impactos ambientales presentes en la localidad.
- **Sostenibilidad:** cubrir las necesidades presentes de la localidad sin comprometer a las generaciones futuras.

5.2.3. Políticas

El plan se regirá bajo las siguientes políticas:

- El fomento del turismo se realizará a través de una comisión de turismo que establezca normas y regulaciones para un crecimiento ordenado de la actividad turística a nivel cantonal.
- Inclusión de criterios de calidad en la oferta turística cantonal, para generar productos competentes y competitivos que permitan constituir al cantón como un centro turístico de interés provincial.
- La actividad turística es un modelo de desarrollo sostenible para dinamizar la economía de los pobladores del cantón.
- La gestión de los proyectos vinculados al turismo debe priorizar para su ejecución la captación de recursos de autogestión con la finalidad de concluirlos exitosamente.
- La gestión del turismo será de manera coordinada y participativa involucrando a la población y todos los actores que intervienen en el sector turístico.
- Los proyectos de turismo que se planteen y ejecuten en el cantón, deben guardar criterios de conservación del patrimonio natural y de revalorización, revitalización y salvaguarda del patrimonio cultural.

5.2.4. Objetivos estratégicos

El plan tiene los siguientes objetivos estratégicos:

- Planificar un desarrollo turístico sostenible y garantizar la participación ciudadana en los distintos proyectos turísticos.
- Aprovechar las potencialidades del territorio diseñando proyectos de productos turísticos acorde a las potencialidades del cantón.
- Contar con una oferta turística diversificada que permita satisfacer las necesidades de los turistas actuales y potenciales.
- Desarrollar ordenada y coordinadamente las actividades turísticas bajo el marco legal turístico vigente.
- Establecer las principales líneas de actuación a seguir en el corto, medio y largo plazo para un desarrollo turístico planificado en el cantón.
- Promover una gestión eficiente mediante la acción coordinada de los diferentes actores para la optimización de recursos económicos y de talento humano.

5.2.5. Marco filosófico de la propuesta estratégica para el desarrollo turístico

5.2.5.1. Definición de programas y proyectos

Tabla 43-5: Definición de programas y proyectos

Eje	Programa	Objetivo del programa	Proyectos
Atractivos turísticos	P1. Fortalecimiento de los atractivos turísticos	O1. Contribuir al fortalecimiento de los atractivos turísticos	Pr 1. Actualización del inventario de atractivos turísticos.
			Pr 2. Formulación e implementación de un plan de revitalización cultural para la salvaguarda del patrimonio.
			Pr 3. Elaboración del calendario cultural del cantón.
			Pr 4. Diseño e implementación de señalética turística.
			Pr 5. Adecuamiento de senderos para emprendimientos turísticos.
			Pr 6. Diseño e implementación de miradores turísticos.
			Pr 7. Diseño e implementación de productos turísticos acorde a la potencialidad del territorio y al perfil de los turistas.

Eje	Programa	Objetivo del programa	Proyectos
Infraestructura turística	P2. Fortalecimiento de la infraestructura turística	O1. Contribuir al fortalecimiento de la infraestructura turística	Pr 1. Ampliación y mejoramiento de la red de agua potable.
			Pr 2. Ampliación y mejoramiento de la red pública de alcantarillado.
			Pr 3. Ampliación y mejoramiento de la red vial.
			Pr 4. Ampliación y mejoramiento en el servicio de recolección de basura.
			Pr 5. Mantenimiento de espacios públicos con fines de recreación.
			Pr 6. Diseño e implementación de facilidades turísticas.
Planta turística	P3. Fortalecimiento de la planta turística	O1. Contribuir al fortalecimiento de la planta turística	Pr 1. Registro turístico para la operación de establecimientos turísticos.
			Pr 2. Convenio para certificación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos.
			Pr 3. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de legislación y asociatividad turística.
			Pr 4. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de atención al cliente y administración.
			Pr 5. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de gestión de talento humano y gestión turística.
			Pr 6. Promoción y publicidad de establecimientos turísticos.
Superestructura turística	P4. Fortalecimiento de la superestructura turística	O1. Contribuir al fortalecimiento de la superestructura turística	Pr 1. Generación e implementación de ordenanza para la creación de la organización de gestión de destino del cantón Pallatanga.
			Pr 2. Generación e implementación de ordenanzas para la regulación de la actividad turística.
			Pr 3. Generación e implementación de ordenanzas para la seguridad turística.
			Pr 4. Generación e implementación de ordenanzas para la gestión de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.
			Pr 5. Generación e implementación de ordenanzas para la captación de inversión privada.
			Pr 6. Capacitación a los funcionarios sobre el acceso a fuentes de financiamiento al sector turístico.

Eje	Programa	Objetivo del programa	Proyectos
Demanda turística	P5. Fortalecimiento de la demanda turística	O1. Contribuir al fortalecimiento de la demanda turística	Pr 1. Elaboración de una investigación de mercados y tendencias turísticas.
			Pr 2. Elaboración de plan estratégico de marketing turístico.
			Pr 3. Elaboración de un plan de seguridad y contingencia turística.
			Pr 4. Creación de protocolos de atención de emergencias con turistas.
			Pr 5. Creación de un sistema de recepción de denuncias turísticas.

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

5.2.5.2. Marco lógico

Tabla 44-5: Marco lógico

Resumen de objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos																																																
Fin Contribuir a un adecuado desarrollo económico derivado de las actividades turísticas.	El 4% de la población del cantón Pallatanga cuenta con herramientas que les permita mejorar sus ingresos económicos a través de la actividad turística.	- Informes de control, vigilancia y monitoreo	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes																																																
Propósito Eficiente desarrollo de actividades turísticas en el cantón Pallatanga a través de la propuesta estratégica.	Implementación de 5 programas y 30 proyectos para potenciar el desarrollo turístico en el cantón.	- Informes de control, vigilancia y monitoreo	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes - Ejecución eficiente de programas y proyectos																																																
Componentes																																																			
Componente 1 Programa de fortalecimiento de los atractivos turísticos	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicador</th> <th>2022</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de atractivos naturales y culturales con potencialidad turística actualizados</td> <td>10</td> <td>9</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de planes de revitalización cultural para la salvaguarda del patrimonio formulados e implementados</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de calendarios culturales elaborados</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de señalética turística diseñada e implementada</td> <td>0</td> <td>6</td> <td>0</td> <td>6</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de senderos para emprendimientos turísticos adecuados</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>N° de miradores turísticos diseñados e implementados</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>N° de productos turísticos acorde a la potencialidad del territorio y al perfil de los turistas diseñados e implementados</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026	N° de atractivos naturales y culturales con potencialidad turística actualizados	10	9	0	0	0	N° de planes de revitalización cultural para la salvaguarda del patrimonio formulados e implementados	0	1	0	0	0	N° de calendarios culturales elaborados	0	0	1	0	0	N° de señalética turística diseñada e implementada	0	6	0	6	0	N° de senderos para emprendimientos turísticos adecuados	0	0	2	0	1	N° de miradores turísticos diseñados e implementados	0	0	1	0	1	N° de productos turísticos acorde a la potencialidad del territorio y al perfil de los turistas diseñados e implementados	0	0	0	1	1	- Fichas de inventario - Fotografías - Estudios técnicos - Informes	- Condiciones climáticas estables - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026																																													
	N° de atractivos naturales y culturales con potencialidad turística actualizados	10	9	0	0	0																																													
	N° de planes de revitalización cultural para la salvaguarda del patrimonio formulados e implementados	0	1	0	0	0																																													
	N° de calendarios culturales elaborados	0	0	1	0	0																																													
	N° de señalética turística diseñada e implementada	0	6	0	6	0																																													
	N° de senderos para emprendimientos turísticos adecuados	0	0	2	0	1																																													
	N° de miradores turísticos diseñados e implementados	0	0	1	0	1																																													
N° de productos turísticos acorde a la potencialidad del territorio y al perfil de los turistas diseñados e implementados	0	0	0	1	1																																														

Resumen de objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos																																										
Componente 2 Programa de fortalecimiento de la infraestructura turística	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicador</th> <th>2022</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>km de ampliación y mejoramiento de la red de agua potable</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>15</td> <td>0</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>km de ampliación y mejoramiento de la red pública de alcantarillado</td> <td>0</td> <td>15</td> <td>0</td> <td>15</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>km de ampliación y mejoramiento de la red vial</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>25</td> <td>0</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>% de ampliación y mejoramiento en el servicio de recolección de basura</td> <td>0</td> <td>15</td> <td>0</td> <td>15</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de espacios públicos con fines de recreación mantenidos</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>N° de facilidades turísticas diseñadas e implementadas</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026	km de ampliación y mejoramiento de la red de agua potable	0	0	15	0	15	km de ampliación y mejoramiento de la red pública de alcantarillado	0	15	0	15	0	km de ampliación y mejoramiento de la red vial	0	0	25	0	25	% de ampliación y mejoramiento en el servicio de recolección de basura	0	15	0	15	0	N° de espacios públicos con fines de recreación mantenidos	0	0	1	0	1	N° de facilidades turísticas diseñadas e implementadas	0	1	0	2	0	- Estudios técnicos para la implementación de infraestructura turística - Contratos - Facturas - Fotografías - Informes	- Condiciones climáticas estables - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026																																							
	km de ampliación y mejoramiento de la red de agua potable	0	0	15	0	15																																							
	km de ampliación y mejoramiento de la red pública de alcantarillado	0	15	0	15	0																																							
	km de ampliación y mejoramiento de la red vial	0	0	25	0	25																																							
	% de ampliación y mejoramiento en el servicio de recolección de basura	0	15	0	15	0																																							
	N° de espacios públicos con fines de recreación mantenidos	0	0	1	0	1																																							
N° de facilidades turísticas diseñadas e implementadas	0	1	0	2	0																																								
Componente 3 Programa de fortalecimiento de la planta turística	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicador</th> <th>2022</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de establecimientos turísticos registrados</td> <td>0</td> <td>5</td> <td>0</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de convenios para certificación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de legislación y asociatividad turística</td> <td>20</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de atención al cliente y administración</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de gestión de talento humano y gestión turística</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de establecimientos turísticos promocionados y publicitados</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>28</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026	N° de establecimientos turísticos registrados	0	5	0	5	0	N° de convenios para certificación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos	1	0	1	0	0	N° de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de legislación y asociatividad turística	20	0	0	0	0	N° de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de atención al cliente y administración	0	20	0	0	0	N° de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de gestión de talento humano y gestión turística	0	0	20	0	0	N° de establecimientos turísticos promocionados y publicitados	0	0	0	28	0	- Convenios - Contratos - Facturas - Fotografías - Informes - Lista de participantes	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes - Los prestadores de servicios turísticos están dispuestos a participar en las capacitaciones
	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026																																							
	N° de establecimientos turísticos registrados	0	5	0	5	0																																							
	N° de convenios para certificación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos	1	0	1	0	0																																							
	N° de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de legislación y asociatividad turística	20	0	0	0	0																																							
	N° de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de atención al cliente y administración	0	20	0	0	0																																							
	N° de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de gestión de talento humano y gestión turística	0	0	20	0	0																																							
N° de establecimientos turísticos promocionados y publicitados	0	0	0	28	0																																								

Resumen de objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos																																										
Componente 4 Programa de fortalecimiento para la superestructura turística	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicador</th> <th>2022</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de ordenanzas para la creación de la organización de gestión de destino del cantón Pallatanga generadas e implementadas</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de ordenanzas para la regulación de la actividad turística generadas e implementadas</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de ordenanzas para la seguridad turística generadas e implementadas</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de ordenanzas para la gestión de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas generadas e implementadas</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de ordenanzas para la captación de inversión privada generadas e implementadas</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de funcionarios capacitados sobre el acceso a fuentes de financiamiento al sector turístico</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>15</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026	N° de ordenanzas para la creación de la organización de gestión de destino del cantón Pallatanga generadas e implementadas	1	0	0	0	0	N° de ordenanzas para la regulación de la actividad turística generadas e implementadas	0	1	0	0	0	N° de ordenanzas para la seguridad turística generadas e implementadas	0	1	0	0	0	N° de ordenanzas para la gestión de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas generadas e implementadas	0	0	1	0	0	N° de ordenanzas para la captación de inversión privada generadas e implementadas	0	0	1	0	0	N° de funcionarios capacitados sobre el acceso a fuentes de financiamiento al sector turístico	0	0	15	0	0	- Fotografías - Informes - Lista de participantes	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes - Los funcionarios públicos están dispuestos a participar en las capacitaciones
	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026																																							
	N° de ordenanzas para la creación de la organización de gestión de destino del cantón Pallatanga generadas e implementadas	1	0	0	0	0																																							
	N° de ordenanzas para la regulación de la actividad turística generadas e implementadas	0	1	0	0	0																																							
	N° de ordenanzas para la seguridad turística generadas e implementadas	0	1	0	0	0																																							
	N° de ordenanzas para la gestión de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas generadas e implementadas	0	0	1	0	0																																							
	N° de ordenanzas para la captación de inversión privada generadas e implementadas	0	0	1	0	0																																							
N° de funcionarios capacitados sobre el acceso a fuentes de financiamiento al sector turístico	0	0	15	0	0																																								
Componente 5 Programa de fortalecimiento de la demanda turística	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicador</th> <th>2022</th> <th>2023</th> <th>2024</th> <th>2025</th> <th>2026</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N° de investigaciones de mercados y tendencias turísticas elaborados</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de planes estratégicos de marketing turístico elaborados</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de planes de seguridad y contingencia turística elaborados</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>N° de protocolos de atención de emergencias con turistas creados</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>N° de sistema de recepción de denuncias turísticas creados</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026	N° de investigaciones de mercados y tendencias turísticas elaborados	0	1	0	0	0	N° de planes estratégicos de marketing turístico elaborados	1	0	0	0	0	N° de planes de seguridad y contingencia turística elaborados	0	1	0	0	0	N° de protocolos de atención de emergencias con turistas creados	0	0	2	0	1	N° de sistema de recepción de denuncias turísticas creados	1	0	0	0	0	- Informes de control, vigilancia y monitoreo	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes - La demanda turística brindan la información requerida para los diferentes estudios						
	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026																																							
	N° de investigaciones de mercados y tendencias turísticas elaborados	0	1	0	0	0																																							
	N° de planes estratégicos de marketing turístico elaborados	1	0	0	0	0																																							
	N° de planes de seguridad y contingencia turística elaborados	0	1	0	0	0																																							
N° de protocolos de atención de emergencias con turistas creados	0	0	2	0	1																																								
N° de sistema de recepción de denuncias turísticas creados	1	0	0	0	0																																								
Actividades	Presupuesto	Medios de verificación	Supuestos																																										
1.1. Actualización del inventario de atractivos turísticos.	60000	- Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Informes	- Las condiciones climáticas son favorables para el																																										

Resumen de objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
			levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
1.2. Formulación e implementación de un plan de revitalización cultural para la salvaguarda del patrimonio.	50000	- Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Informes	- Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
1.3. Elaboración del calendario cultural del cantón.	30000	- Informes	- Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
1.4. Diseño e implementación de señalética turística.	70000	- Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes	- Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes

Resumen de objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
1.5. Adecuación y mantenimiento de senderos para emprendimientos turísticos.	70000	<ul style="list-style-type: none"> - Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes 	<ul style="list-style-type: none"> - Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
1.6. Diseño e implementación de miradores turísticos.	50000	<ul style="list-style-type: none"> - Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes 	<ul style="list-style-type: none"> - Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
1.7. Diseño de productos turísticos acorde a la potencialidad del territorio y al perfil de los turistas.	60000	<ul style="list-style-type: none"> - Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Informes 	<ul style="list-style-type: none"> - Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
2.1. Ampliación y mejoramiento de la red de agua potable.	190000	<ul style="list-style-type: none"> - Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes 	<ul style="list-style-type: none"> - Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política

Resumen de objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
			- Recursos económicos existentes
2.2. Ampliación y mejoramiento de la red pública de alcantarillado.	250000	- Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes	- Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
2.3. Ampliación y mejoramiento de la red vial.	300000	- Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes	- Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
2.4. Ampliación y mejoramiento en el servicio de recolección de basura.	70000	- Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes
2.5. Dotación y mantenimiento de espacios públicos con fines de recreación.	60000	- Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes	- Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes

Resumen de objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
2.6. Diseño e implementación de facilidades turísticas.	70000	<ul style="list-style-type: none"> - Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes 	<ul style="list-style-type: none"> - Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
3.1. Registro turístico para la operación de establecimientos turísticos.	20000	<ul style="list-style-type: none"> - Informes 	<ul style="list-style-type: none"> - Agilización de procesos en entidades turísticas competentes - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
3.2. Convenio para certificación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos.	10000	<ul style="list-style-type: none"> - Convenios - Informes 	<ul style="list-style-type: none"> - Agilización de procesos en entidades competentes - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
3.3. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de legislación y asociatividad turística.	30000	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografías - Informes - Lista de participantes 	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad política - Recursos económicos existentes - Los prestadores de servicios turísticos están dispuestos a participar en las capacitaciones
3.4. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de atención al cliente y administración.	30000	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografías - Informes - Lista de participantes 	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad política - Recursos económicos existentes

Resumen de objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
			- Los prestadores de servicios turísticos están dispuestos a participar en las capacitaciones
3.5. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de gestión de talento humano y gestión turística.	30000	- Fotografías - Informes - Lista de participantes	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes - Los prestadores de servicios turísticos están dispuestos a participar en las capacitaciones
3.6. Promoción y publicidad de establecimientos turísticos.	60000	- Informes - Afiches diseñados - Trípticos diseñados - Redes sociales creadas - Página web de difusión diseñada	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes - Los prestadores de servicios turísticos están dispuestos a participar en la promoción y publicidad de sus establecimientos.
4.1. Generación e implementación de ordenanza para la creación de la organización de gestión de destino del cantón Pallatanga.	12000	- Fotografías - Informes	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes
4.2. Generación e implementación de ordenanzas para la regulación de la actividad turística.	12000	- Fotografías - Informes	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes
4.3. Generación e implementación de ordenanzas para la seguridad turística	12000	- Fotografías - Informes	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes

Resumen de objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
4.4. Generación e implementación de ordenanzas para la gestión de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.	12000	- Fotografías - Informes	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes
4.5. Generación e implementación de ordenanzas para la captación de inversión privada.	12000	- Fotografías - Informes	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes
4.6. Capacitación a los funcionarios sobre el acceso a fuentes de financiamiento al sector turístico.	30000	- Fotografías - Informes - Lista de participantes	- Estabilidad política - Recursos económicos existentes - Los funcionarios públicos están dispuestos a participar en las capacitaciones
5.1. Elaboración de una investigación de mercados y tendencias turísticas.	50000	- Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes	- Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
5.2. Elaboración de plan estratégico de marketing turístico.	60000	- Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes	- Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes

Resumen de objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
5.3. Elaboración de un plan de seguridad y contingencia turística.	40000	<ul style="list-style-type: none"> - Contratos - Partidas presupuestarias - Contabilidad - Estudios técnicos - Informes 	<ul style="list-style-type: none"> - Las condiciones climáticas son favorables para el levantamiento de información. - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
5.4. Creación de protocolos de atención de emergencias con turistas.	36000	<ul style="list-style-type: none"> - Informes 	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad política - Recursos económicos existentes
5.5. Creación de un sistema de recepción de denuncias turísticas.	50000	<ul style="list-style-type: none"> - Informes - Sistema diseñado 	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad política - Recursos económicos existentes

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

5.2.5.3. Involucrados en la gestión de la propuesta estratégica del cantón

Tabla 45-5: Involucrados en la gestión de la propuesta estratégica del cantón

Actor	Interés	Recurso	Mandato	Ley
Ministerio de Turismo	Incentivar el desarrollo del turismo sostenible en los territorios del país.	R1. Técnico R2. Económico	Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.	Ley de turismo Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002 Última modificación: 29-dic.-2014 Estado: Vigente
Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica	Garantizar el manejo sostenible de los recursos naturales, mediante la prevención y el control de las actividades dañinas al ambiente.	R1. Técnico R2. Económico R4. Normativo	Art. 8.- La autoridad ambiental nacional será ejercida por el Ministerio del ramo, que actuará como instancia rectora, coordinadora y reguladora del Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental, sin perjuicio de las atribuciones que dentro del ámbito de sus competencias y conforme las leyes que las regulan, ejerzan otras instituciones del Estado.	Ley de Gestión Ambiental, Codificación 19 Registro Oficial Suplemento 418 de 10-sep-2004 Estado: Vigente
Instituto Nacional de Patrimonio Cultural	Identificar, proteger, defender, conservar, restaurar y difundir el patrimonio cultural tangible e intangible de los territorios del Ecuador.	R1. Técnico R2. Económico	Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.	Constitución de la República del Ecuador del 2008

Actor	Interés	Recurso	Mandato	Ley
GAD provincial de Chimborazo	Fomentar la actividad turística.	R1. Técnico R2. Económico R3. Político R4. De gestión	Art. 42.- Competencias exclusivas del GAD Provincial.- a) Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo provincial y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, en el ámbito de sus competencias, de manera articulada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad; b) Planificar, construir y mantener el sistema vial de ámbito provincial, que no incluya las zonas urbanas; c) Ejecutar, en coordinación con el gobierno regional y los demás gobiernos autónomos descentralizados, obras en cuencas y micro cuencas; d) La gestión ambiental provincial; e) Planificar, construir, operar y mantener sistemas de riego de acuerdo con la Constitución y la ley; f) Fomentar las actividades productivas provinciales, especialmente las agropecuarias; y, m) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.	Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD Ley 0 Registro Oficial Suplemento 303 de 19-oct.-2010 Última modificación: 16-ene.-2015 Estado: Vigente
GAD municipal de Pallatanga	Mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón a través del incremento de	R1. Técnico R2. Económico R3. Político R4. De gestión	Art. 55.- Competencias exclusivas del GAD Municipal.- a) Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el	Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD Ley 0 Registro Oficial Suplemento 303 de 19-

Actor	Interés	Recurso	Mandato	Ley
	<p>ingresos que genera la actividad turística.</p>		<p>desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;</p> <p>b) Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón;</p> <p>c) Planificar, construir y mantener la vialidad urbana;</p> <p>d) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley;</p> <p>e) Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;</p> <p>f) Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre dentro de su circunscripción cantonal;</p> <p>g) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley;</p>	<p>oct.-2010 Última modificación: 16-ene.-2015 Estado: Vigente</p>

Actor	Interés	Recurso	Mandato	Ley
			<p>h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;</p> <p>i) Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales;</p> <p>j) Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley;</p> <p>k) Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas;</p> <p>l) Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras;</p> <p>m) Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios; y,</p> <p>n) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.</p>	
<p>ESPOCH y UNACH</p>	<p>Realizar prácticas pre profesionales, tesis e investigaciones sobre turismo en el territorio.</p>	<p>R1. Técnico</p>	<p>Impulsar la investigación básica y aplicada, vinculándola con las otras funciones universitarias y con los sectores productivos y sociales.</p> <p>Promover la generación de bienes y prestación de servicios basados en el potencial científico-tecnológico.</p>	<p>Objetivos institucionales</p>

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

5.2.5.4. Descripción de programas y proyectos

5.2.5.5. Programa 1

Fortalecimiento de los atractivos turísticos

- **Justificación**

El cantón Pallatanga posee una gran variedad de atractivos turísticos naturales y culturales, cuyas potencialidades han sido reducidas debido a la inexistencia de señalética y facilidades turísticas. Es por ello que se ha visto conveniente tomar las medidas necesarias, que permitirán aprovechar al máximo las cualidades de los atractivos en el desarrollo de la actividad turística, proporcionando una orientación adecuada al turista, espacios de información y seguridades necesarias, razón por la cual se requiere un sistema eficiente de actividades con el fin de mejorar los atractivos turísticos:

Mediante la creación de este programa se busca el mejoramiento de los atractivos turísticos de la parroquia para convertirla en un sitio competitivo de turismo, esto se logrará a través de la implementación de señalética interpretativa que ayude al visitante a direccionarse hacia los atractivos, también se cree importante la adecuación de los senderos mismos que ayudarán a generar una visita confiable debido a que habrá acceso y salida fácil de los sitios de visita, dada las características del lugar será primordial crear productos turísticos innovadores que ayuden a la captación del interés del turista, además de la elaboración de un calendario cultural y el diseño de productos turísticos.

- **Objetivo**

Contribuir al fortalecimiento de los atractivos turísticos

- **Proyectos**

- Actualización del inventario de atractivos turísticos.
- Formulación e implementación de un plan de revitalización cultural para la salvaguarda del patrimonio.
- Elaboración del calendario cultural del cantón.
- Diseño e implementación de señalética turística.
- Adecuación y mantenimiento de senderos para emprendimientos turísticos.
- Diseño e implementación de miradores turísticos.
- Diseño de productos turísticos acorde a la potencialidad del territorio y al perfil de los turistas.

- **Metas**

- Para el año 2023 se actualizarán 19 atractivos turísticos naturales y culturales.

- Para el año 2021 se formulará un plan de revitalización cultural para la salvaguarda del patrimonio.
- Para el año 2024 se elaborará un calendario cultural.
- Para el año 2025 se diseñarán e implementarán 12 señaléticas turísticas.
- Para el año 2026 se adecuarán 3 senderos para emprendimientos turísticos.
- Para el año 2026 se diseñarán e implementarán 2 miradores turísticos.
- Para el año 2026 se diseñarán e implementarán 2 productos turísticos acorde a la potencialidad del territorio y al perfil de los turistas.

- **Responsables**

- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pallatanga
- Comisión turismo del cantón Pallatanga
- Ministerio de Turismo
- Pobladores del cantón Pallatanga

5.2.5.6. Programa 2

Fortalecimiento de la infraestructura turística

- **Justificación**

Los servicios básicos constituyen un componente fundamental en el sistema turístico, su calidad incide directamente en el producto turístico y la satisfacción del cliente, por esta razón el mejoramiento de los mismos es uno de los factores primordiales y prioritarios para la consolidación de un destino turístico y mejorando la calidad de vida de los habitantes del cantón. También conseguir vías en buen estado, que faciliten el acceso a los atractivos turísticos, además en cuanto a mejoras al servicio de recolección de basura, esto ayudará a evitar la contaminación visual y al ambiente que se produce debido a la inconstancia de este servicio, de este modo y bajo condiciones óptimas será posible el desarrollo del turismo como una actividad económica para el territorio.

- **Objetivo**

Contribuir al fortalecimiento de la infraestructura turística

- **Proyectos**

- Ampliación y mejoramiento de la red de agua potable.
- Ampliación y mejoramiento de la red pública de alcantarillado.
- Ampliación y mejoramiento de la red vial.
- Ampliación y mejoramiento en el servicio de recolección de basura.

- Dotación y mantenimiento de espacios públicos con fines de recreación.
 - Diseño e implementación de facilidades turísticas.
- **Metas**
 - Para el año 2026 se ampliará y mejorará la red de agua potable en 30 km.
 - Para el año 2025 se ampliará y mejorará la red pública de alcantarillado en 30 km.
 - Para el año 2026 se ampliará y mejorará la red vial en 50 km.
 - Para el año 2025 se ampliará y mejorará el servicio de recolección de basura en un 30%.
 - Para el año 2026 se dotarán y mantendrán 2 espacios públicos con fines de recreación.
 - Para el año 2025 se diseñarán e implementarán 3 facilidades turísticas.
- **Responsables**
 - Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Chimborazo
 - Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pallatanga
 - Comisión turismo del cantón Pallatanga
 - Ministerio de Turismo
 - Prestadores de servicios turísticos

5.2.5.7. Programa 3

Fortalecimiento de la planta turística

- **Justificación**

La planta turística con la que cuenta actualmente el cantón ha tenido un crecimiento acelerado en los últimos años, pero la mayor parte de emprendimientos se han hecho empíricamente y se encuentran funcionando sin personal técnico especializado en el área turística, ya que sus objetivos solo se han centrado en tener un negocio rentable. Sin embargo, durante su funcionamiento se han encontrado con serios inconvenientes como son: la subocupación de la capacidad instalada y con ello la no recuperación del capital invertido.

Por ello, para que exista una actividad turística dentro de un sitio, es necesario la existencia de un conjunto de servicios enfocados en el turismo y que estos sean desarrollados por personas instruidas, para ello es necesario elaborar capacitaciones para emprendedores de turismo del territorio lo que ayudará a mejorar el desempeño en el momento de ofertar servicios. De igual manera, sin olvidar que en la industria turística el capital humano juega un papel determinante debido a no solo basta tener infraestructura turística adecuada, sino lo importante es contar con personal competente, formado con altos estándares de excelencia para dirigir y brindar servicio de calidad, capaz de competir con puntos de interés turístico.

- **Objetivos**

- Contribuir al fortalecimiento de la planta turística

- **Proyectos**

- Registro turístico para la operación de establecimientos turísticos.
- Convenio para certificación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos.
- Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de legislación y asociatividad turística.
- Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de atención al cliente y administración.
- Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de gestión de talento humano y gestión turística.
- Promoción y publicidad de establecimientos turísticos.

- **Metas**

- Para el año 2025 se registrarán 10 establecimientos turísticos legalmente.
- Para el año 2024 se contará con 2 convenios firmados para certificación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos.
- Para el año 2022 se capacitarán a 20 prestadores de servicios turísticos en temas de legislación y asociatividad turística.
- Para el año 2023 se capacitarán a 20 prestadores de servicios turísticos en temas de atención al cliente y administración.
- Para el año 2024 se capacitarán a 20 prestadores de servicios turísticos en temas de gestión de talento humano y gestión turística.
- Para el año 2025 se promocionarán y publicitarán 28 establecimientos turísticos.

- **Responsables**

- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pallatanga
- Comisión turismo del cantón Pallatanga
- Ministerio de Turismo
- Prestadores de servicios turísticos

5.2.5.8. Programa 4

Fortalecimiento de la superestructura turística

- **Justificación**

La falta de operatividad del GAD de Pallatanga al momento de emitir ordenanzas, adecuadas y precisas en cuanto al desarrollo turístico en la parroquia, provocan que no existan proyectos ni actividades en el sector turístico, es así que no existe un desarrollo ni dinamización de la economía local. Por ello, todo sitio que sea poseedor de atractivos turísticos en el que se pretenda desarrollar actividades de turismo, debe poseer un organismo que regule estas actividades esto se logrará mediante la creación de un área técnica especializada encargada de turismo, además mediante la implementación de ordenanzas que permitan captar inversión privada, lo que ayudará a la generación de fuentes de empleo en el cantón, también es importante crear espacios de capacitación para el acceso al financiamiento para el sector turístico lo que ayudará a los emprendedores de la población a direccionar su gestión como tal, para de esta manera se garantizar el impulso de la actividad turística.

- **Objetivo**

Contribuir al fortalecimiento de la superestructura turística.

- **Proyectos**

- Generación e implementación de ordenanza para la creación de la organización de gestión de destino del cantón Pallatanga.
- Generación e implementación de ordenanzas para la regulación de la actividad turística.
- Generación e implementación de ordenanzas para la seguridad turística.
- Generación e implementación de ordenanzas para la gestión de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.
- Generación e implementación de ordenanzas para la captación de inversión privada.
- Capacitación a los funcionarios sobre el acceso a fuentes de financiamiento al sector turístico.

- **Metas**

- Para el año 2022 se generará e implementará 1 ordenanza para la creación de la organización de gestión de destino del cantón Pallatanga.
- Para el año 2023 se generará e implementará 1 ordenanza para la regulación de la actividad turística.
- Para el año 2023 se generará e implementará 1 ordenanza para la seguridad turística.+
- Para el año 2024 se generará e implementará 1 ordenanza para la gestión de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.
- Para el año 2024 se generará e implementará 1 ordenanza para la captación de inversión privada.
- Para el año 2024 se capacitarán a 15 funcionarios sobre el acceso a fuentes de financiamiento.

- **Responsables**

- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pallatanga
- Comisión turismo del cantón Pallatanga
- Ministerio de Turismo
- Prestadores de servicios turísticos
- Población del cantón Pallatanga

5.2.5.9. Programa 5

Fortalecimiento de la demanda turística

- **Justificación**

La demanda turística ha permitido el crecimiento económico de varias partes del territorio ayudando así a la población a obtener una remuneración por los servicios prestados, en el cual el consumidor juega un papel muy importante ya que es el demandante de todos los servicios ofertados al público en general; para lo cual he realizado un estudio que me permita identificar los factores determinantes de la demanda turística además de la satisfacción del consumidor en el cantón. Los factores determinantes de la demanda turística son elementos que el empresario dedicado a ejercer en el sector servicios no controla, ya que son componentes económicos, sociales, políticos y temporales que afectan subjetivamente al turismo y por ende a la satisfacción del consumidor, por lo tanto, la demanda turística es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. La misma, suele caracterizarse, además de por su elasticidad, por ser estacional, también suelen influir factores del lugar de destino, como el atractivo económico, la estabilidad económica o la diversidad de recursos turísticos que ofrece el sitio en cuestión, o factores del lugar de origen, como el nivel de renta, etc.

- **Objetivo**

- Contribuir al fortalecimiento de la demanda turística

- **Proyectos**

- Elaboración de una investigación de mercados y tendencias turísticas.
- Elaboración de plan estratégico de marketing turístico.
- Elaboración de un plan de seguridad y contingencia turística.
- Creación de protocolos de atención de emergencias con turistas.
- Creación de un sistema de recepción de denuncias turísticas.

- **Metas**

- Para el año 2023 se elaborará 1 investigación de mercados y tendencias turísticas.
- Para el año 2022 se elaborará 1 plan estratégico de marketing turístico.
- Para el año 2022 se elaborará 1 plan de seguridad y contingencia turística.
- Para el año 2026 se crearán 3 protocolos de atención de emergencias con turistas.
- Para el año 2022 se creará 1 sistema de recepción de denuncias turísticas.

- **Responsables**

- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pallatanga
- Comisión turismo del cantón Pallatanga
- Ministerio de Turismo
- Prestadores de servicios turísticos
- Población del cantón Pallatanga

5.2.5.10. *Resumen de los programas y proyectos*

Tabla 46-5: Resumen de los programas y proyectos y presupuestos

Programa	Proyectos	Presupuesto
P1. Fortalecimiento de los atractivos turísticos	Pr 1. Actualización del inventario de atractivos turísticos.	60000
	Pr 2. Formulación e implementación de un plan de revitalización cultural para la salvaguarda del patrimonio.	50000
	Pr 3. Elaboración del calendario cultural del cantón.	30000
	Pr 4. Diseño e implementación de señalética turística.	70000
	Pr 5. Adecuamiento de senderos para emprendimientos turísticos.	70000
	Pr 6. Diseño e implementación de miradores turísticos.	50000
	Pr 7. Diseño e implementación de productos turísticos acorde a la potencialidad del territorio y al perfil de los turistas.	60000
P2. Fortalecimiento de la infraestructura turística	Pr 1. Ampliación y mejoramiento de la red de agua potable.	190000
	Pr 2. Ampliación y mejoramiento de la red pública de alcantarillado.	250000
	Pr 3. Ampliación y mejoramiento de la red vial.	300000
	Pr 4. Ampliación y mejoramiento en el servicio de recolección de basura.	70000
	Pr 5. Mantenimiento de espacios públicos con fines de recreación.	60000
	Pr 6. Diseño e implementación de facilidades turísticas.	70000
P3. Fortalecimiento de la planta turística	Pr 1. Registro turístico para la operación de establecimientos turísticos.	20000
	Pr 2. Convenio para certificación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos.	10000

Programa	Proyectos	Presupuesto
	Pr 3. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de legislación y asociatividad turística.	30000
	Pr 4. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de atención al cliente y administración.	30000
	Pr 5. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de gestión de talento humano y gestión turística.	30000
	Pr 6. Promoción y publicidad de establecimientos turísticos.	60000
P4. Fortalecimiento de la superestructura turística	Pr 1. Generación e implementación de ordenanza para la creación de la organización de gestión de destino del cantón Pallatanga.	12000
	Pr 2. Generación e implementación de ordenanzas para la regulación de la actividad turística.	12000
	Pr 3. Generación e implementación de ordenanzas para la seguridad turística.	12000
	Pr 4. Generación e implementación de ordenanzas para la gestión de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.	12000
	Pr 5. Generación e implementación de ordenanzas para la captación de inversión privada.	12000
	Pr 6. Capacitación a los funcionarios sobre el acceso a fuentes de financiamiento al sector turístico.	30000
P5. Fortalecimiento de la demanda turística	Pr 1. Elaboración de una investigación de mercados y tendencias turísticas.	50000
	Pr 2. Elaboración de plan estratégico de marketing turístico.	60000
	Pr 3. Elaboración de un plan de seguridad y contingencia turística.	40000
	Pr 4. Creación de protocolos de atención de emergencias con turistas.	36000
	Pr 5. Creación de un sistema de recepción de denuncias turísticas.	50000

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

5.2.5.11. *Planificación operativa anual para la implementación del plan*

- **Cronograma de ejecución**

Tabla 47-5: Cronograma de ejecución de proyectos

Programas	Proyectos	Cronograma de ejecución																	
		Año 1 2022			Año 2 2023			Año 3 2024			Año 4 2025			Año 5 2026					
P1. Fortalecimiento de los atractivos turísticos	Pr 1. Actualización del inventario de atractivos turísticos.																		
	Pr 2. Formulación e implementación de un plan de revitalización cultural para la salvaguarda del patrimonio.																		
	Pr 3. Elaboración del calendario cultural del cantón.																		
	Pr 4. Diseño e implementación de señalética turística.																		
	Pr 5. Adecuamiento de senderos para emprendimientos turísticos.																		
	Pr 6. Diseño e implementación de miradores turísticos.																		
	Pr 7. Diseño e implementación de productos turísticos acorde a la potencialidad del territorio y al perfil de los turistas.																		
P2. Fortalecimiento de la infraestructura turística	Pr 1. Ampliación y mejoramiento de la red de agua potable.																		
	Pr 2. Ampliación y mejoramiento de la red pública de alcantarillado.																		
	Pr 3. Ampliación y mejoramiento de la red vial.																		

Programas	Proyectos	Cronograma de ejecución																		
		Año 1 2022			Año 2 2023			Año 3 2024			Año 4 2025			Año 5 2026						
	Pr 3. Generación e implementación de ordenanzas para la seguridad turística.																			
	Pr 4. Generación e implementación de ordenanzas para la gestión de alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.																			
	Pr 5. Generación e implementación de ordenanzas para la captación de inversión privada.																			
	Pr 6. Capacitación a los funcionarios sobre el acceso a fuentes de financiamiento al sector turístico.																			
P5. Fortalecimiento de la demanda turística	Pr 1. Elaboración de una investigación de mercados y tendencias turísticas.																			
	Pr 2. Elaboración de plan estratégico de marketing turístico.																			
	Pr 3. Elaboración de un plan de seguridad y contingencia turística.																			
	Pr 4. Creación de protocolos de atención de emergencias con turistas.																			
	Pr 5. Creación de un sistema de recepción de denuncias turísticas.																			

Realizado por: Karla Vanessa Calderón Flores, 2022

Programas	Proyectos	Indicadores					Plan Operativo Anual										Total		
							Año 1 2022		Año 2 2023		Año 3 2024		Año 4 2025		Año 5 2026				
	basura.	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026												
		% de ampliación y mejoramiento en el servicio de recolección de basura	0	15	0	15	0												
	Pr 5. Mantenimiento de espacios públicos con fines de recreación.	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026												
		N° de espacios públicos con fines de recreación mantenidos	0	0	1	0	1												
	Pr 6. Diseño e implementación de facilidades turísticas.	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026												
		N° de facilidades turísticas diseñadas e implementadas	0	1	0	2	0												
Sub total programa 2																		94000	
P3. Fortalecimiento de la planta turística	Pr 1. Registro turístico para la operación de establecimientos turísticos.	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026												
		N° de establecimientos turísticos registrados	0	5	0	5	0												
	Pr 2. Convenio para certificación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos.	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026												
		N° de convenios para certificación por competencias laborales para prestadores de servicios turísticos	1	0	1	0	0												
	Pr 3. Capacitación a los prestadores de servicios turísticos en temas de legislación y asociatividad turística.	Indicador	2022	2023	2024	2025	2026												
		N° de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de legislación y asociatividad turística	20	0	0	0	0												
	Pr 4. Capacitación a los																		
Sub total programa 3																		30000	

CONCLUSIONES

- El diagnóstico turístico situacional del cantón Pallatanga denota que el territorio presenta un total de 19 atractivos turísticos entre naturales (89,47%) y manifestaciones culturales (10,53%). Estos atractivos presentan jerarquías entre II y III, la razón por la que los atractivos no son reconocidos y aprovechados es porque posee una carente oferta turística que no cubre las expectativas ni las necesidades de los visitantes. Además, presenta 9 establecimientos de servicio de alojamiento y 19 que brindan el servicio de alimentos y bebidas.
- El análisis de la gestión turística del cantón se priorizaron 9 nudos críticos entre debilidades y amenazas y 9 factores claves de éxito entre fortalezas y oportunidades.
- El marco filosófico de la propuesta estratégica para el desarrollo turístico estuvo en función a un proceso participativo, mismo que contempla la formulación de la misión, visión, valores, principios, políticas y objetivos estratégicos los cuales con una correcta aplicación favorecerían al desarrollo turístico del territorio.
- Se estructuraron 5 programas y 30 proyectos, los cuales pretenden atender los problemas existentes en el sistema turístico del cantón: oferta turística (atractivos, infraestructura, planta y superestructura) y demanda turística.
- El POA orienta la inversión y permite gestionar de forma coherente con los actores involucrados para el desarrollo de cada una de las actividades planteadas en los programas y proyectos durante cinco años, cuya inversión aproximada es de 1836000,00 USD, siendo viables, ya que pueden ser gestionados y financiados desde los distintos entes gubernamentales y no gubernamentales.

RECOMENDACIONES

- La propuesta estratégica para potenciar el desarrollo turístico del cantón Pallatanga, debe ser socializado con los pobladores para su aprobación y respaldado por el GAD municipal.
- Es importante que las autoridades a través de sus competencias exclusivas y concurrentes busquen mejorar los elementos del sistema turístico (atractivos turísticos, infraestructura turística, planta turística y superestructura turística) del cantón Pallatanga.
- Se recomienda que los pobladores del cantón estén predispuestos a colaborar con las actividades establecidas para facilitar la realización y culminación de todo lo señalado en el plan.
- La mejora de los elementos del sistema turístico son retos importantes dentro del sistema público político, por lo que se recomienda realizar alianzas estratégicas (interinstitucionales, marco y macro de cooperación) que garanticen una comunicación técnica política en el fortalecimiento y apoyo a la comercialización del destino.
- Resulta importante la ejecución de la propuesta estratégica para potenciar el desarrollo turístico sostenible bajo los programas y proyectos descritos en el presente trabajo, lo cual permitirá posicionar al cantón Pallatanga como destino turístico sostenible del país.
- Se recomienda que durante la ejecución del plan se realice una evaluación y seguimiento periódico del cumplimiento de las actividades para identificar los beneficio y avances en base a lo planificado.

BIBLIOGRAFÍA

- Al-Ababneh, M., & Masadeh, M.** 2019. Creative cultural tourism as a new model for cultural tourism. *Journal of Tourism Management Research*, 6(2), 109-118.
- Aliyeva, S., Chen, X., Yang, D., Samarkhanov, K., Mazbayev, O., Sekenuly, A., ... & Kozhokulov, S.** 2019. The socioeconomic impact of tourism in East Kazakhstan Region: Assessment approach. *Sustainability*, 11(17), 4805.
- Aranda, M., & Martínez, C.** 2019. La promoción turística privada en la España del primer tercio del siglo XX: los Sindicatos de Iniciativa y Turismo. *Investigaciones de Historia Económica*, 15(1), 38-46.
- Arbulú, I., Razumova, M., Rey, J., & Sastre, F.** 2021. Can domestic tourism relieve the COVID-19 tourist industry crisis? The case of Spain. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100568.
- Arnandis-i-Agramunt, R.** 2019. ¿Qué es un recurso turístico? Un análisis Delphi a la Academia Hispana. *Cuadernos de Turismo*, (43), 39-68.
- Asadikorom, R.** 2019. Development of a Strategic Tourism Development Plan in Sample Rural Tourist Attraction Villages (Case Study: The Meymand tourist attraction village in the Shahrababak town). *Journal of Rural Development Strategies*, 6(3), 279-297.
- Aslam, M., & Awang, K.** 2016. Issues and challenges in nurturing sustainable Rural Tourism Development. *Tourism, Leisure and Global Change*, 1(1), 75-89.
- Bravo, L., Alemán, A., & Pérez, M.** 2018. La actividad turística en el Ecuador:¿ Turismo consciente o turismo tradicional?. *Eca Sinergia*, 9(1), 97-108.
- Cappelen, S., & Pedersen, J.** 2021. Secuestrado por la esperanza: Dinámicas de disolución identitaria y desviación de la misión en una organización sin fines de lucro. *Revista de Administração de Empresas*, 61(1).
- Cardona, J.** 2014. Tipos de oferta turística y actitudes de los residentes: el caso de Ibiza. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(1), 3-22.
- Carrasco, M., & Beltrami, M.** 2020. La implementación de la emergencia turística para mitigar los efectos de las crisis macroeconómicas en destinos turísticos emergentes. *Revista Argentina de Investigación en Negocios*, 6.

- Cartuche, D., Romero, J., & Romero, Y.** 2018. Evaluación multicriterio de los recursos turísticos en la Parroquia Uzhcurrumi, Canton Pasaje, Provincia de El Oro. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(2), 102-113.
- Carvajal Zambrano, G. V., & Lemoine Quintero, F. A.** 2018. Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*, (34), 164-184.
- Carvajal, G., & Lemoine, F.** 2018. Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*, (34), 164-184.
- Castillo, E., Roget, F., & Vázquez, E.** 2015. El turismo en Ecuador. nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Revista Galega de Economía*, 24(2), 69-84.
- Catie, S., Catie, T., & Mesoamericano, P.** 2010. Plan operativo anual OTN El Salvador 2010: Programa Ambiental Mesoamericano-MAP. *Programa Agroambiental Mesoamericano (MAP). Fase I.*
- Celis, M., Mendoza, E., & Baruc, M.** 2013. Tourist Attraction in the CALABARZON Region, Philippines: Basis for Strategic Planning. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(8), 2222-6990.
- Chang, C., McAleer, M., & Ramos, V.** 2020. A charter for sustainable tourism after COVID-19. *Sustainability*, 12(9), 3671.
- Chávez, R., Avellán, A., & Macías, C.** 2017. Plan operativo anual en los procesos de contratación pública. *Dominio de las Ciencias*, 3(1), 102-120.
- Cheer, J., Milano, C., & Novelli, M.** 2021. Tourism and community resilience in the Anthropocene: Accentuating temporal overtourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(4), 554-572.
- Collin Harguindeguy, L.** 2019. La transformación del patrimonio cultural en recurso turístico. *Revista Andaluza de Antropología*, 16, 21-48.
- Collins, N., Wall, G.** 2007. Evaluating tourism potential: A SWOT analysis of the Western Negev, Israel, *Tourism* 55 (1): 51-63..
- de Francisco, M., Jiménez, M., & del Pozo, P.** 2015. Límites del Marco Lógico y deficiencias de la evaluación tradicional de la cooperación al desarrollo para medir el impacto. *Revista*

Iberoamericana de Estudios de Desarrollo= Iberoamerican Journal of Development Studies, 4(2), 80-105.

- Diezma, F.** 2021. Estadísticas turísticas: una herramienta clave para la planificación en el sector. *Indice: Revista de Estadística y Sociedad*, (81), 33-35.
- Escribano, M., & Torres, G.** 2021. Evaluación de la infraestructura asociada a atractivos del Turismo de Naturaleza en función del desarrollo local (Revisión). *Redel. Revista Granmense de Desarrollo Local*, 5(4), 214-227.
- Felcman, I., & Blutman, G.** 2018. La planificación estratégica participativa. Conceptos e instrumentos para nuevos modelos de gestión pública. *Revista Perspectivas de Políticas Públicas*, 7(14), 415-447.
- García, A., Serrano, M., Méndez, A., & Salinas, E.** 2019. Diseño y aplicación de indicadores de calidad paisajística para la evaluación de atractivos turísticos en áreas rurales. *Revista de Geografía Norte Grande*, (72), 55-73.
- García, J., & Díaz, M.** 2014. *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Septem Ediciones.
- González, L.** 2018. Análisis de la demanda turística desde el punto de vista de la motivación y satisfacción de su gastronomía El caso Salinas (Ecuador). *HOLOPRAXIS*, 2(1), 225-249.
- Guerrero, A., Rodríguez, J., Cabeza, M., & Moreno, F.** 2020. Planificación estratégica para el desarrollo territorial de la Provincia Esmeraldas en Ecuador. *Revista de ciencias sociales*, 26(3), 130-147.
- Higgins, F.** 2020. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623.
- Izquierdo, V., & Pando, M.** 2018. La planificación por proyectos locales como complemento al Plan de la Economía Nacional. *Revista Economía y Desarrollo (Impresa)*, 146(2).
- Jurado Almonte, J. M., & Pazos, F.** 2018. La frontera como recurso turístico. Posibilidades del bajo/baixo Guadiana. *Revista de Estudios andaluces*, 35, 1-34.
- Kurttila, M., Pesonen, M., Kangas, M., & Kajanus, M.** 2000. Utilizing the analytic hierarchy process AHP in SWOT analysis a hybrid method and its application to a forest-certification case, *Forest Policy and Economics* 1: 41-52.

- Lemoine Quintero, F. A., Castellanos Pallerols, G. M., Hernández Rodríguez, N. R., Zambrano Intriago, S. E., & Carvajal Zambrano, G. V.** 2018. Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente, Ecuador. *Retos de la Dirección*, 12(2), 133-148.
- Linares, H., & Garrido, G.** 2014. Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453-466.
- López, C., & Arreola, K.** 2019. Impacts of tourism and the generation of employment in Mexico. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*.
- Macías, B. A. T., Zambrano, M. K. A., Villafuerte, S. L. H., & Zambrano, A. D. R.** 2020. Análisis de la oferta y demanda del atractivo turístico: playa de San Lorenzo. *Universidad Ciencia y Tecnología*, 24(104), 88-94.
- Mancheno, M., Gamboa, J., Quisimalin, H., & del Pilar, J.** 2021. Innovación un fundamento en la creación de valor perceptual del turista. *Dominio de las Ciencias*, 7(1), 543-562.
- Manrique, C.** 2019. *Incidencia de la cultura organizacional en el cumplimiento de la misión de la empresa Play Zone* (Doctoral dissertation, Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2019.).
- Melgarejo, A., López, I., & Bercial, R.** 2018. La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 11(25), 1.
- Méndez, ., & Cisneros, E.** 2017. Turismo agroecológico: Alternativa de desarrollo turístico sostenible en la zona rural de la provincia del Guayas. *INNOVA Research Journal*, 2(5), 152-162.
- Ministerio de Turismo.** 2018. Manual metodología para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos. 1-138. Obtenido de www.turismo.gob.ec
- Ministerio de Turismo. MINTUR.** 2015. Ecuador Potencia Turística. *Recuperado el*, 20.
- Ministerio de Turismo. MINTUR.** 2019. *Plan Estratégico Institucional 2019-2021*. Ministerio de Turismo del Ecuador – MINTUR.
- Morales, Y.** 2019. Identidad Corporativa y los Valores Organizacionales, desde un Liderazgo de Avanzada. *Revista Scientific*, 4(14), 347-366.

- Moreno, L., Robina, R., Sánchez, M., & Castro, J.** 2021. Tourism and sustainability in times of COVID-19: The case of Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1859.
- Niebles, L., Torres, K., & Guerra, S.** 2020. Componentes del Sistema Turístico en Medianas y Pequeñas Empresas Turísticas del Departamento del Atlántico-Colombia. *Saber, Ciencia Y Libertad*, 15(2), 51-59.
- Nolivos, S., Romero, A., & Ortega, R.** 2020. Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible. *Revista científica ECOCIENCIA*, 7(2), 1-20.
- Ojeda, E.** 2017. Análisis crítico al enfoque de marco lógico (EML) en la gestión de proyectos de cooperación al desarrollo. *Panorama Político*, 2(2), 37-41.
- Oreski, D.** 2012. Strategy development by using SWOT-AHP. *Tem Journal*, 1(4), 283-291.
- Organización Mundial del Turismo. OMT.** 2017. ¿Por qué turismo? Recuperado en <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>
- Organización Mundial del Turismo. OMT.** 2022. Turismo impulsor de la protección del patrimonio natural y cultural. <https://www.unwto.org/>
- Oyarvide, H., Nazaren, I., Roldán, A., & Ferrales, Y.** 2016. Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 10(1), 71-93.
- Pineda, R., Sojos, G., & Calle, M.** 2019. Análisis del sistema turístico de la parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 15(2), 162-169.
- Poveda, G., Rendón, J., & Castro, D.** 2018. Incentivo del turismo en el Ecuador. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (abril).
- Ramón, A., & Abellán, M.** 2014. Estacionalidad de la demanda turística en España. *Papers de turisme*, (17), 45-73.
- Sandoval, D., Ordoñez, O., & Noblecilla, M.** 2018. Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso Cantón Pasaje, El Oro (Ecuador). *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 14-21.
- Santafe, V., & Loring, P.** 2021. Indigenous food sovereignty and tourism: The Chakra Route in the Amazon region of Ecuador. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3), 392-411.

- Santamaría, E., & López, S.** 2019. Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista venezolana de gerencia*, 24(86), 417-434.
- Secretaría Nacional de Planificación. SENPLADES.** 2012. Plan Nacional de Desarrollo Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural ISBN: 978-9978-92-794-6 Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo-SENPLADES. República del Ecuador. Quito, Ecuador.
- Serrano, O., Bell, M., & Pupo, O.** 2022. Variantes ómicron y delta de SARS-CoV-2 conservan epítopes presentes en vacunas cubanas anti-covid-19 Abdala y Soberana SARS-CoV-2 Omicron and Delta variants conserve epitopes present in Abdala and Soberana Cuban anti-covid-19 vaccines. *Revista Electrónica Dr. Zoilo E. Marinello Vidaurreta Vol*, 47(1).
- Tremblay, S., & Lapointe, D.** 2021. The new responsible tourism paradigm: the UNWTO's discourse following the spread of COVID-19. *Tourism and Hospitality*, 2(2), 248-260.
- Trindade, P. A.** 2018. Geração Millennials: Como capta e valoriza a comunicação do recurso turístico. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, (31), 98-118.
- Vallejo, R.** 2019. Turismo en España durante el primer tercio del siglo xx: la conformación de un sistema turístico. *Ayer: Revista de Historia Contemporánea*, 114(2).
- Vanegas, J., Restrepo, J., Arango, A., Henao, A., & Ortiz, E.** 2017. Evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos: estudio de caso. *Espacios*, 38, 23-25.
- Vargas, T., & Cuesta, A.** 2018. Las competencias para el turismo sostenible. Su determinación empírica. *Ingeniería Industrial*, 39(3), 226-236.
- Varisco, C., & Benseny, G.** 2013. Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios.
- Velasco, M.** 2016. Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 577-594.
- Wu, F., & Zhang, J.** 2007. Planning the competitive city-region: The emergence of strategic development plan in China. *Urban Affairs Review*, 42(5), 714-740.
- Wu, M., Wu, X., Li, Q., & Tong, Y.** 2022. Community citizenship behavior in rural tourism destinations: Scale development and validation. *Tourism Management*, 89, 104457.

- Yanes, A., Zielinski, S., Diaz, M., & Kim, S.** 2019. Community-based tourism in developing countries: A framework for policy evaluation. *Sustainability*, 11(9), 2506.
- Ylatoma, C.** 2018. Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa, para el fortalecimiento de la oferta turística cultural. *UCV Hacer*, 7(3), 77-85.
- Yuksel, I., & Dagdeviren, M.** 2007. Using the analytic network process (ANP) in a SWOT analysis – A case study for a textile firm, *Information Sciences* 177: 3364–3382.
- Zorpas, A., Voukkali, I., & Pedreño, J.** 2018. Tourist area metabolism and its potential to change through a proposed strategic plan in the framework of sustainable development. *Journal of cleaner production*, 172, 3609-3620.

ANEXOS

ANEXO A. ENCUESTA TURISTAS NACIONALES



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

La presente encuesta tiene como objetivo obtener información sobre los gustos y preferencias turísticas para la elaboración de un plan estratégico para el desarrollo del turismo del cantón Pallatanga, provincia de Chimborazo. Su opinión es importante para llevar adelante este estudio, por lo cual se pide de la manera más comedida se responda con la mayor honestidad posible.

Anexo 1: Encuesta turistas nacionales

1. Género

Masculino	
Femenino	

2. Edad

15 a 25 años	
26 a 35 años	
36 a 45 años	
46 a 55 años	
56 en adelante	

3. Lugar de procedencia _____

4. Usted conoce del cantón Pallatanga?

Si	
No	

5. Le gustaría visitar al cantón Pallatanga?

Si	
No	

6. Qué servicios le gustaría utilizar?

Alojamiento	
Alimentación	
Guianza	

Transporte	
Recreación y entretenimiento	

7. Qué actividades le gustaría realizar?

Caminatas	
Fotografía turística	
Cabalgatas	
Observación de flora y fauna	
Degustación de gastronomía típica	
Ciclismo	
Visita a cascadas	
Camping	

8. Qué tipo de alimentación le gustaría consumir?

Nacional	
Internacional	
Típica de la zona	

9.Cuál es su temporada de viaje?

Enero - Marzo	
Abril – Junio	
Julio – Septiembre	
Octubre - Diciembre	

10.Cuál es su promedio de estancia?

Un día	
Dos días	
Tres días	
Más de tres días	

11.Cuál es su compañía de viaje?

Amigos	
Familia	
Solo	
Pareja	

12.Cuál es su capacidad de gasto por día?

20 a 50 dólares	
51 a 100 dólares	
Más de \$100 dólares	

13. Cuál es su medio de viaje?

Con agencia	
Sin agencia	

14. Qué tipo de publicidad le gustaría informarse?

Internet	
Radio/TV	
Folletos/revistas	
Amigos o familiares	

ANEXO B: ENCUESTA TURISTAS EXTRANJEROS



HIGHER POLYTECHNIC SCHOOL OF CHIMBORAZO

This survey aims to obtain information on tourist tastes and preferences for the development of a strategic plan for the development of tourism in the Pallatanga canton, Chimborazo province. Your opinion is important to carry out this study, which is why we ask you to respond as honestly as possible in the most measured way.

1. Gender

Male	
Feminine	

2. Age

15 to 25 years	
26 to 35 years	
36 to 45 years	
46 to 55 years	
56 and up	

3. Place of origin _____

4. Do you know of the Pallatanga canton?

Yes	
No	

5. Would you like to visit Pallatanga canton?

Yes	
No	

6. What services would you like to use?

accommodation	
Feeding	
Guidance	
Transport	
recreation and entertainment	

7. What activities would you like to do?

walks	
tourist photography	
horseback riding	
Observation of flora and fauna	
Tasting of typical gastronomy	
Cycling	
Visit to waterfalls	
Camping	

8. What type of food would you like to consume?

National	
International	
typical of the area	

9. What is your travel season?

January March	
April June	
July September	
October December	

10. What is your average stay?

One day	
Two days	
Three days	
more than three days	

11. What is your travel company?

Friends	
Family	
Only	
Partner	

12. What is your spending capacity per day?

20 to 50 dollars	
51 to 100 dollars	
More than \$100 dollars	

13. What is your means of travel?

with agency	
no agency	

14. What kind of advertising would you like to know about?

Internet	
Radio/TV	
brochures/magazines	
friends or family	

☰ Gmail

🔍 Buscar en el correo electrónico

📧 🗑️ 🕒 🔄 📧 📧 ⋮

1 de 10 < >

Resumen de tesis Recibidos x ⌵ 🖨️ 📧

Adriel Alberto Pérez López vie, 29 jul, 06:52 ☆
Saludos cordiales, mediante este correo se le hace entrega de su traducción de tesis sobre el tema de turismo. Que tenga un excelente día

Karla Calderon <kariacalderon110487@gmail.com> 15:31 (hace 0 minutos) ☆ ↶ ⋮
para mí ▾
⋮



📄 resumen tesis 28...

↶ Responder ↷ Reenviar

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.