



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO**  
**TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL GAD DEL CANTÓN**  
**ALAUÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

**Trabajo de titulación**

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

**SERGIO DENIS CEPEDA MOREIRA**

Riobamba – Ecuador

2022



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO**  
**TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL GAD DEL CANTÓN**  
**ALAUÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

**Trabajo de titulación**

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR: SERGIO DENIS CEPEDA MOREIRA**

**DIRECTOR: MsC. MARCO ANTONIO GONZÁLEZ CHÁVEZ**

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Sergio Denis Cepeda Moreira

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

Yo, Sergio Denis Cepeda Moreira, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor/autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 31 de marzo de 2022



**Sergio Denis Cepeda Moreira**

**060542513-1**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de titulación; tipo: Proyecto de investigación, **DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA EL GAD DEL CANTÓN ALAUSÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por el señor: **SERGIO DENIS CEPEDA MOREIRA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Letty Karina Elizalde Marin <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	_____	2022-03-31
MsC. Marco Antonio Gonzáles Chávez <b>DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	_____	2022-03-31
MGS. Mónica Alejandra Logroño Becerra <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	_____	2022-03-31

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios por su divinidad y sabiduría en mis plegarias, a mi madre Quicela Moreira por priorizar mis necesidades a las suyas y por su amor incondicional. A mis hermanos William, Daniel y Verónica por su apoyo incondicional durante toda mi vida y carrera universitaria. A mi enamorada y futura compañera de vida Belén Toaquiza por su preocupación y consejos de vida en mis malos momentos. Y, en especial a mi padre Filemón Cepeda por darme el mejor regalo que se puede dar a una persona, creer en mí.

Sergio

## AGRADECIMIENTO

Las palabras de agradecimiento no bastan para recompensar todo el esfuerzo que ha hecho mi familia por darme el apoyo incondicional en la etapa de mi formación como profesional, en especial para mi padre Filemón Cepeda quién fue uno de los pilares fundamentales en el desarrollo de mi persona, actitudes y demás valores que gracias a él fueron inculcados en mi vida, lo cual me ha permitido cumplir uno de mis más grandes sueños que junto a mi padre fue el estudiar en la prestigiosa Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, ese tan anhelado sueño que día a día luché por conseguirlo y poder cumplirlo. Mi profundo agradecimiento especial a cada una de las autoridades de mi segundo hogar, la ESPOCH, quién me vio crecer de manera personal y profesionalmente cada día, y ver también que gracias a las gestiones realizadas por la institución me brindaron la beca de bajos recursos y de la cual me esmeré por siempre tenerla semestre tras semestre con largas horas de estudio, trabajo y compromiso. Tengo la dicha de decir que tuve a los mejores profesionales docentes a lo largo de mi formación como profesional, su enseñanza ha sido óptima, son mis modelos a seguir, en especial a mi tutor al economista Marco González quién con la implementación de una metodología de aprendizaje no tradicional a la acostumbrada y técnicas de estudio logré adquirir un mayor conocimiento y logré comprender que siempre hay algo nuevo por hacer y aprender. Agradezco también al Gobierno Autónomo descentralizado Municipal del Cantón Alausí, institución que me dio la apertura necesaria para poder hacer la propuesta y diseño del presente trabajo de titulación, además a mis tutores, nuevamente al economista Marco González, a la ingeniera Mónica Logroño, y también al Ingeniero Stalin Arguello quienes con su compromiso profesional me brindaron las tutorías necesarias para la realización de mi trabajo de investigación.

Sergio

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xiv
RESUMEN .....	xv
SUMMARY .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1

## CAPÍTULO I

<b>1.</b>	<b>MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1.</b>	<b>Antecedentes de Investigación .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2.</b>	<b>Marco teórico .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2.1.</b>	<b><i>Definición del plan estratégico .....</i></b>	<b>6</b>
<b>1.2.1.1</b>	<b><i>Momentos del Plan Estratégico .....</i></b>	<b>6</b>
<b>1.2.1.2</b>	<b><i>Importancia del plan estratégico .....</i></b>	<b>8</b>
<b>1.2.2.</b>	<b><i>Turismo .....</i></b>	<b>9</b>
<b>1.2.2.1</b>	<b><i>Formas de Turismo .....</i></b>	<b>9</b>
<b>1.2.2.2</b>	<b><i>Tipos de turismo .....</i></b>	<b>9</b>
<b>1.2.2.3</b>	<b><i>Componentes del turismo .....</i></b>	<b>10</b>
<b>1.2.2.4</b>	<b><i>Elemento de un producto turístico .....</i></b>	<b>11</b>
<b>1.2.2.5</b>	<b><i>Demanda Turística .....</i></b>	<b>11</b>
<b>1.2.3.</b>	<b><i>Tipos de Desarrollo .....</i></b>	<b>11</b>
<b>1.2.3.1</b>	<b><i>Desarrollo económico .....</i></b>	<b>12</b>
<b>1.2.3.2</b>	<b><i>Desarrollo endógeno .....</i></b>	<b>12</b>
<b>1.2.3.3</b>	<b><i>Desarrollo Local .....</i></b>	<b>12</b>
<b>1.2.3.4</b>	<b><i>Desarrollo Social .....</i></b>	<b>12</b>
<b>1.2.3.5</b>	<b><i>Desarrollo Sostenible .....</i></b>	<b>12</b>
<b>1.2.3.6</b>	<b><i>Desarrollo Sustentable .....</i></b>	<b>12</b>
<b>1.3.</b>	<b>Marco conceptual .....</b>	<b>13</b>
<b>1.3.1.</b>	<b><i>Planificación estratégica .....</i></b>	<b>13</b>
<b>1.3.2.</b>	<b><i>Turismo sostenible .....</i></b>	<b>13</b>
<b>1.3.3.</b>	<b><i>Cicloturismo .....</i></b>	<b>13</b>

1.3.4.	<i>Trekking</i> .....	13
1.3.5.	<i>Planificación turística</i> .....	13
1.3.6.	<i>Turismo</i> .....	14
1.3.7.	<i>Turismo Sostenible</i> .....	14

## CAPÍTULO II

2.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	15
2.1.	<b>Enfoque de investigación</b> .....	15
2.1.1.	<i>Enfoque cualitativo</i> .....	15
2.1.2.	<i>Enfoque cuantitativo</i> .....	15
2.2.	<b>Nivel de Investigación</b> .....	15
2.2.1.	<i>Investigación Descriptiva.</i> .....	15
2.3.	<b>Diseño de investigación</b> .....	15
2.3.1.	<i>Según la manipulación de la variable</i> .....	15
2.3.1.1	<i>No experimental</i> .....	15
2.3.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i> .....	16
2.4.	<b>Tipo de estudio</b> .....	16
2.5.	<b>Población, Planificación, selección cálculo del tamaño de la muestra</b> .....	16
2.5.1.	<i>Población</i> .....	16
2.5.2.	<i>Muestra</i> .....	17
2.6.	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	18
2.6.1.	<i>Métodos</i> .....	18
2.6.2.	<i>Técnicas</i> .....	18
2.6.2.1.	<i>Encuesta</i> .....	18
2.6.3.	<i>Instrumentos</i> .....	18
2.6.3.1.	<i>Cuestionario “expectativa, aspiraciones del turismo”</i> .....	18

## CAPÍTULO III

3.	<b>MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	20
3.1.	<b>Resultados</b> .....	20
3.1.1.	<i>Análisis de las encuestas</i> .....	20
3.1.1.1.	<i>Apreciación personal</i> .....	24
3.2.	<b>Discusión de Resultados</b> .....	33
3.3.	<b>Propuesta</b> .....	37

3.3.1.	<b>Formulación filosófica</b> .....	37
3.3.2.	<b>Misión</b> .....	37
3.3.2.1.	<i>Visión</i> .....	38
3.3.2.2.	<i>Principios</i> .....	38
3.3.2.3.	<i>Valores</i> .....	39
3.3.3.	<b>Políticas</b> .....	39
3.3.3.1.	<i>Políticas de atención a la ciudadanía</i> .....	39
3.3.3.2.	<i>Políticas de personal</i> .....	40
3.3.3.3.	<i>Políticas de publicidad</i> .....	40
3.3.4.	<b>Matriz de Involucrados</b> .....	40
3.3.5.	<b>Análisis de Involucrados</b> .....	42
3.3.6.	<b>Perfil de capacidad Interna</b> .....	42
3.3.6.1.	<i>Capacidad Directiva</i> .....	43
3.3.6.2.	<i>Capacidad Competitiva</i> .....	43
3.3.6.3.	<i>Capacidad Financiera</i> .....	44
3.3.6.4.	<i>Capacidad Tecnológica</i> .....	45
3.3.6.5.	<i>Capacidad de Talento Humano</i> .....	46
3.3.6.6.	<i>Matriz Perfil de Capacidad Interna</i> .....	47
3.3.7.	<b>Matriz EFI</b> .....	49
3.3.8.	<b>Perfil de Oportunidades y Amenazas</b> .....	50
3.3.8.1.	<i>Factor Político</i> .....	51
3.3.8.2.	<i>Factor Económico</i> .....	52
3.3.8.3.	<i>Factor Social</i> .....	53
3.3.8.4.	<i>Factor Tecnológico</i> .....	54
3.3.8.5.	<i>Matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas</i> .....	55
3.3.9.	<b>Matriz EFE</b> .....	57
3.3.10.	<b>Matriz Foda</b> .....	58
3.3.11.	<b>Árbol de problemas</b> .....	61
3.3.12.	<b>Árbol de objetivos</b> .....	63
3.3.13.	<b>Construcción de escenarios</b> .....	65
3.3.13.1.	<i>Horizonte temporal y espacial de la planeación de escenarios</i> .....	65
3.3.13.2.	<i>Elección de variables</i> .....	65
3.3.13.3.	<i>Identificación de las fuerzas conductoras que pueden afectar el ambiente de la organización</i> .....	66
3.3.13.4.	<i>Asignación de probabilidades de las variables</i> .....	66
3.3.13.5.	<i>Inconsistencia y eliminación de variables</i> .....	67

<b>3.3.13.6.</b>	<i>Ranking y ponderación de las variables y fuerzas conductoras</i>	68
<b>3.3.13.7.</b>	<i>Selección de la lógica y definición de escenarios</i>	69
<b>3.3.14.</b>	<i>Cruce de matriz FODA y planteamiento de estrategias</i>	70
<b>3.3.15.</b>	<i>Matriz de Priorización de estrategias</i>	73
<b>3.3.16.</b>	<i>Marco Lógico</i>	74
<b>3.3.17.</b>	<i>Plan Operativo Anual</i>	76
<b>3.3.18.</b>	<i>Cronograma de ejecución de las estrategias</i>	83
<b>CONCLUSIONES</b>		88
<b>RECOMENDACIONES</b>		90
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>		
<b>ANEXOS</b>		

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-3:</b>	Principios .....	39
<b>Tabla 2-3:</b>	Valores.....	39
<b>Tabla 3-3:</b>	Matriz de Involucrados .....	40
<b>Tabla 4-3:</b>	Análisis de Involucrados.....	42
<b>Tabla 5-3:</b>	Capacidad Directiva.....	43
<b>Tabla 6-3:</b>	Capacidad competitiva.....	44
<b>Tabla 7-3:</b>	Capacidad Financiera.....	45
<b>Tabla 8-3:</b>	Capacidad Tecnológica.....	45
<b>Tabla 9-3:</b>	Capacidad de talento Humano .....	46
<b>Tabla 10-3:</b>	Matriz Perfil de Capacidad Interna .....	47
<b>Tabla 11-3:</b>	Matriz EFI .....	49
<b>Tabla 12-3:</b>	Factor Político .....	51
<b>Tabla 13-3:</b>	Factor económico .....	52
<b>Tabla 14-3:</b>	Sociales .....	53
<b>Tabla 15-3:</b>	Factor tecnológico .....	54
<b>Tabla 16-3:</b>	Perfil de Oportunidades y Amenazas.....	57
<b>Tabla 17-3:</b>	MATRIZ EFE.....	57
<b>Tabla 18-3:</b>	Matriz Foda .....	58
<b>Tabla 19-3:</b>	Fuerzas conductoras .....	66
<b>Tabla 20-3:</b>	Asignación de probabilidades de una variable.....	66
<b>Tabla 21-3:</b>	Ranking y ponderación de las variables y fuerzas conductoras .....	68
<b>Tabla 22-3:</b>	Selección de la lógica y definición de escenarios .....	69
<b>Tabla 23-3:</b>	Cruce de matriz FODA y planteamiento de estrategias .....	70
<b>Tabla 24-3:</b>	Matriz de priorización de estrategias .....	73
<b>Tabla 25-3:</b>	Marco lógico .....	74
<b>Tabla 26-3:</b>	Plan operativo anual .....	74
<b>Tabla 27-3:</b>	Cronograma de ejecución de las estrategias .....	83

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1 - 1.</b> Formas de turismo .....	9
<b>Figura 2 - 1.</b> Componentes del Turismo .....	10

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1 - 3.</b>	Grupo de edad .....	20
<b>Gráfico 2 - 3.</b>	Género.....	21
<b>Gráfico 3 - 3.</b>	País de Residencia.....	22
<b>Gráfico 4 - 3.</b>	Ha visitado anteriormente Alausí .....	23
<b>Gráfico 5 - 3.</b>	Motivos de visita al cantón Alausí .....	24
<b>Gráfico 6 - 3.</b>	En el caso de que su visita sea por turismo.....	25
<b>Gráfico 7 - 3.</b>	Qué tipo de turismo le gustaría realizar .....	26
<b>Gráfico 8 - 3.</b>	Percepción de conservación del Cantón Alausí .....	27
<b>Gráfico 9 - 3.</b>	Opinión de servicios que brinda Alausí.....	28
<b>Gráfico 10 - 3.</b>	Caso de que usted requiera hospedaje .....	29
<b>Gráfico 11 - 3.</b>	Cuantos días estaría dispuesto a permanecer en el cantón de Alausí .....	30
<b>Gráfico 12 - 3.</b>	Cómo obtuvo información del Cantón Alausí .....	31
<b>Gráfico 13 - 3.</b>	Precepción sobre la oferta turística desarrollada en el cantón Alausí. ....	32
<b>Gráfico 14 - 3.</b>	Discusión de resultados .....	33
<b>Gráfico 15 - 3.</b>	Género que ha visitado anteriormente Alausí.....	34
<b>Gráfico 16 - 3.</b>	Género que escogió turismo como motivo de visita .....	34
<b>Gráfico 17 - 3.</b>	Turismo de Aventura.....	35
<b>Gráfico 18 - 3.</b>	Percepción de conservación del cantón Alausí .....	36
<b>Gráfico 19 - 3.</b>	Tipos de hospedaje preferente de acuerdo con el género.....	37
<b>Gráfico 20 - 3.</b>	Árbol de problemas .....	61
<b>Gráfico 21 - 3.</b>	Árbol de objetivos .....	63

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

- ANEXO A.** NARIZ DEL DIABLO
- ANEXO B.** LOGO DE DEL CANTÓN ALAUSÍ
- ANEXO C.** QHAPAQ ÑAN
- ANEXO D.** LAGUNAS DE OZOGOCHE
- ANEXO E.** IGLESIA MATRIZ
- ANEXO F.** PUENTE NEGRO DE ALAUSÍ
- ANEXO G.** MONUMENTO A SAN PEDRO DE ALAUSÍ
- ANEXO H.** CONDOR PUÑUNA

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado diseño de un plan estratégico, para el desarrollo turístico sostenible del cantón Alausí, provincia de Chimborazo tiene como finalidad lograr un beneficio en materia turística en donde se brinde al turista múltiples alternativas para que su estancia sea mayor a una visita corta o a un día. Por consiguiente, la metodología cualitativa se utilizó para conocer la realidad del sector turístico en aspectos positivos y negativos, mientras la cuantitativa se basó en la aplicación de encuestas y conocer características de la demanda turística, las técnicas e instrumentos utilizados fueron, encuesta, entrevista y cuestionario. Mediante la técnica de la encuesta se logró determinar que un 51% de personas que visitan el cantón están comprendidas entre 18 a 25 años, además 273 encuestas indican que uno de los motivos de visita es realizar turismo, esto resultó útil para conocer sus expectativas, además, de enfocar el turismo a la parte joven. La propuesta se fundamentó en el desarrollo de la formulación filosófica del GADMCA, se realizó la matriz de involucrados que permitió conocer los grupos o actores que son parte en el desarrollo de las actividades turísticas y a través de la cual se plantearon las estrategias y el diseño del POA. En conclusión, la elaboración del Perfil de Capacidad Interno conjuntamente con el Perfil de Oportunidades y Amenazas, determinaron que Alausí presenta problemas para el desarrollo turístico sostenible debido a la falta de un plan estratégico que se enfoque a esta área y sea impulsado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí. Por último, se recomienda a las autoridades competentes hacer uso positivo del presente trabajo que ayudará asimismo servirá como base para el desarrollo turístico sostenible del cantón.

**Palabras clave:** <PLÁN ESTRATÉGICO>, <DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE>, <GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN ALAUSI (GADMCA)>, <PERFIL DE CAPACIDAD INTERNO>, <PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS>



18 / 05 / 2022

0755-DBRA-UTP-2022

## SUMMARY

This research work called design of a strategic plan for the development of sustainable tourism in the Alausí canton, Chimborazo province aims to achieve a benefit in tourist matters where the tourist is offered multiple alternatives so that his stay is longer than a short visit or one day. Therefore, the qualitative methodology is used to know the reality of the tourism sector in positive and negative aspects, while the quantitative was based on the application of surveys and to know characteristics of the tourist demand, the techniques and instruments used were surveys, interviews, and questionnaire. By means of the technique of the survey, it was possible to determine that 51% of people who visit the canton are between 18 and 25 years old, in addition 273 surveys indicate that one of the reasons for visiting is to carry out tourism, this was useful to know their expectations, in addition, to focus tourism to the young part. The proposal was based on the development of the philosophical formulation of GADMCA, the involved matrix allowed knowing the groups or actors that are part of the development of tourist activities and through which the strategies and design of the POA. In conclusion, the preparation of the Internal Capacity Profile together with the Profile of Opportunities and Threats determined that Alausí presents problems for sustainable tourism development due to the lack of a strategic plan that is focused on this area and that is promoted by the Decentralized Autonomous Government of Alausi Canton. Finally, it is recommended that the competent authorities make proper use of this work that will also serve as a basis for the sustainable tourism development of the canton.

**Keywords:** <STRATEGIC PLAN>, <SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT>, <DECENTRALIZED AUTONOMOUS GOVERNMENT OF ALAUSI CANTON (GADMCA)>, <INTERNAL CAPACITY PROFILE>, <OPPORTUNITIES AND THREATS PROFILE>.

YAJAIRA  
NATALI  
PADILLA  
PADILLA



Firmado digitalmente  
por YAJAIRA NATALI  
PADILLA PADILLA  
Fecha: 2022.04.25  
16:21:07 -05'00'

## **INTRODUCCIÓN**

El desarrollo del turismo en la actualidad se ha visto influenciado a través de la innovación del mercado competitivo, en el cual toma un papel de mayor importancia, tanto a nivel internacional como nacional, tomando en consideración factores como la crisis sanitaria que se vive en la actualidad, el turismo sostenible tubo un enfoque innovador y de mayor presencia a nivel global, a través de las cuales los gobiernos de cada país han tomado decisiones positivas y negativas en donde para la localidad de Alausí fue de mayor impacto debido a la eliminación de la empresa Ferrocarriles del Ecuador, decisión que causó un estancamiento en la actividad turística y atracción de su ícono patrimonial la Nariz del diablo, lugar que se podía acceder mediante el mencionado transporte.

Tomando en cuenta las decisiones tomadas por el gobierno ecuatoriano en inicios de la crisis sanitaria presente en la actualidad, y considerando que el turismo de la localidad se fundamentaba y desarrollaba gracias al Ferrocarril se desarrolla el diseño del plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el GAD del cantón Alausí.

El objetivo de este estudio tiene como finalidad diseñar un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible que sirva como beneficio en materia turística para el progreso del cantón mediante estrategias que se plantean como base a ser ejecutivas por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Alausí.

En el capítulo I se desarrollan los antecedentes investigativos y la respectiva documentación teórica que incluyen marco teórico y marco conceptual, segmentos que servirán como base para la elaboración de la presente investigación.

En el capítulo II se desarrolla el marco metodológico en donde se especifica el tipo, nivel y diseño de la presente investigación, además, de las respectivas técnicas y métodos, a su vez se detalla la población y muestra objeto de estudio.

En el capítulo III, se presentan los resultados obtenidos del método aplicado de las encuestas a la muestra seleccionada, además del desarrollo de la propuesta en donde se presenta un diseño del Plan Operativo Anual.

Con la propuesta, se busca que las decisiones que tome el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Alausí sean en mayor beneficio en el desarrollo turístico sostenible de la localidad, incluyendo a todos los grupos de interés presentes y a los cuales se busca que formen parte de la toma de decisiones en materia turística.

Finalmente, se determinan conclusiones y recomendaciones obtenidas tras la realización del desarrollo completo del presente trabajo de investigación.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 1.1. Antecedentes de Investigación

Según Carlos Novoa en su artículo publicado para Telégrafo (2015) menciona que, el 29 de junio de 1534, el sector de Alausí se categorizó como cantón, luego de alrededor de 4 siglos impulsando los sectores agrícola y ganadero, además de la llegada del Ferrocarril en el año de 1902 y con la ruta del Tren más difícil del mundo haciendo el recorrido Riobamba – Alausí, siendo ésta la razón para un cambio de la matriz productiva, Alausí fue denominado como Cantón el 29 de junio de 1534.

En un principio Alausí se dedicaba a la agricultura y al comercio facilitando una conexión entre las regiones costa y sierra. El Sitio Web Alausí (2020), da a conocer que uno de los principales atractivos turísticos es la Nariz del Diablo, es catalogada como la más difícil del mundo, una ruta con más de cien años de existencia, construida en una montaña empinada en forma de rostro, en la que el tren desciende en zigzag.

Uno de los principales artículos analizados en relación al trabajo de investigación, es el Artículo Científico “Análisis del Mercado Turístico del Cantón Alausí, Ecuador”, de Herrera et al, (2016). Éste artículo tenía como objetivo generar información para una correcta gestión turística, pero debido a una mala planificación dio como resultado un efecto negativo. Por otra parte, da a conocer que la demanda de turistas en el año 2020 fue de 407.007 personas, sin embargo, es necesario mejorar la calidad de los servicios prestados.

Se ha realizado el análisis de varios artículos e investigaciones anteriores, las cuáles nos permiten conocer diversas situaciones que se han tratado solucionar y la manera como se los han solucionado, a la vez se ha podido conocer sus resultados.

**Tema:** Elaboración de un plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible de la parroquia huigra, cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

**Autor:** Gabriel Enrique Maldonado Casanova.

**Fecha:** 2012.

El enfoque de la investigación se basó en evaluar de determinada forma los impactos que fueron elaborados en la actividad provechosa que produce la ruta del tren Nariz del Diablo, tomando en cuenta los puntos económicos, sociales y del medio ambiente, a partir del punto de vista de los habitantes de Alausí y Riobamba. La evaluación de los puntos mencionados antes, han permitido la identificación de puntos muchos negativos

como positivos en una actividad definida en el territorio, para lo que se usaron 2 metodologías, como la lista de chequeo fácil, y una matriz socioeconómica del coeficiente de evaluación de proyectos sociales. Al finalizar la averiguación se concluyó que Trenes del Ecuador Compañía Pública no enfatiza en los inconvenientes económicos, sino que a la inversa se enfatiza en el desarrollo de las ocupaciones turísticas en el país. (p. 10)

**Tema:** Diseño de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para el Gad Parroquial de Pinguilí del Cantón Mocha, Provincia de Tungurahua, periodo 2018 – 2021”

**Autores:** Alarcón Hidalgo Diana Elizabeth

Izurieta Garcés Claudia Maribel

**Fecha:** 2018.

La investigación se enfocó en el diseño del proyecto estratégico para el GAD de la parroquia Pinguilí, se inició con un estudio del caso de hoy comprendiendo una serie de atractivos turísticos con el fin de desarrollar el turismo, y con un objetivo que era tener un buen funcionamiento de la actividad turística en la parroquia satisfaciendo la demanda presente. (p.16)

**Tema:** Diseño del plan estratégico de desarrollo turístico para la parroquia de Pomasqui-Pichincha.

**Autor:** Freddy Alexander Guevara Silva.

**Fecha:** 2016.

El diseño de esta indagación tiene como propósito aprovechar las condiciones de la región y turistas de la parroquia, tanto en la cooperación de los conjuntos de interés, como consolidar las alianzas públicas existentes. Por consiguiente, el diseño del proyecto se orientó al direccionamiento adecuado de la toma de elecciones en la administración turística de la parroquia Pomasqui. (p.17)

## **1.2. Marco teórico**

El presente proyecto se fundamenta en textos como: Organización turística y desarrollo sustentable cuyo autores son Rivas y Magadán (2012), dan a conocer que se debe considerar como un punto de inicio el diagnostico estratégico de la postura en los mercados turísticos del área, el cual dejará, desde los aspectos débiles e inclusive fuertes, a apreciar su interacción con

los primordiales peligros y oportunidades derivados en los cambios del ámbito, para decidir las diferentes técnicas en el mercado.

Además, menciona que, el proyecto de desarrollo turístico se basa en una metodología que trata de la identificación de los mercados turísticos diferenciados, caracterizando lo propio y con una contextura competitiva especial. La preparación del proyecto estratégico se debería hacer de manera mancomunada por cada una de los organismos e individuos relacionados en el desarrollo turístico, con una comunicación constante con la entidad que va a llevar a cabo el proyecto.

Como base científica adicional se ha considerado el libro titulado Turismo: tendencias globales y planificación estratégica escrito por Jiménez y Hernando (2013) de los cuales se destacan temas puntuales y específicos que van a ser de gran utilidad e importancia para el desarrollo del proyecto de investigación, en el entorno de la metodología en la cual se pretende hacer un estudio del caso presente del turismo en el poblado, además, de un estudio interno y externo que posibilite conocer las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas que tiene la oferta turística presente implementada por el GAD del cantón Alausí.

El trabajo presentará el diagnóstico situacional actual de la actividad turística del cantón Alausí, para después destacar en el diseño del Proyecto Estratégico de Desarrollo Turístico de la GAD del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo, basado en el desarrollo de un Árbol de Inconvenientes simultáneamente con un árbol de objetivos, para de este modo definir el Marco Lógico, en el que se especificarán los Planes Operativos de las tácticas para el fortalecimiento de la actividad turística.

Para el desarrollo de la presente investigación se acudirá a la información del Proyecto de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2026 del cantón Alausí donde da a conocer uno de los objetivos turísticos PDOT 2011-2026 promover la competitividad de ocupaciones turísticas sostenibles en el cantón, por medio de procesos participativos concertados con la intención de impulsar productos turísticos. A más de eso se recurrió a la tesis de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de la Facultad de Recursos Naturales cuyo asunto se representa a la preparación de un plan estratégico para el desarrollo turístico sustentable de la parroquia huigra, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, realizado por el señor Gabriel Enrique Maldonado Casanova. La información obtenida de este trabajo permitirá conocer en cierta medida, ciertos lineamientos de la problemática, y ciertas medidas para continuar en la preparación del proyecto. Es fundamental nombrar que no existe otro tipo de respaldo informativo, por lo cual nace la necesidad de diseñar una Plan Estratégico de Desarrollo Turístico sostenible para el Cantón Alausí.

La revisión bibliográfica de diferentes planes estratégicos permitió conocer la propuesta metodológica de varios proyectos de investigación en calidad de tesis, las cuales hacen referencia a tesis de cuarto nivel en calidad de maestrías. Según Cueva (2015) la planificación estratégica de desarrollo turístico debe contener acciones que permita la sostenibilidad del lugar objeto de estudio y que la elaboración de estrategias deben elaborarse con enfoque al fortalecimiento de su oferta turística. En concordancia con López y Chicaiz (2019) los cuales señalan que la oferta turística del objeto de estudio debe ser con un enfoque de privilegio al fortalecimiento de su patrimonio natural y cultura que se brinda al turista nacional y extranjero.

### ***1.2.1. Definición del plan estratégico***

La Planeación Estratégica según el Ministerio de Turismo (2020), es el proceso de desarrollo e utilización de planes para conseguir propósitos y fines. Además, podría ser determinada como el proceso por medio del cual una organización, con la colaboración de sus diferentes niveles, así como de sus consumidores, establece su tarea y fines a la par con la estrategia de acción que se seguirá para el logro de estos.

#### ***1.2.1.1 Momentos del Plan Estratégico***

Según Matus (1987) los momentos del Plan Estratégico son: Momento Explicativo (M1), Momento Normativo (M2), Momento Estratégico (M3) y Momento Táctico – Operacional (M4).

El proyecto es desarrollado en base a cada uno de éstos momentos, relacionando todos de forma consecutiva.

##### ***1.2.1.1.1 Momento explicativo***

Para Mallardi y Cañosaris (2011) es considerada como la primera etapa, hace referencia al estudio y observación de los problemas que presenta la empresa, consiste en desarrollar un plan estratégico por medio de un diagnóstico explicativo de la situación actual en la que se encuentra la entidad.

Como lo mencionan dichos autores, este momento implica una serie de pasos, necesarios para la consecución de la determinación de este momento:

1. Identificación de la situación problemática
2. Descripción de los problemas y valoración según importancia
3. Definición del problema principal

4. Distinción y segregación de las causas y consecuencias del problema principal
5. Diseño del árbol de problema
6. Identificación de los actores involucrados

Es decir, al momento de llevar adelante un proyecto o tomar una decisión, se evalúa en qué contexto se encuentra y que recursos se tienen, cuáles son los problemas que enfrenta, y evaluar cuál es el principal de esos problemas. Luego de definir el problema principal, se debe realizar un árbol de problema y verificar cuáles son las causas y consecuencias del mismo. Es necesario establecer el árbol, para luego saber cómo planificar de acuerdo a qué causas atacar. Además, se debe tener en cuenta todos los involucrados que implica el mismo.

#### ***1.2.1.1.2 Momento normativo***

Menciona Monsalve (2003), que siendo la segunda fase, se debe realizar un estudio exhaustivo del objetivo, basándose en la situación contraria a la actual dentro de la entidad, para ello es necesario definir un árbol de objetivos.

Según la investigación de este autor, se llega a definir qué este momento implica:

1. Establecimiento de la situación objetivo, es decir, la situación deseada.
2. Establecimiento del programa que direcciona al actor al cambio de la situación inicial, permitiendo diseñar el proyecto de acción en los nudos críticos.
3. Establecimiento de las metas para enfrentar los objetivos
4. Diseño del árbol de objetivos

#### ***1.2.1.1.3 Momento estratégico***

Considerada como la tercera etapa según Bernal (2000), una vez realizado el estudio y análisis, y al haber definido los objetivos y metas en el paso anterior, es necesario establecer estrategias para dar solución al inconveniente.

Es la instancia de análisis y diseño de la estrategia, es decir, al tener definido los objetivos y metas, se procede a diseñar la estrategia para cumplir con la situación objetivo.

Este momento implica:

1. Definición de las metas y objetivos
2. Diseño de escenarios (variantes, invariantes, sorpresa, tendencias)
3. Análisis y formulación de la estrategia (se evalúan los actores, los medios, los recursos, y el tiempo)
4. Análisis de viabilidad política, económica, organizativa, tecnológica
5. Definición del curso de acciones de acuerdo a los escenarios

6. Presupuestación del proyecto
7. Organización de los recursos

Luego de haber analizado la situación inicial, la situación objetivo, los problemas y los actores, en la instancia estratégica, se procede a formular y diseñar la estrategia para llegar a nuestra meta deseada. Es en este momento, donde se debe analizar todos los escenarios posibles al llevar a cabo la estrategia y analizar su viabilidad, no solo económica, sino política, organizativa y tecnológica. Además, se procede a programar el curso de acción y operaciones, y se evalúa la organización de los recursos disponibles y a los que debo acceder.

#### ***1.2.1.1.4 Momento táctico-operacional***

Para Morán (2018) es necesario desarrollar un programa enfocado a cumplir con los objetivos y orientarlos al plan estratégico, hacer que se acerquen a la realidad.

Es la instancia central entre el conocimiento y la acción, es la puesta en marcha de las operaciones.

En este momento se:

1. Establecimiento de la agenda y puesta en marcha de las operaciones.
2. Antesala, es decir, anticipar un acontecimiento en base a una simulación para cambiar las condiciones situacionales y adaptarse a los objetivos.
3. Retroalimentación, aprendizaje de la relación plan realidad que permite mejorar la capacidad de cálculo del planificador. Examinar el pasado reciente para redefinir la situación inicial antes que la realidad se vea alterada.
4. Incorporación a la agenda de modificaciones
5. Verificación de momento explicativo.

Este momento implica el hacer, el llevar a cabo el proyecto, es decir, la puesta en marcha. Pero como toda planificación ocurren imprevistos, conflictos, nuevas ideas, y es por esto que hay una retroalimentación constante, y que nos lleva a nuevamente recalcular el momento explicativo.

#### ***1.2.1.2 Importancia del plan estratégico***

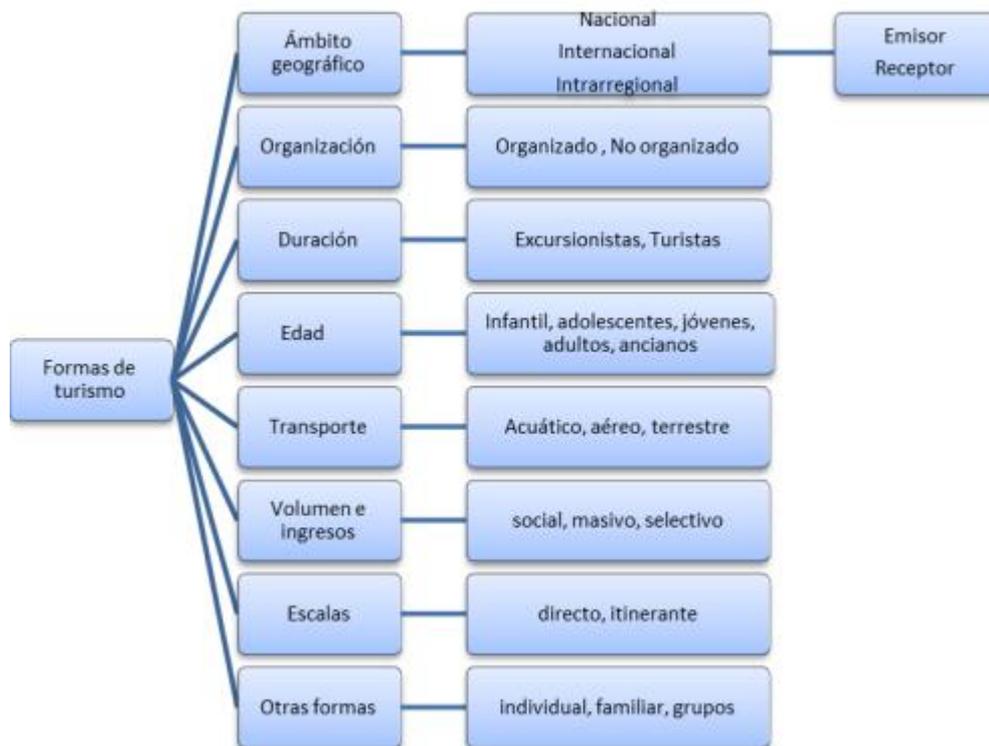
El Plan Estratégico es de gran relevancia, así lo dan a conocer Muñiz y Risco (2016), debido a que se considera indispensable estudiar los problemas presentes en la empresa, y poder dar con la solución al problema, para ello se debe establecer la estrategia adecuada para solucionar el problema existente en la institución.

### 1.2.2. Turismo

Definen al turismo Moreno Y Coromoto (2010), como una costumbre natural del ser humano, cuya finalidad es trasladarse de su lugar habitual a otros sitios, para desarrollar actividades como: descansar, recrearse, divertirse, y conocer nuevas costumbres, actividades y poder beneficiarse de las bondades de estos lugares.

#### 1.2.2.1 Formas de Turismo

Según el Instituto Costarricense de Turismo (1987) existen diferentes maneras para el desarrollo del turismo, como son los siguientes:



**Figura 1 - 1.** Formas de turismo

Fuente: Instituto Costarricense de Turismo 1987

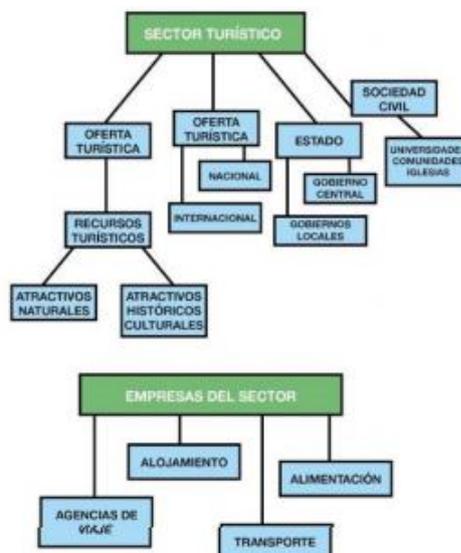
#### 1.2.2.2 Tipos de turismo

Para el Comité de Turismo y Competitividad (2020), el tipo de turismo se clasifica de la siguiente manera.

- Turismo cultural
- Turismo de negocios (relacionado con la industria de reuniones)
- Ecoturismo
- Turismo gastronómico
- Turismo rural
- Turismo costero, marítimo y de aguas interiores
- Turismo de aventura
- Turismo urbano o de ciudad
- Turismo de salud
- Turismo de montaña
- Turismo de bienestar
- Turismo educativo
- Turismo médico
- Turismo deportivo

### 1.2.2.3 Componentes del turismo

Para Ricaurte (2007) los componentes del Turismo se describen de la siguiente manera:



**Figura 2 - 1.** Componentes del Turismo

Fuente: Ricaurte, 2007.

#### *1.2.2.4 Elemento de un producto turístico*

El Ministerio de Turismo (2020) da a conocer los siguientes elementos de un producto turístico:

- **Recurso Turístico.** - Integrado por elementos culturales y humanos demandada de turistas; por ejemplo: recursos culturales, sitios históricos y arqueológicos, gastronomía
- **Atractivo Turístico.** - Conformado por servicios e infraestructura, como un centro histórico.
- **Planta Turística.** - Compuesto por sitios de alojamiento y establecimientos de comida y bebidas.
- **Servicios Complementarios.** – Formado por servicios bancarios, de salud, transporte público, seguridad, acceso a internet.
- **Infraestructura y Equipamiento Urbano.** – Conformado por obras y servicios como: servicios básicos y vías de acceso.

#### *1.2.2.5 Demanda Turística*

Según la Organización Mundial de Turismo (1993), la Demanda Turística hace referencia al conjunto de turistas que se muestran satisfechos en relación a los productos y servicios prestados, por diversos motivos como: vacaciones, visitas familiares, negocios, entre otros.

A su vez, el turismo para la demanda puede ser:

**1.2.2.5.1 Turismo receptor:** Sucede cuando se ejecutan actividades por los visitantes no residentes en el país.

**1.2.2.5.2 Turismo emisor:** Se da cuando se realizan actividades por los visitantes fuera del país.

#### **1.2.3. Tipos de Desarrollo**

Para Sabino (2004) el desarrollo tiene como finalidad mejorar localidad de vida de personas, el cual hace referencia al proceso que debe pasar de una condición baja y alcanzar una condición alta.

### *1.2.3.1 Desarrollo económico*

Según Castillo (2011), el Desarrollo Económico se refiere al proceso integral – socioeconómico mediante el cual se busca la expansión de la economía, mejorando la condición de vida de personas y familias de un país.

### *1.2.3.2 Desarrollo endógeno*

Da a conocer Carrillo (2000), que el Desarrollo Endógeno representa la recaudación de capital en un territorio definido, por medio del crecimiento y cambio estructural de varias áreas como: social cultural y tecnológica, para alcanzar economías de escala internas en el sistema productivo

### *1.2.3.3 Desarrollo Local*

Para Carrillo (2000), del Desarrollo Local se produce cuando se da el mejoramiento de ciertos índices como: ingresos, acceso a servicios básicos, esperanza de vida, mortalidad infantil.

### *1.2.3.4 Desarrollo Social*

El Desarrollo Social para Uribe (2004), debe priorizar a las personas cuyos procesos se encuentren en desarrollo, se enfoca también en aspectos como: la pobreza, vulnerabilidad, exclusión, violencia, falta de poder, entre otros.

### *1.2.3.5 Desarrollo Sostenible*

De acuerdo a Castillo (2011), que al aplicar el desarrollo económico y social se puede enfrentar las necesidades actuales sin que afecte a la capacidad de satisfacer las necesidades de futuras generaciones.

### *1.2.3.6 Desarrollo Sustentable*

El Desarrollo Sustentable para Larrouyet (2015), debe ser adoptado a nivel mundial ya que interviene en políticas nacionales y en cooperaciones internacionales, se consigue cuando se satisfacen las necesidades de la época actual sin implicar la capacidad de satisfacer las necesidades de generaciones futuras.

### **1.3. Marco conceptual**

#### ***1.3.1. Planificación estratégica***

Se define como el proceso mediante el cual la organización con el apoyo de sus niveles y de los consumidores precisan la misión, visión y objetivos, junto con la estrategia a seguir; considerado también como el medio por el cual se elaboran e implementan planes estratégicos con la finalidad de cumplir con los objetivos y propósitos. (MINTUR, 2011)

#### ***1.3.2. Turismo sostenible***

La Organización Mundial de Turismo lo define como un modelo de desarrollo económico desarrollado para mejorar la calidad de vida de la de los turistas, con el propósito de otorgar al visitante una experiencia única y de alta calidad, sobretodo conservando el medio ambiente. (OMT, 2001).

#### ***1.3.3. Cicloturismo***

Hace referencia a todas las formas de ciclismo recreacional; es decir, en los que se utiliza como vehículo de transporte la bicicleta, sin existir competencia alguna., para llegar a los destinos turísticos. (ConBici, 2020)

#### ***1.3.4. Trekking***

Para el portal letsdoit.travel (2019) trekking se refiere a una actividad física que comprende la caminata en la naturaleza por sectores cercanos al cantón o ciudad, por lo general se realizan en montañas, bosques, selvas, ríos, lagunas o cañones, se evita hacer uso de carreteras para poder tener contacto directo con la naturaleza.

#### ***1.3.5. Planificación turística***

Se puede definir como los procesos por medio de los cuáles se logra el desarrollo económico – sostenible, preservando el cuidado de la naturaleza para así poder ofertar actividades recreativas y turísticas. (Osorio, 2012)

### ***1.3.6. Turismo***

El Turismo comprende relaciones y fenómenos producidos por la permanencia y desplazamiento de habitantes fuera de su lugar de residencia, siempre y cuando estos desplazamientos no sean motivo de actividades con fines de lucro. (Sergio Molina E., 2005)

### ***1.3.7. Turismo Sostenible***

Según la OMT (2001), Turismo Sostenible tiene como finalidad satisfacer las necesidades presentes de los turistas, a su vez mejorando las oportunidades futuras.

## CAPÍTULO II

### MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Enfoque de investigación

##### *2.1.1. Enfoque cualitativo*

El enfoque cualitativo es en el que se busca la comprensión de los fenómenos que ocurren en su entorno para comprender sus realidades subjetivas por medio de diversas maneras de recolección de datos que le permiten aproximarse al objeto de análisis y tal explicar detalladamente las situaciones, personas, interrelaciones y comportamientos vigilados. (Monje, 2011)

En el presente proyecto de investigación se aplicó para comprender la realidad turística del Cantón Alausí, tanto en aspectos positivos como negativos de hoy en día, así mismo detallar los parámetros que se desarrollaron para cumplir la formulación del plan estratégico.

##### *2.1.2. Enfoque cuantitativo*

Este enfoque se fundamenta en la recolección y la exploración de datos por medio de la medición numérica y el trabajo de la estadística para tal llegar a entablar con exactitud patrones de comportamiento en una población con base a hechos fines. (Berrones J., 2019)

El enfoque cuantitativo es empleado al realizar las encuestas y desarrollar la tabulación de los datos obtenidos, para así poder determinar las características de la demanda turística del cantón.

#### 2.2. Nivel de Investigación

##### *2.2.1. Investigación Descriptiva.*

Para Sánchez (2018), se refiere a la observación y al estudio de varias características de la población para poder conocer su comportamiento, por lo que las encuestas se destinaron a turistas nacionales.

#### 2.3. Diseño de investigación

##### *2.3.1. Según la manipulación de la variable*

##### *2.3.1.1 No experimental*

El Diseño de investigación No experimental para Hernández (2014), tiene relación con la investigación en donde no se manipulan ni una variable de análisis, pues prácticamente se refiere a mirar los componentes de un entorno natural para luego analizarlos, o sea, es el investigador quien no altera el análisis objetivo manipulando ni controlando las variables.

### ***2.3.2. Según las intervenciones en el trabajo de campo***

#### ***2.3.1.2 Transversal***

Como lo mencionan Sampieri y Fernández (2010), tiene relación con que las variables se miden en una sola situación en el tiempo; es decir, gracias a los datos que se recopilaban en un lapso o durante un tiempo establecido, en donde además se usó esta metodología ya que se aplicó a una encuesta en un período determinado.

## **2.4. Tipo de estudio**

### ***2.4.1 Documental***

Según Baca (2018), hace referencia a una técnica de investigación que se basa en recolectar y seleccionar información por medio de documentos, libros, revistas, grabaciones, filmaciones, periódicos, bibliografías, entre otros. (p.25).

En la presente investigación se compiló de diversas fuentes, artículos, tesis y estudios que resultaron de gran utilidad para el desarrollo de la investigación.

### ***2.4.2 De campo***

Para Arce (2000), la investigación de campo consiste en conseguir la información de forma directa en el sitio donde se encuentra el objeto de estudio, con el propósito de identificar sus inconvenientes y necesidades, por medio de la aplicación de técnicas como las entrevistas o la encuesta.

Para la investigación se obtuvo información de la oferta turística actual, identificando riesgos y oportunidades del plan estratégico en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí.

## **2.5. Población, Planificación, selección cálculo del tamaño de la muestra**

### ***2.5.1. Población***

La población comprende el conjunto de personas y elementos con características similares que han sido consideradas para efectuar el estudio estadístico. (Berrones J., 2019)

En la presente investigación se consideró a 45.000 viajeros de la demanda turística del tren en la ruta Nariz del Diablo El Comercio (2018), esta cantidad representa la población de turistas tanto nacionales como extranjeros.

### 2.5.2.Muestra

La muestra se define como una parte representativa de la población sobre una representación total de los datos, quienes colaboraron a realizar las inferencias estadísticas. Pacheco (2020), Por lo tanto, se utilizó la muestra por conveniencia debido a varios aspectos, entre los cuales se analizó la inexistencia de la base de datos de la población a estudiar, considerando la situación actual que representa el contacto personal en convivencia social que conllevaría a un posible contagio debido a la situación actual del planeta, para la aplicación personal de las encuestas se vio oportuno y a su vez necesario este tipo de muestreo no probabilístico. Para lo cual se aplicará la siguiente formula:

$$n = \frac{NzZ^2pxq}{e^2x(N - 1) + Z^2pxq}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Margen de confiabilidad, 1.96

p= Probabilidad de que el evento ocurra

q= Probabilidad de que el evento no ocurra

E= Error muestral 0,05

N= Población o universo de estudio

N-1= Factor de corrección

Reemplazando los valores correspondientes en la fórmula establecida obtendríamos:

$$n = \frac{(45000)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(45000 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 380,9166$$

$$n = 381$$

**Durante el año 2018, la Población de turistas que visitaron la Nariz del diablo, fue de 45.000 turistas tanto nacionales como extranjeros, de este universo se ha dispuesto la siguiente forma para aplicar las encuestas:**

## **2.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

### **2.6.1. Métodos**

#### *2.6.1.1. Inductivo*

Según Vargas (2014), el método o razonamiento inductivo involucra la determinación de características generales de toda la población a partir de un estudio específico, como es la muestra, éste método consiste en ir de lo particular a lo general, para comprender ésta definición se debe entender los conceptos de población, muestra y error.

### **2.6.2. Técnicas**

#### *2.6.2.1. Encuesta*

La encuesta para Pobeá (2015), es considerada como una técnica que permite la recolección recolectar información por medio de la aplicación de una serie de preguntas con el objetivo de tener un acercamiento al objeto de estudio, y así poder conocer sus comportamientos y sobre todo sus opiniones.

Para el presente proyecto de desarrollo estratégico se utilizó una encuesta dirigida hacia la muestra obtenida, en las cuales se plantearon preguntas concretas que sirvieron para la recopilación de información y conocer sus opiniones y opciones preferenciales de turismo de sus visitantes.

#### *2.6.2.2. Entrevista*

Según Abril (2018) la entrevista consiste en un diálogo de carácter intencional, basada en una conversación con el directivo, con la finalidad de obtener alguna información requerida.

#### ***Ejecución de la entrevista***

De acuerdo a Abril (2008) la Ejecución de la entrevista comprende cuatro fases importantes:

- El contacto inicial con el entrevistado.
- La formulación de las preguntas.
- La anotación de las respuestas.
- La terminación de la entrevista. (p. 17).

### **2.6.3. Instrumentos**

#### *2.6.3.1. Cuestionario “expectativa, aspiraciones del turismo”*

Para (Muñoz, 2013) el cuestionario es considerado como una técnica de investigación que permite recolectar información, corresponde a un conjunto de preguntas enfocadas a obtener información sobre el objeto de investigación, mismas que se encuentran dirigidas a la muestra y se aplican de manera personal.

El cuestionario se utilizó con la finalidad de realizar una serie de preguntas abiertas y cerradas destinadas para la dirección de la unidad de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí, tomando en cuenta la muestra que se obtuvo y lo que permitió mediante esa información desarrollar el plan estratégico de desarrollo turístico.

## CAPÍTULO III

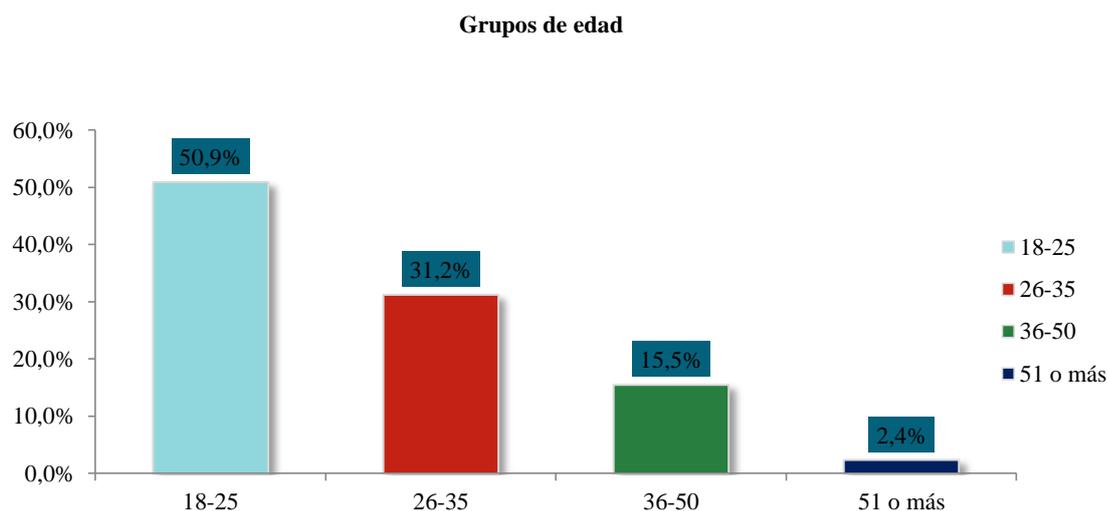
### MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 3.1. Resultados

##### 3.1.1. Análisis de las encuestas

#### Datos Informativos

##### Edad



**Gráfico 1 - 3.** Grupo de edad

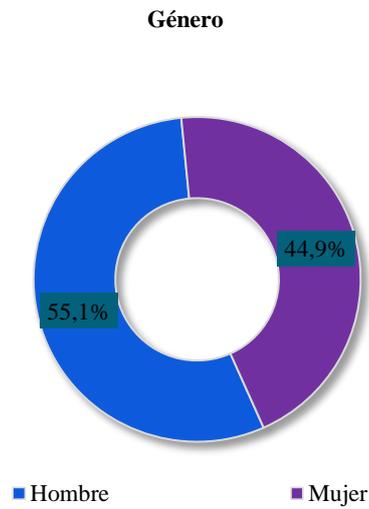
Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

#### Interpretación:

En el presente gráfico se puede observar que del 100% de la encuesta, ha sido respondida en su 50.9% por el grupo de edad comprendido entre los 18 a 25 años que representa alrededor de la mitad de los encuestados, que el 31.2% comprende la edad de 26 a 35 años, el 15.5% comprende las edades entre 36 a 50 años y, que un solo 2.4% son mayores de 50 años.

Mediante el gráfico se puede notar que la mayoría de los visitantes de Alausí son jóvenes comprendidos entre las edades de los 18 a 25 años, debido a diversos factores sobre todo que el turismo está dirigido a los jóvenes que buscan experiencias auténticas, es decir, nuevas formas de turismo enfocadas en una forma de salir de la rutina, conocer nuevos lugares para disfrutar y descansar.

## ***Género***



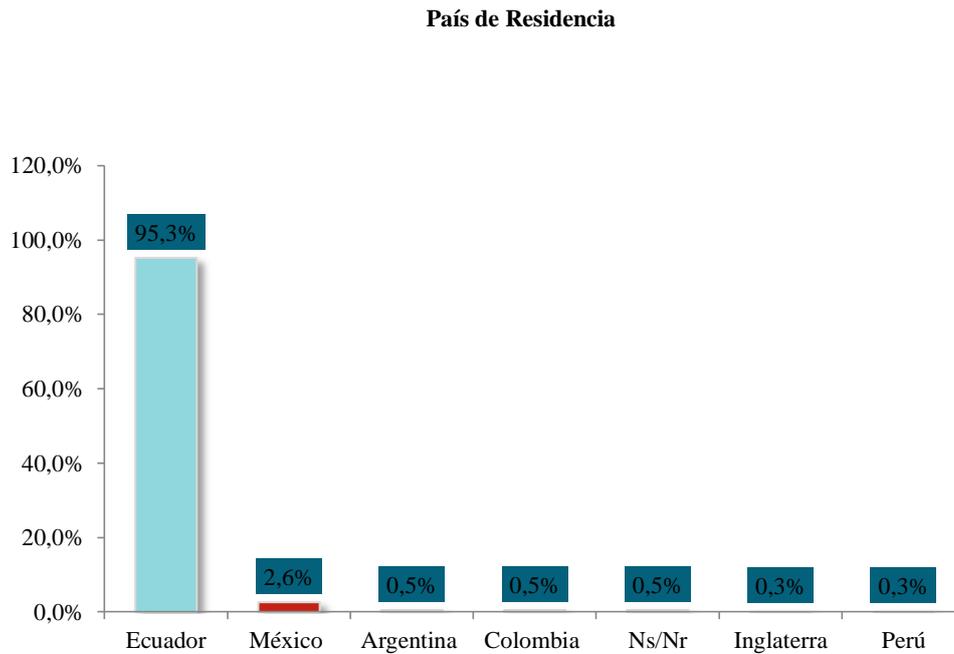
### **Gráfico 2 - 3. Género**

Sergio D., Cepeda M. 2021

#### **Interpretación:**

Del 100% de los encuestados el 55.1% representa a hombres, y un 44.9% representa a mujeres. Estos porcentajes nos da a conocer que más del 50% de la encuesta en su totalidad ha sido respondida por hombres y que estos a su vez representan al género de personas que en su gran mayoría visita el cantón Alausí. Pero también podría mencionar que existe una pequeña diferencia casi del 10% en la comparación de ambos géneros los cuales en cantidad no es de un valor mayormente representativo.

## Residencia



**Gráfico 3 - 3.** País de Residencia

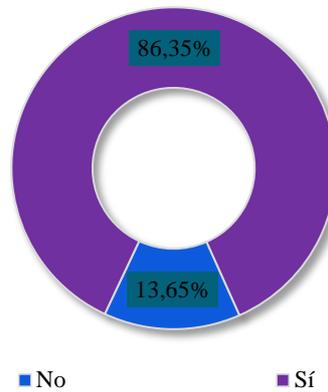
Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

En los resultados de la encuesta se puede conocer que el 95.3% de los encuestados son mayoría residentes de Ecuador, el 2.6% son de México, se analiza también que el 0.5% de los encuestados son del país de Argentina y Colombia, que el mismo resultado comprende a los encuestados que no saben y no responden esta pregunta, que el 0.3% comprende a Inglaterra y a Perú.

A través del gráfico se puede determinar que alrededor del 95% de los visitantes de Alausí son ecuatorianos y corresponden a turistas nacionales, y que un solo 5% corresponde a turistas internacionales o extranjeros que visitan el Cantón Alausí. Esto a considerar un factor importante, que Alausí es considerado un pueblo mágico, lugar de atractivos naturales y turísticos que atraen en su gran parte a turistas nacionales por encontrarse en la región 3 de Ecuador, ubicada en la zona centro del país y permite atraer a turistas de todas las provincias del país.

### *Ha visitado anteriormente Alausí*

Ha Visitado anteriormente Alausí



**Gráfico 4 - 3.** Ha visitado anteriormente Alausí

Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

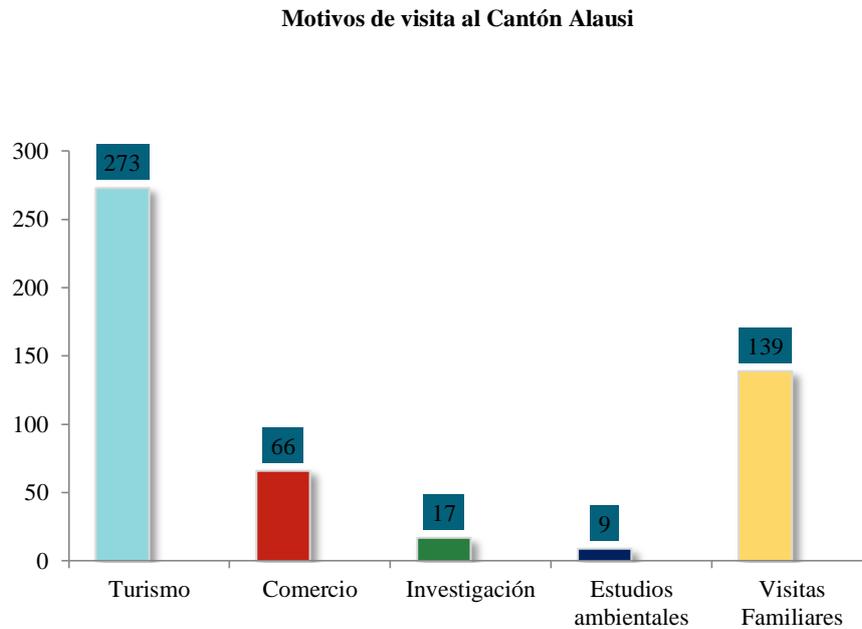
#### **Interpretación:**

En la aplicación del 100 % de la encuesta, se obtiene como resultado que el 86% de los encuestados ya han visitado el cantón Alausí, y que el 14% del total lo realizarán por primera vez.

En el gráfico mostrado anteriormente se determina que el 86% de la totalidad de las encuestas corresponden a visitantes recurrentes, que ya han visitado por primera vez Alausí y algún factor turístico, laboral o social les ha permitido regresar al cantón.

### 3.1.1.1. *Apreciación personal*

#### ***Motivos de visita el Cantón Alausí***

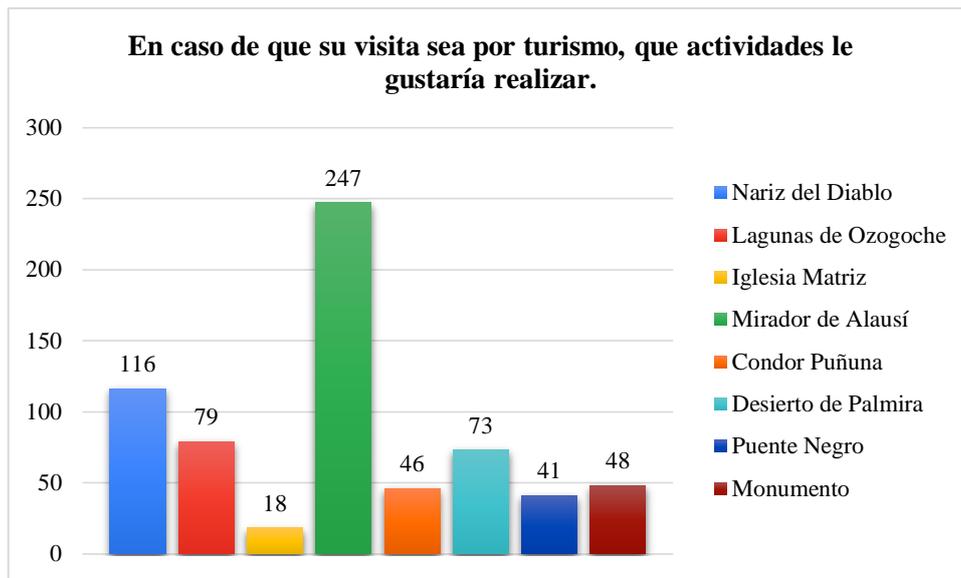


**Gráfico 5 - 3.** Motivos de visita al cantón Alausí

**Realizado por:** Sergio D., Cepeda M. 2021

De acuerdo con las estadísticas, se puede evidenciar que una cantidad de 273 turistas visitan el cantón Alausí por motivos de turismo mientras que 139 encuestas señalan que vienen por visitas familiares, 66 por comercio, 17 por investigación y tan solo 9 por estudios ambientales. Notando que gráfico muestra que el principal motivo turístico en el cantón Alausí es por turismo, seguido de visitas familiares.

*En caso de que su visita sea por turismo, que actividades le gustaría realizar.*



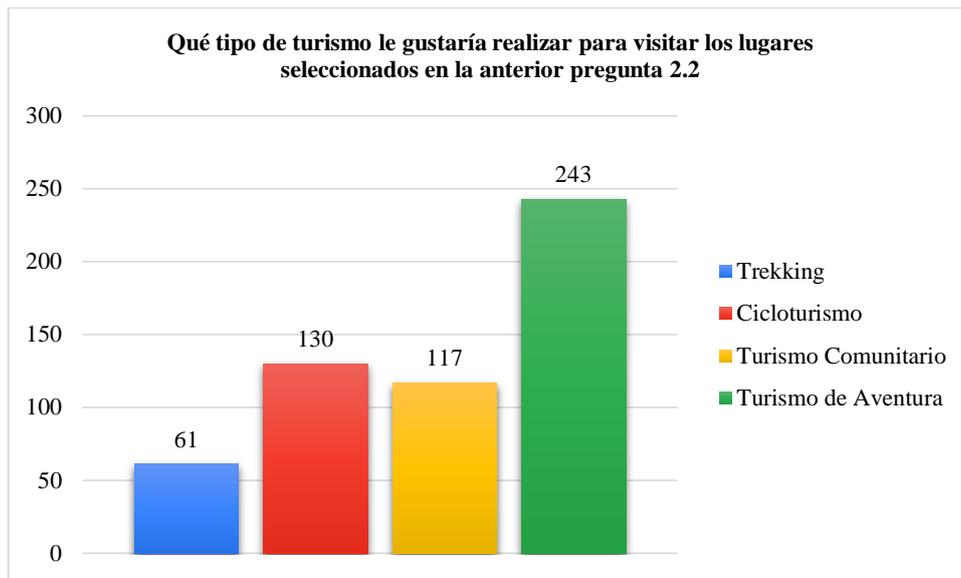
**Gráfico 6 - 3.** En el caso de que su visita sea por turismo

Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

### *Interpretación*

Los datos de la encuesta arrojan que 254 turistas les gustaría visitar el mirador de Alausi, y en cantidades inferiores con 116 se encuentran los turistas que les gustaría visitar la nariz del Diablo, con 79 las lagunas de Ozogoche, 73 les gustaría visitar el desierto de Palmira, 48 prefieren el Monumento a San Pedro de Alausí, 46 el Cónдор Puñuna y con 18 respuestas la Iglesia Matriz.

*Qué tipo de turismo le gustaría realizar para visitar los lugares seleccionados en la anterior pregunta 2.2*



**Gráfico 7 - 3.** Qué tipo de turismo le gustaría realizar

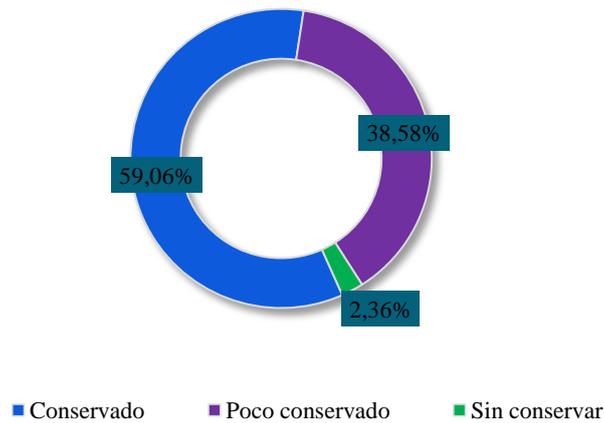
Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

**Interpretación:**

Los datos arrojados por la encuesta según los visitantes que han respondido Turismo como motivo de visita al cantón Alausí, reflejan que la mayoría prefiere el turismo de aventura, ya que 243 visitantes prefieren esta alternativa. Mientras que la actividad que tuvo menos preferencia fue el trekking con 61 respuestas. Por otro lado, actividades como cicloturismo y turismo comunitario tienen un rango de preferencia de entre 130 y 117 visitantes respectivamente.

## *A primera vista cuál es su percepción de conservación del Cantón Alausí*

A primera vista cuál es su percepción de conservación del Cantón alausí



**Gráfico 8 - 3.** Percepción de conservación del Cantón Alausí

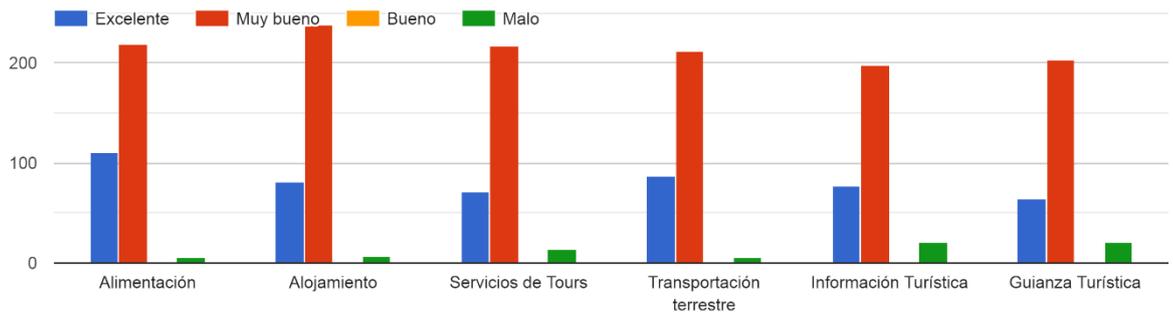
Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

### **Interpretación:**

En la encuesta aplicada a los turistas, se obtiene como resultado que el 59% del total de los encuestados indican que su percepción de conservación del Cantón Alausí es conservado, que el 39% mencionan que el Cantón es poco conservado, y que un 2% consideran que no se encuentra conservado.

Al interpretar los datos del gráfico mostrado anteriormente, se determina que alrededor de la mitad de los turistas encuestados señalan que el cantón Alausí se encuentra conservado, considerando varios aspectos los cuales pueden ser, limpieza, trato social o cuidado ambiental.

***Cuál es su opinión con respecto a los siguientes servicios que brinda Alausí***



**Gráfico 9 - 3.** Opinión de servicios que brinda Alausí

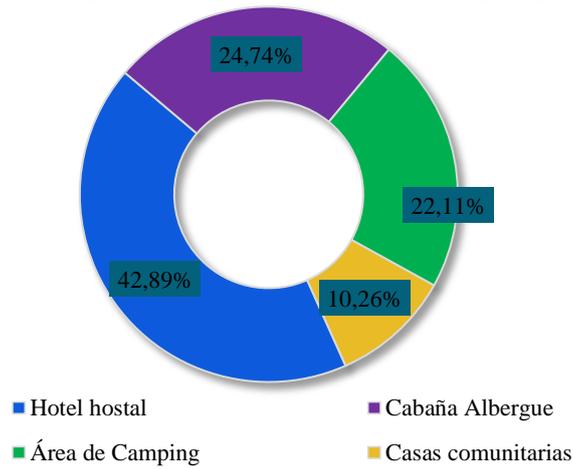
**Realizado por:** Sergio D., Cepeda M. 2021

**Interpretación:**

Según las encuestas realizadas, se puede observar un mayor porcentaje de respuesta en la opción Muy bueno con respecto a diferentes servicios que brinda Alausí, como es el caso de la alimentación, alojamiento, servicios de Tours, transportación terrestre, información turística y Guianza turística. Además, se determinó que existe una cantidad menor con respecto a las otras opciones como Información Turística y Guianza Turística con calificación de Malo, opciones que representan una importancia de analizarlas en el desarrollo de la investigación.

*¿En caso de que usted requiera hospedaje le gustaría que sea de que tipo?*

**¿En caso de que usted requiera hospedaje de qué tipo le gustaría?**



**Gráfico 10 - 3.** Caso de que usted requiera hospedaje

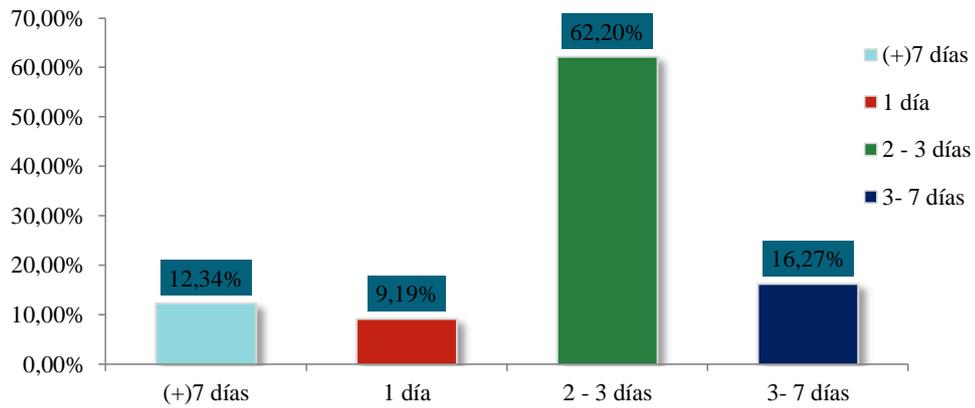
Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

Según las encuestas realizadas se determina que el 43% del total de los encuestados en caso de requerir un hospedaje, prefieren hospedarse en un Hotel Hostal, en un valor inferior el 25% prefieren una Cabaña Albergue, seguido del 22% que prefiere un área de camping, y que un 10% prefiere alojarse en una casa comunitaria.

Se determina que la alternativa de hospedaje sigue siendo los hoteles como lugar de hospedaje preferido por los turistas, seguido de las cabañas albergues y el área de camping, y en un porcentaje inferior las casas comunitarias.

### *Cuantos días estaría dispuesto a permanecer en el cantón Alausí.*

**Cuantos días estaría dispuesto a permanecer en el cantón Alausí.**



**Gráfico 11 - 3.** Cuantos días estaría dispuesto a permanecer en el cantón de Alausí

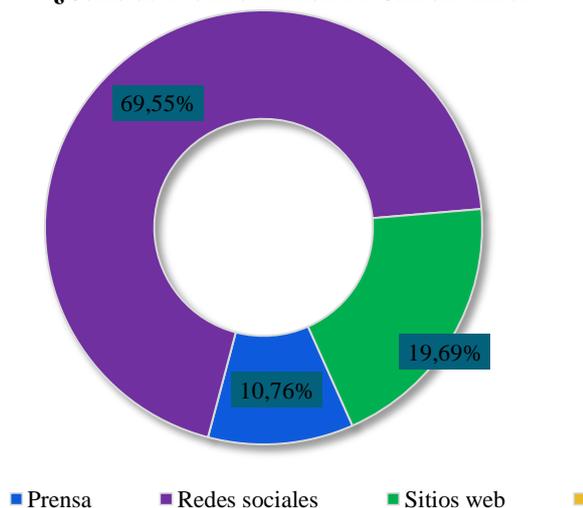
**Realizado por:** Sergio D., Cepeda M. 2021

Según los datos analizados de la encuesta, se visualiza en el gráfico que el 62.20% prefieren quedarse en el cantón de 2 a 3 días, seguido en un porcentaje inferior se encuesta el periodo de 3 a 7 días con un 16.27%, también que los turistas en un 12.34% prefieren quedarse más de una semana y un 9.19% que únicamente prefieren quedarse un solo día.

En el presente gráfico se determina que la mayoría de visitantes que llegan al cantón Alausí prefieren quedarse en alrededor de 2 a 3 días. Este hecho refleja que el cantón posee elementos de alto potencial turístico que es atractivo para los turistas, esto ayuda a que su estancia sea mayor a 1 día en el cantón.

### *¿Cómo obtuvo información del Cantón Alausí?*

¿Cómo obtuvo información del Cantón Alausí?



**Gráfico 12 - 3.** Cómo obtuvo información del Cantón Alausí

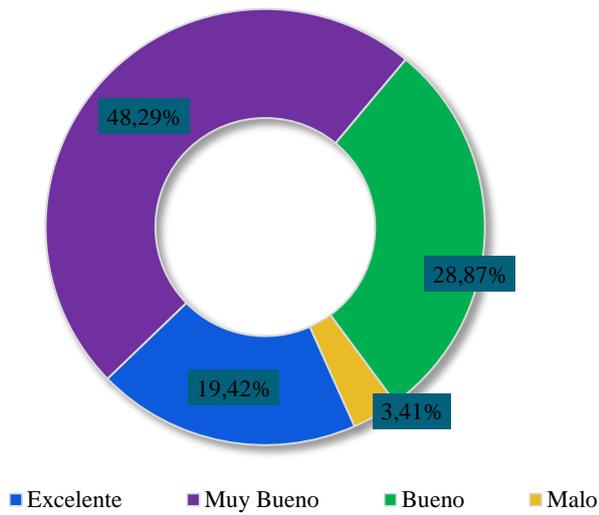
Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

Mediante el presente gráfico se visualiza que el 69% del total de visitantes turistas encuestados manifiestan que obtienen información del cantón Alausí mediante los sitios web, seguido de un valor inferior con un 20% de redes sociales y tan solo 11% por la prensa.

Los turistas que visitan Alausí en su preferencia realizan la búsqueda de información acerca del Cantón y sus atractivos turísticos mediante paginas o sitios web, blog, enlaces y demás.

*¿Cuál sería su percepción sobre la oferta turística que se desarrolla en el cantón Alausí, considerando su infraestructura, atractivos y actividades turísticas?*

**¿Cuál sería su percepción sobre la oferta turística?**



**Gráfico 13 - 3.** Percepción sobre la oferta turística desarrollada en el cantón Alausí.

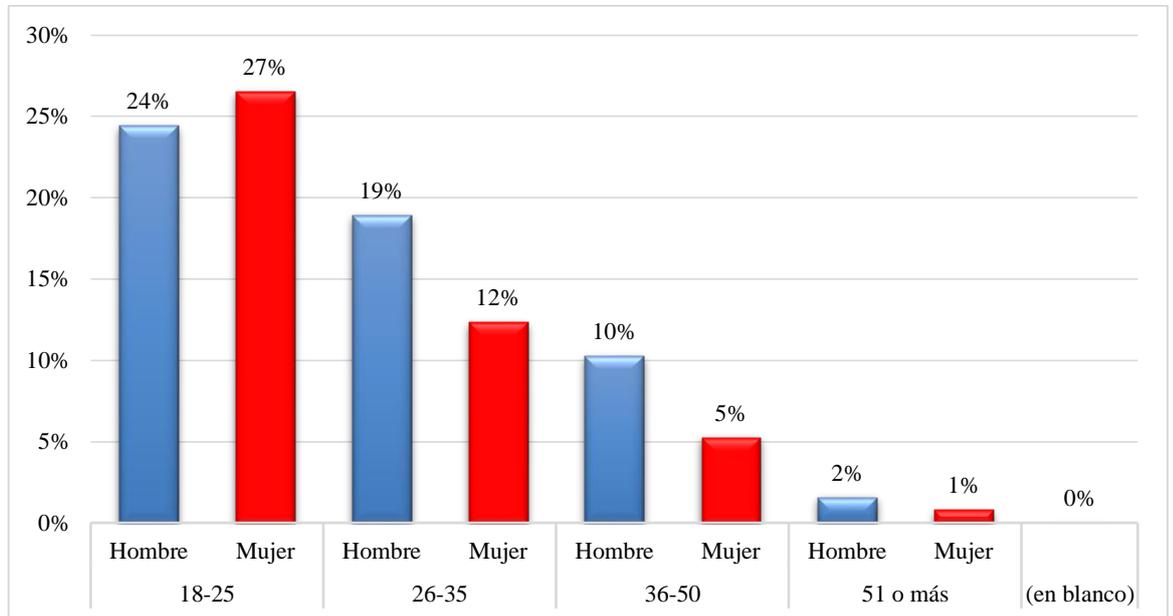
**Realizado por:** Sergio D., Cepeda M. 2021

La percepción que tienen los turistas con respecto a la oferta turística desarrollada en el Cantón Alausí con relación a su infraestructura, atractivos y sus actividades turísticas se califica en mayor escala como muy bueno por parte del 48% de los visitantes. Seguido de un 29% a bueno, un porcentaje menor con 20% lo considera excelente y un 3% lo califica como malo.

Con respecto a la oferta turística que se desarrolla en el cantón, considerando varios aspectos entre los cuales está la infraestructura, atractivos y actividad turística lo considera muy bueno, siendo en alrededor del 50%, y sumada la calificación de consideración excelente y bueno, es alrededor del 97% de la totalidad de turistas encuestados que manifiestas que la actividad turística del cantón no se encuentra deficiente, pero si fuese oportuno mejorarla.

### 3.2. Discusión de Resultados

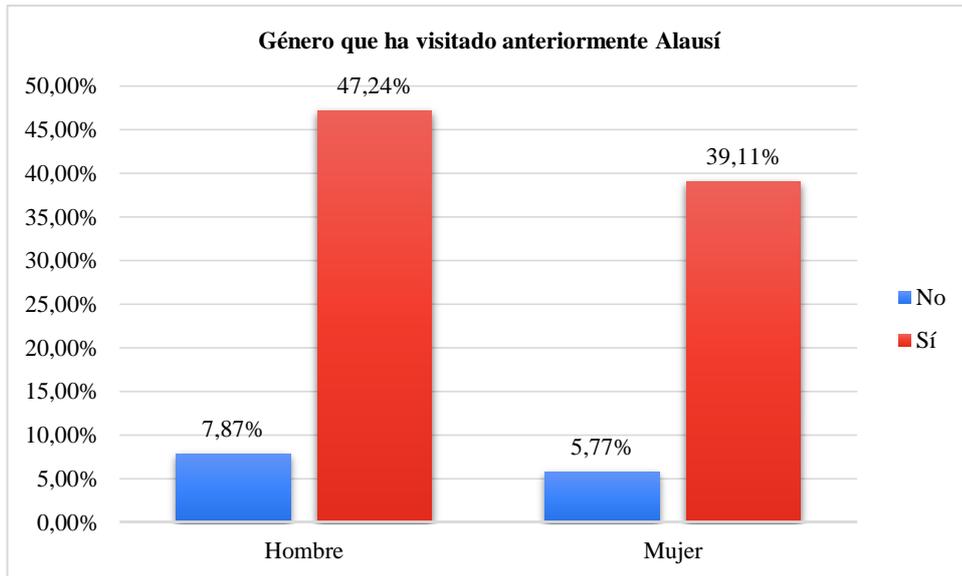
Según los datos obtenidos en el análisis de encuestas se determinó que el grupo de edad comprendido entre 18-25 años son los que, dentro de los grupos encuestados, mayormente han visitado el cantón Alausí.



**Gráfico 14 - 3.** Discusión de resultados

Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

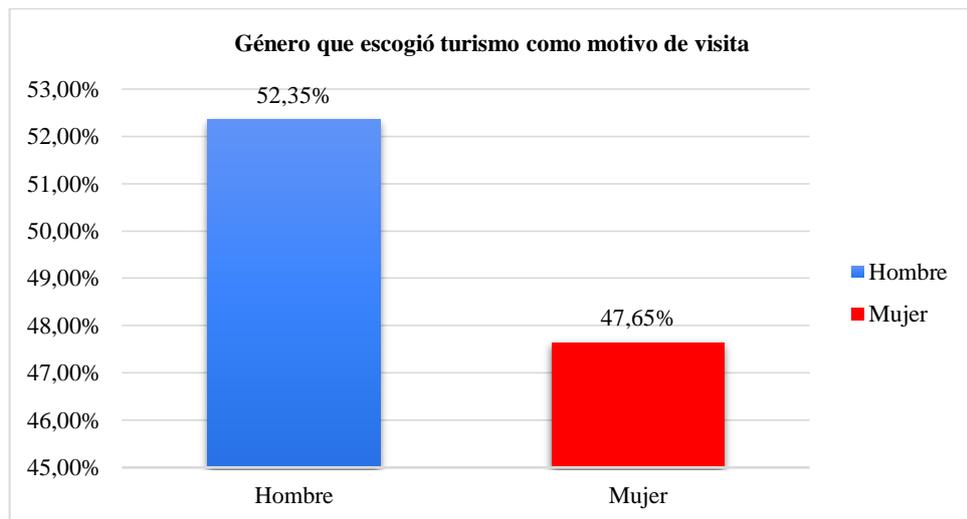
El género que de forma representativa en mayor cantidad que visita el cantón Alausí fue de los hombres con alrededor del 55%, se realizó el cruce de preguntas entre las cuales el grupo de edad, y el género que visita Alausí y se obtiene que en un 27% las mujeres que visitan Alausí se encuentran en el grupo de edad comprendido entre 18-25 años, seguido del 24% por los hombres en este mismo rango de edad.



**Gráfico 15 - 3. Género que ha visitado anteriormente Alausí**

Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

El cruce de preguntas entre el género y si han visitado anteriormente Alausí determinó que los hombres en un 47.24% ya han visitado anteriormente Alausí, que un 7.87% no lo ha hecho por desconocidas circunstancias, que el 39.11% de mujeres encuestadas ya ha visitado Alausí y que tan solo un 5.77% no lo ha realizado. Por lo tanto, en alrededor de un 86% de turistas encuestados comprendidos entre mujeres y hombres ya han visitado anteriormente Alausí.

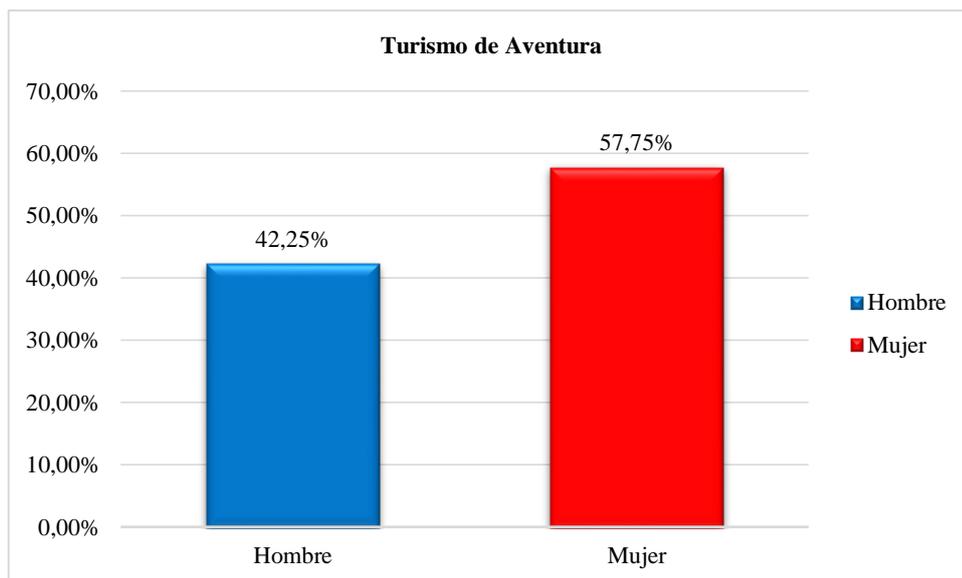


**Gráfico 16 - 3. Género que escogió turismo como motivo de visita**

Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

Al analizar el género con la pregunta realizado sobre conocer el motivo de visita que tiene el turista como destino Alausí en este caso Turismo, los resultados arrojaron que el género de hombres con 52.35% prefieren como actividad principal el turismo y que seguido de un 47.65% se encuentran las mujeres que tienen como preferencia al turismo dentro de su motivo de visita al cantón Alausí.

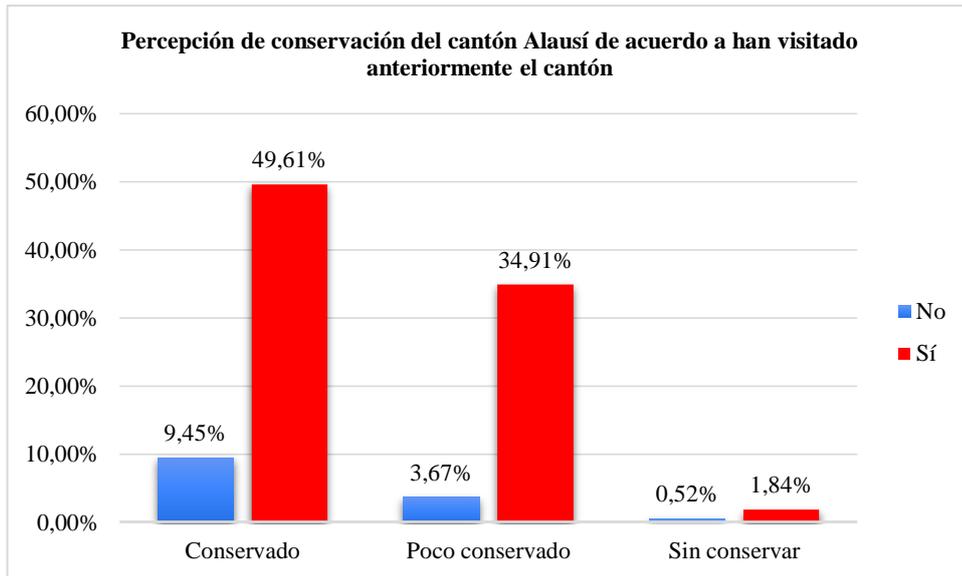
Además, se analiza que las personas que buscan Alausí tienen como preferencia realizar turismo, considerando oportuno señalar que Alausí es un cantón pequeño con un número considerado de habitantes y los cuales no puede ser representativo un porcentaje para las visitas familiares.



**Gráfico 17 - 3.** Turismo de Aventura

**Realizado por:** Sergio D., Cepeda M. 2021

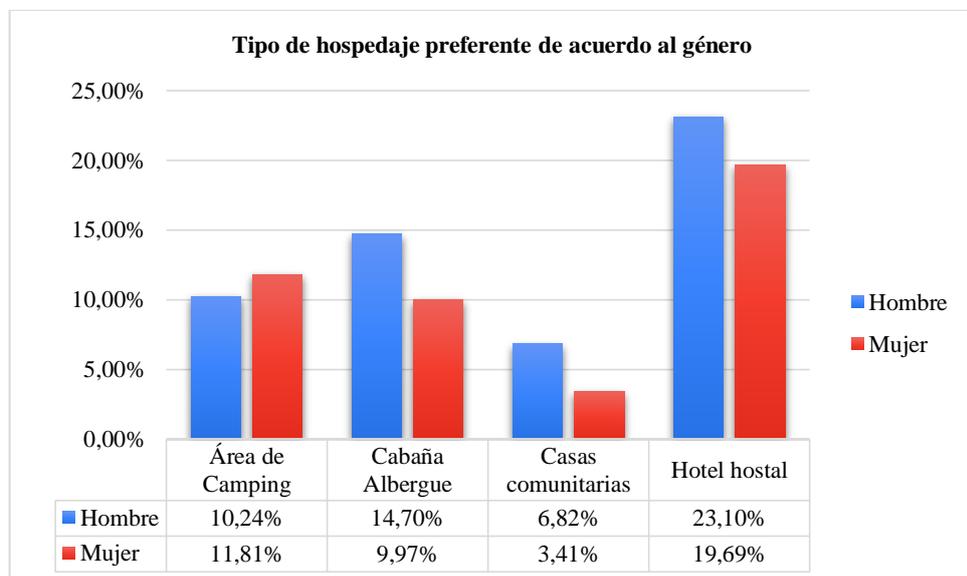
Al analizar la respuesta escogida por los turistas acerca del tipo de turismo que le gustaría realizar en Alausí haciendo énfasis en el turismo de aventura y realizando el cruce de pregunta con el género, se determinó que alrededor de 57.75% de mujeres prefieren el turismo de aventura como el tipo de turismo específico que les gustaría realizar como motivo de visita al cantón Alausí, seguido de un 42.25% en donde se ubican a los hombres que como se señala anteriormente prefieren realizar esta actividad.



**Gráfico 18 - 3.** Percepción de conservación del cantón Alausí

Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

Al realizar el cruce de preguntas entre la percepción que tiene el turista a primera vista sobre la conservación del cantón Alausí y si han visitado anteriormente el cantón, se determinó que en un 49.61% los turistas que ya visitaron Alausí mencionan que se encuentra en un nivel conservado, seguido de un 34.91% que señalan que se encuentra poco conservado y tan solo un 1.84% que se encuentra sin conservar. Dentro de las respuestas seleccionadas por los turistas al tener su primera visita al cantón Alausí como destino turístico, señalan que en 9.45% se encuentra conservado, un 3.67% poco conservado y tan solo un 0.52% se encuentra sin conservar, lo cual no representa valores porcentuales de gran impacto, y con una toma de decisiones adecuada y estratégica se podrá cambiar esta perspectiva del punto de vista de los turistas al visitar el cantón Alausí.



### **Gráfico 19 - 3.** Tipos de hospedaje preferente de acuerdo con el género

Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

Al analizar el tipo de hospedaje como opción preferente para descansar, al tomar en cuenta el género de los turistas los resultados arrojaron que la preferencia de hospedaje es el hotel hostel para el género de hombres con un 23.10% seguido de las mujeres con un 19.69%, dando un resultado combinado de 39.79% de preferencia a este tipo de hospedaje. El área de camping como opción preferente al género de mujeres se encuentra en un 11.81% y para los hombres en un 10.24%, actividad que prefieren los turistas realizar su descanso nocturno al aire libre.

Los resultados de las encuestas arrojaron que los turistas se quedan poco tiempo en el cantón. Este es un aspecto que podría mejorarse a través del aumento de la cantidad de alternativas turísticas, enfocándose en las actividades preferidas de los turistas como el turismo de aventura, cicloturismo. El enfoque de la promoción turística se deberá realizar de acuerdo con el grupo de edad que mayormente visita el cantón Alausí que está comprendido por las edades de 18-25. Se considera oportuno mencionar que los turistas ya han visitado Alausí más de una vez en un 86.35% y que algún factor turístico, laboral o social les ha permitido regresar al cantón, enfocando también que al tipo de hospedaje preferente que tienen los turistas el cual es un hotel hostel, área de camping y finalmente que la percepción que tienen los turistas al realizar su visitado es conservado.

### **3.3. Propuesta**

#### ***3.3.1. Formulación filosófica***

La formulación filosófica es una de las actividades que realiza la alta gerencia, representando a través de una matriz el conjunto de variables del mismo tipo, haciendo referencia a los principios y valores que debe tener una entidad, y sirven como guía para formular los valores y principios de una organización. Es de vital importancia que una entidad gubernamental conozca su matriz axiológica puesto que esta permitirá evidenciar el significado de cada uno de sus valores y principios, además del conocimiento de su razón de ser y su establecimiento de su visión.

#### ***3.3.2. Misión***

Somos una entidad gubernamental encaminada al servicio público local que promueve el desarrollo ordenado y sostenible del cantón y el bienestar de la comunidad de manera eficiente, honesta y responsable, involucrando la participación ciudadana por el bienestar común. (GAD ALAUSÍ, 2021)

### 3.3.2.1. Visión

Constituirse para el año 2023 en un Gobierno Autónomo Descentralizado con un modelo de gestión, técnica, participativa y operativa que fundamenta su accionar en el bienestar de la comunidad a través de un proceso de mejoramiento y tecnificación de eficiencia y eficacia del servicio, mediante una planificación estratégica integral que garantice el progreso. (GAD ALAUSÍ, 2021)

### 3.3.2.2. Principios

**Tabla 1-3:** Principios

<b>Principios</b>	<b>Significado</b>	<b>Lo que obtendremos</b>
<b>Voluntad política y liderazgo</b>	Hace referencia a la búsqueda constante de un óptimo desempeño de los diferentes funcionarios públicos bajo el contexto del liderazgo de la alta directiva.	Búsqueda permanente del alto nivel de desempeño de los funcionarios públicos con efecto de cumplir con la satisfacción de las expectativas ciudadanas
<b>Trabajo en equipo</b>	Trabajo realizado de manera conjunta entre 2 o más personas, que se organizan con el enfoque de hacer referencia a la disposición de sus esfuerzos para el cumplimiento de objetivos,	Lograr un trabajo mancomunado y mutuo con el objetivo de la solución eficiente de problemas.
<b>Eficacia</b>	Hace referencia a la capacidad que tiene una organización para enfocarse en la consecución de objetivos predefinidos	Misión, Visión y objetivos del GAD enfocados en la presentación de servicios con el fin de verificar la consecución de los objetivos planificados
<b>Eficiencia</b>	Se refiere a la consecución de los objetivos predefinidos con la utilización mínima de recursos.	Perfeccionamiento de los diferentes recursos: financieros, humanos y técnicos para el cumplimiento de los objetivos de las diferentes dependencias administrativas del GAD.

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### 3.3.2.3. Valores

Los valores constituyen un pilar sobre todo fundamental en el desarrollo de las actividades de una organización, puesto que estos se caracterizan como juicios éticos, de cada uno de sus integrantes, en el grado de la utilidad personal y social. Es importante que una organización se enfoque en establecer valores verdaderos y reales que puedan tener un enfoque conductor en el desarrollo pleno de cada uno de los integrantes de la entidad en el desarrollo pleno de sus funciones y actividades.

**Tabla 2-3: Valores**

Valores	Significado	Lo que obtendremos
<b>Transparencia</b>	Se refiere a la conducta positiva de las entidades gubernamentales en el cumplimiento de sus funciones administrativas.	Rendición de cuentas periódicas indicando a la ciudadanía las acciones realizadas por los funcionarios públicos.
<b>Honestidad</b>	Conjunto de atributos y cualidades de las entidades gubernamentales al realizar sus funciones con honradez, confianza y sinceridad.	Funcionarios públicos del GAD responsables en el debido cumplimiento de sus funciones y atribuciones.
<b>Equidad</b>	Cualidad que se enfoca en el trato igualitario de las personas sin discriminación alguna.	Compromiso ético de las autoridades y funcionarios municipales garantizando el derecho de los ciudadanos sin discriminación alguna.

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### 3.3.3. Políticas

#### 3.3.3.1. Políticas de atención a la ciudadanía.

- Ofrecer una atención personalizada a los clientes y ciudadanos.
- Realizar una comunicación participativa entre el ciudadano y el GADMCA.
- Brindar un trato amable, cordial y afectuoso a los ciudadanos.
- Informar a los ciudadanos de manera anticipada la realización de mingas.
- Informar a la ciudadanía en general el horario de recolección de residuos.

### 3.3.3.2. *Políticas de personal:*

- En la selección y reclutamiento de personal, realizar el correcto entrenamiento de las actividades y funciones a desarrollar de acuerdo a su cargo.
- La presentación de los funcionarios y servidores públicos debe ser impecable al momento de ingresar a la actividad laboral.
- Cumplimiento efectivo de la jornada de trabajo según el horario de trabajo establecido.
- Compromiso eficaz por parte de cada funcionario y servidor público para ejercer cada una de sus funciones y actividades.
- Capacitación y reentrenamiento en las actividades y funciones que desarrollan el cliente interno para que rindan con un gran desempeño su jornada laboral.

### 3.3.3.3. *Políticas de publicidad:*

- Realizar la promoción turística de los atractivos naturales y culturales que posee el cantón.
- Enfoque de realizar la promoción de lugares turísticos en temporadas altas con la visión en atraer una gran cantidad de turistas que visite la oferta turística que promociona el GADMCA.
- Enfoque de realizar la publicidad en mira de generar confianza y lealtad a la ciudadanía en el compromiso de desarrollo turístico cantonal.

### 3.3.4. *Matriz de Involucrados*

**Tabla 3-3:** Matriz de Involucrados

<b>Grupos</b>	<b>Interés</b>	<b>Problemas Percibidos</b>	<b>Recursos y Mandatos</b>
GAD	Cumplimiento de la implementación del plan estratégico de desarrollo turístico sostenible	Falta de interés de los actores involucrados	Gestión y control del plan estratégico de desarrollo turístico sostenible
Pobladores	Integración y participación de las actividades turísticas	Falta de interés en el acercamiento de las autoridades con los pobladores	Características importantes de la participación ciudadana en las actividades turísticas
Empresas Turísticas Privadas	Desarrollo de las actividades turísticas de los diferentes atractivos privados	Inexistencia de alianzas entre los interesados en la actividad turística y entidades privadas	Atractivos turísticos de entidades privadas para su aprovechamiento

Ministerio del turismo	Fortalecer el desarrollo turístico patrimonial del Ecuador	Falta de un fortalecimiento turístico patrimonial del GAD	Aprobación y designación de planes de fortalecimiento turístico patrimonial
Parroquias Aledañas	Formar alianzas estratégicas que fortalezcan la actividad turística	Ningún tipo de acercamiento por parte de los interés de las parroquias	Cualidades turísticas para el desenvolvimiento de las actividades turísticas

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### **Análisis:**

La elaboración de la matriz de involucrados permitió conocer los grupos o actores involucrados en el desarrollo de las actividades turísticas presentes en el cantón Alausí y que de cierta manera pueda verse afectado por la intervención de estos actores, como es el caso del actor directo al cual se atribuirá el diseño del plan estratégico de desarrollo turístico, el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí cuyo interés radica en el Cumplimiento de la implementación del plan estratégico de desarrollo turístico sostenible, con su problema la falta de interés de los actores involucrados y sus recursos y mandatos son la capacidad de gestionar y controlar el plan estratégico de desarrollo turístico sostenible.

El grupo pobladores pertenecientes al cantón Alausí con el interés de integrarse y ser partícipes de las actividades turísticas presenta el problema de la falta de interés en el acercamiento de las autoridades con los pobladores, teniendo el control y mandato en poseer las características importantes de la participación ciudadana en el desarrollo de las actividades turísticas.

El grupo de empresas turísticas privadas presenta el interés de sus actividades turísticas de los diferentes atractivos privados presentando el problema de la inexistencia de alianzas entre los interesados en la actividad turística del cantón Alausí y entidades privadas, teniendo el control y mandato de sus entidades en el desarrollo de la producción de un bien o prestación de un servicio.

Para el Ministerio del turismo su interés radica en fortalecer el desarrollo turístico patrimonial del Ecuador, presentando el problema de la falta de un fortalecimiento turístico patrimonial del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Alausí y teniendo en cuenta el control que tiene este ministerio en aprobación y designar los planes de fortalecimiento turístico patrimonial

Al analizar el grupo parroquias aledañas, se identifica que su interés es formar alianzas estratégicas que fortalezcan la actividad turística del cantón en general, presentando el problema de que no ha existido un tipo de acercamiento por parte del interés de las parroquias hacia el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Alausí, las cuales presentan el control y mandato sobre sus cualidades turísticas para el desenvolvimiento de las actividades turísticas.

### 3.3.5. Análisis de Involucrados

**Tabla 4-3:** Análisis de Involucrados

Actores Involucrados	Expectativa	Fuerza	Resultado
GAD	5	5	25
Pobladores	5	5	25
Empresas Turísticas Privadas	3	4	12
Ministerio del turismo	5	5	25
Parroquias Aledañas	5	4	20

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

#### **Análisis:**

El grupo de interés Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí, los pobladores del cantón Alausí y el Ministerio de Turismo poseen la expectativa y fuerza de mayor impacto en la elaboración de la matriz, dando como resultado el valor más alto y de suma importancia que representan los involucrados para el desarrollo del proyecto. Seguido de las parroquias aledañas en donde su fuerza resulta menor en 1 punto y da como resultado un valor de 20 dando a demostrar que es uno de los involucrados que también se encuentra en la mayor importancia y a las cuales se deberá hacer partícipe de las estrategias a elaborar, y finalmente se encuentran las Empresas Turísticas Privadas con la expectativa de menor calificación con un resultado de 12 representando un valor inferior a los demás actores, pero se considera oportuno mencionar que no por ser el Stakeholders de menor valor no se le pueda tomar en participación de la elaboración de estrategias.

### 3.3.6. Perfil de capacidad Interna

Este perfil es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la entidad, en este caso el Gobierno Autónomo Descentralizado en relación con las oportunidades y amenazas presentes en el medio externo. Se considera como una manera de realizar el diagnóstico estratégico involucrando a este todos los factores que afectan sus actividades y operación del desarrollo organizacional.

### 3.3.6.1. Capacidad Directiva

La capacidad directiva hace referencia a las fortalezas o debilidad que competen al desarrollo del proceso administrativo, es decir, la planeación, organización, dirección y control.

**Tabla 5-3:** Capacidad Directiva

Matriz de Identificación de Factores				
Capacidad Directiva				
Código	Factor	Comportamiento	Análisis de impacto en el GAD	Connotación
FI-001	<b>Planeación</b>	Realizar proyectos y actividades del POA.	Elaboración de planes y proyectos enfocados al desarrollo cantonal.	Fortaleza
FI-002	<b>Organización</b>	Coordinador de los diferentes recursos que se enfocan al desarrollo cantonal y ejecución de sus propias actividades.	Recibir apoyo del GAD de la provincia de Chimborazo para el cumplimiento de sus actividades.	Debilidad
FI-003	<b>Dirección</b>	Gestionar y controlar la administración del GAD.	Conocer el funcionamiento de la administración del GAD y de los funcionarios públicos	Fortaleza
FI-004	<b>Control</b>	Gestión del cumplimiento de las diferentes actividades de desarrollo turístico local y diferentes proyectos.	Cumplimiento eficaz de los diferentes proyectos.	Debilidad

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### 3.3.6.2. Capacidad Competitiva

Hace referencia a los aspectos que están intrínsecamente relacionados con el are comercial, enfocado en factores de servicios que oferte el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí hacia los ciudadanos como pueden ser: Obras públicas, turismo, seguridad y salud.

**Tabla 6-3:** Capacidad competitiva

<b>Matriz de Identificación de Factores</b>				
<b>Capacidad Competitiva</b>				
<b>Código</b>	<b>Factor</b>	<b>Comportamiento</b>	<b>Análisis de impacto en el GAD</b>	<b>Connotación</b>
FI-005	<b>Obras públicas</b>	Creación y mantenimiento de las vías de tránsito.	Estudio estratégico para la creación de vías adecuadas al mejoramiento de la calidad de vida de la población y mantenimiento de la señalética adecuada de las vías.	Fortaleza
FI-006	<b>Turismo</b>	Servicios de turismo a los diferentes atractivos turísticos presentes en el cantón.	Promoción de los diferentes atractivos turísticos del cantón.	Debilidad
FI-007	<b>Seguridad</b>	Brindar protección y seguridad a la ciudadanía y a los visitantes.	Brindar capacitación a la ciudadanía sobre medidas de protección, defensa y seguridad personal.	Debilidad
FI-008	<b>Salud</b>	Implementación de medidas de prevención y contagio por Covid-19 para los turistas visitantes y población urbana y rural de Alausí	Brindar una óptima calidad de salud para los turistas visitantes y población de Alausí.	Debilidad

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### 3.3.6.3. *Capacidad Financiera*

Esta capacidad se enfoca en incluir todos los aspectos relacionados al ámbito interno del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Alausí haciendo énfasis en las fortalezas o debilidades tales como: disponibilidad de fondos, inversión de capital, capital para satisfacer las demandas sociales y la contabilidad.

**Tabla 7-3:** Capacidad Financiera

<b>Matriz de Identificación de Factores</b>				
<b>Capacidad Financiera</b>				
<b>Código</b>	<b>Factor</b>	<b>Comportamiento</b>	<b>Análisis de impacto en el GAD</b>	<b>Connotación</b>
FI-009	<b>Disponibilidad de fondos</b>	Regirse a la designación del presupuesto anual del estado el cual designa a cada GAD	Elaboración de planes y proyectos de acuerdo al presupuesto designado.	Debilidad
FI-010	<b>Inversión de capital</b>	La asignación y el uso del capital de inversión para programas de desarrollo cantonal con enfoque turístico	Lograr el desarrollo cantonal mediante la inversión en promoción turística.	Debilidad
FI-011	<b>Capacidad para satisfacer las demandas sociales</b>	Elaboración de la planificación de desarrollo turístico cantonal	Ejecución de proyectos turísticos urbanos y rurales.	Debilidad
FI-012	<b>Contabilidad</b>	Supervisión y control del presupuesto anual	Registro y control del manejo del presupuesto.	Fortaleza

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

#### 3.3.6.4. Capacidad Tecnológica

Hace referencia a los aspectos que están relacionados con el aspecto de producción del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí, aspectos como: capacidad de innovación, nivel de coordinación y el acceso a servicios públicos de un infocentro.

**Tabla 8-3:** Capacidad Tecnológica

<b>Matriz de Identificación de Factores</b>				
<b>Capacidad Tecnológica</b>				
<b>Código</b>	<b>Factor</b>	<b>Comportamiento</b>	<b>Análisis de impacto en el GAD</b>	<b>Connotación</b>
FI-013	<b>Capacidad de innovación</b>	Factor clave en sentido de generar un valor agregado en los atractivos turísticos.	Enfoque adecuada para el desarrollo turístico local logrando una ventaja competitiva para cada uno de los atractivos turísticos	Debilidad
FI-014	<b>Nivel de coordinación</b>	Se basa en el enfoque no solo individual sino social, involucrando a la ciudadanía en la toma de decisiones.	Toma de decisiones de manera colectiva en beneficio del bienestar ciudadano fomentando el desarrollo cantonal.	Fortaleza
FI-015	<b>Acceso a servicios públicos de un Infocentro</b>	Brindar a la ciudadanía la capacidad de acceso a recursos tecnológicos como conexión a internet.	La población urbana y rural tenga acceso a conexión a internet mediante el servicio de un infocentro.	Fortaleza

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### 3.3.6.5. Capacidad de Talento Humano

Hace referencia al aspecto interno de las fortalezas y debilidades del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí e incluye aspectos como: experiencia técnica turística, motivación y desempeño.

**Tabla 9-3:** Capacidad de talento Humano

<b>Matriz de Identificación de Factores</b>				
<b>Capacidad de Talento Humano</b>				
<b>Código</b>	<b>Factor</b>	<b>Comportamiento</b>	<b>Análisis de impacto en el GAD</b>	<b>Connotación</b>
FI-016	<b>Experiencia Técnica</b>	Nivel de conocimiento estratégico y turístico de los funcionarios públicos	Consecución del planteamiento de planes estratégicos para el desarrollo turístico local.	Debilidad
FI-017	<b>Motivación</b>	Se basa en el nivel de cada persona basado en su enfoque de conducta y comportamiento	Compromiso de todos los trabajadores, para que se enfoquen con el cumplimiento los objetivos del GAD.	Fortaleza
FI-018	<b>Desempeño</b>	Desarrollo de las actividades de cada funcionario público fortaleciendo las relaciones de los trabajadores internos.	Desarrollo de las actividades cotidianas y relaciones laborales del GAD.	Fortaleza

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

3.3.6.6. Matriz Perfil de Capacidad Interna

**Tabla 10-3:**Matriz Perfil de Capacidad Interna

Perfil de Capacidad Interna											
Código	Factor	Fortaleza			Debilidad			Impacto			Calificación
		A	M	B	A	M	B	A	M	B	
FI-001	Planeación	X							X		A-M
FI-002	Organización				X				X		A-M
FI-003	Dirección		X							X	M-B
FI-004	Control					X		X			M-A
FI-005	Obras públicas	X						X			A-A
FI-006	Turismo					X		X			M-A
FI-007	Seguridad					X			X		M-M
FI-008	Salud				X			X			M-A
FI-009	Disponibilidad de fondos					X			X		M-M
FI-010	Inversión de capital					X		X			M-A
FI-011	Capacidad para satisfacer las demandas sociales				X			X			A-A
FI-012	Contabilidad		X							X	M-B
FI-013	Capacidad de innovación						X		X		B-M
FI-014	Nivel de coordinación		X						X		M-M
FI-015	Acceso a servicios públicos de un Infocentro			X					X		B-M
FI-016	Experiencia Técnica				X			X			A-A
FI-017	Motivación			X					X		B-M
FI-018	Desempeño			X					X		B-M

Fuente: Encuestas realizadas

Realizado por: Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

## **Análisis:**

El Factor **FI-001** considerado como fortaleza y con una calificación alta-media hace referencia a la elaboración de planes y proyectos enfocados al desarrollo cantonal. El Factor **FI-002** con calificación alta-media hace referencia al impacto que tiene la administración con respecto a recibir apoyo del GAD de la provincia de Chimborazo para el cumplimiento de sus actividades, el factor **FI-003** considerado como fortaleza y con calificación media-baja al impacto que se tiene al conocer el funcionamiento de la administración del GAD y de los funcionarios público. El factor **FI-004** considerado como debilidad tiene una calificación media-alta haciendo referencia al impacto que tiene el cumplimiento eficaz de los diferentes proyectos de la entidad gubernamental. El Factor **FI-005** considerado como fortaleza tiene una calificación alta-alta y representa al impacto que tiene la capacidad competitiva de las obras publicas en relación al impacto que se tiene al realizar el estudio estratégico para la creación de vías adecuadas al mejoramiento de la calidad de vida de la población y mantenimiento de la señalética adecuada de las vías. El factor **FI-006** considerado como debilidad en el impacto la promoción turística de los diferentes atractivos del cantón con calificación medio-alto. El factor **FI-007** con calificación media-media hace referencia al impacto que tiene la seguridad como debilidad en brindar capacitaciones a la ciudadanía sobre las medidas de protección, defensa y seguridad personal. El factor **FI-008** considerado como debilidad en el impacto medio-alto haciendo referencia a la capacidad de brindar una óptima calidad de salud para los turistas visitantes y la población de Alausí. El factor **FI-009** con calificación media-media hace referencia a la fortaleza en la elaboración de planes y proyectos de acuerdo al presupuesto destinado de la disponibilidad de fondos en el ámbito de la capacidad financiera. El factor **FI-010** como debilidad en el impacto de lograr el desarrollo cantonal mediante la inversión en la promoción turística y con calificación media-alta. El factor **FI-011** considerado como debilidad en el ámbito de la ejecución de proyectos turísticos urbanos y rurales con calificación alta-alta. El factor **FI-012** considerado como fortaleza y calificación media-baja en el impacto del registro y control del manejo presupuestario. El factor **FI-013** considerado como debilidad y calificación baja-media en el impacto del enfoque del GAD en un adecuado desarrollo turístico logrando una ventaja competitiva para cada uno de los atractivos turísticos. El factor **FI-014** con calificación media- media considerado como debilidad en el impacto de la toma de decisiones de manera colectiva en beneficio del bienestar ciudadano fomenta el desarrollo cantonal y social.

El factor **FI-015** con calificación baja-media considerado como fortaleza en el impacto que tiene la población urbana y rural tenga acceso a conexión a internet mediante el servicio de un

infocentro. El factor **FI-016** con calificación alta-alta considerado como debilidad en el impacto de la consecución del planteamiento de planes estratégicos para el desarrollo turístico local.

El factor **FI-017** con calificación baja-media considerado como fortaleza en el impacto que tiene el compromiso de todos los trabajadores, para que se comprometan con el cumplimiento los objetivos del GAD y finalmente el factor **FI-018** con calificación baja-media considerado como fortaleza en el impacto que tiene el desarrollo de las actividades cotidianas y relaciones laborales del GAD.

### 3.3.7. Matriz EFI

**Tabla 11-3: Matriz EFI**

Factores internos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Fortalezas				
F1	Diversidad de atractivos naturales y culturales	10%	4	0,4
F2	Posee un atractivo turístico conocido a nivel internacional "Nariz del Diablo"	6%	3	0,18
F3	Considerado Pueblo Mágico	8%	3	0,24
F4	Es el patrimonio cultural del Ecuador	6%	4	0,24
F5	Alausí pertenece al Qhapad Ñan	5%	4	0,2
F6	Compromiso del GADMCA por incentivar el turismo de la localidad	8%	3	0,24
Debilidades				
D1	Poseer un único punto de información turística	7%	2	0,14
D2	Escasa señalética para llegar a los atractivos turísticos	6%	1	0,06
D3	Falta de planificación en el desarrollo turístico sostenible	15%	2	0,3
D4	No poseer un complejo turístico en la matriz de Alausí	12%	1	0,12
D5	Falta de promoción sobre los atractivos turísticos del cantón	11%	2	0,22
D6	Falta de un centro o museo para la preservación del patrimonio natural y cultural	6%	2	0,12
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>2,34</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### **Análisis:**

Se puede observar que tras el análisis de los factores internos que pueden beneficiar y afectar a la empresa, la puntuación es de 2.34 lo que significa que las fortalezas de la empresa no están siendo aprovechadas para que las debilidades causen un impacto fuerte en la misma y se puedan aprovechar de manera eficiente y eficaz, este puntaje es inferior a la media de 2.50 esto significa que Alausí presenta debilidades que se caracterizan por ser de mayor impacto en referencia a las fortalezas. Sin embargo, cabe recalcar que mediante una toma de decisiones adecuada y óptima el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí puede convertir sus debilidades en fortalezas mediante estrategias que ayuden a la organización a ser más fuerte.

#### ***3.3.8. Perfil de Oportunidades y Amenazas***

El objetivo de este perfil consistió en identificar las oportunidades y amenazas estratégicas en el ambiente administrativo y operativo de la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Alausí, las cuales se basan en un ambiente externo organizacional. En esta etapa se debe examinar los ambientes interrelacionados, es decir el ambiente nacional y el estudio del macroambiente o macroentorno.

### 3.3.8.1. Factor Político

**Tabla 12-3:**Factor Político

<b>Matriz de Identificación de Factores Externos POAM</b>			
<b>POLÍTICOS</b>			
<b>Código</b>	<b>Factor</b>	<b>Análisis de impacto</b>	<b>Connotación</b>
FI-001	Políticas para el desarrollo turístico	Turismo local debe estar apegado a las políticas estatales	Oportunidad
FI-002	Inestabilidad política de relaciones internacionales para fomentar el turismo	Políticas de relaciones internacionales enfocadas en el desarrollo turístico nacional	Amenaza
FI-003	Regulaciones para el sector público	Limitada toma de decisiones por parte de los GAD	Amenaza
FI-004	Compromiso del GAD por incentivar el turismo de la localidad	Elaboración de un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible	Oportunidad
FI-005	Legislación municipal	Pérdida de la identidad patrimonial	Amenaza

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

#### **Análisis:**

El análisis externo realizado mediante la matriz Pest dio como resultado en la parte política que el turismo local debe estar apegado a las políticas estatales, que a su vez existe una inestabilidad política de relaciones internacionales para fomentar el turismo, además se señala que hay una pérdida de la identidad patrimonial considerado como una amenaza y que existe un compromiso del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí para incentivar el turismo de la localidad por lo cual el impacto que genera es la elaboración de un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible.

3.3.8.2. *Factor Económico*

**Tabla 13-3:**Factor económico

Matriz de Identificación de Factores Externos POAM			
ECONÓMICOS			
Código	Factor	Análisis de impacto	Connotación
FI-006	Ingreso real de la población	Nivel de pobreza	Oportunidad
FI-007	Reducción del presupuesto a los Gobiernos Autónomos Descentralizados	Reducción de la proyección turística	Amenaza
FI-008	Reducción de la actividad económica	Incremento del desempleo	Amenaza
FI-009	Patrón de consumo y gasto	Gasto monetario de cada familia	Oportunidad

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

**Análisis:**

En la parte de los factores económicos se menciona que el ingreso real de la población determina el nivel de pobreza debido a diferentes perspectivas como el ingreso real de cada habitante, señalar que hay una reducción del presupuesto anual a los Gobiernos Autónomos Descentralizados por lo que afecta a la proyección turística, además existe una reducción de la actividad económica tomando en consideración el incremento del desempleo y esto generando a su vez se analiza el impacto en el patrón de consumo y gasto en la actividad de gasto monetario que destinan los hogares a la compra de alimentos.

### 3.3.8.3. Factor Social

**Tabla 14-3:** FSociales

Matriz de Identificación de Factores Externos POAM			
SOCIALES			
Código	Factor	Análisis de impacto	Connotación
FI-010	Políticas enfocadas en responsabilidad social y empresarial.	Reducción de la huella de carbono	Oportunidad
FI-011	Efecto migratorio constante.	Falta de trabajo constante	Amenaza
FI-012	Riesgo de contagio de COVID-19 por contacto social	Prevención de contagio	Amenaza
FI-013	Limitada capacidad de pago por parte de los turistas	Limitado acceso a la actividad turística	Oportunidad
FI-014	Elevada tasa de empleo y desempleo	Incremento de negocios informales	Amenaza
FI-015	Crisis de valores	Personas administren el riesgo de su economía	Oportunidad

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

#### **Análisis:**

Para el análisis del factor socio cultural, la tendencia empresarial se basa en políticas que se enfocan a la responsabilidad social y empresarial tomando en consideración el impacto de la huella de carbono en la cual las entidades buscan reducirla. Además, se presenta un efecto migratorio constante cuyo impacto ha generado desempleo de los ciudadanos de la localidad debido al incremento del trabajo informal. Se considera oportuno mencionar que existe una limitada capacidad de pago por parte de los turistas haciendo referencia y mención al limitado acceso que se tiene a la actividad turística.

### 3.3.8.4. Factor Tecnológico

**Tabla 15-3:**Factor tecnológico

Matriz de Identificación de Factores Externos POAM			
TECNOLÓGICOS			
Código	Factor	Análisis de impacto	Connotación
FI-016	Nuevas formas de segmentar el mercado para las publicidades	Segmentación eficiente de la promoción	Oportunidad
FI-017	Utilización de las redes sociales como forma de promoción turística	Utilización de medios digitales para realizar las diferentes promociones turísticas	Oportunidad
FI-018	Plataformas web como sitios de información turística	Utilización de medios digitales por parte de los turistas para recabar información	Oportunidad
FI-019	Velocidad de los cambios tecnológicos y actualización del país.	Posibilidades de crecimiento de la actividad turística	Amenaza

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

#### **Análisis:**

En el aspecto tecnológico se considera factible analizar las nuevas formas de segmentar el mercado para la realización eficiente de una promoción turística considerando las redes sociales debido a su impacto que ha tenido en el proceso de la globalización del siglo XXI, además se presenta que la utilización de medios digitales por parte de los turistas para recabar información es útil y necesaria representando una manera rápida de acceder y recabar información de un sitio turístico que se pretende visitar, estos factores competen en un enfoque que se logra gracias a la velocidad de los cambios tecnológicos y actualización del país que generan el impacto de existir una posibilidad de crecimiento en la actividad turística.

3.3.8.5. Matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas

**Tabla 16-3:** Perfil de Oportunidades y Amenazas

Perfil de Oportunidades y Amenazas POAM											
Código	Factor	Oportunidad			Amenaza			Impacto			Calificación
		A	M	B	A	M	B	A	M	B	
FE-001	Políticas para el desarrollo turístico		X						X		A-M
FE-002	Inestabilidad política de relaciones internacionales para fomentar el turismo				X			X			A-A
FE-003	Regulaciones para el sector público					X		X			M-A
FE-004	Compromiso del GAD por incentivar el turismo de la localidad		X					X			M-A
FE-005	Legislación municipal				X			X			A-A
FE-006	Ingreso real de la población		X						X		M-M
FE-007	Reducción del presupuesto a los Gobiernos Autónomos Descentralizados				X			X			A-A
FE-008	Reducción de la actividad económica				X			X			A-A
FE-009	Patrón de consumo y gasto	X							X		A-M
FE-010	Políticas enfocadas en responsabilidad social y empresarial.		X						X		M-M
FE-011	Efecto migratorio constante.				X			X			A-A
FE-012	Riesgo de contagio de COVID-19 por contacto social				X			X			A-A
FE-013	Limitada capacidad de pago por parte de los turistas		X						X		M-M
FE-014	Elevada tasa de empleo y desempleo					X			X		M-M
FE-015	Crisis de valores	X							X		A-M
FE-016	Nuevas formas de segmentar el mercado para las publicidades		X						X		M-M
FE-017	Utilización de las redes sociales como forma de promoción turística	X						X			A-A
FE-018	Plataformas web como sitios de información turística	X							X		A-M
FE-019	Velocidad de los cambios tecnológicos y actualización del país.					X		X			M-A

Fuente: Encuestas realizadas

Realizado por: Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

## **Análisis:**

El Perfil de Oportunidades y Amenazas POAM, dio como resultados una calificación variada, entre las cuales se puede analizar que el impacto de los factores con respecto de las oportunidades y amenazas, dio como resultado a los factores. **FE-001** con calificación alta-media en el impacto que el turismo local debe estar apegado a las políticas estatales. El factor **FE-002** con calificación alta-alta considerado como amenaza en el impacto de la burocracia en la selección de puestos de trabajo. El factor **FE-003** con calificación media- baja considerado como amenaza en el impacto de la limitada toma de decisiones por parte de los GAD. El factor **FE-004** considerado como oportunidad en el impacto de la elaboración de un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible con calificación media-alta. El factor **FE-005** con calificación alta-alta en el impacto de la amenaza en la pérdida de la identidad patrimonial. El factor **FE-006** considerado como oportunidad en el impacto de la afluencia positiva de turistas y con una calificación de media-media. El factor **FE-007** con una calificación alta-alta en el impacto de su amenaza en la reducción de la proyección turística. El factor **FE-008** con una calificación alta-alta en el impacto de su amenaza en el incremento del desempleo- El factor **FE-009** considerado como una oportunidad y con una calificación alta-media en el impacto de la oportunidad de crecimiento económico del país. El factor **FE-010** considerado como oportunidad en el impacto de la reducción de la huella de carbono y con calificación media-media. El factor **FE-011** con calificación alta-alta en el impacto de su amenaza de la falta de trabajo constante. El factor **FE-012** con calificación alta-alta en el impacto de la amenaza generada por la prevención de contagio por contacto social. El factor **FE-013** con calificación media-media en el impacto de la oportunidad que tiene el limitado acceso a la actividad turística que presenta el cantón. El factor **FE-014** con calificación media-media en el impacto de la amenaza que genera el incremento de negocios informales. El factor **FE-015** con calificación alta-media en el impacto que genera la oportunidad de que las personas administren el riesgo de su economía y sobre todo sus gastos. El factor **FE-016** con una calificación media-media en el impacto de su oportunidad en la segmentación eficiente de la promoción turística.

El factor **FE-017** considerado como una oportunidad en el impacto que genera la utilización de medios digitales para realizar las diferentes promociones turísticas. El factor **FE-018** considerado como una oportunidad en el impacto de la utilización de medios digitales por parte de los turistas para recabar información con una calificación alta-media y finalmente el factor **FE-019** con calificación media-baja en el impacto que tiene la amenaza de la reducción de la actividad turística que se generaba gracias al tren crucero.

### 3.3.9. Matriz EFE

**Tabla 17-3: MATRIZ EFE**

Factores externos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
<b>Oportunidades</b>				
O1	Promoción a nivel internacional "Nariz del Diablo"	8%	3	0,24
O2	Turistas obtienen información mediante las redes sociales	9%	4	0,36
O3	Resultados de encuesta determinan edades de 18 a 25 años	7%	3	0,21
O4	Turismo de Aventura actividad preferente	7%	4	0,28
O5	Cooperación internacional	8%	3	0,24
O6	Cicloturismo actividad preferente	6%	4	0,24
<b>Amenazas</b>				
A1	Vulnerabilidad del ecosistema a cambio climático	9%	1	0,09
A2	Inestabilidad política y económica	10%	1	0,10
A3	Riesgo de contagio por COVID-19	11%	2	0,22
A4	Riesgo por fallas geológicas Alausí	10%	2	0,2
A5	Mala imagen por amotinamientos	15%	1	0,15
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>2,33</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

#### **Análisis:**

El análisis contextual de la parte externa contenido por las oportunidades y amenazas, determinó un puntaje de 2.33 haciendo referencia a que Alausí en la parte turística se encuentra por debajo de la media, esto implica que las oportunidades que tiene el cantón no se están aprovechando de manera eficiente para hacer frente a las amenazas, para lo cual se considera oportuno señalar que la toma de decisiones que realizará el Gobierno Descentralizado del Cantón Alausí mediante el plan estratégico de desarrollo turístico se deberán enfatizar en mejorar de manera urgente por motivo que no se está contrarrestando las amenazas y lo cual resulta en un perjuicio para el desarrollo turístico del cantón.

### 3.3.10. Matriz Foda

**Tabla 18-3:Matriz Foda**

<b>MATRIZ FODA</b>	
<b>Fortalezas (+)</b>	<b>Debilidades (-)</b>
<b>F1</b> Diversidad de atractivos naturales y culturales	<b>D1</b> Poseer un único punto de información turística
<b>F2</b> Posee un atractivo turístico conocido a nivel internacional "Nariz del Diablo"	<b>D2</b> Escasa señalética para llegar a los atractivos turísticos
<b>F3</b> Considerado Pueblo Mágico	<b>D3</b> Falta de planificación en el desarrollo turístico sostenible
<b>F4</b> Es el patrimonio cultural del Ecuador	<b>D4</b> No poseer un complejo turístico en la matriz de Alausí
<b>F5</b> Alausí pertenece al Qhapad Ñan	<b>D5</b> Falta de promoción sobre los atractivos turísticos del cantón
<b>F6</b> Compromiso del GADMCA por incentivar el turismo de la localidad	<b>D6</b> Falta de un centro o museo para la preservación del patrimonio natural y cultural
<b>Oportunidades (+)</b>	<b>Amenazas (-)</b>
<b>O1</b> Promoción a nivel internacional "Nariz del Diablo"	<b>A1</b> Vulnerabilidad del ecosistema al cambio climático
<b>O2</b> Turistas obtienen información mediante las redes sociales	<b>A2</b> Inestabilidad política y económica
<b>O3</b> Resultados de encuesta determinan edades de 18 a 25 años	<b>A3</b> Riesgo de contagio por COVID-19
<b>O4</b> Turismo de Aventura actividad preferente	<b>A4</b> Riesgo por fallas geológicas Alausí
<b>O5</b> Cooperación internacional	<b>A5</b> Mala imagen por amotinamientos
<b>O6</b> Cicloturismo actividad preferente	

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### **Análisis:**

El análisis contextual comprendido por la parte interna y externa conocido como la matriz FODA, determinó que los puntos fuertes que presenta el cantón Alausí es **F1** poseer una diversidad de atractivos naturales y culturales, a su vez también **F2** tener un atractivo turístico conocido a nivel internacional como es la “Nariz del diablo”, se considera esencial señalar que Alausí es el patrimonio cultural del Ecuador **F4**, además de ser **F3** pueblo mágico y pertenecer al Qhapad Ñan **F5**. También se menciona que **F6** existe un compromiso del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí para incentivar el turismo de la localidad lo cual representa un punto fuerte para el desarrollo sostenible del turismo local.

En las debilidades encontradas se determinó que Alausí posee un único punto de información turística **D1**, lo cual no permite a los turistas visitantes acceder a información sobre sus rutas de viaje, una escasa señalética **D2** que dificulta a los turistas llegar a los atractivos turísticos, **D3** falta de una planificación que se enfoque en el desarrollo turístico sostenible, también señalar **D4** que en la matriz del cantón Alausí no se cuenta con un complejo turístico lo cual imposibilita que el turista pueda tener una variedad de atractivos turísticos a elegir y mantenerse en la localidad por una cantidad de tiempo mayor a un día. Se considera oportuno señalar que **D5** existe una falta de promoción para cada uno de los atractivos turísticos del cantón y **D6** que no existe un museo que se enfoque en la preservación del patrimonio natural y cultural, recordando este término mencionado anteriormente en la cual Alausí es catalogado como pueblo mágico y patrimonio cultural del Ecuador.

En las oportunidades encontradas y representando a la parte interna del análisis contextual, se determinó que existe una promoción social a nivel internacional sobre el atractivo turístico de mayor importancia para el cantón como lo es la Nariz del Diablo **O1**, se considera oportuno mencionar que en el análisis y resultados de las encuestas realizadas determinó que los turistas se enfocan en recabar información turística mediante las redes sociales **O2**.

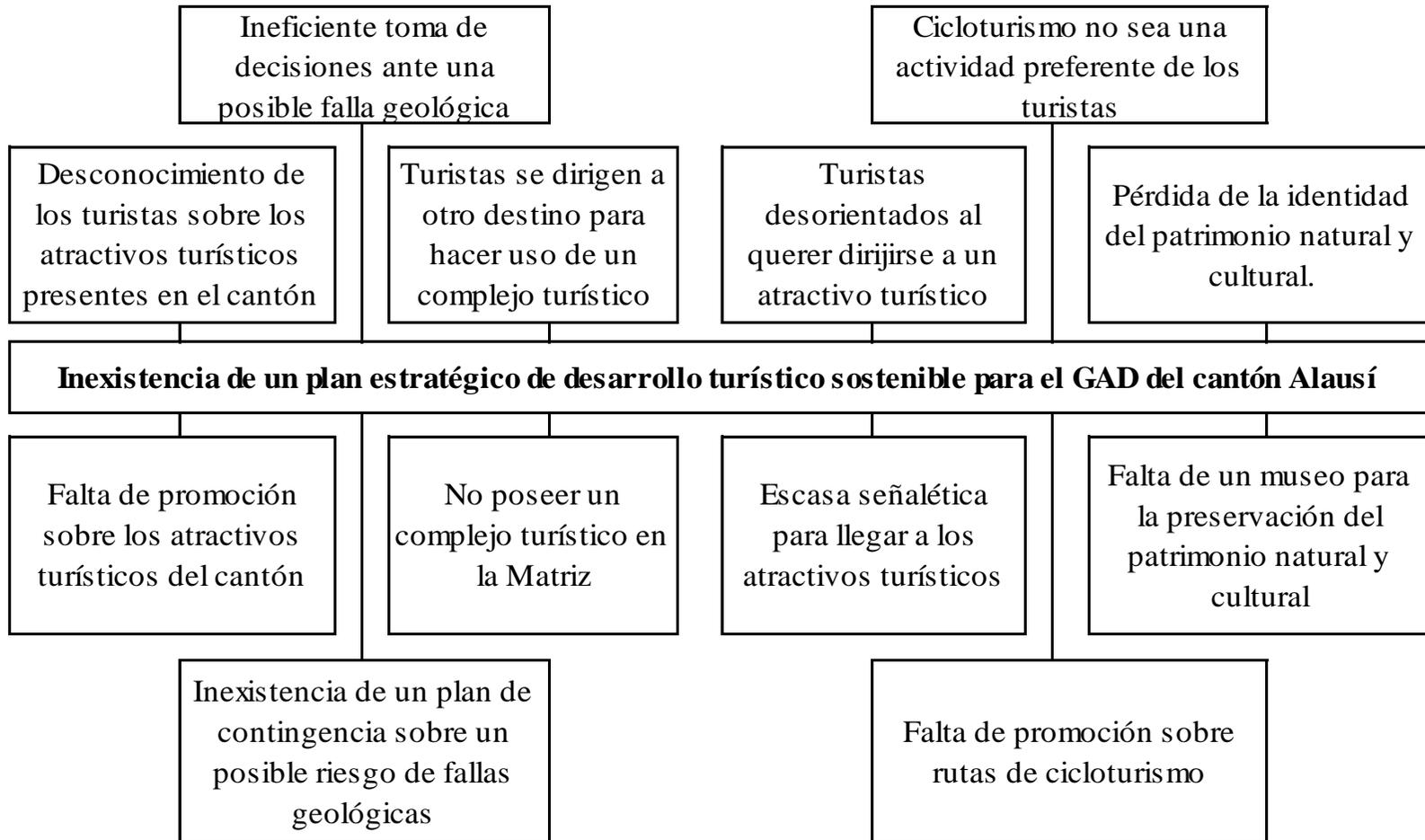
Mencionar que la mayor parte de turistas encuestados son jóvenes comprendidos por las edades de 18 a 25 años de edad **O3**, además que el turismo de aventura **O5** y el cicloturismo **O6** son una de las actividades de mayor importancia y relevancia de forma preferente de los turistas.

En la parte externa se determinaron las amenazas las cuales presentan que Alausí exterioriza una vulnerabilidad del ecosistema al factor el cambio climático por la diversidad de clima como subtropical, andino y frío andino **A1**, considerando también que el país vive una inestabilidad

política y económica debido a la crisis sanitaria que atraviesa el mundo por motivo del COVID-19 **A2**, además existe la incertidumbre de los turistas por visitar lugares turísticos que no mencionen o demuestren sus medidas de prevención y contagio **A3**. Se considera oportuno señalar que Alausí presenta un riesgo por posibles fallas geológicas **A4** debido al encontrarse ubicado en los techos de escenario natural enclavado en la cordillera de los Andes localizada en la hoya del Chanchán al Sur de la provincia de Chimborazo. Finalmente considerar que existe un deterioro de la imagen de Ecuador a nivel internacional **A5**, debido a los amotinamientos suscitados en febrero de 2021, los cuales afectan de cierta manera a la incertidumbre turística e imagen del país para los turistas que desean visitar Ecuador y en sí el cantón Alausí como destino turístico.

3.3.11. *Árbol de problemas*

Gráfico 20-3. Árbol de problemas



Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

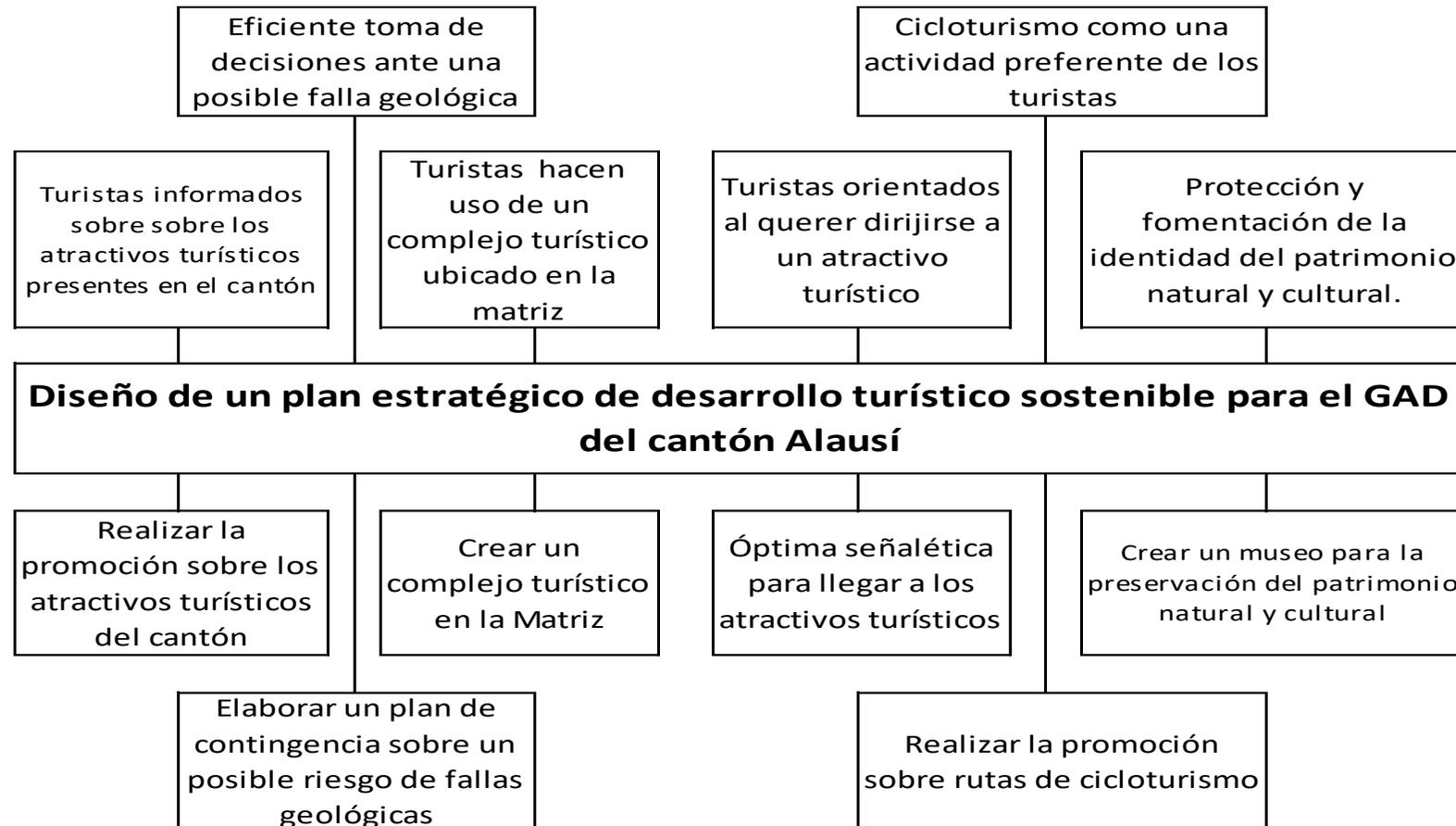
## **Análisis:**

La elaboración del árbol de problemas permitió identificar el problema central que es objeto del desarrollo de esta investigación como la falta de un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el GAD del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo, determinando a su vez las causas que ocasionan este problema como lo es la falta de promoción de los atractivos turísticos del cantón, el no poseer un complejo turístico en la matriz, la escasa señalética que existe en los atractivos turísticos y dificulta a los turistas el acceso e identificación de estos. La falta de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural que resulta oportuno para la conservación de la identidad cultural del cantón. La falta de un plan de contingencia para la prevención de posibles fallas geológicas en el Cantón Alausí y la falta de promoción de rutas de cicloturismo que es una de las actividades preferentes de los turistas.

El planteamiento de esta metodología determinó el problema central y esta problemática generada de la cual se ve afectada surgirán los efectos como el desconocimiento de los turistas sobre los atractivos turísticos presentes en el cantón, que los turistas se dirijan a otro destino para hacer uso de un complejo turístico, turistas desorientados al querer dirigirse a un atractivo turístico, la pérdida de la identidad del patrimonio natural y cultural, la ineficiente toma de decisiones ante una posible falla geológica, y que el cicloturismo no sea una de las actividades preferentes de los turistas debido a su desconocimiento de esta actividad por falta de una promoción adecuada de esta forma de turismo.

3.3.12. *Árbol de objetivos*

Gráfico 21-3. Árbol de Objetivos



Realizado por: Sergio D., Cepeda M. 2021

**Análisis:**

La elaboración del árbol de objetivos permitió identificar el objetivo central que fue objeto de estudio de la presente investigación, en donde se considera al objetivo o fin con el que se desea lograr según el problema que se pretende solucionar, sus efectos directos son realizar el plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el GAD del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

Realizar la promoción de los atractivos turísticos del cantón, la creación de un complejo turístico en la matriz, la óptima señalética que existe en los atractivos turísticos y facilitará a los turistas el acceso e identificación a estos, la creación de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural que resultará oportuno para la conservación de la identidad cultural del cantón, la elaboración de un plan de contingencia para la prevención de posibles fallas geológicas en el Cantón Alausí y la realización de la promoción de rutas de cicloturismo que es una de las actividades preferentes de los turistas, originando el propósito del objetivo central y este a su vez al verse afectado por los efectos directos ocasionaran el impacto que buscarán dar solución a las causas establecidas en el árbol de problemas como la información de los atractivos turísticos presentes en el cantón para los turistas, que estos hagan uso de un complejo turístico ubicado en la matriz para evitar que elijan otras localidades como Huigra como otro destino turístico.

Que los turistas estén orientados al querer dirigirse a un atractivo turístico, la protección y fomentación de la identidad del patrimonio natural y cultural, la eficiente toma de decisiones ante una posible falla geológica, y que el cicloturismo sea una de las actividades preferentes de los turistas debido a la correcta toma de decisiones del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí al utilizar el plan estratégico de desarrollo turístico sostenible.

### **3.3.13. Construcción de escenarios**

La metodología que se utilizó para la construcción de escenarios está basada en la estructura metodológica propuesta por Schwartz (1991), pero en la versión abreviada propuesta por Phadnis (2012).

Se realizó una revisión bibliográfica de la ejemplificación de esta metodología de construcción de escenarios y se encontró el artículo científico de Mejía et al. (2016), con la temática planeación por escenarios: un caso de estudio en una empresa de consultoría logística en Colombia, haciendo mención a que el desarrollo del proceso de planeación y elaboración de estrategias dentro de un plan estratégico de desarrollo turístico se enfoca en la planeación de escenarios debido a que toma en cuenta la incertidumbre a largo plazo en el ambiente que rodea al espacio temporal de objeto de estudio.

#### **3.3.13.1. Horizonte temporal y espacial de la planeación de escenarios**

El horizonte temporal que se ha considerado es de 2 años, el cual corresponde al periodo actual de administración 2019-2023. Con respecto al horizonte espacial se consideró a la población urbana y rural perteneciente al cantón Alausí, provincia de Chimborazo, haciendo énfasis en su desarrollo cantonal y turístico.

#### **3.3.13.2. Elección de variables**

La elección de variables se ha determinado por medio de una lluvia de ideas por parte del investigador, a través de la cual se ha establecido la siguiente lista de variables:

1. Financiación de proyectos turísticos
2. Crecimiento poblacional.
3. Políticas de desarrollo turístico
4. Inestabilidad política
5. Regulaciones del sector público
6. Promoción turística redes sociales
7. Limitada capacidad de pago
8. Incremento tasa de empleo y desempleo
9. Capacidad Administrativa
10. Capacidad competitiva

11. Capacidad tecnológica

12. Valores

### 3.3.13.3. Identificación de las fuerzas conductoras que pueden afectar el ambiente de la organización

Las fuerzas conductoras hacen referencia al criterio en donde la organización se enfatiza y compromete a prestar atención a los diferentes actores de diversa índole.

**Tabla 19-3:**Fuerzas conductoras

<b>Fuerzas conductoras</b>
Tecnología y herramientas digitales
Composición empresarial (redes de valor competitivas)
Innovación
Política pública
Globalización

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### 3.3.13.4. Asignación de probabilidades de las variables

En esta etapa se ha asignado las probabilidades de atención de las variables, es decir, se ha establecido las probabilidades de ocurrencia como las de importancia, considerando que entorno a las probabilidades de ocurrencia inferiores al valor del 50% dan a entender una disminución, y que una probabilidad del 40% significa la disminución de variable en un 10%.

**Tabla 20-3:**Asignación de probabilidades de una variable

<b>Variable</b>	<b>Ocurrencia</b>	<b>Impacto</b>
Financiación de proyectos turísticos	55%	60%
Crecimiento poblacional.	12%	15%
Políticas para el desarrollo turístico	40%	40%
Inestabilidad política	70%	75%
Regulaciones para el sector público	35%	35%
Promoción turística redes sociales	65%	75%
Limitada capacidad de pago	40%	45%
Incremento de la tasa de empleo y desempleo	33%	30%

Capacidad Administrativa	40%	45%
Capacidad Competitiva	50%	50%
Capacidad tecnológica	35%	45%
Valores	45%	60%

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### 3.3.13.5. *Inconsistencia y eliminación de variables*

Este apartado consiste en proceder a eliminar las variables inconsistentes y las de escasa probabilidad de importancia. En la cual el procedimiento consiste en eliminar aquellas variables con una probabilidad de importancia cuyo porcentaje es inferior al 50%.

- Crecimiento poblacional. 15%
- Políticas para el desarrollo turístico 40%
- Regulaciones para el sector público 35%
- Limitada capacidad de pago 45%
- Incremento de la tasa de empleo y desempleo 30%
- Mejora de la gestión Administrativa 45%
- Mejora de la capacidad tecnológica 45%
- Mejora de la capacidad de talento humano 40%

### 3.3.13.6. Ranking y ponderación de las variables y fuerzas conductoras

La elaboración del ranking de las variables y de las fuerzas conductoras se basó en la ponderación del impacto de ocurrencia e importancia, tomando en referencia a los valores cuyos porcentajes son de mayor representación y valor en comparación del listado de variables y fuerzas conductoras, además del criterio del investigador el cual desarrolla la investigación.

**Tabla 21-3:** Ranking y ponderación de las variables y fuerzas conductoras

#	Variables	Ranking
V1	Financiación de proyectos turísticos	1
V2	Promoción turística redes sociales	2
V3	Capacidad competitiva	3
V4	Inestabilidad política	4
V5	Valores	5

**Fuente:** Encuestas realizadas

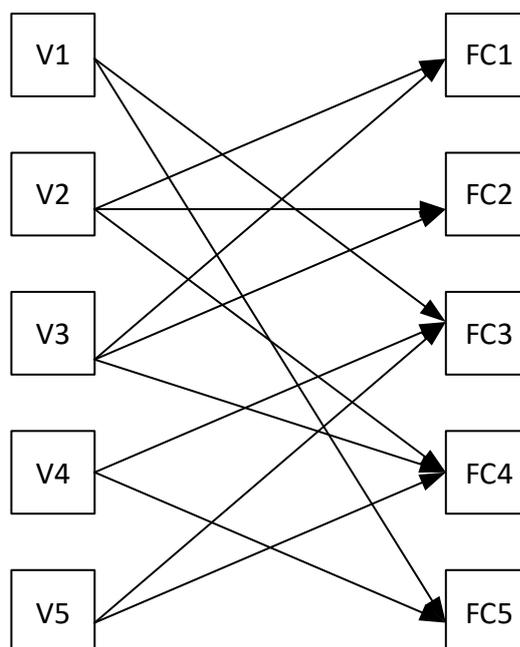
**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

#	Fuerzas conductoras	Ranking
FC1	Tecnología y herramientas digitales	1
FC2	Innovación	2
FC3	Política pública	3
FC4	Globalización	4
FC5	Composición empresarial (redes de valor competitivas)	5

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

Una vez que se procedió a identificar el ranking de las variables y las fuerzas conductoras, se realizó un mapeo para la generación de escenarios, los cuales se crean a partir de las combinaciones de mayor factibilidad de las variables y fuerzas conductoras, los cuales dieron como resultado el siguiente cruce:



Realizado por: Cepeda, S. 2021

### 3.3.13.7. Selección de la lógica y definición de escenarios

**Tabla 22-3:** Selección de la lógica y definición de escenarios

<p><b>Escenario 1</b> <b>Probable</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiación de proyectos turísticos</li> <li>• Innovación alta</li> <li>• Eficiente promoción turística redes sociales</li> </ul>	<p><b>Escenario 2</b> <b>Deseable</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiación de proyectos turísticos</li> <li>• Innovación alta</li> <li>• Eficiente promoción turística redes sociales</li> </ul>
<p><b>Escenario 3</b> <b>Posible</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiación de proyectos turísticos</li> <li>• Innovación baja</li> <li>• Ineficiente promoción turística redes sociales</li> </ul> <p>Escasa</p>	<p><b>Escenario 4</b> <b>No deseable</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistencia financiación de proyectos turísticos</li> <li>• Innovación baja</li> <li>• Ineficiente promoción turística redes sociales</li> </ul>

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

**Escenario 1:** Capacidad de innovación en el desarrollo turístico. En este escenario todos los actores involucrados tanto públicos como privados se enfocan lograr una ventaja competitiva en cada atractivo turístico a pesar de no enfocarse en la capacidad de innovación con respecto a las

redes sociales como herramienta de promoción turística. El aspecto de la ventaja competitiva logra atraer turistas nacionales y extranjeros, pero no en un gran porcentaje como se lo esperaba, al ser un país tercermundista y debido a la inestabilidad política que trajo las elecciones presidenciales, ha ocasionado incertidumbre y restricciones en el financiamiento de proyectos turísticos.

**Escenario 2:** Implementación de un plan estratégico de desarrollo turístico. En este escenario todos los actores involucrados tanto públicos como privados se enfocan en la implementación de un plan estratégico de desarrollo turístico enfocado en el logro del desarrollo cantonal. Los atractivos naturales y turísticos tienen gran acogida por parte de los turistas mediante una promoción por las redes sociales a través de la capacidad de innovación del GAD, este logro resultó gracias a la capacidad innovadora en el diseño de las promociones turísticas por medio de las redes sociales, la cual tuvo gran acogida y gracias a esto se obtuvo el incremento de ingreso de turistas.

**Escenario 3:** Ineficiencia colaborativa. En este escenario todos los actores involucrados en el desarrollo turístico se enfocan en velar sus propios intereses más que en colaborar en los temas de desarrollo turístico, sin tener un compromiso por lograr el desarrollo cantonal mediante un trabajo mancomunado. No se enfocan ni realizan la promoción de cada uno de sus atractivos, puesto que ni el Gobierno Autónomo Descentralizado ni el sector privado invierten en el desarrollo turístico fomentando la actividad productiva y turística de la localidad.

**Escenario 4:** Inexistencia financiación proyectos turísticos. En este escenario no se alcanza un desarrollo turístico local debido a que no existe ningún tipo de financiamiento y presupuesto para la elaboración de proyectos en este sector, además de no existir una capacidad de innovación para hacer frente a estas problemáticas.

Por lo tanto se presenta una ineficiente promoción turística de los atractivos turísticos que tiene el cantón ocasionando que la expectativa de crecimiento económico se vea afectada debido al decrecimiento del ingreso turístico a la localidad.

### 3.3.14. Cruce de matriz FODA y planteamiento de estrategias

**Tabla 23-3:** Cruce de matriz FODA y planteamiento de estrategias

1-Estrategias FO		2-Estrategias DO	
FO1	F1,F4,O2: Realizar campañas publicitarias para dar a conocer los atractivos naturales y culturales a través de las redes sociales	DO1	D1,O6: Aumentar los puntos de información turística con respecto a las diferentes rutas de cicloturismo presentes en el cantón.

FO2	F6,O2,O4,O6: Apoyo del GADMCA para la potencialización de proyectos turísticos	DO2	D4, O2, O5: Diseño de un plan de negocios para la Implementación de un complejo turístico en la matriz del Cantón.
FO3	F1,F5,F6,O2,O3,O4,O6: Promoción de rutas de cicloturismo a diversos atractivos turísticos	DO3	D6,O6,O2: Implementación de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural
<b>3-Estrategias FA</b>		<b>4-Estrategias DA</b>	
FA1	F3,F4,F5,F6,A5: Integración de manifestaciones culturales a través de circuitos turísticos para la difusión de su importante valor, mejorando la imagen del Ecuador para el fomento del turismo local.	DA1	D3,A4,A5: Elaboración de un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible.
FA2	F6,A4: Elaboración de planes de contingencia sobre posibles fallas geológicas del cantón Alausí.	DA2	D5,A3: Realizar la promoción turística de los atractivos turísticos del cantón considerando las medidas de previsión de contagio por COVID-19
FA3	F1,F2,A5: Realizar spot publicitarios por redes sociales para el fortalecimiento de la imagen de los atractivos naturales y culturales presente en Alausí en beneficio de la imagen del país.		

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### **Análisis:**

La realización de la matriz determinó las estrategias que resultarán en oportunas y eficaces a la hora de tomar decisiones por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí, las cuales presentan estrategias que hacen referencia a las fortalezas internas aprovechando de manera eficiente las oportunidades externas, como se menciona en la matriz realizar campañas publicitarias para dar a conocer los atractivos naturales y culturales a través de las redes sociales que es el medio por el cual los turistas se enfocan en recabar información turística de un lugar o atractivo turístico que desean visitar, además mencionar la existencia y compromiso y a su vez apoyo del GADMCA para la potencialización de proyectos turísticos, complementado a su vez la promoción de rutas de cicloturismo a diversos atractivos turísticos, que como se mencionó anteriormente esta forma de turismo es una de las preferentes de los turistas encuestados.

Las estrategias DO, hacen referencia a las debilidades internas aprovechando de manera eficaz las oportunidades externas, se presenta en la matriz las estrategias como: aumentar los puntos de información turística con respecto a las diferentes rutas de cicloturismo presentes en el cantón haciendo énfasis en el aprovechamiento de una de las actividades preferentes de los turistas encuestados, además el diseño de un plan de negocios para la implementación de un complejo turístico en la matriz del Cantón que resulta oportuno debido a que la matriz del cantón Alausí no dispone. A diferencia de Huigra que es una de sus parroquias rurales que si dispone mediante una entidad privada que fortalece la actividad turística de este sector ocasionando que los turistas que se destinan a Alausí y desean hacer uso de estas, cambien de parecer y opten por Huigra. La implementación de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural resulta en un compromiso que debe tener el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí para el fortalecimiento de la identidad cultural presente en los habitantes de este cantón.

Las estrategias FA, que son el aprovechamiento de las fortalezas internas contra las amenazas externas determinaron estrategias como: La integración de manifestaciones culturales a través de circuitos turísticos para la difusión de su importante valor, mejorando la imagen del Ecuador para el fomento del turismo local, además de la elaboración de planes de contingencia sobre posibles fallas geológicas del cantón Alausí, debido a como se señaló anteriormente, Alausí se encuentra ubicado en la cordillera de los Andes, para lo cual la elaboración de estos planes ayudará a la ciudadanía a no verse de cierta manera afectados de una forma dura y agresiva ante posibles inminentes fallas geológicas y a su vez permitirán al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí tomar de forma oportuna y de forma anticipada las decisiones ante estas eventualidades. Realizar spots publicitarios por redes sociales para el fortalecimiento de la imagen de los atractivos naturales y culturales presentes en Alausí en beneficio de la imagen del país contribuirá a aprovechar la fortaleza de Alausí al poseer diversidad de atractivos naturales y culturales contrarrestando la amenaza de la mala imagen del país debido a los amotinamientos suscitados en los centros de privación de libertad en el mes de febrero de 2021.

Las estrategias DA, que hacen referencia al aprovechamiento de las debilidades internas haciendo frente y contrarrestando de forma mayor y dificultosa las amenazas, como: la elaboración de un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible que hace mención al desarrollo de esta investigación. La realización de la promoción turística de los atractivos turísticos del cantón considerando las medidas de previsión de contagio por COVID-19,

haciendo énfasis en las medidas de bioseguridad que deberán tener los turistas al visitar los diferentes atractivos turísticos del cantón Alausí.

### 3.3.15. Matriz de Priorización de estrategias

El desarrollo de la matriz de priorización de estrategias según (Panduro R, 2018) permite conocer el orden de priorización para cada una de las estrategias, en donde se realizó la ponderación por medio de la siguiente calificación:

Mayor Impacto = 1

Igual Impacto = 0.5

Menor Impacto = 0

**Tabla 24-3:**Matriz de priorización de estrategias

Nº	Estrategias	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Suma	Orden
A	Realizar campañas publicitarias para dar a conocer los atractivos naturales y culturales a través de las redes sociales.	0	0	1	1	0,5	0	0	0	0	0	2,5	5
B	Apoyo del GADMCA para la potencialización de proyectos turísticos.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1
C	Promoción de rutas de cicloturismo a diversos atractivos turísticos presentes en el cantón.	0	0	0,5	0,5	0	0	0	0	0	0	0,5	7
D	Aumentar los puntos de información turística con respecto a las diferentes rutas de cicloturismo presentes en el cantón.	0	0	0,5	0,5	0	0	0	0	0,5	0	1	6
E	Diseño de un plan de negocios para la Implementación de un complejo turístico en la matriz del Cantón.	0,5	0	1	1	1	0	0	0	0	0	2,5	5
F	Implementación de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural.	1	0	1	1	1	1	0,5	0	0,5	0	5	3
G	Integración de manifestaciones culturales a través de circuitos turísticos para la difusión de su importante valor, mejorando la imagen del Ecuador para el fomento del turismo local.	1	0	1	1	1	0,5	0,5	0	0,5	0	5	3

H	Elaboración de planes de contingencia sobre posibles fallas geológicas en el cantón Alausí.	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0,5	7,5	2
I	Realizar spots publicitarios por redes sociales para el fortalecimiento de la imagen de los atractivos naturales y culturales presente en Alausí en beneficio de la imagen del país.	1	0	1	0,5	1	0,5	0,5	0	0	0	4,5	4
J	Realizar la promoción turística de los atractivos turísticos del cantón considerando las medidas de prevención de contagio por COVID-19.	1	0	1	1	1	1	1	0,5	1	0	7,5	2

Fuente: Encuestas realizadas

Realizado por: Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### 3.3.16. Marco Lógico

Tabla 25-3: Marco lógico

	Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<b>Fin</b>	Elaborar un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el GAD del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo. Con la finalidad de gestionar las actividades turísticas en beneficio de todos los actores involucrados	Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el GAD del cantón Alausí, Provincia de Chimborazo.	Documento del plan estratégico de desarrollo turístico sostenible aprobado por el GAD del cantón Alausí	El GAD del cantón Alausí cuenta con un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible
<b>Propósito</b>	Lograr que el Cantón Alausí sea un destino turístico reconocible a nivel nacional perteneciendo al circuito turístico de la provincia Chimborazo	Puntos turísticos del circuito turístico de la provincia Chimborazo	Documento avaluado por el GAD de Riobamba, donde se ponga en manifiesto que Alausí pertenece al circuito turístico de la provincia de Chimborazo	Alausí pertenece al circuito turístico de la provincia de Chimborazo
<b>ESTRATEGIAS</b>	F6,O2,O4,O6: Apoyo del GADMCA para la potencialización de proyectos turísticos	Número de proyectos turísticos realizados por el GADMCA	Documentos de proyectos turísticos realizados por el GADMCA	Alausí cuenta con proyectos turísticos realizados por el GADMCA
	F6,A4: Elaboración de planes de contingencia sobre posibles fallas geológicas del cantón Alausí.	Número de planes de contingencia sobre posibles fallas geológicas del cantón Alausí.	Documentos pertinentes de planes de contingencia sobre posibles fallas geológicas del cantón Alausí.	Existencia de planes de contingencia sobre posibles fallas geológicas del

			cantón Alausí.
D5,A3: Realizar la promoción turística de los atractivos turísticos del cantón considerando las medidas de prevención de contagio por COVID-19	Promoción turística enfocada en la prevención de contagio por COVID-19	Órdenes de compra por servicios de campañas publicitarias y promoción turística	Existencia de promoción turística enfocada en la prevención de contagio por COVID-19
D6,06,O2: Implementación de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural	Un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural	Acta de constancia de la creación de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural	Alausí cuenta con un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural
F3,F4,F5,F6,A5: Integración de manifestaciones culturales a través de circuitos turísticos para la difusión de su importante valor, mejorando la imagen del Ecuador para el fomento del turismo local.	Número de circuitos turísticos de manifestación cultural en el cantón Alausí	Documento pertinente al circuito turístico de manifestación cultural del Cantón Alausí	Alausí cuenta con circuitos turísticos de manifestación cultural
F1,F2,A5: Realizar spots publicitarios por redes sociales para el fortalecimiento de la imagen de los atractivos naturales y culturales presente en Alausí en beneficio de la imagen del país.	Número de spots publicitarios para el fortalecimiento de la imagen de los atractivos naturales y culturales presentes en Alausí	Órdenes de compra por servicios de spots publicitarios	Existencia de spots publicitarios para el fortalecimiento de la imagen de atractivos naturales y culturales de Alausí
D4, O2, O5: Diseño de un plan de negocios para la Implementación de un complejo turístico en la matriz del Cantón.	Plan de negocios para la implementación de un complejo turístico en la matriz del Cantón	Documento pertinente al plan de negocios para la implementación de un complejo turístico en la matriz del Cantón	Plan de negocios para la implementación de un complejo turístico de la matriz del cantón Alausí
F1,F4,O2: Realizar campañas publicitarias para dar a conocer los atractivos naturales y culturales a través de las redes sociales	Número de campañas publicitarias realizadas con el enfoque de dar a conocer los atractivos naturales	Órdenes de compra por servicios de campañas publicitarias	Existencia de campañas publicitarias en redes sociales dando a conocer los atractivos naturales y culturales del

		y culturales a través de las redes sociales		Cantón Alausí
	D1,O6: Aumentar los puntos de información turística con respecto a las diferentes rutas de cicloturismo presentes en el cantón.	Números de puntos de información turística	Acta de constancia de la implementación de diversos puntos de información turística	Alausí cuenta con varios puntos de información turística
	F1,F5,F6,O2,O3,O4,O6: Promoción de rutas de cicloturismo a diversos atractivos turísticos presentes en el cantón	Número de promociones turísticas de cicloturismo a diversos atractivos turísticos presentes en el cantón	Órdenes de compra por servicios de campañas publicitarias de promoción turística de cicloturismo	Existencia de campañas publicitarias en redes sociales

Fuente: Encuestas realizadas

Realizado por: Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

### 3.3.17. Plan Operativo Anual

Tabla 26-3: Plan operativo anual

Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el GAD del cantón Alausí, provincia de Chimborazo								
Plan Operativo Anual 2021			Responsable	Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí				
Estrategia	Objetivo	Meta	Actividades	Recursos	Programación			Presupuesto estimado total de actividades
					I Semestre	II Semestre	ANUAL	
Apoyo del GADMCA para la potencialización de proyectos turísticos.	Mejorar el apoyo del GADMCA para la potencialización de los proyectos turísticos en beneficio del cantón	Realizar la búsqueda de modelos y proyectos turísticos para el finalizar el primer semestre del 2021	1,1 Recepción y búsqueda de modelos y proyectos turísticos con diferentes actores interesados en contribuir en la proyección	Humanos Tecnológicos Económicos	1		1	\$ 800,00

			turística en beneficio del cantón Alausí					
Elaboración de planes de contingencia sobre posibles fallas geológicas en el cantón Alausí.	<b>Elaborar un plan de contingencia sobre las posibles fallas geológicas que se puedan presentar en el cantón Alausí.</b>	Elaboración del plan de contingencia por posibles fallas geológicas presentes en el cantón Alausí para finalizar el primer semestre del 2021.	2.1 Reunión y elaboración del plan de contingencia por posibles fallas geológicas en la matriz del cantón Alausí del COE cantonal y diferentes actores involucrados.	Humanos Tecnológicos Económicos	1		1	\$ 520,00
Realizar la promoción turística de los atractivos turísticos del cantón considerando las medidas de prevención de contagio por COVID-19.	<b>Realizar la promoción turística considerando las medidas de prevención de contagio del COVID-19.</b>	Establecer las medidas de prevención y contagio para las actividades turísticas que se oferten a los visitantes que ingresen al cantón Alausí para finalizar el primer semestre del 2021.	3.1 Reunión del COE cantonal para establecer las medidas de prevención de contagio por COVID-19 para los turistas visitantes al cantón Alausí. 3.2 Contratación de una agencia publicitaria para la realización de la promoción turística de	Humanos Tecnológicos Económicos	1		1	\$ 1.120,00

			los atractivos naturales mostrando las medidas de prevención de contagio por COVID-19 para los turistas visitantes al cantón Alausí.					
Implementación de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural.	<b>Crear un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural en la matriz del cantón Alausí</b>	Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural para finalizar el primer semestre del 2021.	4.1 Elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural. 4.2 Aprobación de la creación de un museo para la preservación del patrimonio natural y cultural por parte del GADMCA.	Humanos Tecnológicos Económicos	1		1	\$ 1.120,00

<p>Integración de manifestaciones culturales a través de circuitos turísticos para la difusión de su importante valor, mejorando la imagen del Ecuador para el fomento del turismo local.</p>	<p><b>Integrar las manifestaciones culturales del cantón Alausí a través de circuitos turísticos que mejoren la imagen del país para el fomento del turismo local.</b></p>	<p>Elaborar un catastro de las diferentes manifestaciones culturales presentes en el cantón Alausí hasta finalizar el primer semestre del 2021.</p>	<p>5.1 Análisis y elaboración de un catastro sobre las diferentes manifestaciones culturales presentes en el cantón Alausí 5.2 Elaboración del proyecto de circuitos turísticos para la difusión de las manifestaciones culturales presentes en el cantón Alausí 6.3 Aprobación de la implementación de circuitos turísticos para la difusión de la importancia del valor de las manifestaciones culturales</p>	<p>Humanos Tecnológicos Económicos</p>	<p>1</p>		<p>1</p>	<p>\$ 1.720,00</p>
---	--	---	---	--	----------	--	----------	------------------------

<p>Realizar spots publicitarios por redes sociales para el fortalecimiento de la imagen de los atractivos naturales y culturales presente en Alausí en beneficio de la imagen del país.</p>	<p><b>Realizar spots publicitarias mediante redes sociales para la promoción de los diferentes atractivos naturales y culturales presentes en el cantón Alausí.</b></p>	<p>Contratación de una agencia publicitaria para la promoción turística de los atractivos naturales y culturales presentes en Alausí para el primer semestre del 2021.</p>	<p>6.1 Contratación de una agencia publicitaria para la realización de spots publicitarios por redes sociales para el fortalecimiento de la imagen de los atractivos naturales y culturales presentes en el cantón Alausí.</p>	<p>Humanos Tecnológicos Económicos</p>	<p>1</p>		<p>1</p>	<p>\$ 1.000,00</p>
<p>Diseño de un plan de negocios para la Implementación de un complejo turístico en la matriz del Cantón.</p>	<p><b>Elaborar un plan de negocios para la implementación de un complejo turístico en la matriz del cantón Alausí.</b></p>	<p>Elaborar un plan de negocios para la implementación de un complejo turístico en la matriz del cantón Alausí para finalizar el primer semestre del 2021.</p>	<p>7.1 Búsqueda de entidades privadas para la inversión e implementación de un complejo turístico en la matriz del cantón Alausí. 7.2 Elaboración de un plan de negocios para la implementación de un complejo turístico en la matriz del cantón</p>	<p>Humanos Tecnológicos Económicos</p>	<p>1</p>		<p>1</p>	<p>\$ 1.400,00</p>

			Alausí.					
Realizar campañas publicitarias para dar a conocer los atractivos naturales y culturales a través de las redes sociales.	<b>Implementar campañas publicitarias para dar a conocer los atractivos naturales y culturales a través de redes sociales.</b>	Realizar 2 campañas publicitarias para el segundo semestre del año 2021.	8.1 Contracción de una agencia publicitaria para dar a conocer los atractivos naturales y culturales a través de las redes sociales.	Humanos Tecnológicos Económicos		1	1	\$ 400,00
Aumentar los puntos de información turística con respecto a las diferentes rutas de cicloturismo presentes en el cantón.	<b>Aumentar los puntos de información turística correspondientes a rutas de cicloturismo presentes en el cantón Alausí.</b>	Crear un punto de información de rutas de cicloturismo presentes en el cantón Alausí para finalizar el año 2021	9.1 Elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de islas de información Turística enfocadas en rutas de cicloturismo presentes en el cantón Alausí. 9.2 Aprobación de la creación de islas de información Turística enfocadas en	Humanos Tecnológicos Económicos		1	1	\$ 1.000,00

			rutas de cicloturismo por parte del GADMCA.					
Promoción de rutas de cicloturismo a diversos atractivos turísticos presentes en el cantón.	<b>Realizar promociones de rutas de cicloturismo de los diferentes atractivos turísticos presentes en el cantón.</b>	Elaborar un catastro de rutas de cicloturismo de los diferentes atractivos turísticos del cantón Alausí para finalizar el segundo semestre del 2021	10.1 Elaboración de un catastro de rutas de cicloturismo a diferentes atractivos turísticos del cantón Alausí. 10.2 Contratación de una agencia publicitaria para la promoción de rutas de cicloturismo a diversos atractivos turísticos del cantón Alausí.	Humanos Tecnológicos Económicos		1	1	\$ 1.400,00
<b>Total de Inversión Estimada</b>								\$ 10.480,00

**Fuente:** Encuestas realizadas

**Realizado por:** Cepeda Moreira, Sergio, 2021.

3.3.18. Cronograma de ejecución de las estrategias

Tabla 27-3: Cronograma de ejecución de las estrategias

Estrategias	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
	Semanas	Semanas	Semanas	Semanas								
Apoyo del GADMCA para la potencialización de proyectos turísticos.												
Elaboración de planes de contingencia sobre posibles fallas geológicas en el cantón Alausí.												
Realizar la promoción turística de												









## CONCLUSIONES

- Se realizó el diseño del plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el GAD del cantón Alausí, provincia de Chimborazo, considerando en primera parte las fuentes bibliográficas como históricas y actuales, las cuales permitieron conocer el tamaño de la población a estudiar, mediante la utilización de la revisión bibliográfica se encontró un artículo publicado por el diario el Comercio en el año 2018 afirmando que el número de visitantes anuales fue de 45.000 turistas, además de diversas metodologías para el desarrollo de la investigación, y a su vez poder entender la perspectiva que tienen estos planes en el desarrollo de las actividades turísticas sostenibles y elaboración de planes estratégicos, también entender de qué manera impulsa el GAD al desarrollo turístico sostenible para el lugar de su dependencia.
- El diagnóstico situacional constituyó la etapa de mayor importancia para el desarrollo de esta investigación, a través de la utilización de aplicación de metodologías como el perfil de capacidad interna el cual influyó en el estudio interno de las capacidades: capacidad directiva, capacidad competitiva, capacidad financiera, capacidad tecnológica y del talento humano, permitió medir el perfil de oportunidades amenazas considerado como el ambiente externo realizado mediante la matriz de involucrados se pudo conocer el interés, problema, control y mandato que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí para el desarrollo de las actividades turísticas en función de la intervención de distintos actores. Por lo tanto, se pudo conocer la situación actual de la actividad turística del cantón, se determinó que Alausí presenta problemas para el desarrollo turístico sostenible debido a la falta de un plan estratégico que se enfoque a esta área y sea impulsado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí, puesto que es la entidad que busca impulsar su desarrollo turístico.
- El planteamiento operativo anual se desarrolló en base a la información obtenida como resultado de la elaboración de la identificación de problemas que afectan al GAD del cantón Alausí en el desarrollo de la toma de sus decisiones, se identificó el problema central, el cual fue la falta de un plan estratégico de desarrollo turístico sostenible, por medio del cual se pudo establecer estrategias para la solución de las causas que afectan al problema, las cuales permitieron realizar la matriz POA entorno a establecer estrategias, objetivos, metas, actividades, recursos su programación y en sí el presupuesto para cada una de las estrategias planteadas que se enfocan en la solución de

problemas encontrados en la realización del diagnóstico situacional de la actividad turística que desarrolla el cantón.

- El ecosistema de Alausí presenta una diversidad de atractivos naturales y culturales **F1**, los cuales se caracterizan por ser la fortaleza de mayor calificación con **0.4** en la realización de la matriz **EFI**, a través del cual se pudo aprovechar las fortalezas internas para hacer frente en el planteamiento de las estrategias para contrarrestar las amenazas del cantón como mala imagen de Ecuador debido a los amotinamientos suscitados en febrero de 2021 **A5** y calificación de **0.15**, además de aprovechar la oportunidad de que los turistas se enfocan en recabar información turística mediante las redes sociales **O2** con calificación de **0.36** ambas determinadas en la realización de la matriz **EFE**.
- El ambiente interno de la entidad gubernamental y el entorno de la localidad determinó que las fortalezas no están siendo aprovechadas para que las debilidades causen un impacto fuerte en la misma y se puedan aprovechar de manera eficiente y eficaz, mientras en el ambiente externo se determinó que en la parte turística se encuentra por debajo de la media, esto implica que las oportunidades que tiene el cantón no se están aprovechando de manera eficiente para hacer frente a las amenazas, para lo cual se considera oportuno señalar que la toma de decisiones que realizará el Gobierno Descentralizado del Cantón Alausí mediante el plan estratégico de desarrollo turístico se deberán enfatizar en mejorar de manera urgente por motivo que no se está contrarrestando las amenazas y lo cual resulta en un perjuicio para el desarrollo turístico del cantón.
- El cronograma de ejecución permitió la programación de las actividades de las estrategias estableciendo el plazo de ejecución por semanas de acuerdo a los diferentes meses que restan del año en curso. Además, permitirá al GAD evidenciar el cronograma y avance de la aplicación de las diferentes estrategias.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí rescatar y proteger los atractivos turísticos naturales y un mayor compromiso en la elaboración de planes estratégicos de desarrollo turístico sostenible que beneficien las actividades productivas de los diferentes Stakeholders con el objetivo de fortalecer el desarrollo de la actividad turística del Cantón.
- Es necesario que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí tome en consideración un análisis contextual, tanto interno como externo de manera constante, con el fin de tener un análisis profundo sobre aquellos problemas que podrían afectar la actividad productiva y sobre todo el desarrollo turístico y económico del cantón, para que de esta manera se pueda tomar las mejores decisiones y se pueda establecer estrategias óptimas que permitan cumplir con los objetivos propuestos.
- Todas las estrategias y actividades planteadas en el plan operativo anual, deben ser implementados y a su vez recibir un seguimiento del cumplimiento de cada uno para así tener el compromiso de lograr un desarrollo cantonal rescatando y promocionando la actividad turística del cantón.
- El plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Alausí debe convertirse en una herramienta primordial de implementación y de desarrollo social, cultural, económico y ambiental, en donde la toma de decisiones se asuma con un compromiso de responsabilidad, eficiencia y eficacia en el progreso y desarrollo turístico del cantón.
- Finalmente, se considera oportuno que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Alausí aplique la propuesta del plan estratégico de desarrollo turístico sostenible con el objetivo que pueda mejorar su toma de decisiones y acciones en beneficio de los diferentes actores involucrados, enfocándose en una participación conjunta, pero sobre todo en lograr la satisfacción y permanencia de más de un día del turista, haciendo uso de las diferentes opciones turísticas que presenta el cantón e impulsa el GADMCA.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arce, R. S. (2000). *La entrevista en el trabajo de campo*. Revista de antropología social, (9), 105-126.
- Abril, V. (2008). *Técnicas e instrumentos de la investigación*. Obtenido de [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41375407/Tecnicas\\_e\\_Instrumentos\\_Materia\\_1\\_de\\_clases\\_1.pdf](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/41375407/Tecnicas_e_Instrumentos_Materia_1_de_clases_1.pdf).
- Alarcón Hidalgo, D., & Izurieta Garcés, C. (2018). *Diseño de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico para el Gad Parroquial de Pinguilí del Cantón Mocha, Provincia de Tungurahua, periodo 2018 – 2021*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Berrones, J. (2019). *Estudio de mercado*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13537/1/12T01323.pdf>
- Carrillo, B. (2000). *Desarrollo Local: Manual de uso*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL FAMP.
- Castillo, P. (2011). *Política Económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible*. Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho.
- Comite de turismo y Competitividad. (2020). *Definiciones de turismo*. Obtenido de [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org): <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- ConBici. (2020). *Coordinador en Defensa de la Bici*. Obtenido de ConBici: <https://conbici.org/cicloturismo>
- Cueva, P. (2015). *Plan estratégico para el desarrollo del ecoturismo en la parroquia san roque del cantón piñas - provincia de el oro–*. Piñas: UCSG. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4426/1/T-UCSG-POS-MFEE-15.pdf>
- El Comercio. (2018). *Ferrocarriles del Ecuador*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ferrocarriles-perdidas-millones-tren-crucero.html>
- El Telégrafo. (2015 de octubre de 2015). *El cantón Alausí debe su progreso a la ruta de tren 'más difícil del mundo'*. Obtenido de [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec): <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/larga/1/el-canton-alausi-debe-su-progreso-a-la-ruta-de-tren-mas-dificil-del-mundo>
- GAD ALAUSÍ. (2021). *Misión y Visión*. Obtenido de [www.alausi.gob.ec](http://www.alausi.gob.ec): <https://alausi.gob.ec/index.php/la-municipalidad/vision>
- Guevara, F. (2016). *Diseño del plan estratégico de desarrollo turístico para la parroquia de pomasqui-pichincha*. Quito: UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Herrera, et al. (Noviembre de 2016). *Análisis del mercado turístico del cantón Alausí, Ecuador*.  
Obtenido de [www.ijhssi.org](http://www.ijhssi.org): [http://www.ijhssi.org/papers/v5\(11\)/version-3/M05110307684.pdf](http://www.ijhssi.org/papers/v5(11)/version-3/M05110307684.pdf)
- Instituto Costarricense de Turismo. (1987). *Formas de Turismo*. Costa Rica.
- Jiménez, B., & Hernando, L. (2013). *Turismo Tendencias globales y planificación estratégica*.  
Obtenido de  
[https://elibro.net/es/ereader/epoch/69257?fs\\_q=planificaci%C3%B3n\\_\\_estrat%C3%A9gica&prev=fs](https://elibro.net/es/ereader/epoch/69257?fs_q=planificaci%C3%B3n__estrat%C3%A9gica&prev=fs)
- letsdoit.travel. (29 de octubre de 2019). *Qué es el trekking*. Obtenido de  
<https://letsdoit.travel/conoce-guatemala/Que-es-el-Trekking-y-como-puedes-disfrutarlo>
- Maldonado, G. (2012). *Elaboración de un plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible de la parroquia huigra, cantón alausí, provincia de chimborazo*. Riobamba: ESPOCH.
- Mejía, et al. (2016). *Planeación por escenarios: un caso de estudio en una empresa de consultoría logística en Colombia*. Redalyc, 7-8. Obtenido de  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-59232016000100011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232016000100011)
- Ministerio de turismo. (2020). *Producto Turístico*. Obtenido de [conagopareazuay.gob.ec](https://conagopareazuay.gob.ec):  
<https://conagopareazuay.gob.ec/w30/wp-content/uploads/2020/12/PRODUCTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (2011). *Planificación estratégica*. Obtenido de  
<http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/2190/1/23T0330%20.pdf>
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cualitativa*. Obtenido de  
<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2010). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Redalyc, 9. Obtenido de  
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- OMT. (2001).
- Organización Mundial de Turismo. (1993). *Definiciones relativas a las*. Madrid: OMT.
- Pacheco, J. (12 de 03 de 2020). *Muestra estadística*. Obtenido de  
<https://www.webyempresas.com/muestra-estadistica/>
- PDOT. (2011-2026). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Obtenido de  
<https://mail.alausi.gob.ec/index.php/transparencialotaip/dctos-respaldo-art-7/literal-k/2019-9/abril-4/1898-inf-tecnico-alineacion-pdot-al-pnd/file>

Pobea, M. (2015). *La encuesta*. Obtenido de <https://files.sld.cu/bmn/files/2015/01/la-encuesta.pdf>

Ricaurte, C. (2007). *Marketing Turístico*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.

Rivas García, J., & Magadán Díaz, M. (2012). *Planificación turística y desarrollo sostenible*.

Obtenido de septem ediciones:

[https://elibro.net/es/ereader/epoch/42042?as\\_all=Plan\\_de\\_desarrollo\\_tur%C3%ADstico&as\\_all\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as](https://elibro.net/es/ereader/epoch/42042?as_all=Plan_de_desarrollo_tur%C3%ADstico&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as)

Sabino, C. (2004). *Desarrollo y calidad de vida*. Obtenido de <http://www.hacer.org>

Sánchez, P. (21 de 06 de 2018). *Okdirario*. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>

Sitio Web Alausí. (2020). *Atráctivos turísticos Alausí*. Obtenido de <https://alausi.gob.ec/>

Uribe, C. (2004). *Desarrollo social y bienestar universitas Humanística*. Bogotá, Colombia:

Redalyc. Obtenido de

<http://dspace.epoch.edu.ec/bitstream/123456789/8318/1/20T01000.PDF>





epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 18/05/2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A(S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> SERGIO DENIS CEPEDA MOREIRA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Título a optar:</b> LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



18/05/2022

0755-DBRA-UTP-2022