



**ESPE**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**TEMA: "ESTUDIO DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICA  
PARA EL CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA  
PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO".**

**AUTORA: CHUQUI CRESPATA, SANDY CAROLINA**

**DIRECTORA: DRA. CEJAS MARTÍNEZ, MAGDA FRANCISCA**

**LATACUNGA**

**2018**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, "**ESTUDIO DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA EL CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO**", ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo que cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE, por lo tanto me permito acreditar y autorizar a la señorita, **SANDY CAROLINA CHUQUI CRESPATA**, para que lo sustenten públicamente.

Latacunga, 1 de junio del 2018

Dra. Magda Cejas

**DIRECTORA**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **SANDY CAROLINA CHUQUI CRESPATA**, con cédula de ciudadanía N° 050353368-9, declaro que este trabajo de titulación “**ESTUDIO DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA EL CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO**” ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 1 de junio del 2018

---

Sandy Carolina Chuqui Crespata

C.C.:050353368-9



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **SANDY CAROLINA CHUQUI CRESPATA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“ESTUDIO DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA EL CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, 1 de junio del 2018

---

Sandy Carolina Chuqui Crespata

C.C.: 050353368-9

## DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación quiero dedicar con mucho amor y fe en primera lugar a San Bartolomé y por medio de él a Dios y a la Virgen María, quienes supieron darme la fuerza y la perseverancia para culminar mi carrera y enfrentar los diferentes problemas que se presentaron a lo largo del camino.

A mis padres José y Marlene por permanecer siempre junto a mí brindándome su apoyo incondicional, consejos, valores y principios que formaron en mí una persona de bien.

A mis hermanas Yesenia y Jaqueline por su cariño y motivarme siempre a seguir adelante.

A mi tía Mónica por sus palabras de aliento y hacerme sentir como una hija para ella y ser su orgullo.

A mi esposo por haberme apoyado moralmente en la culminación de mi formación académica.

Con todo mi afecto.

**Sandy Carolina Chuqui Crespata**

## AGRADECIMIENTO

Al culminar una de las etapas más lindas de mi vida agradezco a San Bartolomé patrono de la parroquia Belisario Quevedo y de toda mi familia, a Dios y a la Virgen María por todos los milagros y bendiciones concedidas, por darme la vida, guiar mi camino en el transcurso de mi carrera universitaria, por ser mi fortaleza y no dejarme desmayar en momentos difíciles, del mismo modo agradezco por darme la sabiduría necesaria para resolver aquellas dificultades que se presentaron.

A mis padres por darme un hogar lleno de valores, principio y educación que han hecho de mí la persona que ahora soy, gracias por su apoyo en todo momento, a pesar de mis malas decisiones que supe enmendarlas y ahora ser el orgullo de ustedes y de toda la familia.

A mis hermanas por su cariño, comprensión y palabras de aliento para continuar luchando por mis sueños.

A mi tía, mi esposo y demás familiares que siempre estuvieron conmigo en los momentos malos y buenos.

De igual manera mi especial agradecimiento a mi directora de tesis a la MSC. Magda Cejas PhD que con su apoyo y conocimientos supo dirigir la presente investigación, así también agradezco su amistad y consejos que me permitieron tomar decisiones acertadas en mi vida y encontrar la paz en mi alma, al Ing. Cristian Molina por su amistad y ayuda con el tema de titulación, al Ing. Luis Palomino y al Ing. Carlos Albán por su paciencia y colaboración durante y después de mi paso por la universidad.

Finalmente agradezco a la Universidad de las Fuerzas Armada, ESPE extensión Latacunga que me permitió continuar con mis estudios en la carrera de Administración Turística y Hotelera preparándome para un futuro profesional.

A todos ustedes mis más sinceros agradecimientos.

**Sandy Carolina Chuqui Crespata**

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## PORTADA

CERTIFICACIÓN .....	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD .....	ii
AUTORIZACIÓN.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvi
RESUMEN .....	xix
ABSTRAC.....	xx

## CAPÍTULO I

### GENERALIDADES

1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	5
1.3. Formulación del problema .....	7
1.4. Justificación e importancia.....	7
1.5. Objetivos.....	9
1.5.1. General.....	9
1.5.2. Específicos .....	9
1.6. Variables de la investigación .....	9
1.6.1. Variable independiente .....	9
1.6.2. Variable dependiente.....	9

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

2.1.	Variable Independiente: Plan de Gestión Estratégica .....	10
2.1.1.	Planificación .....	10
2.1.2.	Gestión .....	10
2.1.3.	Sistemas de Gestión .....	11
2.1.4.	Modelo de Gestión .....	12
2.1.5.	Plan de Gestión Estratégica .....	12
a.	Importancia de un Plan Estratégico.....	14
b.	Características de un plan estratégico .....	14
c.	Aspectos de un Plan de Gestión Estratégico.....	15
d.	Proceso de planificación.....	16
2.2.	Variable Dependiente: Centro de Información Turística .....	18
2.2.1.	Sistema turístico .....	18
2.2.2.	Facilidades turísticas .....	20
2.2.3.	Información turística .....	22
2.2.4.	Atención al turista .....	24
2.2.5.	Centros de información turística .....	25
a.	Funciones y Servicios Generales de los Centro de Información Turística.....	26
b.	Tipos de Oficinas de Información turística.....	28
c.	Actividades de las Oficina o Centros de Información Turística.....	32
2.3.	Marco conceptual .....	38
2.3.1.	Turismo.....	38
2.3.2.	Recursos Turísticos.....	38



2.3.3.	Atractivos Turísticos .....	38
2.3.4.	Servicios Turísticos .....	38
2.3.5.	Turista .....	39
2.3.6.	Centros de Información Turística.....	39
2.3.7.	Gestión Estratégica .....	39
2.3.8.	Plan de Gestión Estratégica .....	39
2.3.9.	Proceso .....	39
2.3.10.	Sistema de Gestión .....	40
2.3.11.	Políticas.....	40
2.3.12.	Misión .....	40
2.3.13.	Visión.....	40
2.4.	Fundamentación Legal .....	40
2.4.1.	Constitución Política de la República del Ecuador (2008) .....	41
2.4.2.	Ley del Turismo (2014) Registro Oficial Suplemento 733 De 27-Dic-2002 .....	43
2.4.3.	Plan Nacional del Buen Vivir, Registro Oficial Del Año (2013– 2017) ...	45
2.4.4.	Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador Plandetur2020 .....	46
2.4.5.	Plan nacional de desarrollo 2017-2021. Toda una vida.....	47
2.5.	Sistemas de Variable.....	48
2.5.1.	Definición Nominal.....	48
2.5.2.	Definición Conceptual.....	49
2.6.	Hipótesis.....	49
2.6.1.	Hipótesis nula. (Ho) .....	49
2.6.2.	Hipótesis alternativa. (Ha) .....	49
2.7.	Cuadro de operacionalización de las variables .....	50

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1.	Enfoque de la Investigación.....	54
3.2.	Tipos de Investigación .....	56
3.2.1.	Investigación documental-bibliográfica.....	56
3.2.2.	Investigación de campo.....	56
3.3.	Estrategia de la Investigación.....	56
3.4.	Nivel de la Investigación .....	57
3.5.	Población y Muestra .....	58
3.6.	Fuentes y técnicas de recopilación de información y análisis de datos .	59
3.6.1.	Fuentes.....	59
a.	Fuentes primarias.....	59
b.	Fuentes secundarias .....	59
3.6.2.	Técnicas de recolección de datos .....	60
a.	Instrumentos de la investigación .....	60
3.6.3.	Análisis de datos .....	61
3.6.4.	Validez y confiabilidad .....	61
3.7.	Modelo de la encuesta .....	66
3.8.	Técnicas de contraste de hipótesis .....	69

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

4.1.	Análisis e interrelación de resultados .....	72
4.1.1.	Parte I: Datos informativos .....	73
4.1.2.	Parte II Características y turismo de Belisario Quevedo .....	78

4.1.3.	Parte III Planificación estratégica .....	94
4.1.4.	Parte IV Centro de información turística para Belisario Quevedo.....	108
4.1.5.	Parte V: Centros de información turística y planeación estratégica.....	128
4.2.	Comprobación de hipótesis .....	148
4.2.1.	Hipótesis.....	151
4.2.2.	Estadístico de prueba .....	151
4.2.3.	Criterio de aceptación o rechazo: .....	152
4.3.	Resumen general de los resultados .....	152
4.4.	Contraste de hipótesis .....	155

## **CAPÍTULO V**

### **DISEÑO DE LA PROPUESTA**

5.1.	Introducción .....	157
5.2.	Justificación .....	158
5.3.	Descripción de la propuesta .....	158
5.4.	Fases del plan estratégico.....	159
5.4.1.	Diagnostico turístico .....	159
a.	Situación Geográfica de la parroquia Belisario Quevedo .....	159
b.	Aspectos Socio Económicos y Demográficos.....	160
c.	Servicios Públicos y Sociales .....	160
d.	Actividad Económica y Productiva.....	162
e.	Turismo.....	162
f.	Condiciones del entorno .....	170
g.	Metodología del análisis FODA .....	172
h.	Matriz de evaluación de factores internos (MEFI) .....	173
i.	Matriz de evolución de factores externos (MEFE) .....	174

5.4.2.	Direccionamiento estratégico .....	175
a.	Estrategias de mercado Turístico .....	175
b.	Estrategia competitiva turística.....	177
c.	Estrategia de posicionamiento turístico .....	177
d.	Estrategias de promoción turística: .....	180
e.	Análisis PETS.....	180
f.	FODA estratégico .....	181
g.	Direccionamiento estratégico .....	184
h.	Visión.....	186
i.	Misión .....	186
j.	Objetivos.....	186
k.	Lineamientos de las políticas rectoras.....	186
5.4.3.	Estrategias orientadas al mejoramiento de los sistemas turísticos que contempla el centro de información turística de la parroquia .....	192
a.	Estrategias.....	192

## **CAPÍTULO VI**

<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>194</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>195</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>196</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Resultados de aporte turístico en América</i> .....	5
Tabla 2	<i>Elementos del sistema turístico</i> .....	18
Tabla 3	<i>Variable Dependiente</i> .....	50
Tabla 4	<i>Variable Independiente</i> .....	52
Tabla 5	<i>Proceso Cuantitativo</i> .....	54
Tabla 6	<i>Proceso Cualitativo</i> .....	55
Tabla 7	<i>Población y Muestra</i> .....	58
Tabla 8	<i>Técnica de investigación</i> .....	60
Tabla 9	<i>Sexo</i> .....	73
Tabla 10	<i>Edad</i> .....	74
Tabla 11	<i>Usted vive en la parroquia Belisario Quevedo</i> .....	75
Tabla 12	<i>Usted Trabaja en el área de transporte que ofrece la parroquia Belisario</i> .....	76
Tabla 13	<i>Que tiempo trabaja en esta profesión</i> .....	77
Tabla 14	<i>La Parroquia Belisario Quevedo está dedicado al turismo</i> .....	78
Tabla 15	<i>Tiene afluencia de turistas la parroquia</i> .....	80
Tabla 16	<i>La parroquia Belisario Quevedo es un referente turístico del cantón Latacunga</i> .....	82
Tabla 17	<i>Los turistas conocen sobre los atractivos turísticos de la parroquia</i> .....	84
Tabla 18	<i>La parroquia Belisario posee importantes sitios turísticos donde se manifiestan facilidades turísticas</i> .....	86
Tabla 19	<i>Posee de un lugar físico especializado para la venta de souvenirs atractivos para el visitante (artesanías, recuerdos, etc.)</i> .....	88
Tabla 20	<i>Un centro de información turística de la parroquia Belisario Quevedo es importante para la comunidad</i> .....	90
Tabla 21	<i>Se ofrece información de las festividades de la parroquia</i> .....	92
Tabla 22	<i>Tener planificación ayuda al mejoramiento de la parroquia</i> .....	94

Tabla 23	<i>Se utiliza un procedimiento de gestión valiosa (estratégica) para el ordenamiento turístico .....</i>	96
Tabla 24	<i>Recibe usted información sobre el ordenamiento de la zona turística de la parroquia .....</i>	98
Tabla 25	<i>Al aplicar la planificación estratégica en el sector turístico, se organiza de mejor manera, así como sus actividades .....</i>	100
Tabla 26	<i>Recibe información sobre la misión, visión y que tiene el GAD para la parroquia .....</i>	102
Tabla 27	<i>Recibe información sobre los proyectos en las zonas aledañas a la parroquia Belisario Quevedo .....</i>	104
Tabla 28	<i>La existencia de información sobre el potencial de recursos es importante para la generación de un plan de gestión estratégica .....</i>	106
Tabla 29	<i>Cumple una función importante el centro de información turística ubicada en la parroquia Belisario Quevedo.....</i>	108
Tabla 30	<i>El centro de información turística que tiene la parroquia Belisario Quevedo se encuentra en un lugar estratégico.....</i>	110
Tabla 31	<i>El centro de información turística atiende de manera ininterrumpida a las personas que desean información.....</i>	112
Tabla 32	<i>El centro de información turística es un elemento de trascendencia que ayuda al turismo de la parroquia.....</i>	114
Tabla 33	<i>Se necesitan más centros de información turística para la parroquia Belisario Quevedo .....</i>	116
Tabla 34	<i>Es necesario capacitaciones sobre datos relevantes del centro de información turística de la parroquia .....</i>	118
Tabla 35	<i>Uso de información del centro de información turística es de gran ayuda para no tener malas experiencias en el lugar visitado.....</i>	120
Tabla 36	<i>El centro de información turística le ha cobrado por algún concepto algún tipo de ayuda brindada. ....</i>	122
Tabla 37	<i>La información otorgada por los encargados del centro de información turística incluye datos de contacto de prestadores de servicios turísticos....</i>	124

Tabla 38	<i>El centro de información turística ofrece información sobre: oferta turística: alojamientos, agencias de viajes, guías, restaurantes, transportes y otros como hospitales .....</i>	126
Tabla 39	<i>Considera usted un sueño llevar a la parroquia Belisario Quevedo a un sitio alto en lo que respecta al turismo .....</i>	128
Tabla 40	<i>Tiene conocimiento si el centro de información turístico trabaja mancomunadamente con empresas públicas, privadas, miembros de cámaras.....</i>	130
Tabla 41	<i>El diseño de políticas y estructura de un centro de información turística es importante para encaminarlo de mejor manera.....</i>	132
Tabla 42	<i>Un proceso de registro de los factores turísticos junto con sus atractivos contribuye la gestión del centro de información turística.....</i>	134
Tabla 43	<i>La implementación de un plan estratégico llevará a un mejor camino al centro de turismo de la parroquia. ....</i>	136
Tabla 44	<i>El centro de información turística realiza rendimient de cuentas sobre las actividades realizadas anualmente.....</i>	138
Tabla 45	<i>Se ha capacitado sobre los modelos teóricos, así como también la de modelos reales de gestión de destinos turísticos.....</i>	140
Tabla 46	<i>Cree usted que la parroquia Belisario Quevedo tiene la capacidad de satisfacer de mejor manera que otros destinos turísticos.....</i>	142
Tabla 47	<i>La planificación estratégica en un lugar es importante para mejorar su manera de ser manejada.....</i>	144
Tabla 48	<i>El centro de información turística ha recibido capacitación sobre la planificación estratégica .....</i>	146
Tabla 49	<i>Varianza de los componentes .....</i>	149
Tabla 50	<i>Relación entre las componentes y las preguntas del cuestionario.....</i>	149
Tabla 51	<i>Iniciativas de Turismo.....</i>	163
Tabla 52	<i>Oferta turística Belisario Quevedo.....</i>	164
Tabla 53	<i>Recursos turísticos.....</i>	166
Tabla 54	<i>Jerarquización de atractivos turísticos.....</i>	167
Tabla 55	<i>Producto turístico .....</i>	169

Tabla 56	<i>Establecimientos de Alojamiento de la Parroquia Belisario Quevedo</i> .....	169
Tabla 57	<i>Restaurantes de la Parroquia Belisario Quevedo</i> .....	170
Tabla 58	<i>Análisis FODA</i> .....	172
Tabla 59	<i>Matriz MEFI</i> .....	173
Tabla 60	<i>Matriz MEFE</i> .....	174
Tabla 61	<i>FODA estratégico</i> .....	182
Tabla 62	<i>Descripción de actividades</i> .....	184



## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i>	Planificación estratégica .....	13
<i>Figura 2.</i>	Aspectos del plan de gestión estratégica .....	16
<i>Figura 3.</i>	Proceso de Planificación .....	17
<i>Figura 4.</i>	Sistema Turístico .....	19
<i>Figura 5.</i>	Sistema turístico .....	20
<i>Figura 6.</i>	Facilidades turísticas.....	21
<i>Figura 7.</i>	Tipos de información turística .....	23
<i>Figura 8.</i>	Finalidad de los CIT's.....	26
<i>Figura 9.</i>	Funciones y Servicios Generales de los Centro de Información Turística .	27
<i>Figura 10.</i>	Oficinas Eventuales .....	32
<i>Figura 11.</i>	Actividades de las Oficinas/Centro de Información Turística .....	33
<i>Figura 12.</i>	Aspectos importantes de un inventario.....	34
<i>Figura 13.</i>	Aspectos de la promoción interna .....	35
<i>Figura 14.</i>	Pasos para llevar a cabo la encuesta.....	37
<i>Figura 15.</i>	Sexo .....	73
<i>Figura 16.</i>	Edad .....	74
<i>Figura 17.</i>	Vivir en la parroquia Belisario Quevedo .....	75
<i>Figura 18.</i>	Trabaja en la parroquia Belisario Quevedo .....	76
<i>Figura 19.</i>	Tiempo de trabajo .....	77
<i>Figura 20.</i>	Turismo en la parroquia Belisario Quevedo .....	79
<i>Figura 21.</i>	Turistas en la parroquia Belisario Quevedo.....	80
<i>Figura 22.</i>	Referente Parroquia Belisario Quevedo .....	82
<i>Figura 23.</i>	Atractivos turísticos de la Parroquia Belisario Quevedo .....	85
<i>Figura 24.</i>	Facilidades turísticas de la Parroquia Belisario Quevedo .....	87
<i>Figura 25.</i>	Lugar físico – venta de souvenirs.....	89
<i>Figura 26.</i>	C.I.T. de la Parroquia Belisario Quevedo .....	90

<i>Figura 27.</i>	Festividades de la Parroquia Belisario Quevedo .....	92
<i>Figura 28.</i>	Planificación.....	94
<i>Figura 29.</i>	Proceso de gestión .....	96
<i>Figura 30.</i>	Ordenamiento .....	99
<i>Figura 31.</i>	Planificación estratégica .....	100
<i>Figura 32.</i>	GAD Parroquia.....	102
<i>Figura 33.</i>	Zonas Aledañas .....	104
<i>Figura 34.</i>	Potencial de recursos.....	106
<i>Figura 35.</i>	Utilidad del CIT en la Parroquia.....	109
<i>Figura 36.</i>	CIT Lugar Estratégico .....	110
<i>Figura 37.</i>	CIT atención.....	113
<i>Figura 38.</i>	CIT elemento de trascendencia.....	114
<i>Figura 39.</i>	CIT suficiencia .....	117
<i>Figura 40.</i>	Necesidad de capacitación del CIT .....	118
<i>Figura 41.</i>	Ayuda del CIT .....	120
<i>Figura 42.</i>	Cobros del CIT .....	122
<i>Figura 43.</i>	Proveedores de CIT .....	124
<i>Figura 44.</i>	Oferta turística CIT.....	127
<i>Figura 45.</i>	Sitial turístico alto .....	128
<i>Figura 46.</i>	Empresas Públicas, privadas, miembros de cámaras .....	131
<i>Figura 47.</i>	Políticas y estructura CIT .....	132
<i>Figura 48.</i>	Proceso de Registro.....	134
<i>Figura 49.</i>	Implementación de planificación estratégica CIT .....	136
<i>Figura 50.</i>	Evaluación del rendimiento en el CIT .....	139
<i>Figura 51.</i>	Capacitación Modelos Turísticos.....	141
<i>Figura 52.</i>	Capacidad turística de la Parroquia .....	142
<i>Figura 53.</i>	Gestión a través planificación estratégica .....	144
<i>Figura 54.</i>	Capacitación en planificación estratégica CIT .....	147

<i>Figura 55.</i>	Sedimentación .....	148
<i>Figura 56.</i>	Biplot de Representación de las Componentes.....	150
<i>Figura 57.</i>	Ubicación Parroquia Belisario Quevedo .....	171
<i>Figura 58.</i>	Mapa base de la parroquia Belisario Quevedo.....	171
<i>Figura 59.</i>	Asfaltado de carreteras .....	175
<i>Figura 60.</i>	Limpieza de carreteras.....	176
<i>Figura 61.</i>	Plazoleta Belisario Quevedo .....	176
<i>Figura 62.</i>	Catalogo turístico .....	177
<i>Figura 63.</i>	Página Web .....	178
<i>Figura 64.</i>	Página Web .....	178
<i>Figura 65.</i>	Página Web .....	179
<i>Figura 66.</i>	Redes Sociales .....	179

## RESUMEN

El presente trabajo hace hincapié a la planificación estratégica como un instrumento para el desarrollo del centro de información turística (CIT) de la parroquia Belisario Quevedo con el fin de recabar datos que me permitan cumplir con la misión y visión propuesta dentro de la institución. Es por esto que es asertivo la realización de un Plan de Gestión Estratégica, instrumento que permite tomar las acciones necesarias ante cualquier situación que se presente en el futuro, en este sentido, se elaboran estrategias que permita actuar de manera efectiva y poder conseguir lo que la organización o institución se ha propuesto, así también, se encuentran enfocadas a la adecuada información turística que presente la parroquia. De tal manera la planificación estratégica no es un fin en sí misma, sino es una herramienta que a partir de la identificación de la misión de la organización y del examen de su situación en un momento definitivo, le permite formular sus objetivos estratégicos y de convenio con ellos, planificar sus hechos futuros y diseñar indicadores para conocer el grado de consecución de los mismos. Finalmente lo que se busca mediante la incorporación del plan estratégico es que los altos directivos puedan gestionar la organización de manera competente dentro y fuera de la misma mediante el trabajo en equipo para el cumplimiento de objetivos y estrategias planteadas.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **TURISMO COMUNITARIO**
- **GESTIÓN TURÍSTICA**
- **CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**
- **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

## **ABSTRACT**

The present work emphasizes strategic planning as an instrument for the development of the tourist information center (CIT) of the Belisario Quevedo parish in order to collect data that will allow me to fulfill the mission and vision proposed within the institution. That is why the implementation of a Strategic Management Plan is an instrument that allows taking the necessary actions in the face of any situation that may arise in the future. In this sense, strategies are developed that allow to act effectively and achieve what the organization or institution has been proposed, as well, are focused on the appropriate tourist information presented by the parish. In this way, strategic planning is not an end in itself, but rather a tool that, from the identification of the mission of the organization and the examination of its situation at a definitive moment, allows it to formulate its strategic objectives and agreement. With them, plan their future events and design indicators to know the degree of achievement of them. Finally, what is sought through the incorporation of the strategic plan is that senior managers can manage the organization competently inside and outside the team by working as a team to meet objectives and strategies.

### **KEYWORDS**

- **COMMUNITY TOURISM**
- **TOURISM MANAGEMENT**
- **TOURIST INFORMATION CENTER**
- **STRATEGIC PLANNING**

# CAPÍTULO I

## GENERALIDADES

### 1.1. Antecedentes

El turismo de la parroquia es un factor de gran ayuda al sector social y económico gracias a la cantidad de actividades que se puede realizar y así incrementa un número de divisas para el sector. Sabiendo que en el Ecuador se ha incrementado el aporte a la práctica del turismo, por ello todas toman una zona de gran imagen e impacto para satisfacer las necesidades que tienen los turistas.

La parroquia Belisario Quevedo se encuentra ubicado en el cantón Latacunga provincia de Cotopaxi, posee gran riqueza natural, social y turística siendo de gran apoyo para su desarrollo, sabiendo ocupar sus recursos naturales por medio del centro de información turística, se ha visto conveniente el desarrollo de un plan de gestión estratégica, el mismo que se convierte en una herramienta de orden y control para orientar de mejor manera la practica turística.

La planeación estratégica tuvo sus inicios en la Grecia antigua cuando Sócrates realizó comparaciones entre las actividades de un general y un empresario, llegando a determinar que las tareas realizadas por cualquiera de los dos deben crear planes y mover recursos para alcanzar los objetivos.

Dada la información que antecede, los primeros personajes que vincularon la estrategia con los negocios fueron Von Neuman y Morgenstern en su obra titulada “la teoría del juego”, la cual muestra los pasos que realizan las empresas de acuerdo a la situación actual en la que se encuentran. (OoCities.org, 2009).

Por lo tanto, desde los años 50 hasta la actualidad las organizaciones o empresas desarrollan una planeación estratégica formal o también conocida como sistemas de planeación a largo plazo.

En ese mismo sentido, Caldera (2004) menciona que en “1962 Alfred Chandler propone la estrategia inicial definiéndola como la determinación de las metas y

objetivos básicos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de los recursos necesarios para lograr dichas metas” (p.1).

Además, indica que la planeación se enfoca en cuatro ideas claves las mismas que son:

- Empezar y lograr objetivos
- Buscar ideas claves para implementar políticas no rutinarias
- Determinar causas que no permiten el crecimiento de la organización ni el desarrollo tecnológico
- La curva de la demanda pasa de una etapa a la siguiente cambian los factores críticos que determinan el éxito en el mercado.

Es por ello que los Planes de Gestión Estratégica a nivel mundial son instrumentos de desarrollo para el crecimiento de organizaciones e incluso de un país, generando estrategias y fundamentos idóneos para el direccionamiento de las actividades y cumplimiento de objetivos en común.

En cuanto se refiere al turismo y los planes de gestión estratégica se puede hablar de la planificación turística siendo este un “proceso que analiza la actividad turística de un determinado espacio geográfico, diagnosticando su desarrollo y fijando un modelo de actuación mediante el establecimiento de metas, objetivos, estrategias y directrices” (López, 2002, citado en Martínez, 2015, párr.4).

La misma que nace en 1948 con la elaboración del primer plan quinquenal del equipamiento turístico en Francia, seguido en 1952 en España creando el Ministerio de información y turismo quien elabora el proyecto del Plan Nacional de Turismo, es desde entonces que la mayoría de países empiezan a crear sus primeros planes de desarrollo turístico a nivel regional y nacional.

En América Latina, los países con altos ingresos de turistas han optado por crear estos planes y aplicarlos para mejorar continuamente. En Ecuador la situación no es diferente pues el Gobierno cuenta con la participación de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), el cual es el encargado de planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución de la riqueza para acceder al buen vivir.

En razón de ello, se han realizado planes estratégicos tales como:

- PLANDETUR 2020: es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en todos los ámbitos de actuación para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos.
- Plan Nacional de Descentralización 2012-2015: es uno de los instrumentos generados para lograr la equidad territorial que se elaboró de conformidad con las disposiciones constitucionales que desarrollan la Organización Territorial del Estado
- Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017: es el tercer plan a escala nacional. Contiene un conjunto de 12 objetivos que expresan la voluntad de continuar con la transformación histórica del Ecuador. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)
- Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una vida: este documento se encuentra organizado con tres Ejes Programáticos y nueve Objetivos Nacionales de Desarrollo, basados en la sustentabilidad ambiental y el desarrollo territorial rural, buscando tener un Ecuador transparente, honesto, solidario y participativo, con un Estado plurinacional e intercultural que reconozca las diversas identidades que habitamos en el territorio nacional. (SENPLADES, 2017)

Por otra parte, se han desarrollado proyectos importantes como es el plan estratégico para Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública –FEEP el inicio con el diagnóstico estratégico interno para identificar las expectativas e inquietudes de los miembros de FEEP y empoderar los con este proceso a través de la participación en talleres, de la misma forma se realizó un análisis ambiental externo para identificar los factores no controlables más favorables y los de más riesgo para la empresa. Con esta información se validó la misión, la visión y los objetivos institucionales y con los representantes de cada gerencia se plantearon objetivos por cada proceso para apalancar el cumplimiento del direccionamiento estratégico de toda la empresa. Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (Sistema de planificación estratégica FEEP, 2011).

Sobre la base de las consideraciones anteriores, se han realizado varias investigaciones relacionados con los planes de gestión estratégica y el turismo, tal



es el caso del presente trabajo de titulación que involucra el plan de gestión estratégica y el centro de información turística de la parroquia Belisario Quevedo.

Tal es el caso que se ha visto pertinente investigar en varios repositorios de las universidades y se han tomado en cuenta tesis que aportan de manera parcial al desarrollo de la investigación, es así que en el repositorio de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga y Matriz se encuentra el siguiente trabajo de titulación perteneciente a:

Según Aguirre (2014) en la investigación titulada “Propuesta para la reactivación del centro de interpretación e información turística el vallecito Rumipamba del cantón Rumiñahui”, teniendo como objetivo reactivar el centro de información turística del barrio Vallecito sector Rumipamba con la finalidad de brindar a visitantes nacionales y extranjeros información correcta de cada uno de los atractivos del sector, equilibrando así el desarrollo turístico de cada atractivo, finalmente se concluye que el centro de información turística fue diseñado de forma oportuna con nuevas estructuras metodológicas para diversificar el servicio turístico. Estas dos investigaciones aportan al presente trabajo de tesis con el diagnóstico actual que presentan de los centros de información turística.

De igual forma al revisar el repositorio de la Universidad Técnica de Ambato se encontró la investigación realizada por:

Toaquiza, E. (2015) con el tema “Los centros de información turística y su aporte al desarrollo turístico del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi” en esta investigación se llega a concluir que la implementación de un centro de información turístico ayuda al desarrollo socioeconómico y turístico que se desea alcanzar, de igual manera brinda seguridad, confiabilidad y satisfacción al turista al momento de visitar el cantón y adquirir información acerca del mismo. Esta investigación contribuirá al presente trabajo en cuanto se refiere al desarrollo del marco teórico, con la definición de conceptos, además permitirá identificar los sistemas de organización y promoción de un centro de información turística.

## 1.2. Planteamiento del problema

Durante el pasar del tiempo a nivel mundial el turismo ha desarrollado nuevos destinos, llegando a ser uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez, siendo esta la clave del progreso y en beneficios de la sociedad creando empleos directos y en sectores relacionados con el mismo desde la construcción hasta la agricultura (Organización Mundial del Turismo, OMT, 2017).

Es por ello que la Secretaría General de la Organización de las Naciones Unidas, (ONU, 2017) en síntesis menciona que:

Con más de mil millones de turistas internacionales viajando por el mundo todos los años, el turismo se ha convertido en una poderosa fuerza transformadora que tiene una influencia decisiva en la vida de millones de personas. Las posibilidades del turismo de incidir en el desarrollo sostenible son considerables. Por ser uno de los principales sectores de generación de empleo en el mundo, el turismo ofrece importantes oportunidades de subsistencia, con lo que contribuye a aliviar la pobreza e impulsar el desarrollo inclusivo. (párr. 1)

En torno a la mención anterior el año 2017 ha sido declarado por las Naciones Unidas como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, teniendo como resultado en los seis primeros meses que los destinos de todo el mundo recibieron a 598 millones de turistas internacionales, unos 36 millones más que en el mismo período de 2016, es decir existió un aumento del 6% respecto al año anterior.

En cuanto se refiere al continente Americano los resultados fueron los siguientes:

**Tabla 1**

*Resultados de aporte turístico en América*

Región	Porcentaje
América del Sur	+6%
América Central	+5%
Caribe	+4%
En América del Norte	+2%

Fuente: (Organización Mundial del Turismo, OMT, 2017)

No obstante, Ecuador al ser parte del continente Americano es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, que ha mantenido durante los últimos años un incremento de turistas debido a sus atractivos naturales y culturales, es así que según las estadísticas del Ministerio de Turismo, desde enero a julio del 2017, el ingreso de turistas suman el 9,3% a diferencia del año anterior.

Esta situación ha dado paso a la búsqueda de la promoción turística de un determinado lugar, tenido como elemento necesario la comunicación y las facilidades turísticas en la zona; por tal motivo la OMT, promueve defender la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo (2001), quien orienta a los principales actores siendo estos los gobiernos, empresas dedicadas a la actividad en mención, comunidades y turistas por igual, teniendo como objetivo maximizar los beneficios del sector.

En el Ecuador el Ministerio de Turismo es el ente regulador de la actividad turística quien posee la facultad de realizar planes de promoción turística nacional e internacional, dentro del cual se involucra como eje estratégico la creación los de centros de información turística como entidades de servicio público que facilitan información, mejorando la calidad del destino visitado y haciendo más fácil la estancia en los mismos. Es así que estas oficinas en su mayoría han sido ubicadas en lugares de mayor demanda turística tales como: Quito, Guayaquil y Cuenca. (Turismo, Ministerio de, 2015)

Sin embargo, en la actualidad no se ha dado la debida importancia por parte de este ente regulador a los CIT's que se encuentran en pequeños cantones, ciudad y parroquias que no poseen una alta demanda a comparación de las ciudades ante mencionadas. En tal sentido, en la provincia de Cotopaxi se integró las acciones para la descentralización turística en los municipios de cada cantón incluyéndose en el desarrollo de planes estratégicos cantonales como parroquiales, tal es el caso en el cantón Latacunga y una de sus parroquias Belisario Quevedo tiene el manejo y control de la promoción e información turística, dependiendo así directamente de la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) que al contar con autonomía y poder propio sobre el manejo de esta facultad en la actividad turística la parroquia Belisario Quevedo cuenta con atractivos y actividades turísticas que se pueden desarrollar en la misma, entre uno de sus atractivos importantes se encuentra el cerro putzalahua,

ubicado a 7 kilómetros de la ciudad de Latacunga, es sin duda uno de los cerros que posee flora y fauna propias del páramo, en el que también se puede practicar el turismo de aventura. Además, de ello la parroquia cuenta con infraestructura adecuada para brindar servicios complementarios tales como la alimentación o alojamiento y por su puesto el servicio de información turística.

En este sentido, el problema recae en el servicio de información y promoción turística por parte del centro de información turística con el que cuenta la parroquia, debido a que no cumple con su función operacional, su infraestructura se encuentra destinada a un uso diferente teniendo como efecto el desconocimiento por parte de turistas y pobladores de la existencia del CIT, dejando a un lado el servicio público de promoción turística que se debe otorgar a turistas y visitantes en la parroquia.

Por lo mencionado anteriormente se ha visto pertinente realizar como el diseño de un cuaderno turístico que presente como propuesta un Plan de Gestión Estratégica para el Centro de Información Turística que permitirá el correcto manejo y funcionamiento del mismo, aportando al desarrollo y fomento del turismo dentro de la parroquia.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Cómo influye el Estudio de un Plan de Gestión Estratégica para el Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo?

### **1.4. Justificación e importancia**

La planificación es un proceso importante ya que a través de esta se alcanza el éxito en desarrollo, gestión y manejo de las actividades. Es por ello que en los planes se establecen objetivos y pasos a seguir para dar su respectivo cumplimiento en el que se involucran a todos los recursos necesarios, en este sentido la planificación estratégica es el instrumento que permite la gestión construyendo un futuro en bienestar de una organización o un territorio en el que se desarrolle. (OMT, 2004)

No obstante los Planes Estratégicos o Planes de Gestión Estratégica son los modelos más eficientes y eficaces para el desarrollo de actividades, visiones o

planes que comprometen el mejoramiento de la calidad de vida a largo plazo, que además ayudan a identificar la re-valorización de la planificación por prioridades más acotadas hacia problemas públicos. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, 2014)

“En el caso del turismo, la planificación estratégica se ha revelado muy apropiada, considerando que el sector se encuentra fuertemente influenciado por los permanentes cambios que se producen en el entorno cercano, y en los contextos regionales, nacionales e internacionales” (Popovich & Toselli, 2006, citado en Toselli, C. 2015). Para ello es necesario la formulación de políticas y sistemas de planeamientos para hacer posible la gestión del turismo, todo esto por la complejidad de los actores y sectores que intervienen en el mismo.

En este sentido en Ecuador se han desarrollado ciertos planes, entre los más destacados se encuentra el Plan Nacional de Buen Vivir, PLANDETUR 2020 y el Plan de Desarrollo Nacional 2017-2021. Toda una Vida que buscan mejorar la calidad de vida de su población y direccionar la actividad turística en el país. En virtud de esto, es pertinente realizar el estudio de un Plan de Gestión Estratégica para el Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo debido a que permitirá direccionar, coordinar y mejorar su competitividad innovadora enfrentando principales problemas que se presentan en el CIT, cambios en el entorno y descubriendo oportunidades y amenazas. Por otra parte, permitirá brindar adecuados servicios y facilidades turísticas que contribuyan al mejoramiento de la calidad de los destinos turísticos. Bajo este escenario en el aspecto teórico-práctico la investigación tendrá información sobre la planificación y gestión turística que ayuden a la función operativa del CIT, así también pasos para la administración de recursos materiales turísticos, promocionales, gestión de la calidad del talento humano y el correcto funcionamiento de este tipo de facilidades turísticas, lo cual ofrece la posibilidad de ejecución de estrategias y facilidades del servicio de información y promoción turística.

Así mismo, desde el punto de vista metodológico esta investigación puede ser utilizada como un modelo para los distintos CIT's del país, debido a que el plan de gestión estratégica permitirá un mejor desempeño y funcionamiento del centro de información turística de la parroquia Belisario Quevedo. Por otra parte, en el aspecto social y económico los beneficiarios directos son trabajadores y

pobladores quienes desarrollan actividades relacionadas con el turismo, mientras que los beneficiarios indirectos son turistas que lleguen a la parroquia por alguna motivación turística. Es así, que esta investigación es importante ya que brindará pautas y lineamientos para una adecuada gestión del CIT.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. General**

- Estudiar la Gestión Estratégica con el fin de realizar una propuesta para el Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo.

### **1.5.2. Específicos**

- Determinar las bases teóricas que sustenten la gestión turística y estratégica en la parroquia Belisario Quevedo.
- Diagnosticar en la parroquia Belisario Quevedo la problemática general por ausencia de información turística.
- Diseñar un Cuaderno Turístico que presente como propuesta un Plan de Gestión Estratégica para el Centro de Información Turística de la Parroquia Belisario Quevedo.

## **1.6. Variables de la investigación**

### **1.6.1. Variable independiente**

- Plan de Gestión Estratégica

### **1.6.2. Variable dependiente**

Centro de información turística

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Variable Independiente: Plan de Gestión Estratégica

##### 2.1.1. Planificación

Las organizaciones realizan un sin número de esfuerzos con la finalidad de cumplir objetivos y hacer realidad varias metas que constan parte de una planificación. Para lo cual resulta necesario seguir una serie de pasos que son establecidos desde un inicio.

Es por ello que la planificación hace referencia a trabajar orientados a un mismo punto para el cumplimiento de un proyecto, por lo cual se requieren varias acciones al momento de organización y planificar un trabajo. Según varios expertos mencionan que el primer paso de todo trabajo es realizar un plan, para posteriormente se puedan observar las ventajas obtenidas que se obtiene al elaborar una planificación (Borbor, 2014).

En este sentido se puede concluir que la planificación es importante para una organización o territorio en el que se la aplique ya que esta permite llegar al éxito en el desarrollo y la gestión administrativa.

##### 2.1.2. Gestión

Según expresan Claudia Villamayor y Ernesto Lamas en 1998 (citado en Huergo, s.f.) la gestión es:

La acción integral, entendida como un proceso de trabajo y organización en el que se coordinan diferentes miradas, perspectivas y esfuerzos, para avanzar eficazmente hacia objetivos asumidos institucionalmente y que deseáramos que fueran adoptados de manera participativa y democrática. En esta línea, gestionar implica una articulación de procesos y resultados, y también de corresponsabilidad y cogestión en la toma de decisiones. (p.2)

Por otra parte, Gaibor (2011) indica que:

La gestión son guías para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de

actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución. (p.13)

Además, Garzón (2011) define la gestión como:

La realización de diligencias enfocadas a la obtención de algún beneficio, tomando los recursos activos para la consecución de los objetivos. La gestión debe estar presente en todas las áreas que comprenden a una organización, ya que todos los departamentos, deben estar involucrados con la gestión. (p. 58)

Por lo mencionado en líneas anteriores de acuerdo a los expertos se puede concluir que la gestión conlleva un conjunto de acciones que permiten cumplir los objetivos de una organización, utilizando los recursos e incluyendo a todos los departamentos que conforma la misma, de esta manera se obtendrá resultados positivos en un tiempo determinado, por lo que a continuación se hace referencia a los sistemas de gestión.

### **2.1.3. Sistemas de Gestión**

De acuerdo a Integra Consultores de Sistemas de Gestión (2015) señalan que:

Un sistema de gestión es una herramienta que te permite optimizar recursos, reducir costes y mejorar la productividad en tu empresa. Este instrumento de gestión reportará datos en tiempo real que permitirán tomar decisiones para corregir fallos y prevenir la aparición de gastos innecesarios, los mismos están basados en normas internacionales que permiten controlar distintas facetas en una empresa, como la calidad de su producto o servicio, los impactos ambientales que pueda ocasionar, la seguridad y salud de los trabajadores, la responsabilidad social o la innovación. (párr.1, 2)

Por otra parte, las ISO 9001 Sistemas de Gestión de la Calidad (2015), señala en el documento Patrimonio Universitario "Sistemas de gestión de la calidad" por la Universidad Michoacana De San Nicolás De Hidalgo que:

El sistema de gestión es un esquema general de procesos y procedimientos que se emplea para garantizar que la organización realiza todas las tareas necesarias para alcanzar sus objetivos. Además, es la herramienta que permite dar coherencia a todas las actividades que se realizan, y en todos los niveles, para alcanzar el propósito de la organización. Una organización crece en madurez a medida que va consolidando un sistema de gestión que le permite alinear todos los esfuerzos en la misma dirección y esta dirección apunta a la visión. (p.1)

Por lo tanto, el Sistema de Gestión es aquella herramienta que muestra los procesos y operaciones que realiza una organización, de esta manera se evitará y



se controlarán fallos y gastos innecesarios todo ellos enmarcados en el cumplimiento de los objetivos de la gestión empresarial u organizacional, para ella es necesario conocer el modelo de gestión. (Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 2016)

#### **2.1.4. Modelo de Gestión**

Según Sares (2012) menciona que:

El término modelo proviene del concepto italiano de modelo y el concepto de gestión, por su parte, proviene del latín “gesio” y hace referencia a la acción y al efecto de gestionar o de administrar. Entendiéndose entonces como un sistema de gestión administrativa es un conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una institución; a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo de planear, ordenar, dirigir, disponer u organizar. (p.10)

Además, para Isagen, Energía Productiva (2013) “el modelo de gestión es la concepción básica que orienta la gestión empresarial. Describe la filosofía, los valores y propósitos empresariales y la forma de hacer el trabajo para mejorar la productividad y competitividad” (p.1).

Un modelo de gestión describe la lógica de como una organización, crea, entrega y captura el valor, además debe enfocarse en tres pilares fundamentales de la organización como son los procesos, las personas y los recursos, los mismos deben estar alineados con la misión, visión y valores para alcanzar los objetivos que persigue la empresa. (Rodríguez, 2012)

Por lo tanto, un modelo de gestión se entiende como aquel conjunto de acciones donde interviene procesos, personas, y recursos para el logro de los objetivos a mediano y largo plazo que desea alcanzar, lo cual hace referencia a los planes de gestión estratégica.

#### **2.1.5. Plan de Gestión Estratégica**

Para Altair Consultores (2017) “Un Plan Estratégica es el documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa” (p.14).

Además, Sainz (citado por Marciniak, 2013), indica que al “hablar del plan estratégico de la organización, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adaptado “hoy” en referencia a lo que hará en los tres próximos años” (p.2).

Por otra parte, Planells & Crespi (2012) mencionan que un “Plan es una herramienta para conseguir los objetivos de la planificación, es un esquema que indica la manera de lograr los objetivos planteados”.

Así mismo, Armijo (2003) menciona que:

La Planificación Estratégica es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al que hacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. (p.9)

Por consiguiente, Figueroa, Paladines, Paladines, Caicedo y Romero (2017) definen que:



**Figura 1.** Planificación estratégica

Fuente: (Figueroa, Paladines , Paladines, Caicedo , & Romero, 2017)

Es decir, un plan de gestión estratégica, es un documento guía donde se establecen los objetivos y la razón de ser de la empresa mediante un proceso de planeación de recursos económicos, financieros, operativos y estratégicos para alcanzar el cumplimiento y desarrollo de los objetivos y metas propuestas a corto o largo plazo.

#### **a. Importancia de un Plan Estratégico**

Cabe mencionar que para que una organización sea exitosa se debe contar con un Plan Estratégico, en el cual debe constar con conceptos y elementos como la Misión y la Visión, considerados generalmente como una decoración en las paredes de una institución u organización (Borbor, 2014).

Según el autor Vicuña (2012) al momento de diseñar un Plan Estratégico, se pretende modelar o diseñar el futuro de una organización, a través de un proceso sistemático con el objetivo de gestionar el desarrollo de la actividad hacia el turismo y un futuro comunitario mejor.

Otra de las ventajas que se obtiene del plan estratégico se refiere a que se puede proporcionar una construcción adecuada y consensuada en cuanto a los programas institucionales y a los planes operativos, permitiendo así una mejor eficiencia de la gestión del desarrollo turístico en el lugar.

En cuanto a la eficiencia de un plan estratégico va a depender de que al momento de diseñarlo se realice un adecuado diagnóstico de las capacidades y potencialidades del lugar o de la comuna, con el único objetivo de aprovechar todas las ventajas y oportunidades que genera el turismo, además de las amenazas y vulnerabilidades que puedan perjudicar al éxito.

#### **b. Características de un plan estratégico**

Se pueden mencionar una serie de ventajas que un plan estratégico puede otorgar a una institución u organización, entre las cuales se pueden señalar las siguientes:

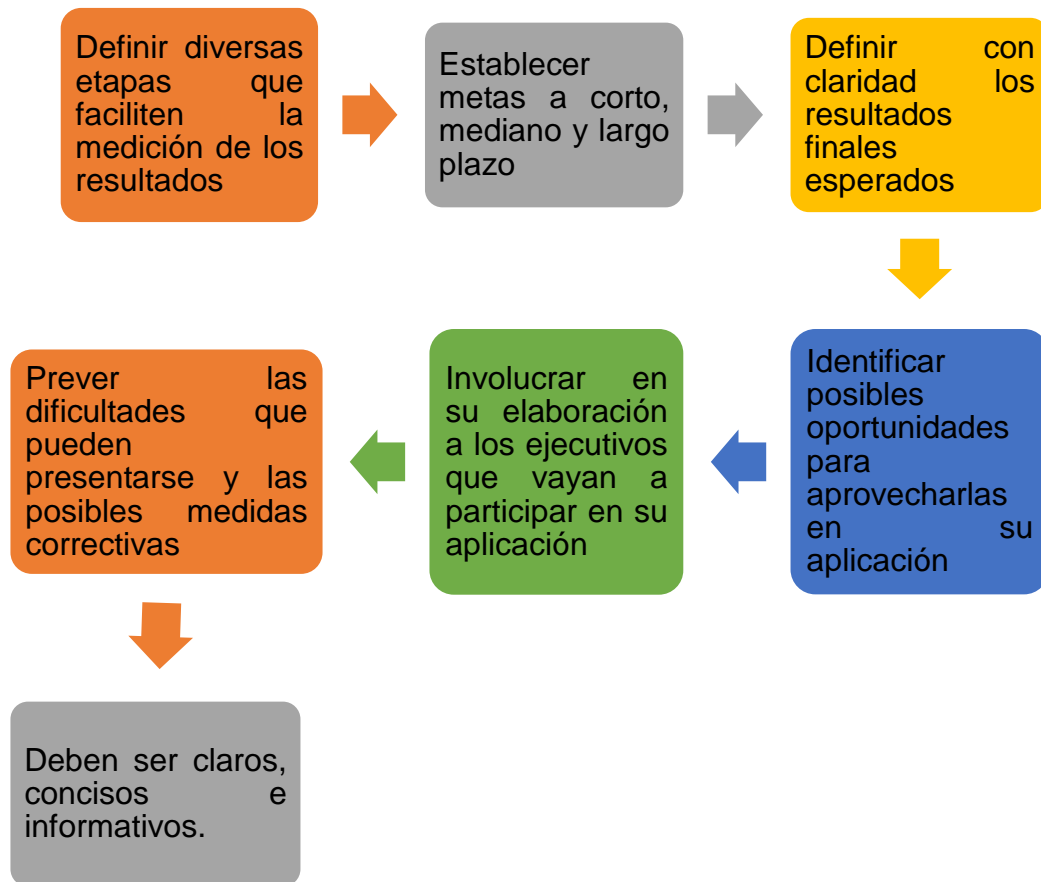
- Ayuda a realizar una serie de actividades ordenadas y enfocadas a un mismo propósito, todos los esfuerzos que se realicen están orientados a

cumplirlos resultados deseados, logrando con ello un trabajo productivo óptimo.

- Puede identificar los cambios que se pueden realizar en un futuro cercano, ya que permite identificar las oportunidades y amenazas que se pueden generar al evaluar campos nuevos acerca una probable participación de ellos. Lo que se mencionó anteriormente evita la entropía, en otras palabras, permite la tendencia de que de que una cosa siga su camino hacia la destrucción.
- Sirve como una base para el control, hay que tener en cuenta que el control y la planificación son inseparables, considerándolos como gemelos en una administración. Si se desea contralar un plan sin tener un plan puede considerarse absurdo o sin sentido, debido a que no existe manera de que las personas conozcan si van por una dirección adecuada, a no ser que desde un comienzo tengan la idea clara de los pasos a seguir.
- Obliga a tener un conocimiento de un todo, en otras palabras, se debe tener una visualización de todos los problemas y de las diferentes potencialidades que tiene una organización en general. (Publicaiones VERTICE S.L, 2008)

### **c. Aspectos de un Plan de Gestión Estratégico**

Los autores Planells & Crespi (2012), mencionan que un plan de gestión estratégico debe contener o contar con los siguientes aspectos:

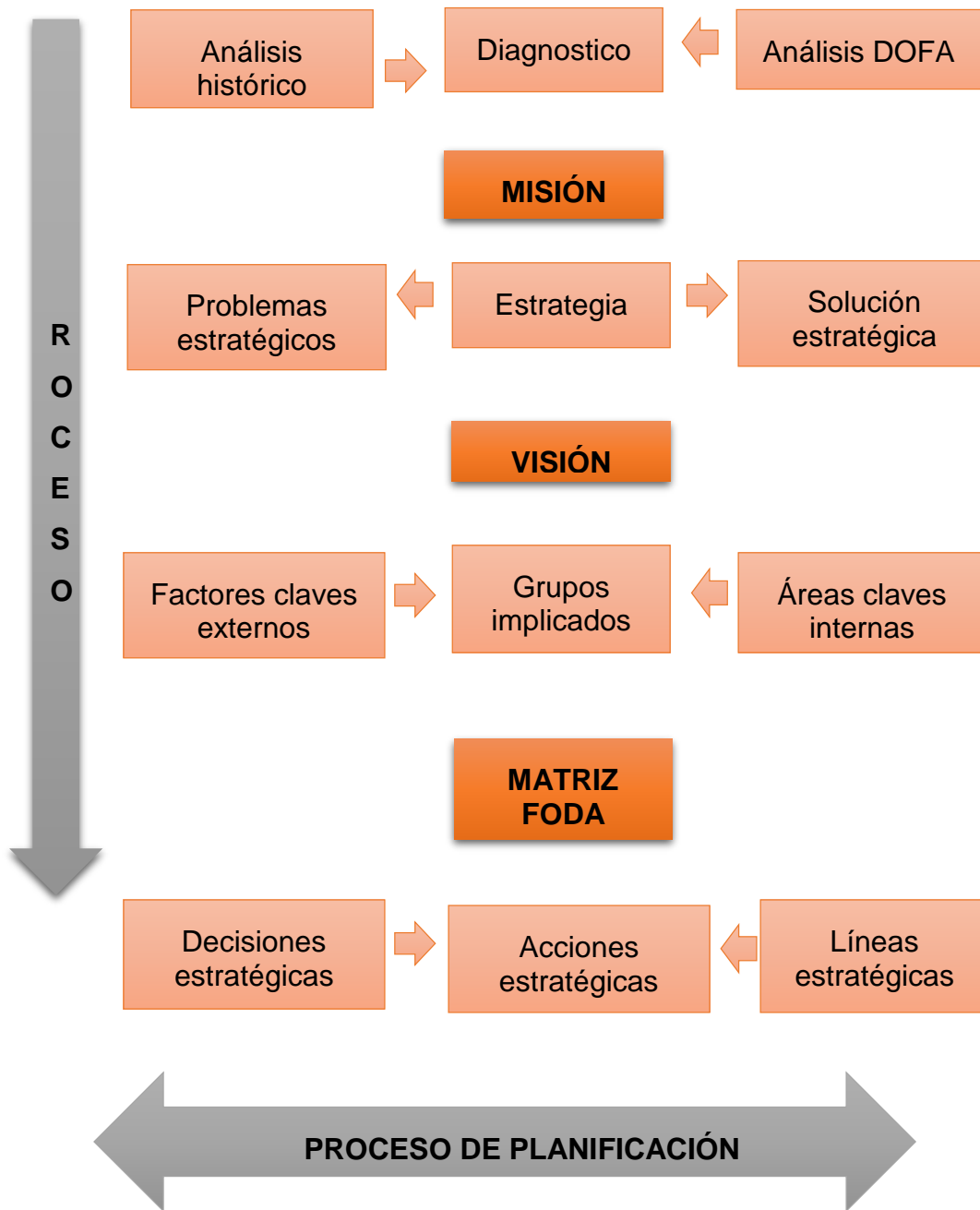


**Figura 2.** Aspectos del plan de gestión estratégica

Fuente: (Planells & Crespi, 2012)

#### d. Proceso de planificación

El proceso de planificación tiene una serie de actividades para su ejecución, destacando entre ellas actividades que tiene lugar en casi todas las organizaciones, como por ejemplo la función inicial en la técnica administrativa. Se realiza un análisis y diagnóstico tanto externo como interno de las estrategias, la misión, visión, los grupos implicados, hasta concluir con acciones estratégicas como se muestra en el siguiente gráfico.



**Figura 3.** Proceso de Planificación

Fuente: (Borbor, 2014)

## 2.2. Variable Dependiente: Centro de Información Turística

### 2.2.1. Sistema turístico

La Organización Mundial de Turismo (OMT, s.f.), lo considera como “el conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Básicamente se toma en cuenta 4 factores importantes que son: demanda, oferta, espacio geográfico y operadores de mercado”.

Por otra parte, Calle (2006) un sistema Turístico está formado por cuatro elementos básicos los cuales se presentan en la siguiente tabla:

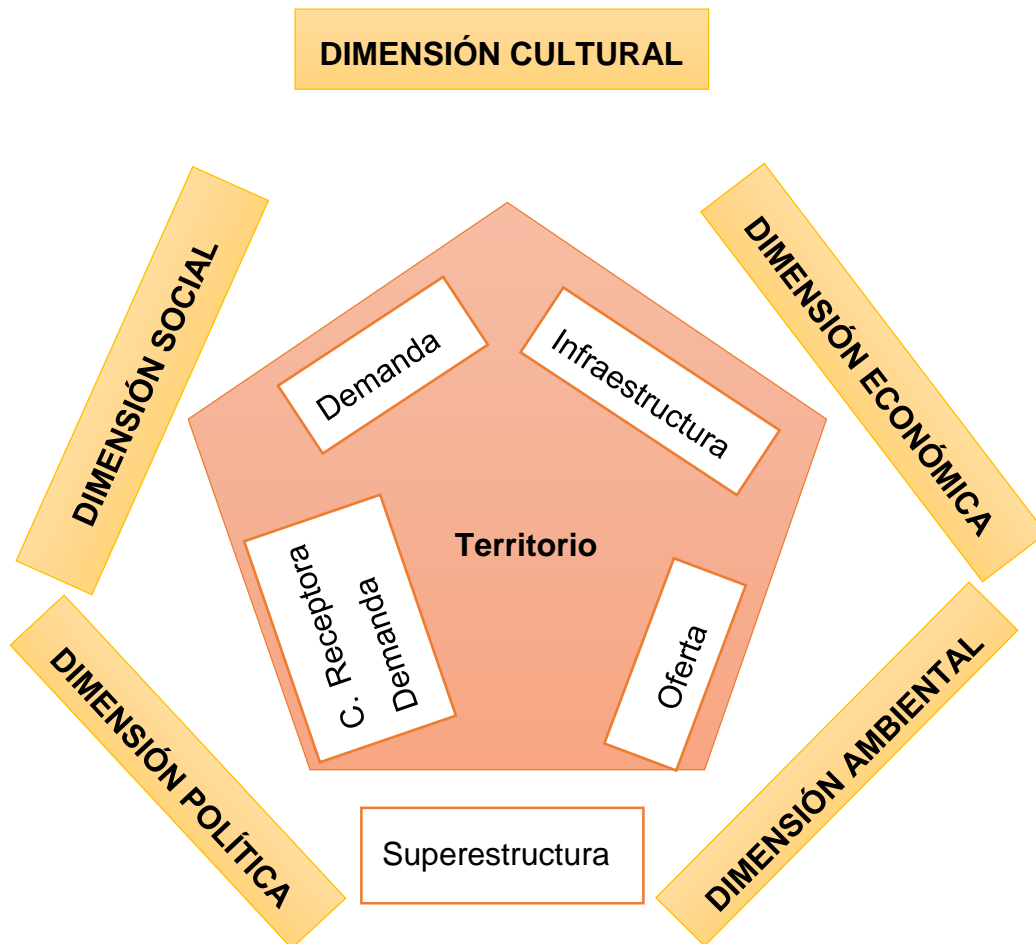
**Tabla 2**

*Elementos del sistema turístico*

Elementos	Descripción
<b>Los Turistas</b>	Son quienes deciden realizar el viaje, en función de una serie de motivaciones, de acuerdo con una lista de lugares turísticos a los que podrían visitar.
<b>Los Agentes públicos y privados</b>	Son quienes diseñan y manejan los productos turísticos, más allá de los subsectores considerados tradicionalmente como turísticos tales como Alojamiento, Restauración (Alimentos & Bebidas) incluyendo las agencias de viaje.
<b>Los sistemas de transporte</b>	Son los que permiten la conectividad, movilidad turística a su vez también conducen los desplazamientos entre los espacios emisores y receptores generando un ambiente de armonía.
<b>El Destino Turístico</b>	Es aquel que está formado por los recursos de atracción, la sociedad local, la oferta complementaria e incluye las infraestructuras y equipamientos territoriales.

Fuente: (Calle, 2006).

En otro apartado para, Varisco (2013) indica que “el sistema turístico permite explicar el turismo como un conjunto amplio de actividades y actores interrelacionados, a la vez que pone de manifiesto las repercusiones, positivas o negativas, que puede generar en un territorio concreto” (p.65). (Ver figura 4)



**Figura 4.** Sistema Turístico

Fuente: (Varisco, 2013)

Según Gonzáles & Mendoza (2014) afirman que:

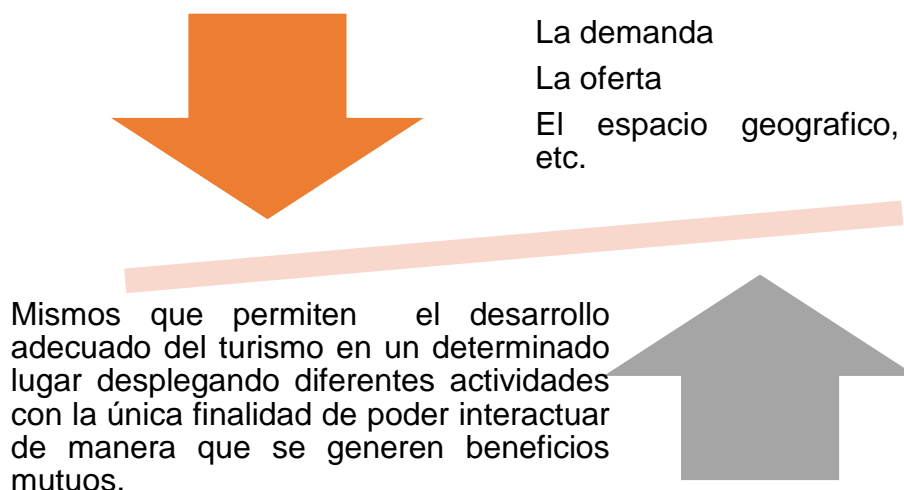
Para entender el sistema turístico desde un punto de vista muy simple; solo basta comprender al turismo como un elemento llamado: sistema. El cual es un grupo de elementos que, aunque actúan de forma autónomas, se enlazan e interrelacionan de manera lógica y ordenada, en conjunto con un plan objetivo común, para obtener resultados satisfactorios. El cual contiene subsistemas: elementos autónomos, dinámicos conectados a él y por su misma relación dinámica que guardan; se desarrollan una forma emprendedora hacia un mismo objetivo. Y que a todo lo anterior lo rodea un ambiente de pertenencia en un mismo espacio que es donde se desenvuelve: llamado supe sistema o supra sistema pudiendo ser este la sociedad por ejemplo u otros factores externos dependiendo de su enfoque del turismo. (p. 66, 67)

En otro aparatado, Bullón (2006) menciona que “El sistema turístico tiene algunas particularidades en su funcionamiento como son la demanda turística, la



oferta turística, el proceso de venta, el producto turístico, la planta turística, atractivos turísticos, la infraestructura, la superestructura y el patrimonio turístico” (p. 31-32).

Como se puede apreciar en conceptos anteriores los autores concuerdan en que el sistema turístico está formado por un conjunto de elementos tales como:



**Figura 5.** Sistema turístico

En este sentido se concluye que el sistema turístico es un conjunto de varios elementos que trabajan de forma individual, y a la vez de manera conjunta que unidos todos estos permiten realizar la actividad turística con la ayuda de las facilidades turísticas del destino.

### 2.2.2. Facilidades turísticas

Partiendo de la concepción de las facilidades turísticas Sammarchi (2001) expresa que:

Las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Sin ellas, el recurso turístico rara vez constituye un producto turístico y son el equipamiento de alojamiento, los servicios de gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y/o servicios necesarios para el turista y para la accesibilidad y de transporte. (p. 136)

Es conveniente destacar, entre estas facilidades turísticas, los medios de transporte los cuales son considerados factor clave para la consolidación del producto turístico, pues el turismo al estar relacionado con desplazamiento lleva

implícita una relación indisoluble con los medios de transporte, al punto que para Vilorio (2012) “Las relaciones del transporte con el sector turismo son ineluctables, es por esto que su conexión es determinante o es un condicionante importantísimo, porque el turismo es inseparable de viajar y de esta actividad depende” (p.21), estando el transporte conectado con las demás facilidades que conforman el producto turístico, tales como: Alojamientos, Empresas de Alimentos y Bebidas, Agencias de Viaje Mayoristas, Tour operadoras, Centros de Recreación Turística, sólo por mencionar algunos.

Por otra parte, para el Ministerio de Turismo, Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador (2017) indica que las facilidades turísticas son:

“Elementos espaciales (arquitectónicos) de complemento y apoyo, cuyo objetivo es dotar con infraestructura (social o física) y equipamiento (mobiliario, señalética, elementos comunicativos, etc.) al espacio turístico durante las diversas etapas de su desarrollo (creación, perfeccionamiento y consolidación) a fin de reforzar la experiencia turística y minimizar el impacto ambiental negativo”.(p.14).

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente por los dos autores las facilidades turísticas es la disponibilidad de bienes y servicio que se brindan para realizar actividades turísticas cumpliendo con las necesidades del mismo.

En tal sentido las facilidades turísticas son todos aquellos medios que complementan lo actividad turística, teniendo entre estas a los siguientes:

**Servicio de alojamiento:** cuando se facilite alojamiento o estancia a los usuarios, con o sin prestación de otros servicios complementarios como restauración.

**Servicios de restauración:** cuando se ofrece comida dentro o fuera del establecimiento hotelero.

**Servicio de información:** cuando se proporciona requerida por el turista sobre los recursos turísticos

**Figura 6.** Facilidades turísticas

Fuente: (Parra, 2011)

En consecuencia, se llega a concluir que las facilidades turísticas son parte de la constitución de un producto turístico, además, gracias a esto los visitantes en muchos casos pueden llegar a extender sus días de estancia generando mayores ingresos económicos en el lugar visitado.

Por otra parte, el producto turístico es el conjunto de componentes tangibles e intangibles es decir “bienes y servicios” entre ellos el equipamiento e infraestructuras, actividades recreativas y todos los servicios que se encuentran dispuestos a los turistas siendo uno de estos el servicio de información prestado por los centros de información u oficinas de información turística.

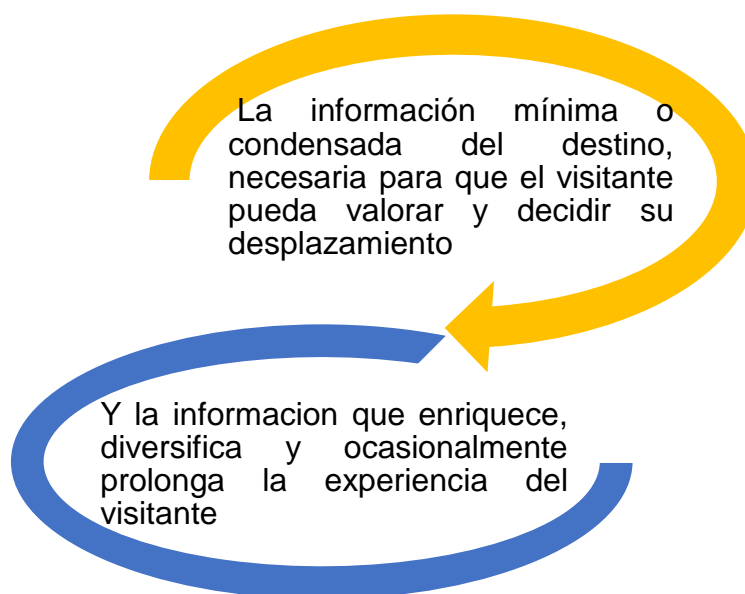
### **2.2.3. Información turística**

Tomando en cuenta la mención anterior es necesario conocer sobre la información turística que a continuación varios expertos expresan sobre la misma, en este sentido para Muñoz (1999) expresa que:

La información turística es el servicio que se otorga a todas aquellas personas que visitan un sitio que desconocen o del que quieren saber y adquirir más conocimientos, es la respuesta a esta necesidad que existen muchos tipos de información turística, siendo estos los más conocidos o populares son los puntos o centros de información turística (CIT) de cada localidad o región. Es por ello, que los CIT facilitan toda la información referente a la historia, geografía, centros de interés, gastronomía, medios de transportes públicos y privados, actividades culturales, folclóricas y lúdicas, alojamientos, y gran variedad de datos que pueden ser de interés o necesidad para las personas que lo piden, siendo estos de carácter público y gratuito. (párr. 2)

Por otra parte, la Organización Internacional de Turismo (OIT) (citada por Villarroel, s.f) la información turística es “aquel servicio público, reglados por organismos públicos o institucionales, que tienen como misión informar, facilitar y orientar al turista en el lugar en el que se encuentre durante su estancia” (p.2).

En razón de ello, el mismo autor menciona que “existen dos tipos básicos de información turística, las cuales son:



**Figura 7.** Tipos de información turística

Fuente: (Valdemoro, s.f.)

De igual manera de acuerdo al manual de uso para la implementación de puntos de información turística del Ministerio de Turismo (citado por Landeta, 2014) indica que:

La información turística es el conjunto de servicios con el fin de orientar y facilitar información valiosa y gratuita durante su viaje o estancia. La misma que incluye información y orientación de las actividades turísticas deportivas, ocio, gastronómicas, cultural, información y orientación de la oferta turística de servicios como transporte, asesoramiento en trámites u orientación respecto a regulaciones y normativas vigentes y entrega de material informativo impreso y tecnológico. (p.6)

Una vez analizada las líneas a anteriores se puede decir que la información turística es un servicio público a disposición de todas aquellas personas que se encuentren fuera o dentro del lugar de residencia que requieran información, orientación y asesoramiento turístico del lugar, teniendo como finalidad cumplir con las expectativas de los mismos.

#### **2.2.4. Atención al turista**

Está basada en la relación directa entre el turista y el personal que se encuentra laborando en los sitios de interés turístico. Además, de acuerdo a López (2012) opina que la atención al turista es:

La capacidad de comunicación del personal dedicado al turismo con los visitantes siendo este el resultado imprescindible para establecer una buena relación con los clientes y para dar una buena imagen general del establecimiento o servicio que se ofrece. Cuando un cliente acude por primera vez a un establecimiento turístico y es atendido por el personal, este primer contacto tiene distintas consecuencias, según cómo haya sido y cómo lo haya percibido el cliente: puede decidir buscar otro servicio porque no se haya sentido bien atendido; el cliente puede pensar que el trato recibido no ha sido cordial y aunque no renuncie al servicio solicitado, no repetirá en el futuro; puede sentirse bien atendido, de manera que si aparece algún contratiempo no lo tenga demasiado en cuenta y le reste importancia; o el cliente puede sentirse lo suficientemente bien atendido como para repetir el destino o servicio en el futuro. Por lo que se deduce, que un cliente puede llegar a globalizar o generalizar la opinión de todo el servicio por cómo se haya establecido la comunicación y el primer contacto. Parece claro que para el adecuado desarrollo del trabajo del personal dedicado a la hostelería y turismo es necesario que posea habilidades comunicativas y de interacción social. (p. 5)

Según, Serna (2006) (citado por Giraldo, 2008) define que:

El servicio al cliente es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencias tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores. (p. 11)

Además, de la atención al turista Martínez (2012) señala que:

Uno de los lugares en el que se presenta este servicio claramente es en las oficinas de turismo siendo esta su actividad principal, proporcionándole información de todo lo necesario para disfrutar sus vacaciones en un lugar determinado. En muchas ocasiones, el trato o atención al cliente condiciona en gran medida la imagen que el visitante se lleva del destino. Por lo tanto, es muy importante prestar atención para que el servicio sea prestado con profesionalidad, amabilidad y eficacia. (parr.9)

En base a las diferentes citas se concluye que la atención a los turistas es la relación existente entre el personal dedicado a la actividad mencionada y el visitante, siendo este contacto muy importante ya que de esto dependerá si el cliente se sintió bien atendido, condicionando la imagen del lugar y de ello dependerá la permanencia y el regreso de los mismos en el lugar visitado.

### **2.2.5. Centros de información turística**

Según Ruiz (2012) menciona que “las oficinas de información turística se pueden definir como las entidades que prestan servicios turísticos relacionados con la atención, orientación y asesoramiento del visitante, potencial o real, sobre diferentes elementos que integran la oferta turística de un determinado núcleo receptor (p.2).

Por otra parte, Valdemoro (s.f.) indica que:

Los centros de información turística se esfuerzan en ofertar un conjunto integral de servicios de información y acogida al visitante, homogéneos en el ámbito territorial, en cuanto a imagen, soportes, contenidos y sistemas de trabajo. Su meta final es contribuir a la cualificación de determinado producto turístico, ofreciendo al visitante un servicio competitivo de atención en destino, que redunde en su grado de satisfacción y en los procesos de fidelización al destino transmitiendo siempre una imagen positiva. (p.3)

Además, la Organización mundial del turismo (OMT) (citado por Arroyo & Coque, 2016) manifiesta que “los Centros de Información Turística son como aquellos espacios físicos que existen, para dar la bienvenida a los visitantes, hacer más grata su experiencia y facilitarles información de forma que permanezcan más tiempo en la localidad” (p. 41).

La finalidad de los CIT's es dar información a turistas nacionales o extranjeros de todo aquello del destino turístico, entre estas se encuentran:



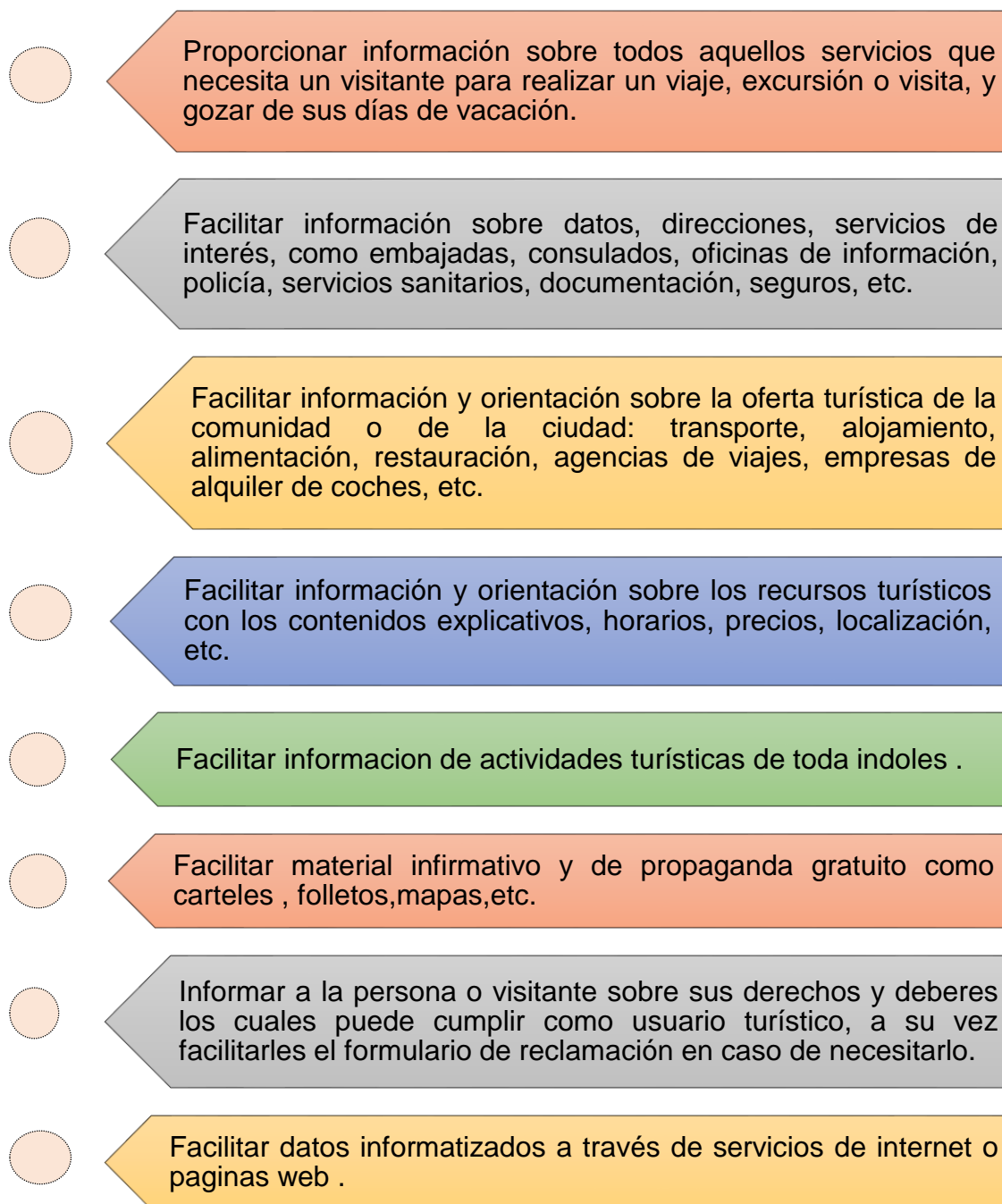
**Figura 8.** Finalidad de los CIT's

Fuente: (Palma, 2012)

Finalmente se puede deducir que los Centros de Información Turística son espacios destinados a brindar información actualizada de los diferentes atractivos turísticos que posee un determinado lugar a más de ofrecer las opciones de actividades que los turistas podrían realizar en su estancia en el lugar.

#### **a. Funciones y Servicios Generales de los Centro de Información Turística**

Las funciones y servicios que los Centros de Información Turista deben poseer son las siguientes:



**Figura 9.** Funciones y Servicios Generales de los Centros de Información Turística

Fuente: (Planells & Crespi, 2012)

Por lo citado anteriormente en la figura 9, para que los Centros de Información Turística brinden un adecuado servicio a los usuarios es primordial cumplir dichas funciones, de esta manera se entregará los servicios de manera satisfactoria brindando información actualizada y rápida con alto grado de confiabilidad.



Por otra parte, la oficina de turismo de Salamanca concuerda con los autores antes mencionados que las funciones generales que cumplen las oficinas de turismo son:

- Acoger al turista y dar información general del lugar.
- Notificar y promocionar los recursos turísticos y servicios del entorno.
- Atención e información turística no presencial.
- Recoger datos estadísticos sobre los servicios de atención, información.
- Difundir la agenda cultural, programas, fiestas, etc. del lugar.
- Preparación de material para ferias.
- Atender las ventas de mercaderías turísticas de ciudad.( (Sociedad Municipal Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U., 2017)

Por lo que en referencia a los anunciados anteriores se puede concluir que las funciones generales de los CIT's u oficinas de turismo son básicamente entregar y difundir todo tipo de información como fechas, actos y datos de los importantes del lugar ya sea en materiales informativos o de manera directa así también, otra de sus funciones importantes es la recolección de información que requiera el CIT para ser interpretada y analizadas estadísticamente.

#### **b. Tipos de Oficinas de Información turística**

“Las oficinas de turismo desde su creación han evolucionado constantemente debido a que han ampliado sus funciones y se han convertido en piezas básicas al servicio de la política turística” (Planells & Crespi, 2012, pág. 62).

Esto se debe a algunos aspectos que han permitido la transformación de dichas oficinas de información o CIT's, entre estos se encuentran involucrados los siguientes:

- Las nuevas tendencias que llevan a las oficinas de turismo a convertirse en empresas de servicios.
- La introducción de innovaciones tecnológicas tanto en la recopilación, tratamiento y difusión de la información la cual debe encontrarse actualizando constantemente.

- La organización de grupos de oficinas que comparten servicios turísticos, permitiendo generar una imagen corporativa y difundirla de esa manera.

Debido a estos aspectos antes mencionados se puede asegurar que no todos los centros de información turística son iguales. Dependerá de diferentes factores, los cuales permiten observar las diferencias entre ellos, de igual manera se puede comprender mejor el porqué de su ubicación, nombre, y personal que labora en el mismo, además de los materiales y del porque fue creado.

En tal sentido para Planells & Crespi (2012) los tipos de Oficinas de Información Turística que se pueden encontrar son las siguientes.

### **Nivel Estatal**

También conocido como oficinas Nacionales de Turismo, las cuales dependen de instituciones de turismo y la administración de estado, estas cumplen la función de promocionar de manera global los destinos en el exterior.

Entre sus principales funciones se encuentran las siguientes:

- Investigación de mercados y difusión de datos en el sector privado.
- Determinar políticas y estrategias para la promoción turística.
- Elaborar planes de marketing.
- Organizar promociones como: fam-trips, ferias, workshops, etc.
- Apoyar a nuevos productos turísticos.
- Consultores y asesores de iniciativas de turismo privadas.

### **Nivel autonómico**

Son oficinas se encuentran en las capitales de provincias, aeropuertos o terminales de transporte, quienes ponen a disposición información básica de la provincia. Además, son las encargadas de la imagen gremial, señalética, rotulación y de requisitos de conocimientos de los profesionales de las oficinas de información, del mismo modo comercializan productos, servicios y la oferta turística de la comunidad, provincia.

### **Nivel comarcal**

Son oficinas regionales que dependen de la administración pública y del sector privado, las cuales dan información de las poblaciones de toda la región o comarca.

### **Nivel Local**

“Estas oficinas pueden depender de Comunidades Autónomas, este grupo está formado por las oficinas municipales, patronatos municipales de turismo y consorcios o agencias. Su objetivo es la información, promoción y comercialización de los productos y servicios de la ciudad, pueblo” (p. 64).

Por otra parte, algunas oficinas locales variarán por su población y la organización local que la administre, algunas de estas oficinas es financiada a través de los servicios que ofrecen como visitas guiadas y venta de recuerdos.

En otro apartado Peláez (2016) indica que los tipos de oficinas de turismo son:

#### **Según el ámbito de actuación**

- Oficinas de turismo local: son los más comunes
- Oficinas de turismo comarcal: so oficinas integradas que realizan proyectos
- Oficinas de turismo provincial: éstas dependen de alguna administración organización
- Oficinas de turismo autonómicas: son aquellas que brindan información de la localidad y de las comunidades cercanas, son duales
- Oficinas de turismo nacionales: se encuentran en los principales países emisores de turistas indicando el potencial turístico.
- Oficinas de turismo asociadas a una ruta turística: se encuentran en rutas importantes de un determinado lugar. (p.146)

#### **Según la titularidad**

- Propiedad pública: son principalmente de ámbito local.
- Propiedad privada: están relacionadas con establecimientos de alojamiento reconocidas con una amplia representación.
- Propiedad mixta: esta clase de oficinas pertenecen a los patronatos provinciales o locales de turismo, se materializa económicamente

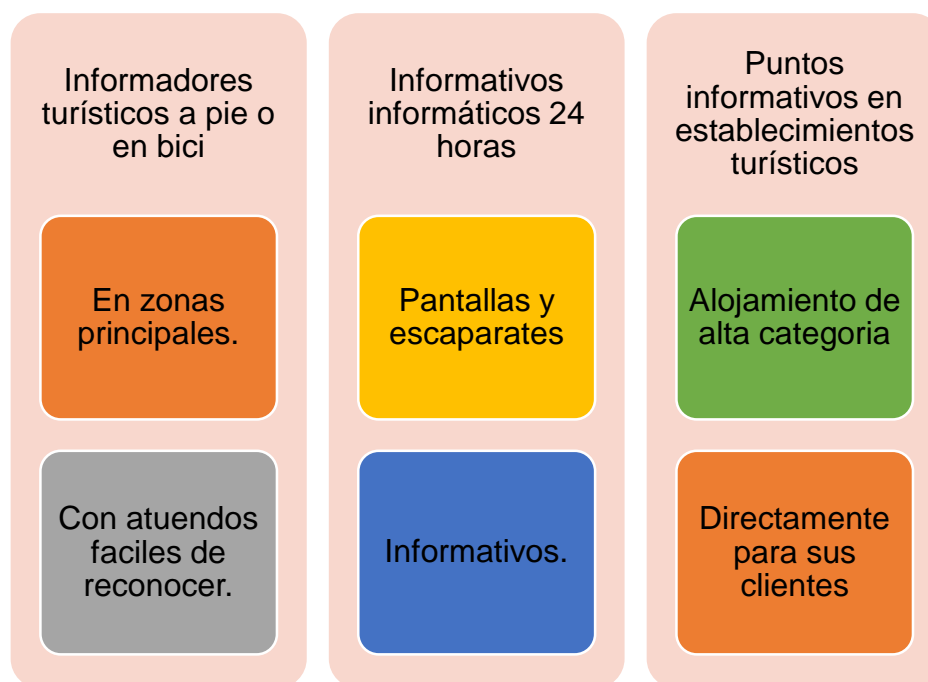
mediante cuotas participativas o con la ubicación directa de empresas proveedoras de servicios turísticos dentro de las mismas instalaciones. (p.147)

#### **De acuerdo a su ubicación en relación al destino turístico**

- Oficinas situadas en centros urbanos: se encuentran en sitios de afluencia turística como centros históricos, carreteras importantes, etc. Esta tiene pequeñas sucursales de puntos de información conformando una red por la zona de interés.
- Oficinas junto a recursos turísticos de primer orden: situadas en lugares apropiados para que los turistas tengan mayor facilidad a este servicio. Pueden ser los centros de interpretación en el que se crean un discurso más detallado de los recursos y del lugar visitado.
- Oficinas asociadas a medios de comunicación: se encuentran en aeropuertos estaciones de bus, ferrocarril, puertos, etc. Llegan a ser la puerta de entrada al destino. (p.147)

#### **Según la temporalidad**

- Oficinas anuales: son las que permanecen en un solo lugar y prestan sus servicios durante todo el año.
- Oficinas estacionales: únicamente brindan sus servicios para cubrir la demanda en fechas determinadas.
- Oficinas eventuales: son aquellas que están disponibles en eventos de relevancia para el destino con gran afluencia turística. Este tipo de oficinas brindan su información a través de las siguientes opciones que se muestran en la figura 6. (p. 148)



**Figura 10.** Oficinas Eventuales

Fuente: (Peláez, 2016)

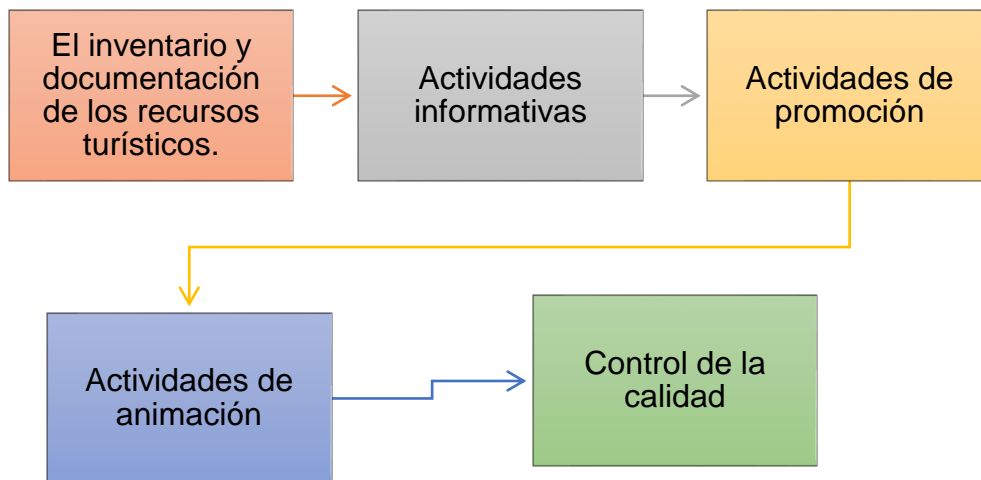
En base a lo mencionado por los autores se concluye que entre los tipos de oficinas de información o centros de información turística más manifestados se encuentran las siguientes:

- Oficinas de información turística Provincial
- Oficinas de información turística Regional
- Oficinas de información turística Locales
- Oficinas de información turística Comarcales
- Oficinas de información turística Autonómico

Todos estos tipos de oficinas de información se encuentran ubicados en lugares estratégicos con la finalidad de dar información confiable, del mismo modo están encargadas de la difusión y comercialización de productos, servicios y toda la oferta turística del lugar.

### **c. Actividades de las Oficina o Centros de Información Turística**

Entre las actividades que realizan las oficinas de turismo o CIT's, de acuerdo a Planells & Crespi (2012) se mencionan las siguientes:



**Figura 11.** Actividades de las Oficinas/Centro de Información Turística

Fuente: (Planells & Crespi, 2012)

A continuación, se describe cada una de las actividades señaladas en la figura 10:

#### **El inventario y documentación de los recursos turísticos:**

En este punto se debe integrar todos los recursos, servicios e infraestructura para formar un producto turístico. Para ello es necesario realizar un inventario el mismo que tiene como función recopilar, ordenar y catalogar los elementos turísticos que conforman un espacio, para luego ser documentado como soporte de información, a partir de ello se crean productos que serán motivo de información y promoción a través de varios medios tales como folletos, guías, etc. (Planells & Crespi, 2012)

Aspectos importantes que se han de tomar en cuenta en el inventario son:



**Figura 12.** Aspectos importantes de un inventario

Fuente: (Planells & Crespi, 2012)

### **Actividades informativas**

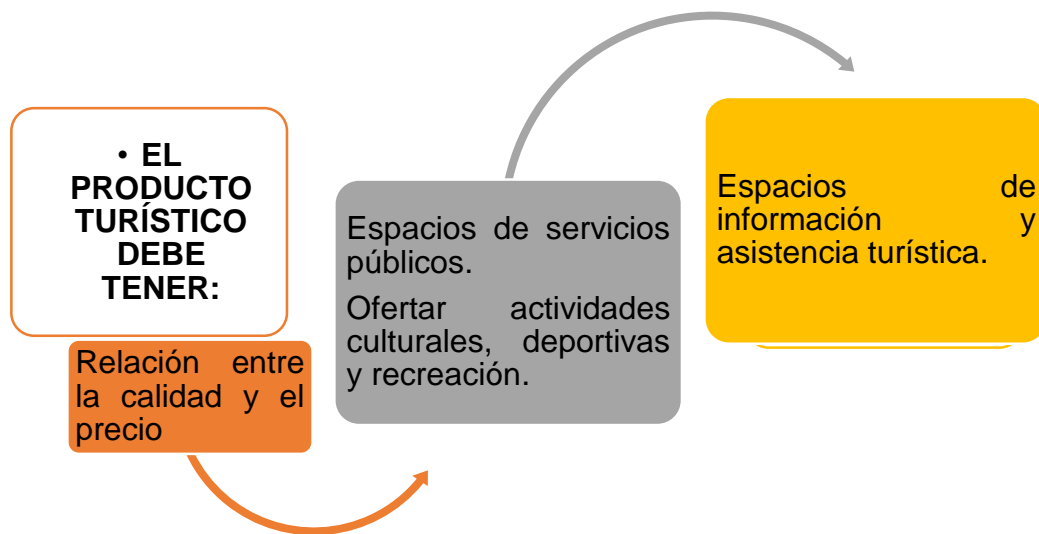
Consiste en brindar información confiable del lugar a todos aquellos visitantes de forma cortés, amable y respetuosa, siendo esta una función primaria de los centros de información turística.

La información que entrega las oficinas de turismo no es limitada, debido a que esta es llegar a empresas turísticas, profesionales de la rama y a medios de comunicación, cabe recalcar que la información que es entregada proviene del inventario y documentación de los recursos turísticos de las poblaciones cercanas y de las organizaciones de turismo de nivel superior.

Además, el mobiliario y la infraestructura deben ser amplios, ya que, en este espacio a más de brindar el servicio de información, se reciben quejas y reclamos que serán solucionadas de manera eficaz y eficiente. (Planells & Crespi, ob. Cit.)

### Actividades de promoción

Entre las actividades de promoción que realizan las oficinas de información turística se encuentra la promoción interna, la cual indica la satisfacción del cliente, el mismo que transmitirá su experiencia con amigos, familiares, etc.



**Figura 13.** Aspectos de la promoción interna

Fuente: (Planells & Crespi, 2012)

Otras actividades de promoción turística son:

- **Publicación:** encargadas de presentar modelos de folletos y páginas web que serán editadas, así también estarán encargadas de seleccionar proyectos interesantes.
- **Admisión de profesionales de turismo:** estos serán quienes brindaran información a los visitantes.
- **Crear noticias:** realizar publicaciones en medios de comunicación de eventos importantes.
- **Participación en workshops:** realizar y participar en ferias para dar a dar a conocer cierto lugar.



- Contactos con entes de carácter Supramunicipal: estos organizaran eventos promocionales en el cual se dé a conocer la zona turística, mediante materiales informativos.
- Potencian el mailing o e-mail marketing: en empresas dedicadas a la actividad turística que presten interés en la oferta turística de dicha zona.
- Participar en guías o revistas turísticas que se den a conocer externamente.
- Fotografías que sean parte de material publicitario.
- Promoción a través del internet, redes sociales, y videos. (Planells & Crespi, ob. Cit.)

### **Actividades de animación**

Son todas aquellas actividades turísticas que se realicen en un determinado lugar, estas son de carácter cultural, deportivas, etc. con la finalidad de satisfacer la estancia vacacional.

De tal manera que, los centros de información u oficinas de información turística son promotoras de varias actividades entre ellas tenemos:

- Caminatas
- Ciclismo
- Vistas a centros importantes
- Concursos de pintura, fotografía, dibujo, manualidades, etc.
- Seminarios gastronómicos, agricultura, ecología, etc.
- Bailes y juegos populares
- Las mismas que deben ser difundidas a través de medios de comunicación, internet, municipios, folletos, alojamientos turísticos y todo medio de promoción. (Planells & Crespi, ob. Cit.)

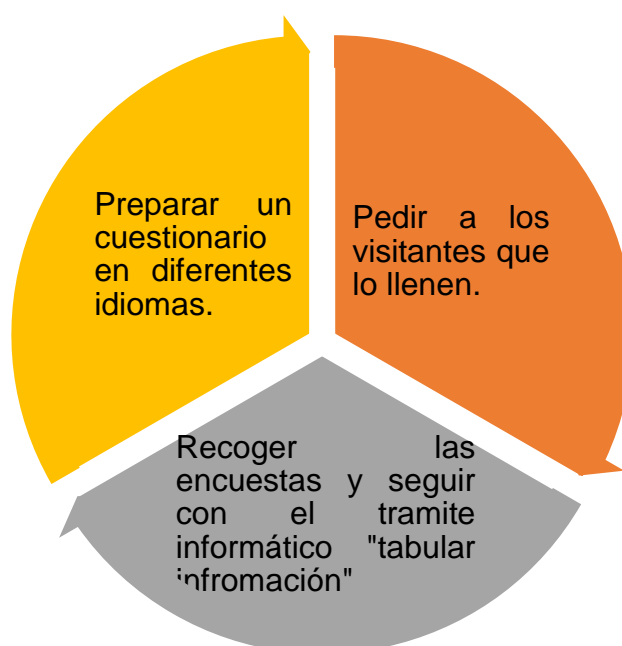
### **Control de la calidad**

Las oficinas de turismo son espacios privilegiados de la actividad turística del lugar en el que se encuentren, así también son las encargadas de dar soluciones o medidas que mejoren la calidad de la oferta turística de la zona. El tipo de información entregada a visitantes y empresas turísticas ha de ser resumida, clara

y concisa, la misma que deberá ser documentada en revistas especializadas, informes de prensa etc.

Adicional a ello, las oficinas de turismo deben realizar seguimientos a todos los establecimientos dedicados a la actividad turística, del mismo modo es imprescindible aplicar encuestas a todas las personas que acudan a los CIT's. Mediante la aplicación de dicha técnica se conoce la tipología de los visitantes el cual permite obtener información del grado de satisfacción de los usuarios de los servicios prestados. (Planells & Crespi, ob. Cit.)

Los pasos para llevar a cabo la encuesta son:



**Figura 14.** Pasos para llevar a cabo la encuesta

Fuente: (Planells & Crespi, 2012)

De acuerdo al autor antes mencionado se puede concluir que las actividades de las oficinas de información turística son importantes ya que sin estas no se puede otorgar el servicio a visitantes y empresas dedicadas a la actividad turística, es por ello que previo al servicio de información se realizan inventarios documentados, promoción de los atractivos de la zona a través de varios medios y el control de calidad de todos los productos turísticos como el alojamiento, actividades, espectáculos etc.

## **2.3. Marco conceptual**

### **2.3.1. Turismo**

De acuerdo con las Naciones Unidas (2008) se describe como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado, siendo una actividad que ha crecido sustancialmente durante el último cuarto de siglo como un fenómeno económico y social.

### **2.3.2. Recursos Turísticos**

Según Marín (2012) son todos aquellos elementos naturales, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio.

### **2.3.3. Atractivos Turísticos**

Son el componente más importante del producto turístico por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización. Constituyen el principal motivo para que el turista lo visite y son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas (Navarro, 2015)

### **2.3.4. Servicios Turísticos**

Engloban los servicios prestados por hoteles y restaurantes (incluidos los servicios de suministro de comida desde el exterior por contrato), los servicios de agencias de viajes y organización de viajes en grupo, los servicios de guías de turismo y otros servicios conexos (Organización Mundial del Comercio, 2017).

### **2.3.5. Turista**

La Organización Mundial del Turismo (Organización Mundial del Turismo , 2007) lo define como un visitante interno, receptor o emisor que se denomina como tal si y solo si su viaje incluye una pernoctación.

### **2.3.6. Centros de Información Turística**

Puede definirse como aquellas oficinas que disponen de dos tipologías de recursos para ayudar a los/as informadores/as a despertar el interés y respeto por el entorno a los visitantes: en primer lugar, el conocimiento propio de cada informador/a y en segundo lugar, los recursos materiales didácticos (Canal, 2010).

### **2.3.7. Gestión Estratégica**

De acuerdo con Romo & Márquez (2014), supone la puesta en escena de la racionalidad de ciertos actores para diseñar de la mejor manera posible las estructuras y procesos de una organización en aras de la consecución de los fines explícitos de la misma.

### **2.3.8. Plan de Gestión Estratégica**

Es una herramienta básica de mejora para cualquier negocio, a través de este documento se expresan los objetivos empresariales que se desea alcanzar, a medio o largo plazo, y se detalla el modo en el que se va conseguir, elaborado por diseñar la ruta que se va a seguir para alcanzar las metas y establecer la manera en que esas decisiones se transformen en acciones (ISOTools, 2015).

### **2.3.9. Proceso**

Para la ejecución una planificación estratégica se debe determinar objetivos a largo plazo, analizar los factores internos que causan las cuestiones más importantes, crear opciones estratégicas que traten esas cuestiones, priorizándolas, decidir entre las opciones y monitorear los resultados de las etapas del proceso de planificación estratégico (Pacheco, 2017)

### **2.3.10. Sistema de Gestión**

De acuerdo con DEINSA Protección Laboral (DEINSA Protección Laboral, 2011) es el conjunto de capacidades de medición de los resultados de un proceso, la existencia de normas predeterminadas para comparar los resultados reales y la habilidad de corrección de las normas incorrectamente aplicadas.

### **2.3.11. Políticas**

“Son normas de comportamiento elaboradas conforme a los lineamientos de la dirección y estrategia. Considera aspectos como: el trato con el personal, su contratación, motivación; pautas a seguir con los clientes, proveedores e intermediarios, etc.” (Chaquilla, 2013)

### **2.3.12. Misión**

Espinosa (2012) manifiesta que define principalmente cual es nuestra labor o actividad en el mercado, además se puede completar haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor o actividad.

### **2.3.13. Visión**

Es el objetivo al que la propia empresa espera llegar en un futuro. Se trata de la expectativa ideal de lo que quiere lograr, indicando a dónde se dirige y cómo desea ser en el largo plazo (Economipedia, 2015).

## **2.4. Fundamentación Legal**

Para el Estudio de un Plan de Gestión Estratégica para el CIT de la Parroquia de Belisario, es necesario enfocarse en leyes y reglamentos vigentes en el país que soporte la investigación. Para lo cual se tomará en cuenta al documento máximo que rige al país ecuatoriano en primera instancia se menciona a la:

## **2.4.1. Constitución Política de la República del Ecuador (2008)**

### **Título II Derechos**

#### **Capítulo segundo: Derechos del buen vivir**

#### **Sección tercera Comunicación e Información**

**Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

**Art. 18.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

## **Capítulo tercero: Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria**

### **Sección novena Personas usuarias y consumidoras**

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

**Art. 53.-** Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

## **Título V Organización Territorial del Estado**

### **Capítulo cuarto: Régimen de competencias**

**Art. 267.-** Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

1. Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.
2. Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
3. Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.
4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
5. Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno.

6. Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base.
7. Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.
8. Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos. En el ámbito de sus competencias y territorio, y en uso de sus facultades, emitirán acuerdos y resoluciones.

#### **2.4.2. Ley del Turismo (2014) Registro Oficial Suplemento 733 De 27-Dic-2002**

### **Capítulo I**

#### **Generalidades**

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a. La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b. La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c. El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a. Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;



- b. Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c. Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d. Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.

## **Capítulo IV**

### **Del Ministerio de Turismo**

**Art. 15.-** El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;

**Art. 17.-** El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

## **Capítulo X**

### **Protección al consumidor de servicios turísticos**

**Art. 46.-** Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

### 2.4.3. Plan Nacional del Buen Vivir, Registro Oficial Del Año (2013–2017)

#### **Objetivo 3.-** Mejorar la calidad de vida de la población

3.8. Propiciar condiciones adecuadas para el acceso a un hábitat seguro e incluyente

- b) Impulsar desde los gobiernos autónomos descentralizados el adecuado y eficiente ordenamiento territorial, la planificación y la consolidación equilibrada de las ciudades, con especial atención a los espacios rurales

#### **Objetivo 5.-** Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

5.3. Impulsar los procesos de creación cultural en todas sus formas, lenguajes y expresiones, tanto de individuos como de colectividades diversas

- c) Generar espacios de apropiación colectiva para la creatividad, la contemplación y la difusión artística y cultural en los territorios.

#### **Objetivo 8** Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible

8.9 Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario

- k) Fomentar el turismo comunitario y el turismo social

#### **Objetivo 10** Impulsar la transformación de la matriz productiva

10.3. Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios

- b) Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva.
- g) Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

- h) Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.

#### **2.4.4. Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador Plandetur2020**

Basándose en el PLANDETUR 2020, los proyectos de turismo deben estar destinados a apuntalar a un turismo sostenible para dinamizar la economía de Ecuador con esto mejorar la calidad de vida de la población con un fin en concreto, satisfacer las demandas turísticas.

**Objetivo 1.** Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

**Estrategia 2.** Establecimiento de un sistema adecuado de gobernanza turística mediante el fortalecimiento institucional, la coordinación interinstitucional pública, privada y comunitaria, el adecuado manejo territorial, la gestión descentralizada, la mejora de procesos y la generación y aplicación de normas claras para todos los actores.

**Estrategia 6.** Innovación de productos turísticos, planificación de mercadeo estratégico y operativo y gestión integrada de la comercialización para la mejora progresiva de la competitividad.

**Estrategia 9.** Fortalecimiento y sistematización de la gestión de promoción y mercadeo turístico de Ecuador, que facilite el acceso eficaz a los mercados principales nacionales e internacionales; que incluya la colaboración de los actores del sector, y realice seguimiento y evaluación de los resultados de la gestión.

### 2.4.5. Plan nacional de desarrollo 2017-2021. Toda una vida

Este documento se encuentra organizado con tres Ejes Programáticos y nueve Objetivos Nacionales de Desarrollo, basados en la sustentabilidad ambiental y el desarrollo territorial rural, buscando tener un Ecuador transparente, honesto, solidario y participativo, con un Estado plurinacional e intercultural que reconozca las diversas identidades que habitamos en el territorio nacional.

#### Eje 1: Derechos para Todos Durante Toda la Vida

- **Objetivo 1:** Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.
- **Objetivo 2:** Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas.
- **Objetivo 3:** Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones.

#### Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad

- **Objetivo 4:** Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.- dicho objetivos se refiere a la dinamización económica del país ampliando la oferta exportable; la apertura de nuevos mercados y su diversificación, el aprovechamiento de mercados regionales o la atracción de nuevas inversiones relacionadas con temas como gastronomía o turismo comunitario, son propuestas presentes en los distintos espacios de diálogo.

#### Política

4.6 Fortalecer el sistema de dolarización, promoviendo un mayor ingreso neto de divisas; fomentando la oferta exportable no petrolera, el flujo neto positivo de financiamiento público y atrayendo inversión extranjera directa para garantizar la sostenibilidad de la balanza de pagos.

- **Objetivo 5:** Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.- este objetivo trata de la generación de trabajo y empleo aprovechando adecuadamente los recursos naturales, generando nuevos emprendimientos que posicionen al Ecuador en sectores gastronómicos

y turísticos con un especial énfasis en la certificación de pequeños actores comunitarios hasta la promoción de mecanismos de comercialización a escala nacional e internacional.

## **Políticas**

5.8 Fomentar la producción nacional con responsabilidad social y ambiental, potenciando el manejo eficiente de los recursos naturales y el uso de tecnologías duraderas y ambientalmente limpias, para garantizar el abastecimiento de bienes y servicios de calidad.

5.10 Fortalecer e incrementar la eficiencia de las empresas públicas para la provisión de bienes y servicios de calidad, el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, la dinamización de la economía, y la intervención estratégica en mercados, maximizando su rentabilidad económica y social

- **Objetivo 6:** Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir rural.- se encuentra relacionado con el sector rural y campesino, debido a que demanda tanto un acceso equitativo a la tierra, agua, semillas y demás servicios básicos y servicios sociales, como la vinculación con los medios de producción.

## **Políticas**

6.1 Fomentar el trabajo y el empleo digno con énfasis en zonas rurales, potenciando las capacidades productivas, combatiendo la precarización y fortaleciendo el apoyo focalizado del Estado e impulsando el emprendimiento.

### **2.5. Sistemas de Variable**

#### **2.5.1. Definición Nominal**

##### **a) Variable Dependiente**

Centro de Información Turística

##### **b) Variable Independiente:**

Plan de Gestión Estratégica

## **2.5.2. Definición Conceptual**

### **Variable Independiente: Plan de Gestión Estratégica**

El plan de gestión estratégica como definición operacional se puede definir como el conjunto de métodos administrativos, con el fin de orientar el direccionamiento para fomentar el futuro desarrollo del centro de información turística. (Altair Consultores, 2017)

### **Variable Dependiente: Centro de Información Turística**

Los centros de información turística promueven información concisa y fiable acerca del lugar a visitar, en este caso de Belisario Quevedo, identificando sus turistas potenciales brindando a los mismos confiabilidad y satisfacción del lugar que van a visitar. (Toaquiza, 2015)

## **2.6. Hipótesis**

### **2.6.1. Hipótesis nula. (Ho)**

El Plan de Gestión Estratégica no influye en el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo.

### **2.6.2. Hipótesis alternativa. (Ha)**

El Plan de Gestión Estratégica si influye en el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo

## 2.7. Cuadro de operacionalización de las variables

**Tabla 3**

*Variable Dependiente*

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Opciones de respuestas	Instrumento
<b>Centro de información</b>	Los centros de información turística son los encargados de proveer información a los potenciales turistas, los cuales visitan algún lugar en específico con el único objetivo de impulsares a tomar la decisión de viajar. Además de evitar que los mismos pasen experiencias negativas influenciando de manera positiva la imagen del destino turístico.	Promover información	Información concisa y fiabilidad de la misma.	<p><b>PARTE II: PARROQUIA, CARACTERÍSTICAS Y TURISMO DE BELISARIO QUEVEDO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los turistas conocen sobre los atractivos turísticos de la parroquia.</li> <li>• Un centro de información turística de la parroquia Belisario Quevedo es importante para la comunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TA: Totalmente de Acuerdo.</li> <li>• PA: Parcialmente de Acuerdo.</li> <li>• NI: Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo.</li> <li>• PD: Parcialmente en Desacuerdo.</li> <li>• TD: Totalmente en Desacuerdo</li> </ul>	Encuesta
		Turistas potenciales	<p>Satisfacción</p> <p>Aumento del flujo turístico</p> <p>Adquisición del producto turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene afluencia de turistas la parroquia.</li> <li>• La parroquia Belisario Quevedo posee importantes sitios turísticos donde se manifiestan las</li> </ul>		

Continua 

facilidades  
turísticas.

Imagen  
destino

del

Seguridad  
Veracidad

#### **PARTE IV: CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

- El centro de información turística es un elemento de trascendencia que ayuda al turismo de la parroquia.
- El uso del centro de información turística es de gran ayuda para no tener malas experiencias en el lugar visitado.



**Tabla 4**

*Variable Independiente*

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Opciones de respuestas	Instrumento
<b>Planificación Estratégica</b>	Está relacionado con un conjunto de procedimientos o acciones las cuales están enfocados a mejorar los objetivos que posee una organización o institución...	Gestión	Infraestructura e interés	<p><b>PARTE V: CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Considera usted un sueño llevar a la parroquia Belisario Quevedo a un sitio alto en lo que respecta al turismo.</li> <li>• Se ha capacitado sobre los modelos teóricos, así como también la de modelos reales de gestión de destinos turísticos.</li> <li>• Se utiliza un procedimiento de gestión valiosa (estratégica) para el ordenamiento turístico.</li> <li>• Al aplicar la planificación estratégica en el</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TA: Totalmente de Acuerdo.</li> <li>• PA: Parcialmente de Acuerdo.</li> <li>• NI: Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo.</li> <li>• PD: Parcialmente en Desacuerdo.</li> <li>• TD: Totalmente en Desacuerdo</li> </ul>	Encuesta
		Estrategias	Gestión de ingresos			

Continúa



			<p>sector turístico, se organiza de mejor manera las actividades a desarrollar.</p>	
	<p>Líneas de acción</p>	<p>Plan de Estrategia</p>	<p><b>PARTE III: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener una planificación ayuda al mejoramiento de la parroquia.</li> <li>• La existencia de información sobre el potencial de recursos es importante para la generación de un plan de gestión estratégica.</li> </ul>	

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Enfoque de la Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo que a continuación se describe brevemente sobre estas.

##### **Cuantitativa**

De acuerdo a Hernández, Fernández, & Baptista (2010) mencionan que la investigación cuantitativa “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p.4).

Para efecto de este trabajo de investigación fue necesario considerar los enfoques que conllevan a comprender la investigación cuantitativa

**Tabla 5**

*Proceso Cuantitativo*

N.-	Fases
1	Idea
2	Planteamiento del problema
3	Revisión de la literatura y desarrollo del marco teórico
4	Visualización del alcance del estudio
5	Elaboración de hipótesis y definición de variables
6	Desarrollo del diseño de investigación
7	Definición y selección de la muestra
8	Reelección de los datos
9	Análisis de los datos
10	Elaboración del reporte de resultados

Fuente: (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2010)

## Cualitativa

En el mismo apartado los especialistas hace mención al indica que la investigación cualitativa “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación, además, los datos cualitativos son descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones” (p.7).

Igualmente, para la comprensión de la investigación cualitativa se requiere el uso de las siguientes fases:

**Tabla 6**

*Proceso Cualitativo*

N.-	Fases
1	Idea
2	Planteamiento del problema
3	Inmersión inicial en el campo
4	Concepción del diseño de estudio
5	Definición de la muestra inicial del estudio y acceso a ésta
6	Recolección de los datos
7	Análisis de los datos
8	Integración de los resultados
9	Elaboración del reporte de resultados

Fuente: (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2010)

Por tal motivo, el presente trabajo de titulación tiene un enfoque predominante cuantitativo y cualitativo, en este sentido se considera cuantitativo porque permitirá examinar los datos de manera científica, o de manera más específica en forma numérica, puesto que se obtendrá datos estadísticos, en este caso, los datos que serán analizados estadísticamente serán las encuestas aplicadas, las mismas que permitirán el desarrollo de la investigación.

Mientras que el método cualitativo será con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad del lugar de estudio debido a que

proporcionará conocimientos de la situación actual del CIT desde el punto de vista del actor social, de esta forma se podrá establecer exigencias y generar cambios en beneficio de la actividad operacional del Centro de información turística y de la misma actividad turística que se desarrolla en la parroquia Belisario Quevedo.

### **3.2. Tipos de Investigación**

#### **3.2.1. Investigación documental-bibliográfica**

Según lo planteado por Cejas (2015) menciona que este tipo de investigación:

Es un análisis de la información escrita sobre un determinado tema en el que se obtienen datos de diferentes fuentes de información, tales como informes de investigación, libros, monografías y otros materiales informativos (películas, cintas grabadas, dibujos, fotografías, etc.), sin altera su naturaleza o sentido, las cuales aportan información o dan testimonio de una realidad o un acontecimiento. (p.39)

Es por esto que en la presente investigación se hace referencia a la investigación documental - bibliográfica puesto que se buscará información sobre temas de interés relacionados con el trabajo de titulación, pudiendo contar con teorías que aporten al desarrollo y avance de la investigación.

#### **3.2.2. Investigación de campo**

Según Arias (2012) menciona que “esta consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurre los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna” (p.31).

Por tal motivo, se aplicará la investigación de campo que en el caso especial permitirá recolectar información sobre la situación del lugar de estudio y del centro de información turística, la misma que permitirá y será esencial para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado.

### **3.3. Estrategia de la Investigación**

El presente estudio está orientado a obtener respuestas a las interrogantes planteadas en la investigación, en la cual se ve necesario conocer el alcance de la misma. En este punto se detallará la estrategia o plan a realizarse para obtener la

información necesaria para tener respuestas a la hipótesis que genera el proyecto.

La investigación está orientada a describir las variables tanto dependiente como independiente, enfocándose en una investigación bibliográfica y de campo, con el fin de responder a la pregunta “¿De qué manera incide la realización de un estudio de un Plan de Gestión Estratégica para el Centro de Información Turística de la Parroquia Belisario Quevedo?”

### **3.4. Nivel de la Investigación**

La presente investigación se encuentra enmarcado en el nivel de investigación exploratoria y descriptiva.

Ya que, de acuerdo al experto Arias (2012) menciona que “la investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos” (p.23).

Así también, indica que a través de este estudio exploratorio se llega a la formulación del problema de investigación. Debido a que no se obtiene información precisa ni antecedentes del objeto de estudio y por ende se plantea en primera instancia el problema detectado.

Es por esto, que en el presente trabajo de titulación se aplicará la investigación exploratoria la cual permitirá obtener datos y elementos nuevos indagando en la realidad que se encuentra el centro de información turística. Así también, permitirá explorar de manera preliminar la actividad turística que ofrece la parroquia Belisario Quevedo, entre sus atractivos, alojamiento, gastronomía etc. en la cual se obtenga una idea general de la misma y pueda ser parte de la información que se encuentre en el CIT.

Por otra parte, de acuerdo a Hernández, Fernández & Baptista (2014) expresa que la investigación descriptiva consiste en:

Describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de

manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas. (p. 92)

En este sentido, se aplica la investigación descriptiva ya que permitirá describir los aspectos más importantes del objeto de estudio, es decir recoger información de las variables en este caso de los centros de información turística y los planes de gestión estratégica.

### 3.5. Población y Muestra

La población es considerada el universo de casos que cumplen las especificaciones de interés para la investigación, de allí que representa para Hernández, Fernández y Baptista (2014) “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.174). En el caso particular del presente trabajo y por la inoperatividad del centro de información turística de la Parroquia Belisario Quevedo, la población estaría conformada por todos los gerentes, emprendedores y/o trabajadores que soportan la oferta turística en dicha zona, en donde destacan los agentes públicos y privados, los sistemas de transporte y los destinos turísticos.

Por otro lado, la muestra al ser, según Hernández, Fernández y Batista (ob. cit.) “un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectan datos” (p.173), estaría conformada como una muestra no probabilística o dirigida, representada por todos los transportistas que fungen como facilitadores de turismo y que conectan a los demás prestadores de servicio con los turistas, manejando información del sistema de turismo en la parroquia. Particularmente está integrada por todos los transportistas de las cuatro (4) organizaciones del transporte de la zona y que en todo caso suman 78 informantes clave. Ver tabla 7.

**Tabla 7**

*Población y Muestra*

<b>Transportes de Belisario Quevedo</b>	<b>N.- de cooperativas</b>
Cooperativa de buses de transporte Belisario Quevedo	27
Campania de camionetas Tandanacui	15
Campania de camionetas Jesús del gran poder	18
Campania de camionetas Putzalahua	18
<b>TOTAL</b>	<b>78</b>

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado, 2015)

### **3.6. Fuentes y técnicas de recopilación de información y análisis de datos**

#### **3.6.1. Fuentes**

Se denominan fuentes de información a diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento, según el nivel de información que proporcionan las fuentes de información estas pueden ser primarias o secundarias.

##### **a. Fuentes primarias**

Según Bernal (2010) “Son aquellas que se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. También conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos, estas fuentes son las personas, organizaciones, acontecimientos, el ambiente natural, etc.”(p.191).

Es por ello que se utilizará las fuentes primarias ya que mediante la observación directa y visitas de campo se obtendrá información confiable y veraz que sea útil para la investigación.

##### **b. Fuentes secundarias**

En otro apartado el mismo autor antes mencionado indica que las fuentes secundarias “son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o las situaciones, sino que sólo los referencian” (p.192).

De igual manera, se utilizará las fuentes secundarias ya que estas son con mayor frecuencia utilizada para la elaboración de la fundamentación teórica, a través de la obtención de información en libros, revistas, documentos escritos documentales, noticieros y los medios de información.



### 3.6.2. Técnicas de recolección de datos

La recolección de datos de una investigación se da a través de diversidad de técnicas y herramientas que serán analizadas, es así, que las técnicas que se utilizan en la investigación cualitativa son la observación, la encuesta y la entrevista, por otra parte, en la investigación cuantitativa son la recopilación documental, datos a través de cuestionarios que asumen el nombre de encuestas o entrevistas y el análisis estadístico de los datos (Martinez, 2013).

Para el presente trabajo de titulación las técnicas que se utilizarán son la encuesta y la observación directa.

**Tabla 8**

*Técnica de investigación*

Técnica	Descripción
<b>Encuesta</b>	La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.
<b>Observación</b>	La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos

Fuente: (Puente, 2000)

#### a. Instrumentos de la investigación

“Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Ejemplo: fichas, formatos de cuestionario, guía de entrevista, lista de cotejo, escalas de actitudes u opinión, grabador, cámara fotográfica o de video, etc.” (Arias, 2012, p.111). En este caso los instrumentos que se utilizan para las técnicas antes mencionadas son los cuestionarios estructurados.

### **3.6.3. Análisis de datos**

Una vez obtenido todos los datos de encuestas aplicadas para el análisis e interpretación se realizarán a través del programa IBM SPSS Statistics 22 este es un software de análisis estadístico el cual permite ingresar datos de las encuestas para realizar el proceso analítico de principio a fin, además, incluye un amplio rango de procedimientos y técnicas para ayudarle a aumentar los ingresos, superar a la competencia, dirigir investigaciones y tomar mejores decisiones.

### **3.6.4. Validez y confiabilidad**

La validación de las técnicas e instrumentos que se utilizará en el presente proyecto será realizado por expertos acordes al área, enfocado al tema de investigación, el procedimiento a realizar será el siguiente: observaciones y correcciones de las preguntas del instrumento planteado, si en tal caso el criterio del experto coincide con el autor del proyecto aprobará el mismo.

En cuanto al nivel de confianza y confiabilidad del proyecto será del 95%, el mismo es considerado como un porcentaje adecuado para la obtención de datos y de información óptima utilizada para la presente investigación, a tal efecto fue necesario identificar tres expertos en el área de turismo y metodología. Los tres expertos provocaron la validez del instrumento a través de una consulta por escrito que se refleja en el anexo 3.

En el caso de esta investigación se logró presentar como propuesta la encuesta, la misma que se divide en 5 partes:

- La Primera parte de la encuesta está conformada con 5 preguntas las cuales hacen referencia a Dos Informativos de los encuestados, para conocer el sexo, rango de edad, lugar de residencia, la profesión y el tiempo que lleva en la misma. A continuación, se presentan las preguntas de la primera parte de la encuesta:

## PARTE I: DATOS INFORMATIVOS

### 1) Sexo

<i>Masculino</i>	
<i>Femenino</i>	

### 2) Edad

<i>30 a 40</i>	
<i>41 a 50</i>	
<i>50 a mas</i>	

### 3) Usted vive en la parroquia Belisario Quevedo

Si	
No	

### 4) Usted trabaja en el área de transporte que ofrece la parroquia Belisario Quevedo

Si	
No	

### 5) Que tiempo trabaja en esta profesión

<i>1 a 2 años</i>	
<i>3 a 4 años</i>	
<i>5 o más años</i>	

- La segunda parte de la encuesta está conformada por 8 afirmaciones las mismas que tratan sobre aspectos de la parroquia, sus características y el turismo del lugar, a continuación, se presentan las afirmaciones utilizadas:

## PARTE II: PARROQUIA, CARACTERÍSTICAS Y TURISMO DE BELISARIO QUEVEDO

Nro.	AFIRMACIONES	TA	PA	NI	PD	TD
1.	La Parroquia Belisario Quevedo está dedicada al turismo.					
2.	Tiene afluencia de turistas la parroquia.					
3.	La parroquia Belisario Quevedo es un referente turístico del cantón Latacunga.					
4.	Los turistas conocen sobre los atractivos turísticos de la parroquia.					
5.	La parroquia Belisario Quevedo posee importantes sitios turísticos donde se manifiestan las facilidades turísticas.					
6.	Posee de un lugar físico especializado para la venta de souvenirs atractivos para el visitante (artesanía, recuerdos etc.).					
7.	Un centro de información turística de la parroquia Belisario Quevedo es importante para la comunidad.					
8.	Se ofrece información de las festividades de la parroquia.					

- La tercera parte de la encuesta está conformada por 7 afirmaciones las mismas que dan a conocer sobre la importancia de la planificación estratégica en la parroquia Belisario Quevedo y la información que debe ser transmitida a sus habitantes, se presenta la información utilizada:

### PARTE III: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Nro.	AFIRMACIONES	TA	PA	NI	PD	TD
1.	Tener una planificación ayuda al mejoramiento de la parroquia.					
2.	Se utiliza un procedimiento de gestión valiosa (estratégica) para el ordenamiento turístico.					
3.	Recibe usted información sobre el ordenamiento de la zona turística de la parroquia.					
4.	Al aplicar la planificación estratégica en el sector turístico, se organiza de mejor manera las actividades a desarrollar.					
5.	Recibe información sobre la misión, visión que tiene el GAD para la parroquia.					
6.	Recibe información sobre los proyectos en las zonas aledañas a la parroquia Belisario Quevedo.					
7.	La existencia de información sobre el potencial de recursos es importante para la generación de un plan de gestión estratégica.					

- La cuarta parte de la encuesta está conformada por 10 afirmaciones las cuales hacen referencia sobre el centro de información turística para la parroquia Belisario Quevedo, a continuación se presentan las afirmaciones que se utilizaron:

**PARTE IV: CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA PARA BELISARIO QUEVEDO**

Nro.	AFIRMACIONES	TA	PA	NI	PD	TD
1.	Cumple una función importante el centro de información turística ubicada en la parroquia Belisario Quevedo.					
2.	El centro de información turística que tiene la parroquia Belisario Quevedo se encuentra en un lugar estratégico.					
3.	El centro de información turística atiende de manera ininterrumpida a las personas que desean información.					
4.	El centro de información turística es un elemento de trascendencia que ayuda al turismo de la parroquia.					
5.	Se necesita más centros de información turística para la parroquia Belisario Quevedo.					
6.	Es necesario capacitaciones sobre datos relevantes del centro de información turística de la parroquia.					
7.	El uso del centro de información turística es de gran ayuda para no tener malas experiencias en el lugar visitado.					
8.	El centro de información turística ha cobrado por algún concepto algún tipo de ayuda.					
9.	La información otorgada por los encargados del centro de información turística incluye datos de contacto de prestadores de servicios turísticos.					
10.	El centro de información turística ofrece información sobre: oferta turística: alojamientos, agencias de viajes, guías, restaurantes, transportes y otros como hospitales.					

- La quinta y última parte de la encuesta está conformada por 10 afirmaciones las cuales se refieren al centro de información turística y la importancia de poseer la planificación estratégica en el mismo, a continuación, se presentan las afirmaciones que se utilizaron:

**PARTE V: CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y PLANIFICACIÓN  
ESTRATÉGICA**

Nro.	AFIRMACIONES	TA	PA	NI	PD	TD
1.	Considera usted un sueño llevar a la parroquia Belisario Quevedo a un sitio alto en lo que respecta al turismo.					
2.	Tiene conocimiento si el centro de información turística trabaja mancomunadamente con empresas públicas, privadas, miembros de cámaras.					
3.	El diseño de políticas y estructura de un centro de información turística es importante para encaminarlo de mejor manera.					
4.	Un proceso de registro de factores turísticos junto con sus atractivos contribuye a mejorar la gestión del centro de información turística.					
5.	La implementación de un plan estratégico llevará a un mejor camino al centro información turística de la parroquia.					
6.	El centro de información turística realiza rendimientos de cuentas sobre las actividades realizadas anualmente.					
7.	Se ha capacitado sobre los modelos teóricos así como también la de modelos reales de gestión de destinos turísticos.					
8.	Cree usted que la parroquia Belisario Quevedo tiene la capacidad de satisfacer de mejor manera que otros destinos turísticos.					
9.	La planificación estratégica en un lugar es importante para mejorar su manera de ser manejada.					
10.	El centro de información turística ha recibido capacitación sobre la planificación estratégica.					



### 3.7. Modelo de la encuesta

El siguiente cuestionario es un instrumento diseñado como parte de la tesis titulado **ESTUDIO DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICA PARA EL CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA BELISARIO QUEVEDO** Su finalidad es dar respuesta al objetivo general propuesto en la investigación, la cual es; Estudiar la Gestión Estratégica con el fin de realizar una propuesta para el Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo.

A tal efecto será necesario conocer a través de este instrumento (encuesta) las opiniones que dan lugar al logro del objetivo central.

**Marque con una x la respuesta que usted crea pertinente.**

#### PARTE I: DATOS INFORMATIVOS

##### 1) Sexo

Masculino	
Femenino	

##### 2) Edad

30 a 40	
41 a 50	
50 a mas	

##### 3) Usted vive en la parroquia Belisario Quevedo

Si	
No	

##### 4) Usted trabaja en el área de transporte que ofrece la parroquia Belisario Quevedo

Si	
No	

##### 5) Que tiempo trabaja en esta profesión

1 a 2 años	
3 a 4 años	
5 o más años	

Responda de acuerdo a la alternativa de su preferencia las siguientes afirmaciones para el estudio:

- TA: Totalmente de Acuerdo.
- PA: Parcialmente de Acuerdo.
- NI: Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo.
- PD: Parcialmente en Desacuerdo.
- TD: Totalmente en Desacuerdo

### PARTE II: PARROQUIA, CARACTERÍSTICAS Y TURISMO DE BELISARIO QUEVEDO

Nro.	AFIRMACIONES	TA	PA	NI	PD	TD
1	La Parroquia Belisario Quevedo está dedicada al turismo.					
2	Tiene afluencia de turistas la parroquia.					
3	La parroquia Belisario Quevedo es un referente turístico del cantón Latacunga.					
4	Los turistas conocen sobre los atractivos turísticos de la parroquia.					
5	La parroquia Belisario Quevedo posee importantes sitios turísticos donde se manifiestan las facilidades turísticas.					
6	Posee de un lugar físico especializado para la venta de souvenirs atractivos para el visitante (artesanía, recuerdos etc.).					
7	Un centro de información turística de la parroquia Belisario Quevedo es importante para la comunidad.					
8	Se ofrece información de las festividades de la parroquia.					

### PARTE III: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Nro.	AFIRMACIONES	TA	PA	NI	PD	TD
1	Tener una planificación ayuda al mejoramiento de la parroquia.					
2	Se utiliza un procedimiento de gestión valiosa (estratégica) para el ordenamiento turístico.					
3	Recibe usted información sobre el ordenamiento de la zona turística de la parroquia.					
4	Al aplicar la planificación estratégica en el sector turístico, se organiza de mejor manera las actividades a desarrollar.					
5	Recibe información sobre la misión, visión que tiene el GAD para la parroquia.					
6	Recibe información sobre los proyectos en las zonas aledañas a la parroquia Belisario Quevedo.					
7	La existencia de información sobre el potencial de recursos es importante para la generación de un plan de gestión estratégica.					



**PARTE IV: CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA PARA BELISARIO QUEVEDO**

Nro.	AFIRMACIONES	TA	PA	NI	PD	TD
1	Cumple una función importante el centro de información turística ubicada en la parroquia Belisario Quevedo.					
2	El centro de información turística que tiene la parroquia Belisario Quevedo se encuentra en un lugar estratégico.					
3	El centro de información turística atiende de manera ininterrumpida a las personas que desean información.					
4	El centro de información turística es un elemento de trascendencia que ayuda al turismo de la parroquia.					
5	Se necesita más centros de información turística para la parroquia Belisario Quevedo.					
6	Es necesario capacitaciones sobre datos relevantes del centro de información turística de la parroquia.					
7	El uso del centro de información turística es de gran ayuda para no tener malas experiencias en el lugar visitado.					
8	El centro de información turística ha cobrado por algún concepto algún tipo de ayuda.					
9	La información otorgada por los encargados del centro de información turística incluye datos de contacto de prestadores de servicios turísticos.					
10	El centro de información turística ofrece información sobre: oferta turística: alojamientos, agencias de viajes, guías, restaurantes, transportes y otros como hospitales.					

**PARTE V: CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

Nro.	AFIRMACIONES	TA	PA	NI	PD	TD
1	Considera usted un sueño llevar a la parroquia Belisario Quevedo a un sitio alto en lo que respecta al turismo.					
2	Tiene conocimiento si el centro de información turística trabaja mancomunadamente con empresas públicas, privadas, miembros de cámaras.					
3	El diseño de políticas y estructura de un centro de información turística es importante para encaminarlo de mejor manera.					
4	Un proceso de registro de factores turísticos junto con sus atractivos contribuye a mejorar la gestión del centro de información turística.					
5	La implementación de un plan estratégico llevará a un mejor camino al centro información turística de la parroquia.					
6	El centro de información turística realiza rendimient de cuentas sobre las actividades realizadas anualmente.					
7	Se ha capacitado sobre los modelos teóricos así como también la de modelos reales de gestión de destinos turísticos.					
8	Cree usted que la parroquia Belisario Quevedo tiene la capacidad de satisfacer de mejor manera que otros destinos turísticos.					
9	La planificación estratégica en un lugar es importante para mejorar su manera de ser manejada.					
10	El centro de información turística ha recibido capacitación sobre la planificación estratégica.					

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### 3.8. Técnicas de contraste de hipótesis

Una hipótesis estadística, es una suposición de las características de la población que puede inferirse a través de la muestra, ello es corroborado por Gorjas, Cardiel, Zamora (2011), al asumirlo como:

Una afirmación o conjetura que se hace sobre una, o varias, características de una población (...) Evidentemente, la forma más directa de comprobar tales hipótesis sería estudiando todos y cada uno de los elementos de la población. Sin embargo, frecuentemente esto no es posible (la población podría ser incluso infinita), por lo que el contraste de la hipótesis ha de basarse en una muestra. (p.139)

En las conjeturas sobre las características de la población se pueden incluir suposiciones sobre la media, correlación entre variables, sólo por mencionar algunos.

Lo anterior llevará consigo el contraste de dichas hipótesis, es decir, un procedimiento, según Gorjas, Cardiel, Zamora (ob. cit.) “para decidir la aceptación o el rechazo de las afirmaciones o hipótesis acerca de la población de estudio, las hipótesis se contrastan comparando sus predicciones con los datos experimentales” (p.137). Si dichas hipótesis coinciden dentro de un margen de error o significancia ( $\alpha$ ), se mantiene, en caso contrario se rechaza. En el caso particular de la presente investigación la hipótesis que se desea contrastar es la hipótesis nula ( $H_0$ ): el Plan de Gestión Estratégica no influye en el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo, en consecuencia, es un caso de hipótesis de correlación entre variables.

En tal sentido, para el contraste de hipótesis se seguirá el siguiente procedimiento establecido por Gorjas, Cardiel, Zamora (ob. cit.) quienes establecen el siguiente orden procedimental:

1. Establecer cuáles son las hipótesis nula  $H_0$  y alternativa  $H_1$ . Decidiendo si el contraste será unilateral (una cola) o bilateral (dos colas).
2. Elegir un nivel de significación o error aceptado ( $\alpha$ ).
3. Especificar el tamaño muestral ( $n$ ).
4. Seleccionar el estadístico de prueba apropiado, considerando que la distribución muestral no se conoce.

5. Determinar la región crítica a partir del tipo de estadístico de prueba y el nivel de significación deseado.
6. Determinar un análisis factorial de componentes principales, con la finalidad de depurar las variables correlacionadas en las dimensiones comunes. Calcular además el valor del estadístico a partir de los datos de la muestra particular que se tenga.
7. Tomar la decisión estadística apropiada. Es decir, rechazar  $H_0$  si el estadístico toma un valor en la región crítica, o aceptarla (o como mínimo, no rechazarla) en caso contrario.

Por otro lado, en vista que la distribución de la población no sigue el supuesto de la normalidad y los datos de la encuesta son ordinales, pues las respuestas TA; PA, Ni, PD, TD es una jerarquía transformable numéricamente como 1, 2, 3, 4, 5, el análisis se efectúa desde la estadística no paramétrica aspecto corroborado por Anderson, Sweeney y Williams (2008), al indicar que:

Con datos nominales y ordinales (...) La única manera de analizar esos datos para obtener conclusiones estadísticas es emplear los métodos no paramétricos. En general, para que un método estadístico se clasifique como método no paramétrico, debe satisfacer, por lo menos, una de las condiciones siguientes: 1. Ser un método que pueda ser usado con datos nominales, 2. Ser un método que pueda ser usado con datos ordinales, 3. Ser un método que pueda ser usado con datos de intervalo o de razón y cuando no sea posible hacer suposiciones acerca de la forma de la distribución de la población. (p.813, 814)

Este análisis no paramétrico puede tener diferentes vertientes con diferentes métodos entre los que se encuentran: la prueba de los signos, la prueba de los rangos con signo de Wilcoxon, la prueba de Mann-Whitney-Wilcoxon, la prueba de Kruskal-Wallis, la correlación de los rangos de Kendall y Spearman, sólo por mencionar algunos.

En el caso de la presente investigación, se utilizó el método de correlación por rangos de Spearman, que pretende según Anderson, Sweeney y Williams (ob. cit.) el cálculo del coeficiente de correlación para medir el grado de asociación del orden de las observaciones en dos variables. Su cálculo vendría expresado por:

La fórmula:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum (d_i)^2}{(n^3 - n)}$$

Dónde:

$n$  = Número de elementos o individuos encuestados

$x_i$  = Rango del elemento  $i$  respecto de una variable

$y_i$  = Rango del elemento  $i$  de la otra variable

$$(d_i)^2 = (x_i - y_i)^2$$

Finalmente, todo este proceso de cálculo se simplificó a través del uso del Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (Statistical Package for the Social Sciences -SPSS), versión 22, tal como se indicó anteriormente.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **4.1. Análisis e interrelación de resultados**

##### **Consideraciones generales entorno a los resultados de la Investigación**

En este segmento de la investigación se alcanzó presentar todas las afirmaciones y respuestas resultantes del trabajo de campo, en tal sentido a continuación se procederá a presentar la pregunta, el resultado y finalmente su análisis e interpretación del trabajo realizado.

Cabe recalcar que esta investigación se desarrolló en la Parroquia Belisario Quevedo aplicando la encuesta a las personas quienes trabajan en el área de transporte, siendo estas las compañías de camionetas y cooperativa de buses de la parroquia quienes dieron respuesta y resultados que a continuación se presentaran.

#### 4.1.1. Parte I: Datos informativos

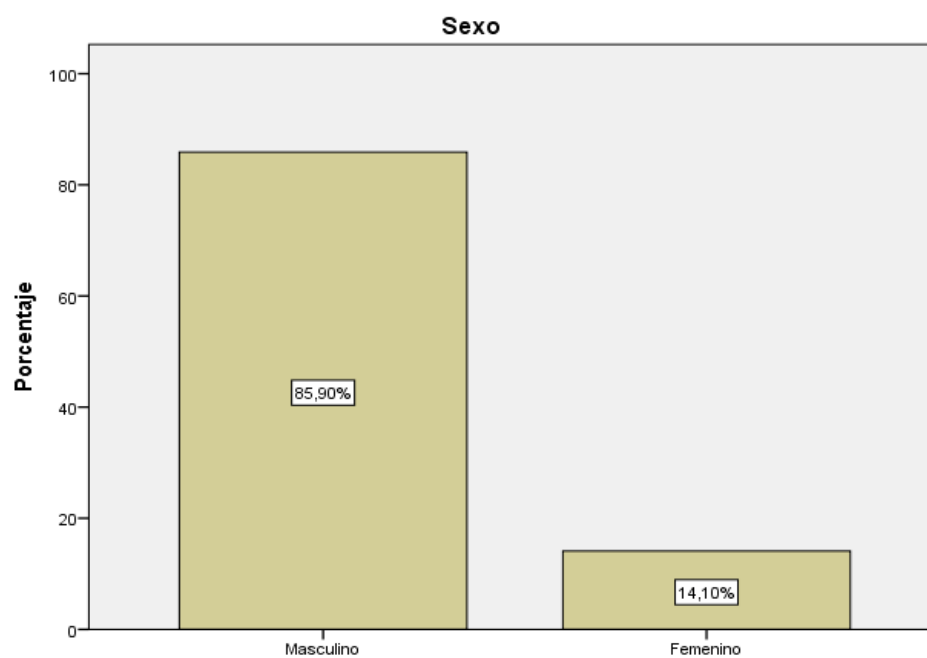
##### P1. Sexo

- Masculino
- Femenino

**Tabla 9**

Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	67	85,9	85,9	85,9
	Femenino	11	14,1	14,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 15.** Sexo

##### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los datos recopilados puede observarse que 67 personas son hombres lo cual equivale al 85,9% y el 14.1% restante pertenecen al sexo femenino lo cual equivale a 11 personas. Por lo tanto, podemos determinar que las respuestas en su gran mayoría provienen del sexo masculino.

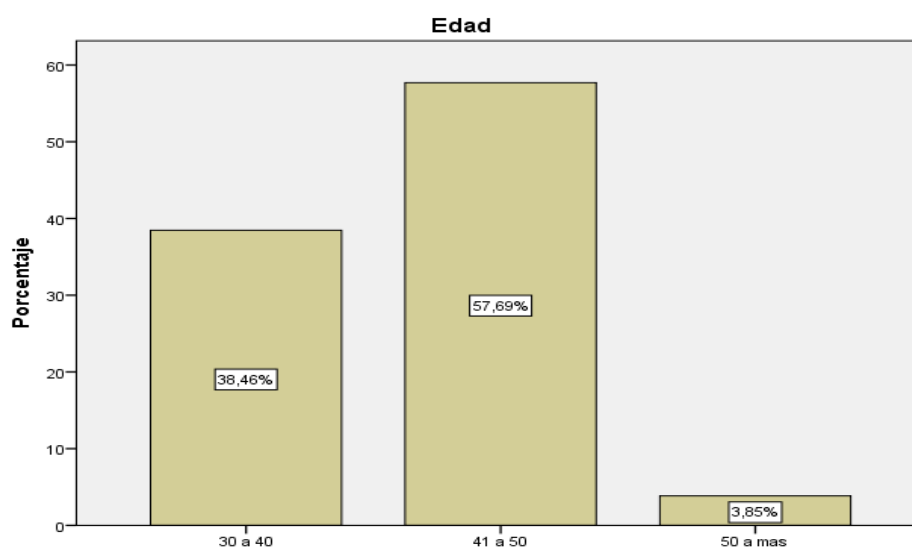
## P2. Edad

- 30 a 40
- 41 a 50
- 50 a mas

**Tabla 10**

*Edad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	30 a 40	30	38,5	38,5	38,5
	41 a 50	45	57,7	57,7	96,2
	50 a mas	3	3,8	3,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 16.** Edad

### **Análisis e Interpretación:**

En base a los resultados obtenidos podemos manifestar que 57.69% se encuentran entre los 41 y 50 años de edad equivalente a 45 personas, por otro lado 30 personas manifestaron que se encuentran entre 30 y 40 años correspondiendo así al 38,46%, y las 3 personas restantes manifestaron que tenían más de 50 años. De acuerdo a estos resultados se puede estimar que las encuestas fueron ejecutadas a personas en edad de madurez y adicionalmente que conocen el lugar por varios años por lo tanto puede identificar de forma más precisa las necesidades específicas del sector.

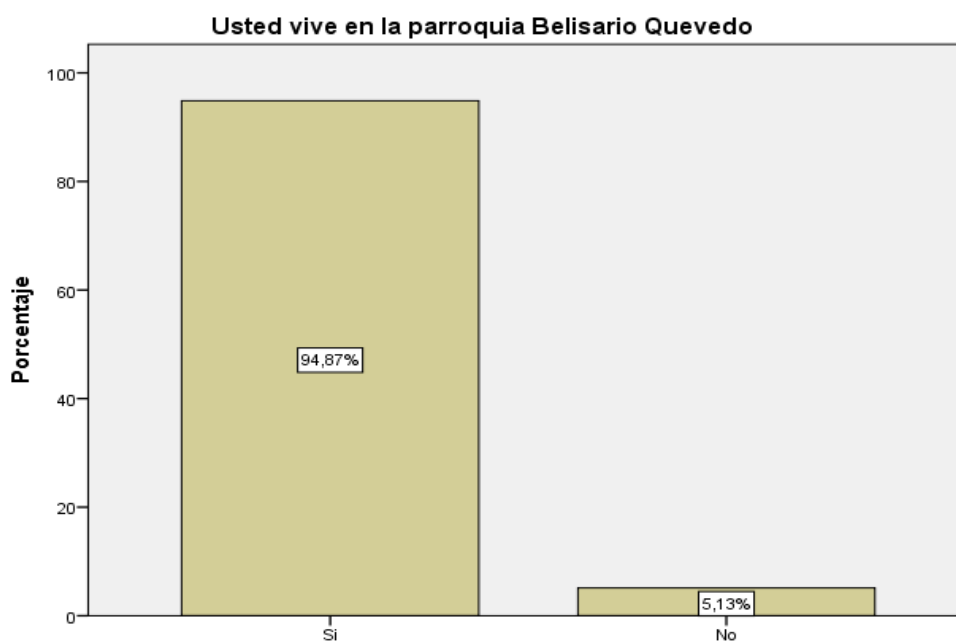
### P3. Usted vive en la parroquia Belisario Quevedo

- Si
- No

**Tabla 11**

*Usted vive en la parroquia Belisario Quevedo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	74	94,9	94,9	94,9
	No	4	5,1	5,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 17.** Vivir en la parroquia Belisario Quevedo

#### **Análisis e Interpretación:**

De los encuestados se puede estipular que el 94,87% viven en la Parroquia Belisario Quevedo lo cual equivale a 74 personas, mientras que el 5,13% restante no viven en la parroquia lo cual puede traducirse en 4 personas. Entonces podemos manifestar que casi la totalidad de los encuestados conocen de forma directa el entorno de la Parroquia y además se encuentran relacionados directamente con las actividades de su localidad.



#### P4. Usted Trabaja en el área de transporte que ofrece la parroquia Belisario

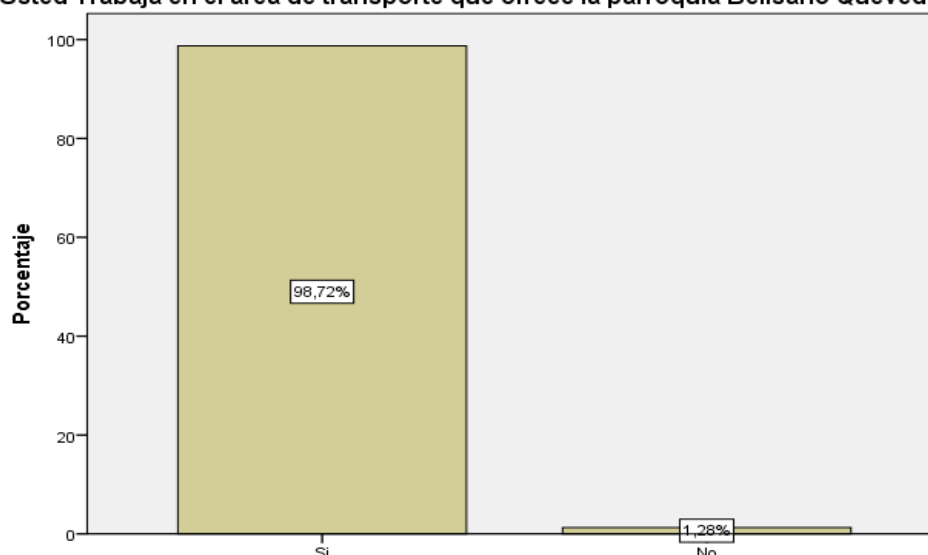
- Si
- No

**Tabla 12**

*Usted Trabaja en el área de transporte que ofrece la parroquia Belisario*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	77	98,7	98,7	98,7
	No	1	1,3	1,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**Usted Trabaja en el área de transporte que ofrece la parroquia Belisario Quevedo**



**Figura 18.** Trabaja en la parroquia Belisario Quevedo

#### **Análisis e Interpretación:**

Según los datos obtenidos se estipula que el 98,72% de los encuestados desempeñan sus labores en la Parroquia Belisario Quevedo lo cual equivale a 77 personas mientras que el 1,28% que representa a 1 persona manifiesta que no trabaja en su localidad. En base a esto podemos determinar que la totalidad de la población encuestada vive o trabaja en la Parroquia Belisario Quevedo, por lo tanto, se encuentran de forma frecuentes por el sector y conocen el comportamiento de los diferentes actores y servicios pertenecientes a la comunidad.

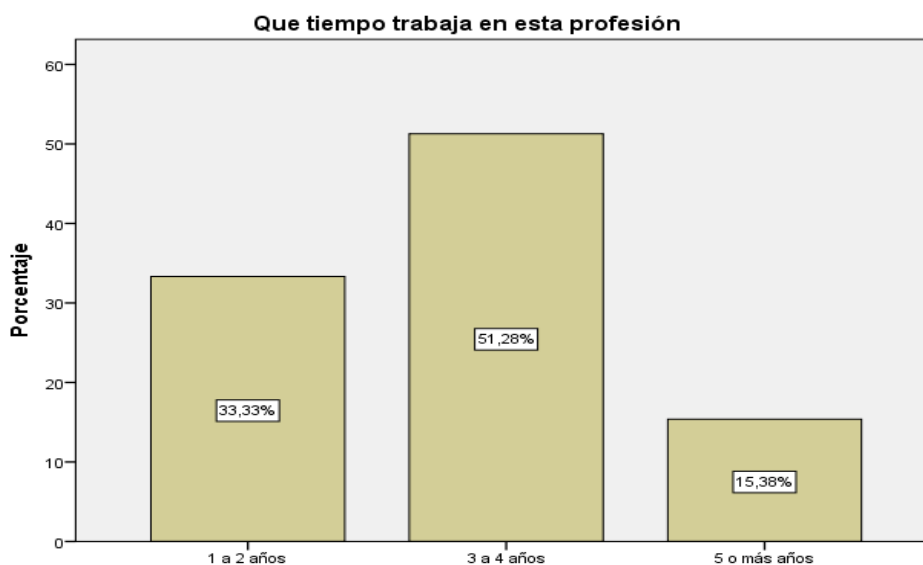
### P5. Que tiempo trabaja en esta profesión

- 1 a 2 años
- 3 a 4 años
- 5 o más años

**Tabla 13**

*Que tiempo trabaja en esta profesión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	1 a 2 años	26	33,3	33,3	33,3
	3 a 4 años	40	51,3	51,3	84,6
	5 o más años	12	15,4	15,4	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 19.** Tiempo de trabajo

#### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los resultados el 51,28% de ellos se dedica a este tipo de actividades entre 3 y 4 años lo cual representa 40 personas, el 33,33% de ellos ha laborado entre 1 y 2 años llegando a significar 26 personas y el 15,38% de ellos ha estado trabajando en este ámbito 5 o más años lo cual equivale a 15 personas. De lo cual puede estimarse que las personas involucradas en estas labores entre 3 y 4 años, entonces conocen de forma más amplia el ambiente y las principales funciones de la labor.

#### 4.1.2. Parte II Características y turismo de Belisario Quevedo

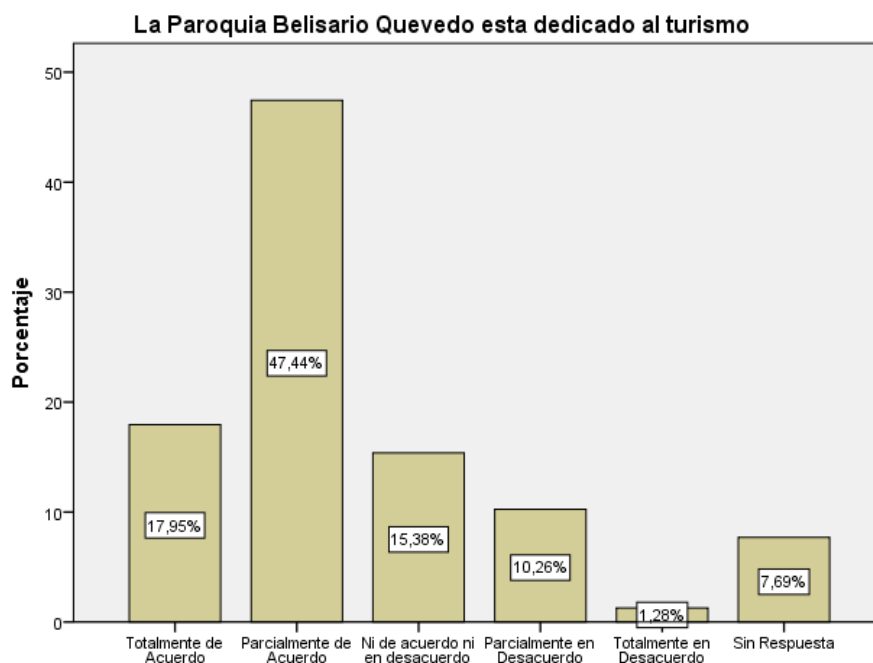
##### A1. La Parroquia Belisario Quevedo está dedicado al turismo

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 14**

*La Parroquia Belisario Quevedo está dedicado al turismo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	14	17,9	17,9	17,9
	Parcialmente de Acuerdo	37	47,4	47,4	65,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	15,4	15,4	80,8
	Parcialmente en Desacuerdo	8	10,3	10,3	91,0
	Totalmente en Desacuerdo	1	1,3	1,3	92,3
	Sin Respuesta	6	7,7	7,7	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 20.** Turismo en la parroquia Belisario Quevedo

#### **Análisis e Interpretación:**

Respecto a la percepción de los encuestados el 47,44% está parcialmente de acuerdo respecto a la actividad que desempeña la parroquia acerca del turismo, el 17,95% se encuentra totalmente de acuerdo acerca de que el turismo es una actividad económica para la parroquia, el 15,36% se mantiene indiferente a esta interrogante, el 10,26% de los encuestados manifestaron que está parcialmente en desacuerdo, el 7,69% no dieron una respuesta mientras que el 1,28% se encuentra totalmente en desacuerdo. Acerca de lo cual puede estipularse que en su mayoría los encuestados consideran que la parroquia está dedicada a ejercer actividades turísticas.

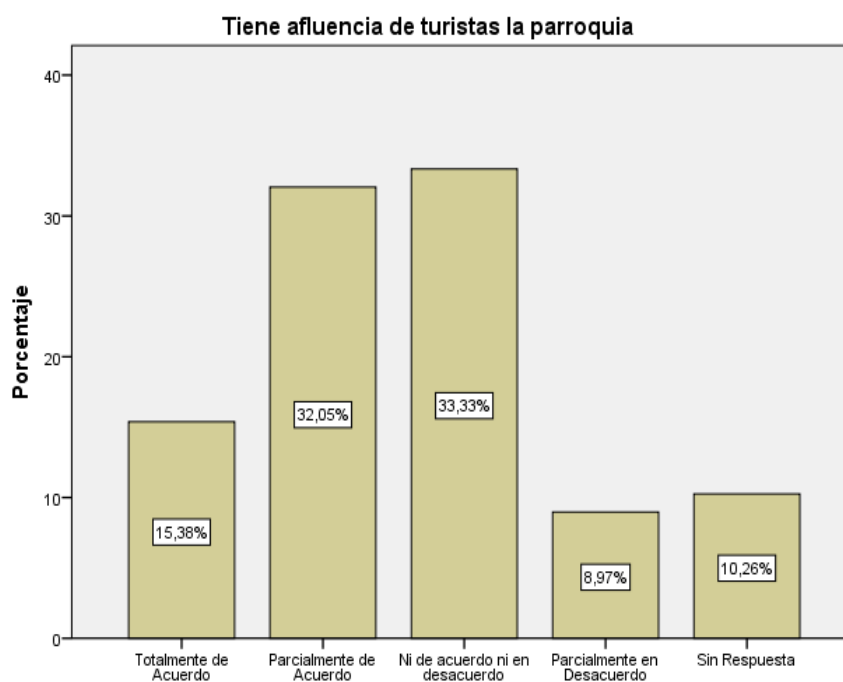
## A2. Tiene afluencia de turistas la parroquia

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 15**

*Tiene afluencia de turistas la parroquia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de Acuerdo	12	15,4	15,4	15,4
	Parcialmente de Acuerdo	25	32,1	32,1	47,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	33,3	33,3	80,8
	Parcialmente en Desacuerdo	7	9,0	9,0	89,7
	Sin Respuesta	8	10,3	10,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 21.** Turistas en la parroquia Belisario Quevedo

**Análisis e Interpretación:**

En base a los resultados encontrados podemos determinar que el 32,05% está parcialmente de acuerdo, el 15,38% se encuentra totalmente de acuerdo, el 33,33% se mantiene indiferente a esta interrogante, el 8,97% de los encuestados manifestaron que está parcialmente en desacuerdo, el 10,26% no dieron una respuesta mientras que el 8,97% se encuentra totalmente en desacuerdo.

### A3. La parroquia Belisario Quevedo es un referente turístico del cantón Latacunga

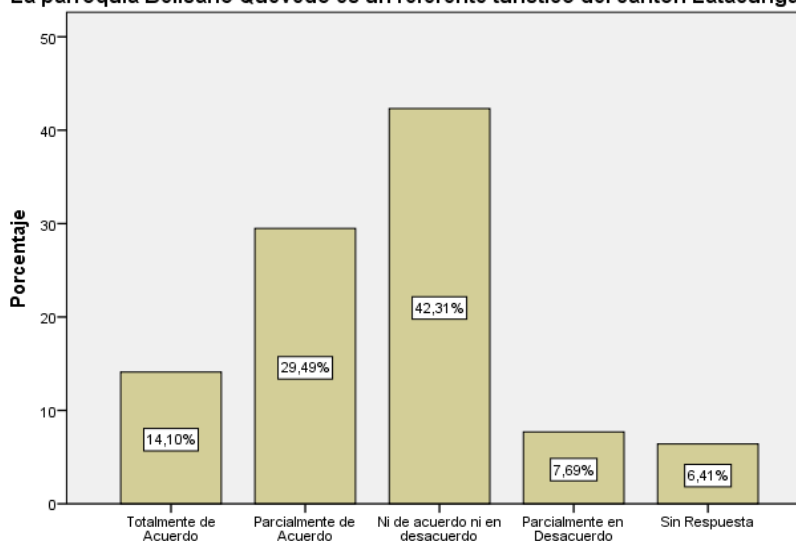
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 16**

*La parroquia Belisario Quevedo es un referente turístico del cantón Latacunga*

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo		11	14,1	14,1	14,1
	Parcialmente de Acuerdo		23	29,5	29,5	43,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		33	42,3	42,3	85,9
	Parcialmente en Desacuerdo		6	7,7	7,7	93,6
	Sin Respuesta		5	6,4	6,4	100,0
	Total		78	100,0	100,0	

**La parroquia Belisario Quevedo es un referente turístico del cantón Latacunga**



**Figura 22.** Referente Parroquia Belisario Quevedo

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los resultados respecto a la significancia del turismo provisto por Parroquia en Latacunga se determina el 14,10% está totalmente de acuerdo, el 29,49% estas parcialmente de acuerdo con la interrogante, el 42,31% se mantiene indiferente con la pregunta realizada, el 7,69% por su parte manifiesta que se encuentra parcialmente en desacuerdo mientras que el 6,41% no dieron respuesta a la interrogante. En su mayoría está considerado que la Parroquia no es realmente importante dentro de la actividad turística de Latacunga.



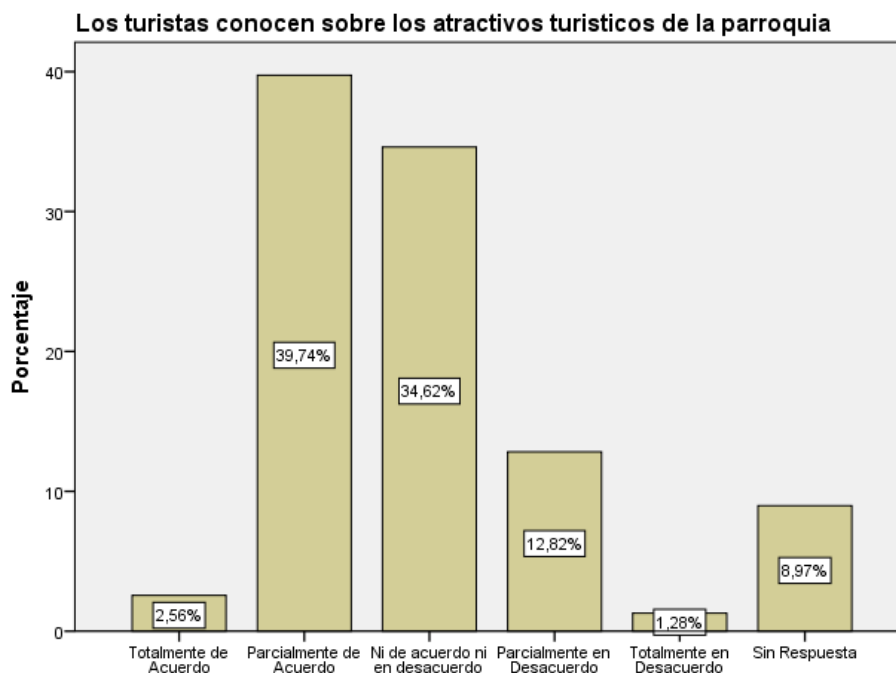
#### A4. Los turistas conocen sobre los atractivos turísticos de la parroquia

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 17**

*Los turistas conocen sobre los atractivos turísticos de la parroquia*

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo		2	2,6	2,6	2,6
	Parcialmente de Acuerdo		31	39,7	39,7	42,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		27	34,6	34,6	76,9
	Parcialmente en Desacuerdo		10	12,8	12,8	89,7
	Totalmente en Desacuerdo		1	1,3	1,3	91,0
	Sin Respuesta		7	9,0	9,0	100,0
	Total		78	100,0	100,0	



**Figura 23.** Atractivos turísticos de la Parroquia Belisario Quevedo

#### **Análisis e Interpretación:**

En base a la información recopilada a través de las encuestas puede determinarse que el 2,56% está totalmente de acuerdo, el 39,74% estas parcialmente de acuerdo con la interrogante, el 34,62% se mantiene indiferente con la pregunta realizada, el 12,82% por su parte manifiesta que se encuentra parcialmente en desacuerdo, el 1,28% se encuentra totalmente en desacuerdo mientras que el 8,97% no dieron respuesta a la interrogante.

**A5. La parroquia Belisario posee importantes sitios turísticos donde se manifiestan facilidades turísticas.**

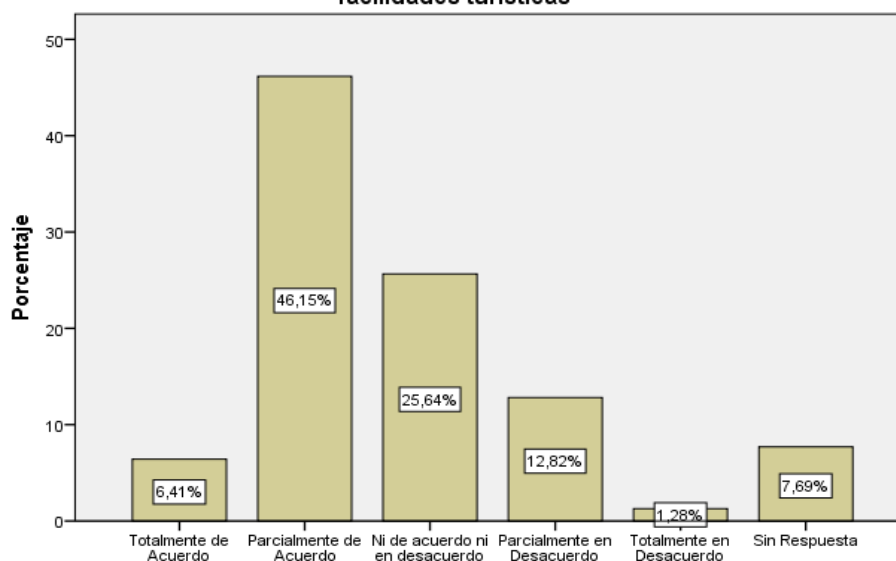
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 18**

*La parroquia Belisario posee importantes sitios turísticos donde se manifiestan facilidades turísticas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	5	6,4	6,4	6,4
	Parcialmente de Acuerdo	36	46,2	46,2	52,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	25,6	25,6	78,2
	Parcialmente en Desacuerdo	10	12,8	12,8	91,0
	Totalmente en Desacuerdo	1	1,3	1,3	92,3
	Sin Respuesta	6	7,7	7,7	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**La parroquia Belisario posee importantes sitios turísticos donde se manifiestan facilidades turísticas**



**Figura 24.** Facilidades turísticas de la Parroquia Belisario Quevedo

#### **Análisis e Interpretación:**

A partir de los datos recopilados mediante las encuestas puede manifestarse que el 6,41% está totalmente de acuerdo, el 46,15% estas parcialmente de acuerdo con la interrogante, el 25,64% se mantiene indiferente con la pregunta realizada, el 12,82% por su parte manifiesta que se encuentra parcialmente en desacuerdo, el 1,28% se encuentra totalmente en desacuerdo mientras que el 7,69% no dieron respuesta a la interrogante. Puede estipularse que a pesar de las facilidades turísticas brindadas no se ejecuta de forma eficiente y requiere de una metodología correcta de gestión.

**A6. Posee de un lugar físico especializado para la venta de souvenirs atractivos para el visitante (artesanías, recuerdos, etc.)**

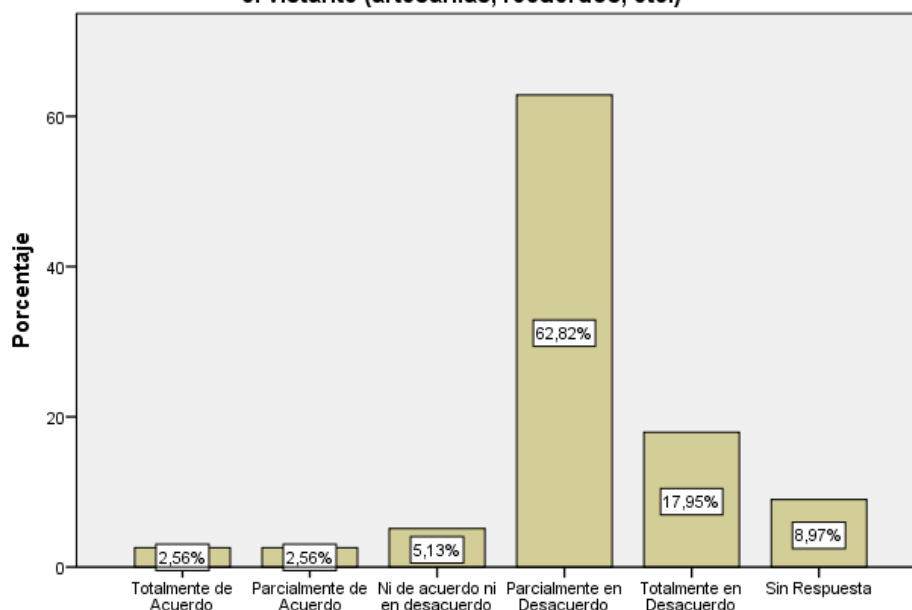
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 19**

*Posee de un lugar físico especializado para la venta de souvenirs atractivos para el visitante (artesanías, recuerdos, etc.)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	2	2,6	2,6	2,6
	Parcialmente de Acuerdo	2	2,6	2,6	5,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	5,1	5,1	10,3
	Parcialmente en Desacuerdo	49	62,8	62,8	73,1
	Totalmente en Desacuerdo	14	17,9	17,9	91,0
	Sin Respuesta	7	9,0	9,0	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**Posee de un lugar físico especializado para la venta de souvenirs atractivos para el visitante (artesanías, recuerdos, etc.)**



**Figura 25.** Lugar físico – venta de souvenirs

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los resultados recopilados en base al lugar físico especializado para la venta de souvenirs puede determinarse que el 2,56% está totalmente de acuerdo, el 2,56% estas parcialmente de acuerdo con la interrogante, el 5,13% se mantiene indiferente con la pregunta realizada, el 62,82% por su parte manifiesta que se encuentra parcialmente en desacuerdo, el 17,95% se encuentra totalmente en desacuerdo mientras que el 8,97% no dieron respuesta a la interrogante.

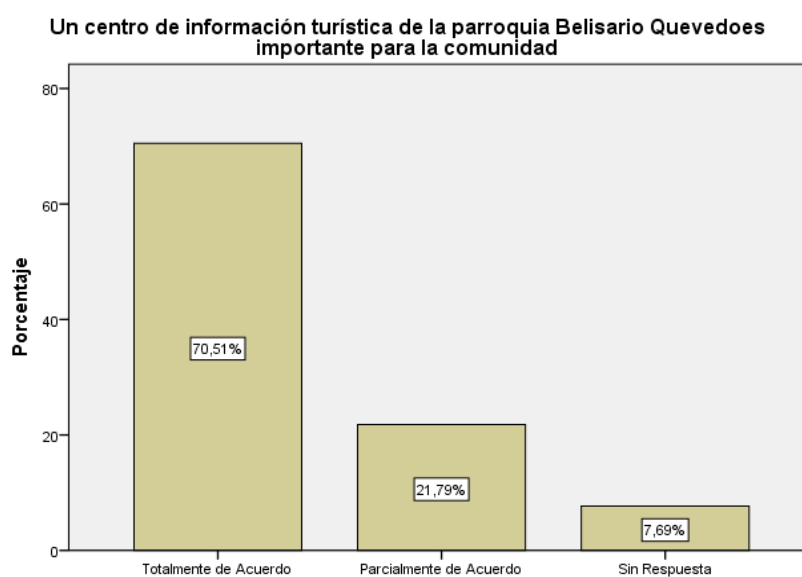
### A7. Un centro de información turística de la parroquia Belisario Quevedo es importante para la comunidad

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 20**

*Un centro de información turística de la parroquia Belisario Quevedo es importante para la comunidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	55	70,5	70,5	70,5
	Parcialmente de Acuerdo	17	21,8	21,8	92,3
	Sin Respuesta	6	7,7	7,7	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 26.** C.I.T. de la Parroquia Belisario Quevedo

**Análisis e Interpretación:**

En base a las encuestas aplicadas puede determinarse que el 70,51% está totalmente de acuerdo, el 21,79% está parcialmente de acuerdo con la interrogante mientras que el 7,69% no dieron respuesta a la interrogante. Por lo cual puede deducirse que más de la mitad de la población encuestada considera que el centro de Información Turística es importante para la comunidad debido a los servicios y facilidades que brinda acerca de las actividades turísticas que oferta la Parroquia.



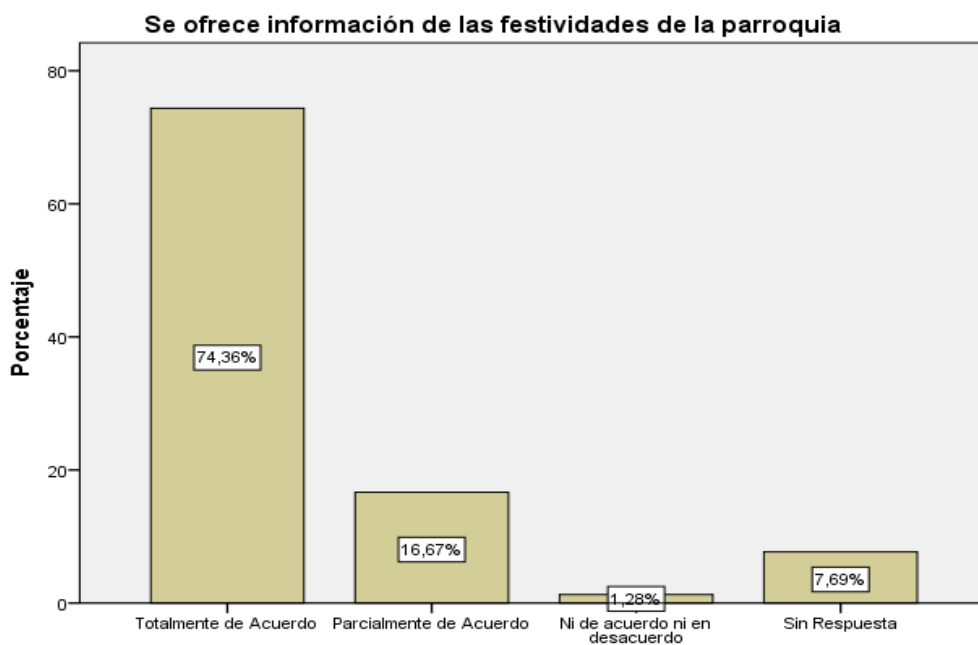
### A8. Se ofrece información de las festividades de la parroquia

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 21**

*Se ofrece información de las festividades de la parroquia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de Acuerdo	58	74,4	74,4	74,4
	Parcialmente de Acuerdo	13	16,7	16,7	91,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1,3	1,3	92,3
	Sin Respuesta	6	7,7	7,7	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 27.** Festividades de la Parroquia Belisario Quevedo

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los datos obtenidos acerca de la promoción de las festividades de la parroquia resulto que el 74,36% está totalmente de acuerdo, el 16,67% está parcialmente de acuerdo con la interrogante, el 1,28% se mantuvo indiferente a esta interrogante mientras que el 7,69% no dieron respuesta a la interrogante. A partir de lo cual se puede manifestar que la mayoría considera que si se promociona las festividades existentes en la parroquia.

### 4.1.3. Parte III Planificación estratégica

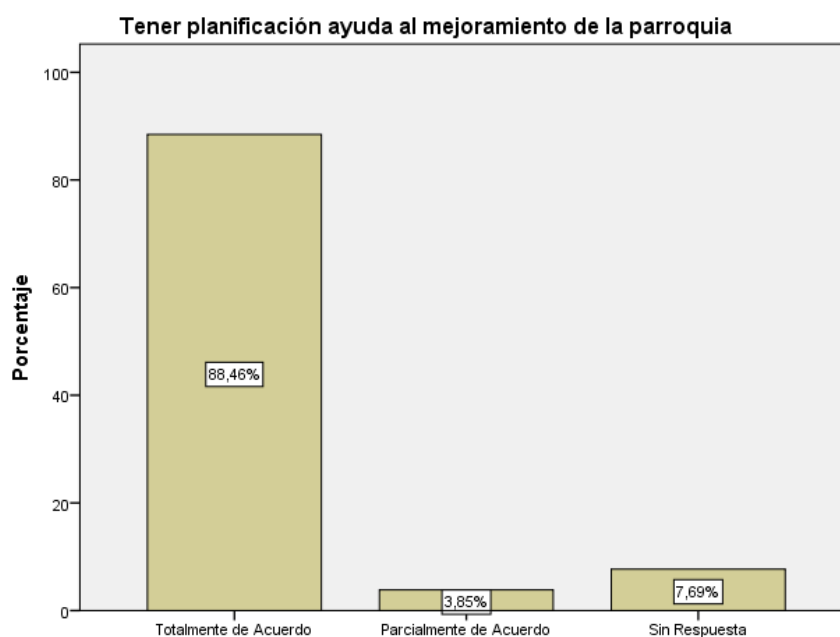
#### A1. Tener planificación ayuda al mejoramiento de la parroquia

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 22**

*Tener planificación ayuda al mejoramiento de la parroquia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	69	88,5	88,5	88,5
	Parcialmente de Acuerdo	3	3,8	3,8	92,3
	Sin Respuesta	6	7,7	7,7	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 28.** Planificación

**Análisis e Interpretación:**

En base a los resultados obtenidos con la aplicación de las encuestas se determinó que el 88,46% está totalmente de acuerdo, el 3,85% está parcialmente de acuerdo con la interrogante, mientras que el 7,69% no dieron respuesta a la interrogante. De modo que puede considerarse que casi la totalidad de la población considera vital la realización de una planificación con el objeto de estipular las actividades necesarias para el desenvolvimiento.

## A2. Se utiliza un procedimiento de gestión valiosa (estratégica) para el ordenamiento turístico

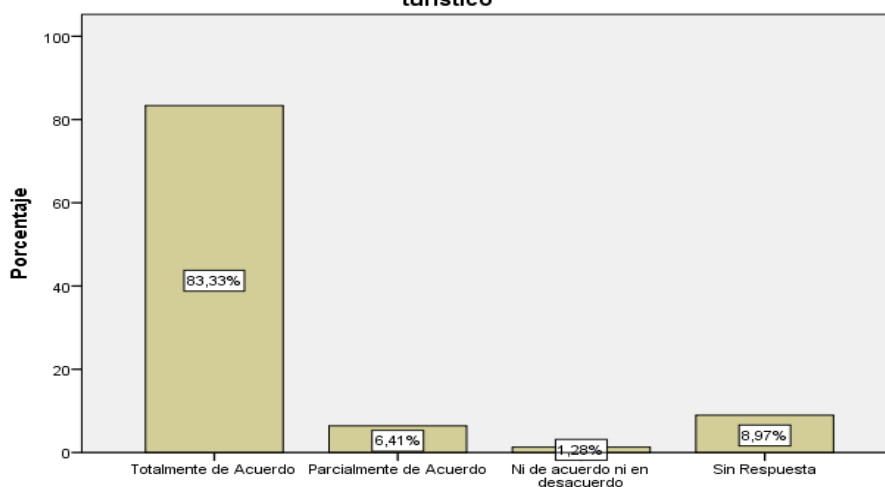
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 23**

*Se utiliza un procedimiento de gestión valiosa (estratégica) para el ordenamiento turístico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	65	83,3	83,3	83,3
	Parcialmente de Acuerdo	5	6,4	6,4	89,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1,3	1,3	91,0
	Sin Respuesta	7	9,0	9,0	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**Se utiliza un procedimiento de gestión valiosa (estratégica) para el ordenamiento turístico**



**Figura 29.** Proceso de gestión

**Análisis e Interpretación:**

En base a los resultados obtenidos puede determinarse que el 83,33% está totalmente de acuerdo, el 6,41% está parcialmente de acuerdo con la interrogante, el 1,28% mantuvo una opinión indiferente respecto a la interrogante mientras que el 7,69% no dieron respuesta a la interrogante. Por tanto, puede estimarse que un proceso de gestión que los encuestados consideran que el proceso de gestión asegura el ordenamiento.

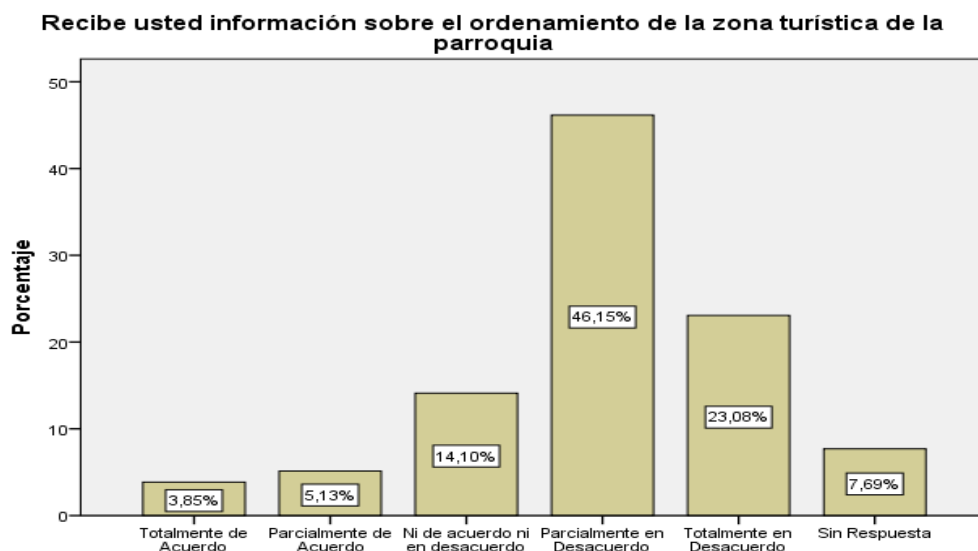
### A3. Recibe usted información sobre el ordenamiento de la zona turística de la parroquia

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 24**

*Recibe usted información sobre el ordenamiento de la zona turística de la parroquia*

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	de	3	3,8	3,8	3,8
	Parcialmente Acuerdo	de	4	5,1	5,1	9,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		11	14,1	14,1	23,1
	Parcialmente Desacuerdo	en	36	46,2	46,2	69,2
	Totalmente Desacuerdo	en	18	23,1	23,1	92,3
	Sin Respuesta		6	7,7	7,7	100,0
	Total		78	100,0	100,0	



**Figura 30.** Ordenamiento

### **Análisis e Interpretación:**

En base a los datos recopilados el 3,85% estuvo totalmente de acuerdo, el 5,31% se encuentra parcialmente de acuerdo, el 14,10% se mantuvo indiferente ante la interrogante, el 46,15% se encuentra parcialmente en desacuerdo, el 23,08% se encuentra totalmente en desacuerdo mientras que el 7,69% no dieron respuesta a la interrogante. Por lo tanto, se deduce que no se difunde el ordenamiento estipulado para el manejo del turismo.



**A4. Al aplicar la planificación estratégica en el sector turístico, se organiza de mejor manera, así como sus actividades**

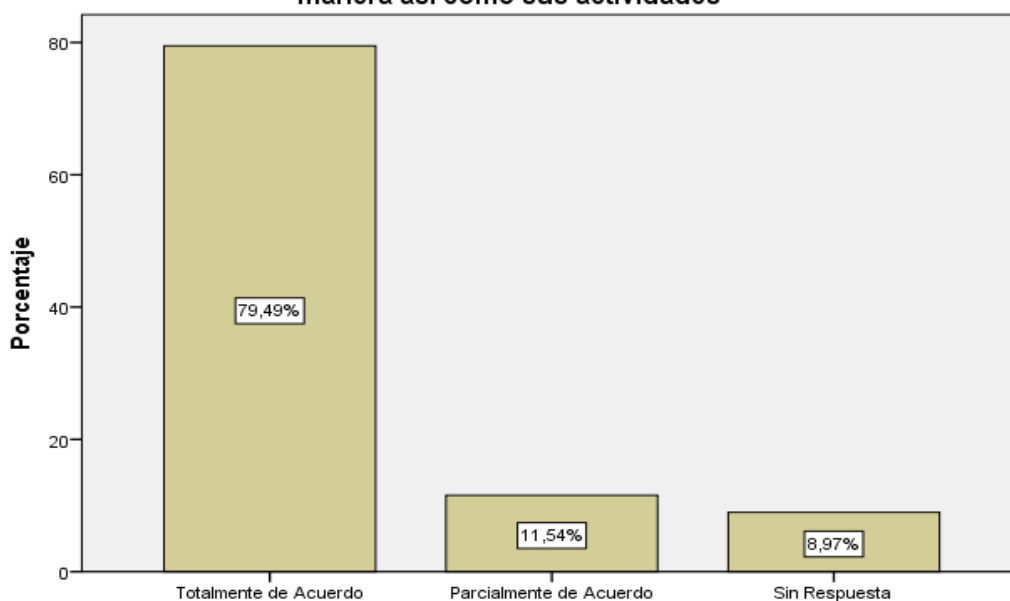
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 25**

*Al aplicar la planificación estratégica en el sector turístico, se organiza de mejor manera, así como sus actividades*

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo		62	79,5	79,5	79,5
	Parcialmente de Acuerdo		9	11,5	11,5	91,0
	Sin Respuesta		7	9,0	9,0	100,0
	Total		78	100,0	100,0	

**Al aplicar la planificación estratégica en el sector turístico, se organiza de mejor manera así como sus actividades**



**Figura 31.** Planificación estratégica

**Análisis e Interpretación:**

Según los resultados obtenidos se estipula que el 79,49% estuvo totalmente de acuerdo, el 11,54% se encuentra parcialmente de acuerdo, mientras que el 8,97% no dieron respuesta a la interrogante. Por lo tanto, en su mayoría consideran que la planificación estratégica es instrumento que contribuye a la organización de las actividades del sector turístico.

### A5. Recibe información sobre la misión, visión y que tiene el GAD para la parroquia

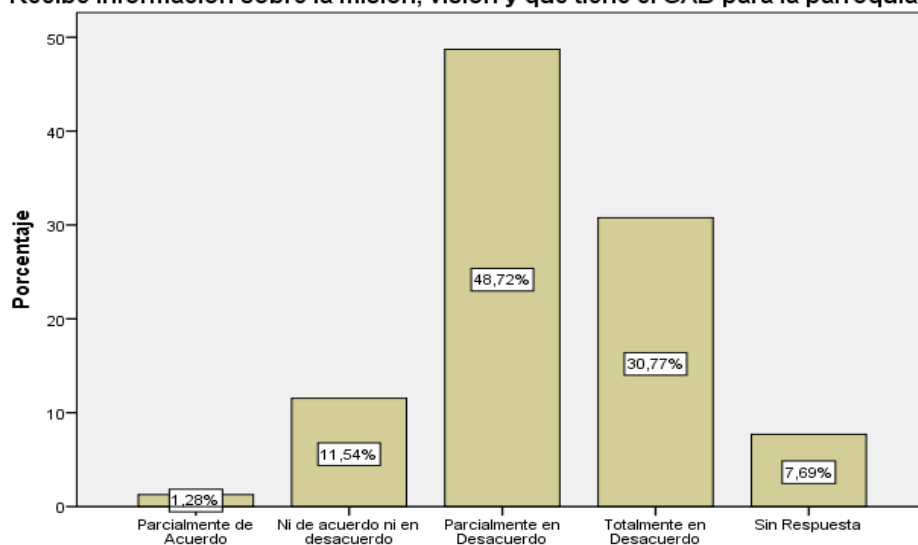
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 26**

*Recibe información sobre la misión, visión y que tiene el GAD para la parroquia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Parcialmente de Acuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	11,5	11,5	12,8
	Parcialmente en Desacuerdo	38	48,7	48,7	61,5
	Totalmente en Desacuerdo	24	30,8	30,8	92,3
	Sin Respuesta	6	7,7	7,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Recibe información sobre la misión, visión y que tiene el GAD para la parroquia**



**Figura 32.** GAD Parroquia

**Análisis e Interpretación:**

Según los resultados obtenidos puede estimarse que el 1,28% se encuentran parcialmente de acuerdo, el 11,54% se mantuvo indiferente ante la interrogante, el 48,72% se encuentra parcialmente en desacuerdo, el 30,77% se encuentra totalmente en desacuerdo mientras que el 7,69% no dieron respuesta a la interrogante. En base a esta información se puede deducir que no se difunde ni la misión ni la visión del GAD de la Parroquia.

## A6. Recibe información sobre los proyectos en las zonas aledañas a la parroquia Belisario Quevedo

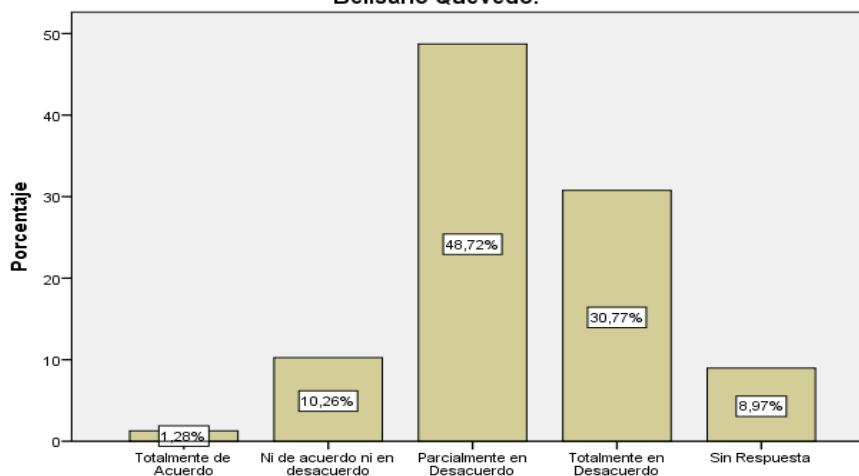
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 27**

*Recibe información sobre los proyectos en las zonas aledañas a la parroquia Belisario Quevedo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	10,3	10,3	11,5
	Parcialmente en Desacuerdo	38	48,7	48,7	60,3
	Totalmente en Desacuerdo	24	30,8	30,8	91,0
	Sin Respuesta	7	9,0	9,0	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**Recibe información sobre los proyectos en las zonas aledañas a la parroquia Belisario Quevedo.**



**Figura 33.** Zonas Aledañas

**Análisis e Interpretación:**

Según los resultados obtenidos puede estimarse que el 1,28% se encuentran totalmente de acuerdo, el 10,26% se mantuvo indiferente ante la interrogante, el 48,72% se encuentra parcialmente en desacuerdo, el 30,77% se encuentra totalmente en desacuerdo mientras que el 8,97% no dieron respuesta a la interrogante. Por lo tanto, en su mayoría los encuestados supieron manifestar que no han recibido información respecto a las zonas aledañas.

### A7. La existencia de información sobre el potencial de recursos es importante para la generación de un plan de gestión estratégica

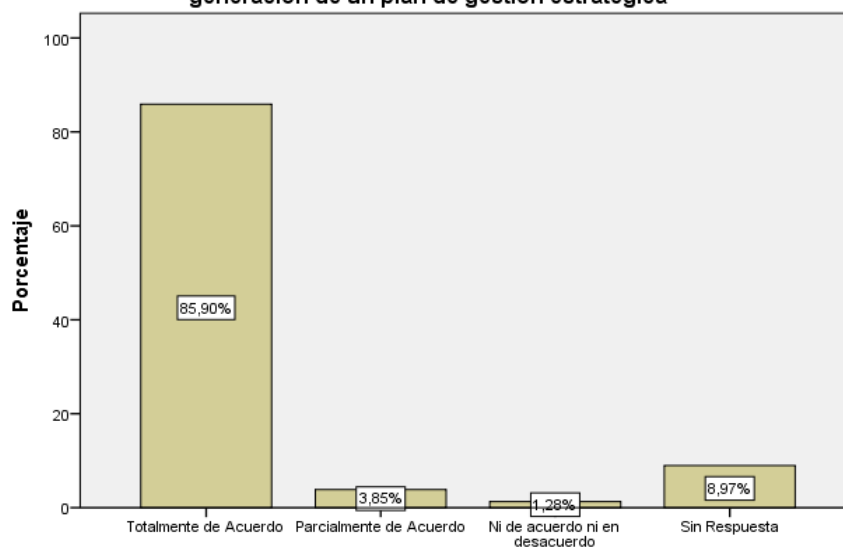
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 28**

*La existencia de información sobre el potencial de recursos es importante para la generación de un plan de gestión estratégica*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	67	85,9	85,9	85,9
	Parcialmente de Acuerdo	3	3,8	3,8	89,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1,3	1,3	91,0
	Sin Respuesta	7	9,0	9,0	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**La existencia de información sobre el potencial de recursos es importante para la generación de un plan de gestión estratégica**



**Figura 34.** Potencial de recursos

**Análisis e Interpretación:**

En base a los resultados obtenidos puede estimarse que el 85,90% se encuentra totalmente de acuerdo, el 3,85% se encuentra parcialmente de acuerdo, el 1,28% se mantuvo indiferente ante la interrogante mientras que el 8,97% no dieron respuesta a la interrogante. Por lo tanto, en su mayoría los encuestados supieron manifestar que es importante considerar el potencial de los recursos en la planificación estratégica.



#### 4.1.4. Parte IV Centro de información turística para Belisario Quevedo

##### A1 Cumple una función importante el centro de información turística ubicada en la parroquia Belisario Quevedo

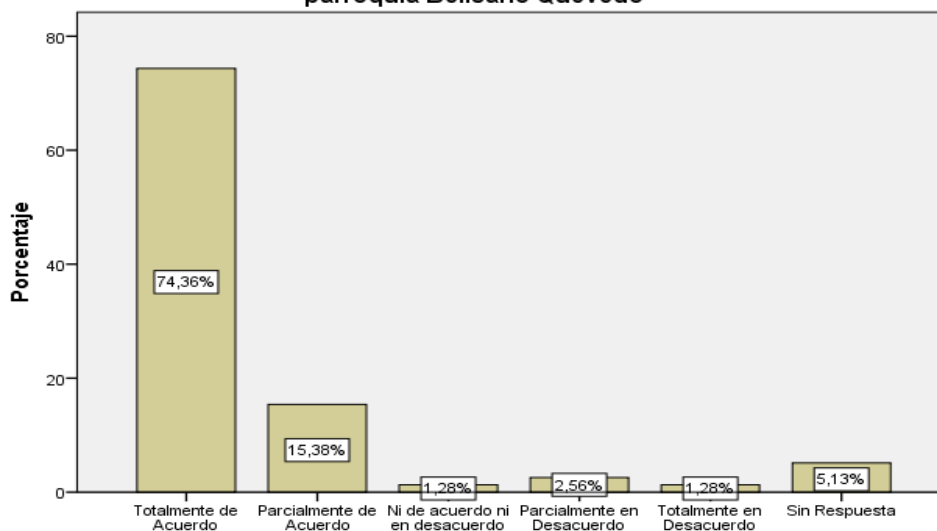
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 29**

*Cumple una función importante el centro de información turística ubicada en la parroquia Belisario Quevedo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	58	74,4	74,4	74,4
	Parcialmente de Acuerdo	12	15,4	15,4	89,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1,3	1,3	91,0
	Parcialmente en Desacuerdo	2	2,6	2,6	93,6
	Totalmente en Desacuerdo	1	1,3	1,3	94,9
	Sin Respuesta	4	5,1	5,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Cumple una función importante el centro de información turística ubicada en la parroquia Belisario Quevedo**



**Figura 35.** Utilidad del CIT en la Parroquia

#### **Análisis e Interpretación:**

En base a los resultados obtenidos puede estimarse que el 74,36% se encuentra totalmente de acuerdo, el 15,38% se encuentra parcialmente de acuerdo, el 1,28% se mantuvo indiferente ante la interrogante, el 2,56% se encuentra parcialmente en desacuerdo, el 1,28% se encuentra totalmente en desacuerdo, mientras que el 5,13% no dieron respuesta a la interrogante.

**A2.** El centro de información turística que tiene la parroquia Belisario Quevedo se encuentra en un lugar estratégico

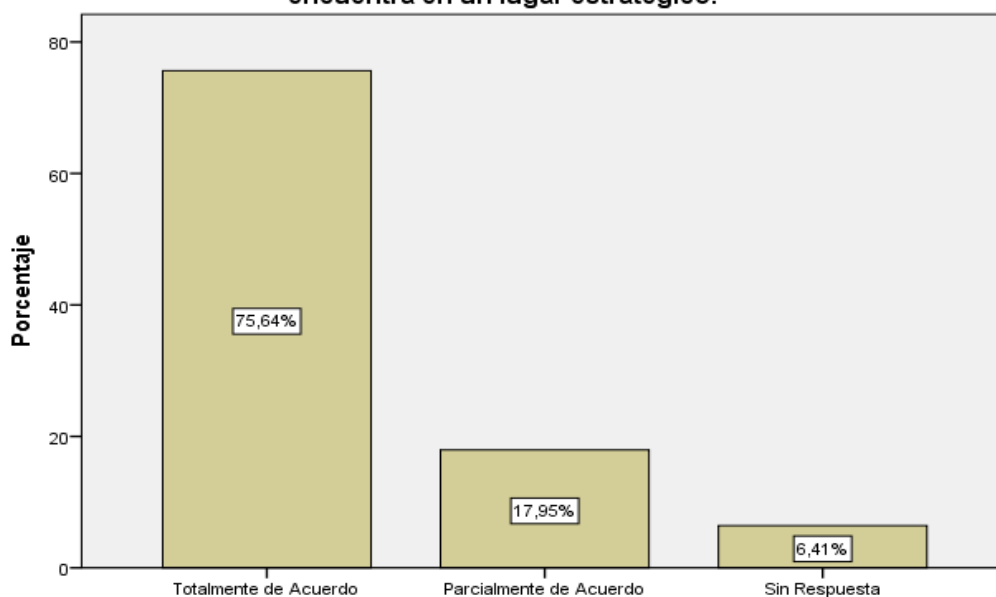
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 30**

*El centro de información turística que tiene la parroquia Belisario Quevedo se encuentra en un lugar estratégico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	59	75,6	75,6	75,6
	Parcialmente de Acuerdo	14	17,9	17,9	93,6
	Sin Respuesta	5	6,4	6,4	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**El centro de información turística que tiene la parroquia Belisario Quevedo se encuentra en un lugar estratégico.**



**Figura 36.** CIT Lugar Estratégico

**Análisis e Interpretación:**

En base a los resultados obtenidos puede estimarse que el 75,64% se encuentra totalmente de acuerdo, el 17,85% se encuentra parcialmente de acuerdo mientras que el 6,41% no dieron respuesta a la interrogante. Entonces los encuestados consideran que el Centro de Información Turística se encuentra en un lugar estratégico de la parroquia.

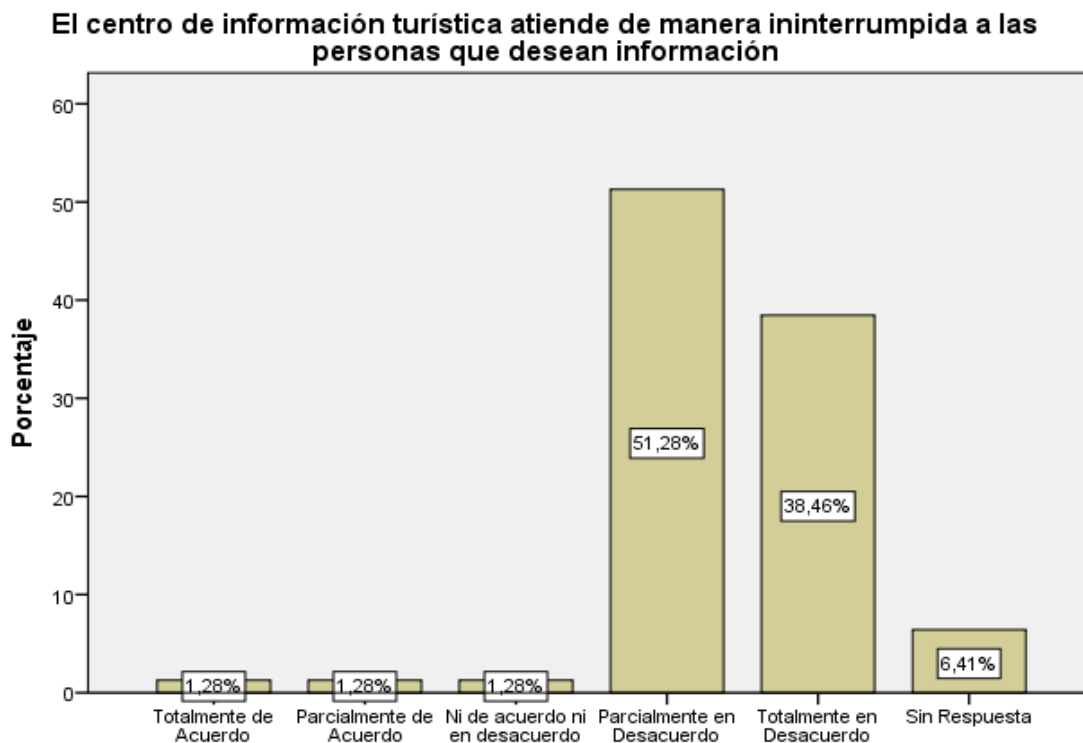
### A3. El centro de información turística atiende de manera ininterrumpida a las personas que desean información

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 31**

*El centro de información turística atiende de manera ininterrumpida a las personas que desean información*

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo		1	1,3	1,3	1,3
	Parcialmente de Acuerdo		1	1,3	1,3	2,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		1	1,3	1,3	3,8
	Parcialmente en Desacuerdo		40	51,3	51,3	55,1
	Totalmente en Desacuerdo		30	38,5	38,5	93,6
	Sin Respuesta		5	6,4	6,4	100,0
	Total		78	100,0	100,0	



**Figura 37.** CIT atención

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos puede estimarse que el 1,28% se encuentra totalmente de acuerdo, el 1,28% se encuentra parcialmente de acuerdo, el 1,28% se mantuvo indiferente ante la interrogante, el 51,28% se encuentra parcialmente en desacuerdo, el 38,46% se encuentra totalmente en desacuerdo, mientras que el 6,41% no dieron respuesta a la interrogante. Lo que significa que el centro de información no presta sus servicios.

#### A4. El centro de información turística es un elemento de trascendencia que ayuda al turismo de la parroquia

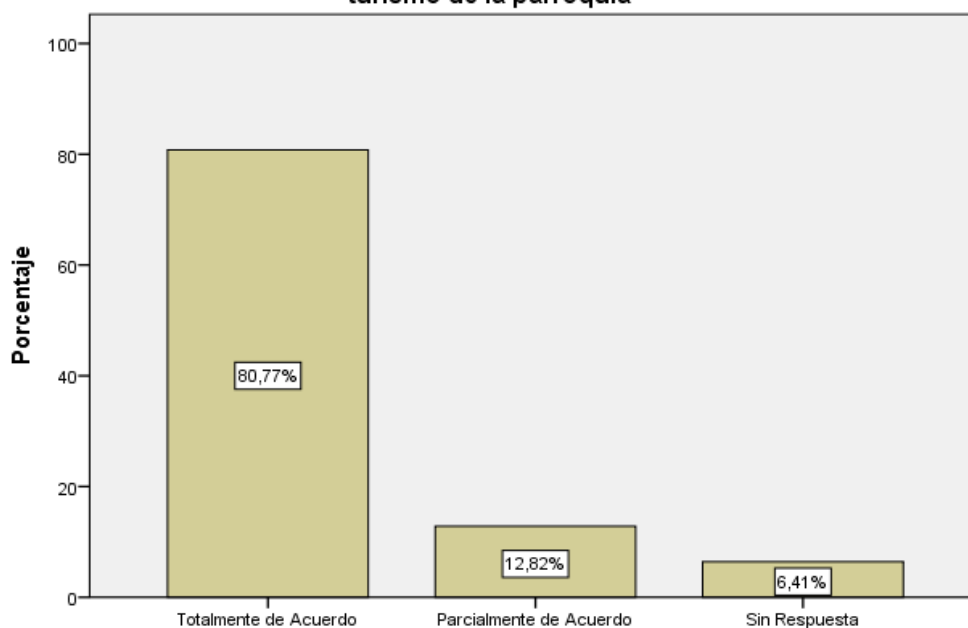
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 32**

*El centro de información turística es un elemento de trascendencia que ayuda al turismo de la parroquia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	63	80,8	80,8	80,8
	Parcialmente de Acuerdo	10	12,8	12,8	93,6
	Sin Respuesta	5	6,4	6,4	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**El centro de información turística es un elemento de trascendencia que ayuda al turismo de la parroquia**



**Figura 38.** CIT elemento de trascendencia

**Análisis e Interpretación:**

A partir de la información recopilada a través de las encuestas se obtuvo que el 80,77% se encuentra totalmente de acuerdo, el 12,82% se encuentra parcialmente de acuerdo, mientras que el 6,41% no dieron respuesta a la interrogante. Por lo tanto, los servicios prestados por el centro de información turística permiten impulsar el servicio turístico.



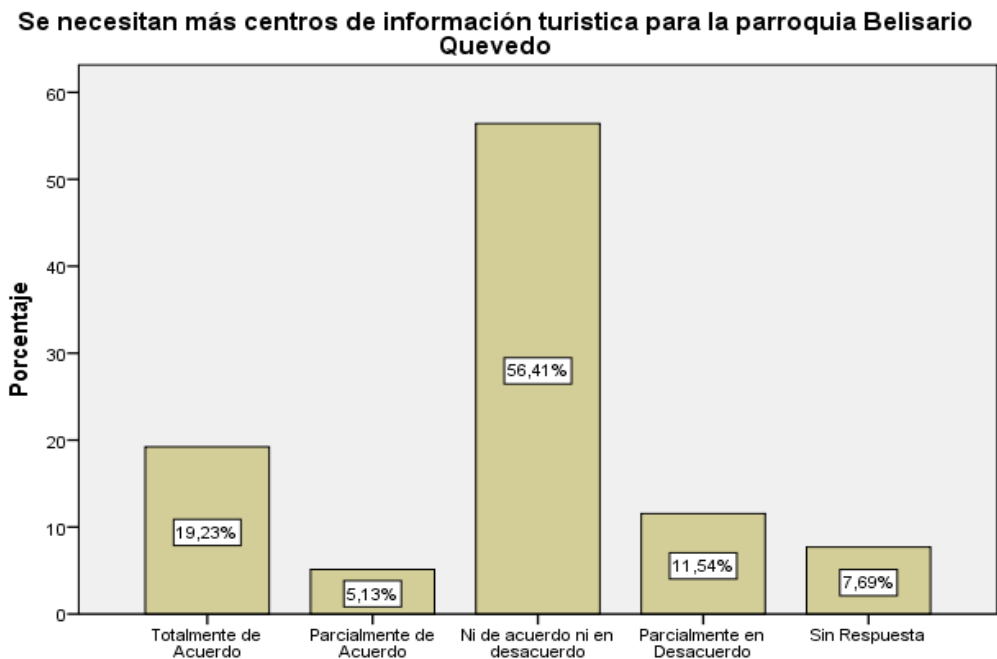
**A5. Se necesitan más centros de información turística para la parroquia Belisario Quevedo.**

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 33**

*Se necesitan más centros de información turística para la parroquia Belisario Quevedo*

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	de	15	19,2	19,2	19,2
	Parcialmente de Acuerdo	de	4	5,1	5,1	24,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	ni en desacuerdo	44	56,4	56,4	80,8
	Parcialmente en Desacuerdo	en	9	11,5	11,5	92,3
	Sin Respuesta		6	7,7	7,7	100,0
	Total		78	100,0	100,0	



**Figura 39.** CIT suficiencia

#### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos acerca de la suficiencia del centro de Información Turística puede estimarse que el 19,23% se encuentra totalmente de acuerdo, el 5,13% se encuentra parcialmente de acuerdo, el 56,41% se mantuvo indiferente ante la interrogante, el 11,54% se encuentra parcialmente en desacuerdo, mientras que el 7,65% no dieron respuesta a la interrogante.

### A6. Es necesario capacitaciones sobre datos relevantes del centro de información turística de la parroquia

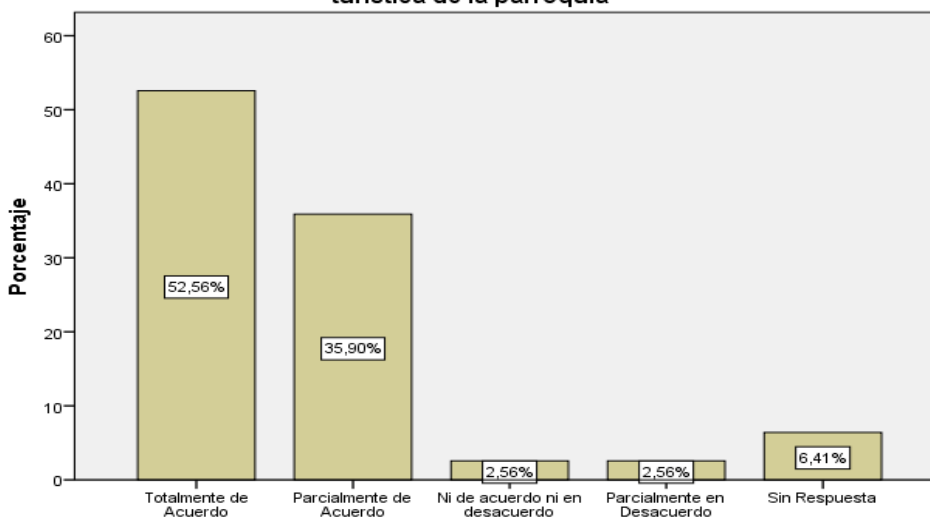
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 34**

*Es necesario capacitaciones sobre datos relevantes del centro de información turística de la parroquia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	41	52,6	52,6	52,6
	Parcialmente de Acuerdo	28	35,9	35,9	88,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	2,6	2,6	91,0
	Parcialmente en Desacuerdo	2	2,6	2,6	93,6
	Sin Respuesta	5	6,4	6,4	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**Es necesario capacitaciones sobre datos relevantes del centro de información turística de la parroquia**



**Figura 40.** Necesidad de capacitación del CIT

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos puede estimarse que el 52,56% se encuentra totalmente de acuerdo, el 35,90% se encuentra parcialmente de acuerdo, el 2,56% se mantuvo indiferente ante la interrogante, el 2,56% se encuentra parcialmente en desacuerdo, mientras que el 6,41% no dieron respuesta a la interrogante.

**A7. Uso de información del centro de información turística es de gran ayuda para no tener malas experiencias en el lugar visitado.**

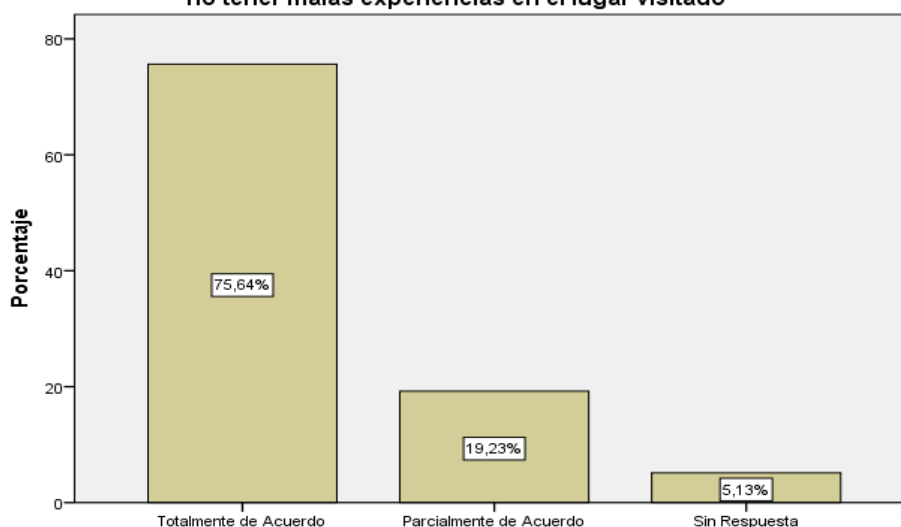
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 35**

*Uso de información del centro de información turística es de gran ayuda para no tener malas experiencias en el lugar visitado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	59	75,6	75,6	75,6
	Parcialmente de Acuerdo	15	19,2	19,2	94,9
	Sin Respuesta	4	5,1	5,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**El uso de información del centro de información turística es de gran ayuda para no tener malas experiencias en el lugar visitado**



**Figura 41.** Ayuda del CIT

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos puede estimarse que el 75,64% se encuentra totalmente de acuerdo, el 19,23% se encuentra parcialmente de acuerdo, mientras que el 5,13% no dieron respuesta a la interrogante. Por lo tanto, se llega a deducir que la ayuda que actualmente proporciona el Centro de Información Turística proporciona permite reducir las malas experiencias en los turistas.

**A8. El centro de información turística le ha cobrado por algún concepto algún tipo de ayuda brindada.**

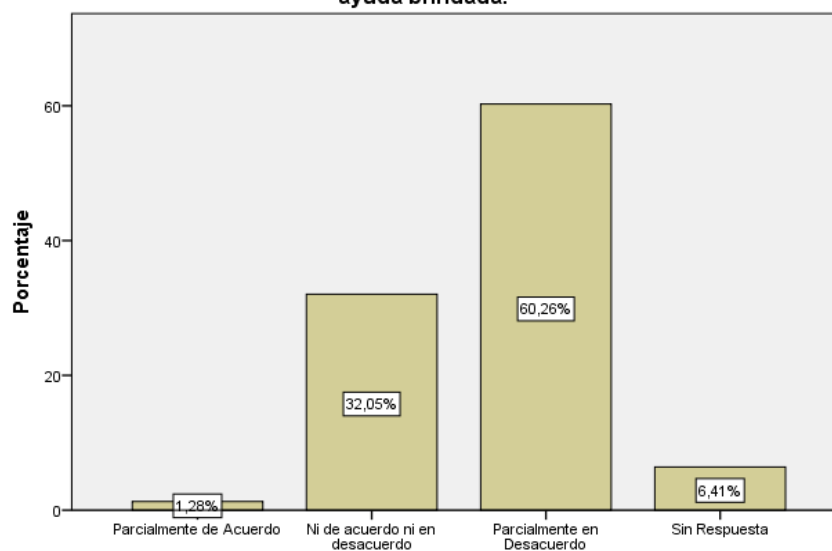
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 36**

*El centro de información turística le ha cobrado por algún concepto algún tipo de ayuda brindada.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Parcialmente de Acuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	32,1	32,1	33,3
	Parcialmente en Desacuerdo	47	60,3	60,3	93,6
	Sin Respuesta	5	6,4	6,4	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**El centro de información turística le ha cobrado por algún concepto algún tipo de ayuda brindada.**



**Figura 42.** Cobros del CIT

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los resultados obtenidos puede estimarse que el 1,28% se encuentra parcialmente de acuerdo, el 32,05% se mantuvo indiferente ante la interrogante, el 60,26% se encuentra parcialmente en desacuerdo, mientras que el 6,41% no dieron respuesta a la interrogante. En su mayoría pudo observarse que el Centro de Información Turística no realiza cobros por los servicios que presta con el objeto de extender su alcance a varia población.



**A9. La información otorgada por los encargados del centro de información turística incluye datos de contacto de prestadores de servicios turísticos.**

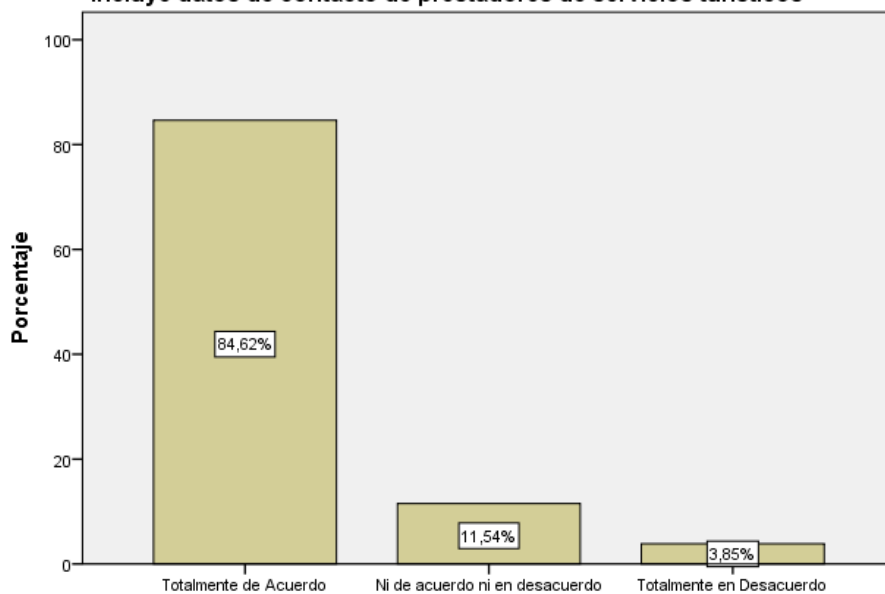
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 37**

*La información otorgada por los encargados del centro de información turística incluye datos de contacto de prestadores de servicios turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	66	84,6	84,6	84,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	11,5	11,5	96,2
	Totalmente en Desacuerdo	3	3,8	3,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**La información otorgada por los encargados del centro de información turística incluye datos de contacto de prestadores de servicios turísticos**



**Figura 43.** Proveedores de CIT

**Análisis e Interpretación:**

Según los resultados obtenidos puede estimarse que el 84,62% se encuentra totalmente de acuerdo, el 11,54% se mantuvo indiferente ante la interrogante, mientras que el 3,85% se encontraban totalmente en desacuerdo. En su mayoría las personas mantienen que el centro de información turística muestra información acerca de los proveedores de servicios turísticos existentes en la parroquia.

**A10. El centro de información turística ofrece información sobre: oferta turística: alojamientos, agencias de viajes, guías, restaurantes, transportes y otros como hospitales.**

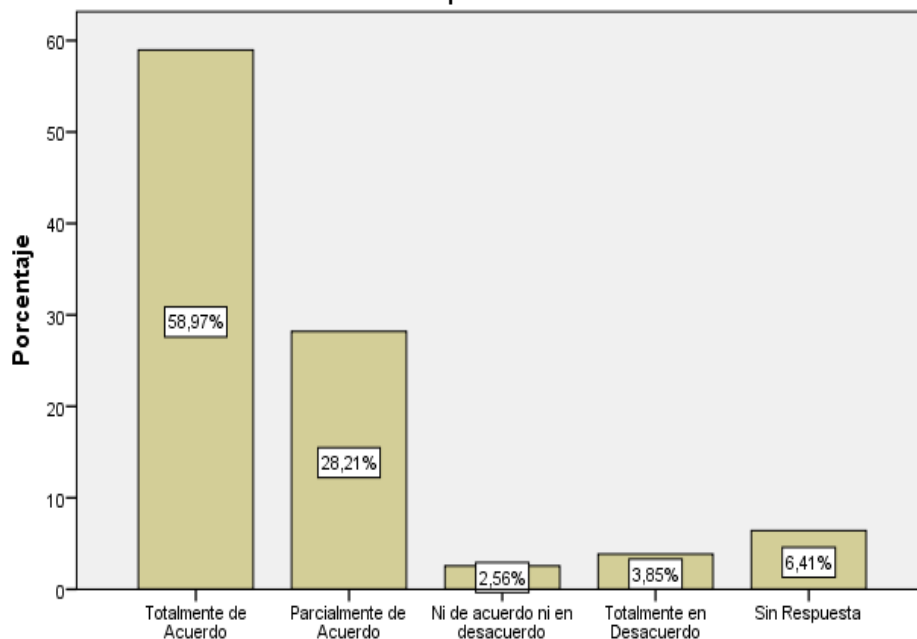
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 38**

*El centro de información turística ofrece información sobre: oferta turística: alojamientos, agencias de viajes, guías, restaurantes, transportes y otros como hospitales*

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo		46	59,0	59,0	59,0
	Parcialmente de Acuerdo		22	28,2	28,2	87,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		2	2,6	2,6	89,7
	Totalmente en Desacuerdo		3	3,8	3,8	93,6
	Sin Respuesta		5	6,4	6,4	100,0
	Total		78	100,0	100,0	

**El centro de información turística ofrece información sobre: oferta turística: alojamientos, agencias de viajes, guías, restaurantes, transportes y otros como hospitales**



**Figura 44.** Oferta turística CIT

#### **Análisis e Interpretación:**

Según los resultados obtenidos puede estimarse que el 58,97% se encuentra totalmente de acuerdo, el 28,21% estuvieron parcialmente de acuerdo, el 2,56% se mantuvo indiferente ante la interrogante, el 3,85% se encontraban totalmente en desacuerdo, mientras que el 6,41% no dieron respuesta a la interrogante. Por lo antes analizado los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo que el centro de información turística presente dicha información importante para los turistas.

#### 4.1.5. Parte V: Centros de información turística y planeación estratégica

**A1. Considera usted un sueño llevar a la parroquia Belisario Quevedo a un sitio alto en lo que respecta al turismo.**

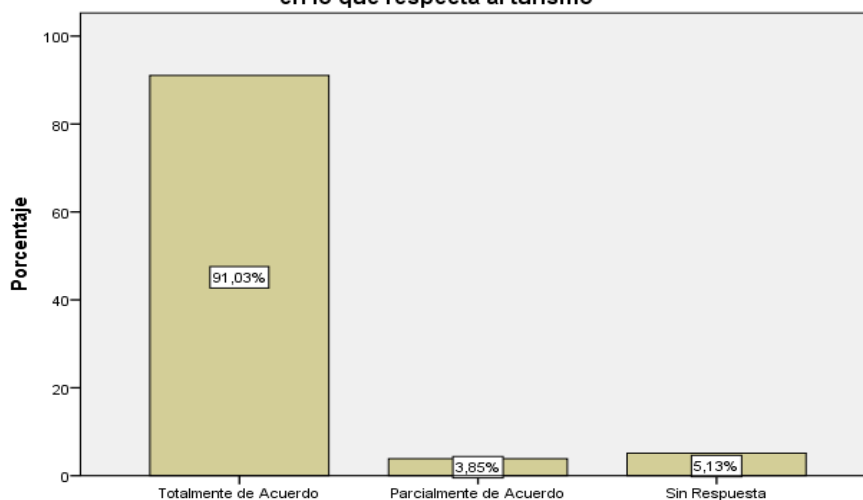
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 39**

*Considera usted un sueño llevar a la parroquia Belisario Quevedo a un sitio alto en lo que respecta al turismo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	71	91,0	91,0	91,0
	Parcialmente de Acuerdo	3	3,8	3,8	94,9
	Sin Respuesta	4	5,1	5,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**Considera usted un sueño llevar a la parroquia Belisario Quevedo a un sitio alto en lo que respecta al turismo**



**Figura 45.** Sitio turístico alto

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con la información recopilada se obtuvo que el 91,03% se encuentra totalmente de acuerdo, el 3,85% se encuentra parcialmente de acuerdo, mientras que el 5,13% se encontraban totalmente en desacuerdo. Con estos resultados puede conocerse que la parroquia posee la capacidad y las oportunidades suficientes para llegar a ubicarse en un sitio alto del turismo.

**A2. Tiene conocimiento si el centro de información turístico trabaja mancomunadamente con empresas públicas, privadas, miembros de cámaras.**

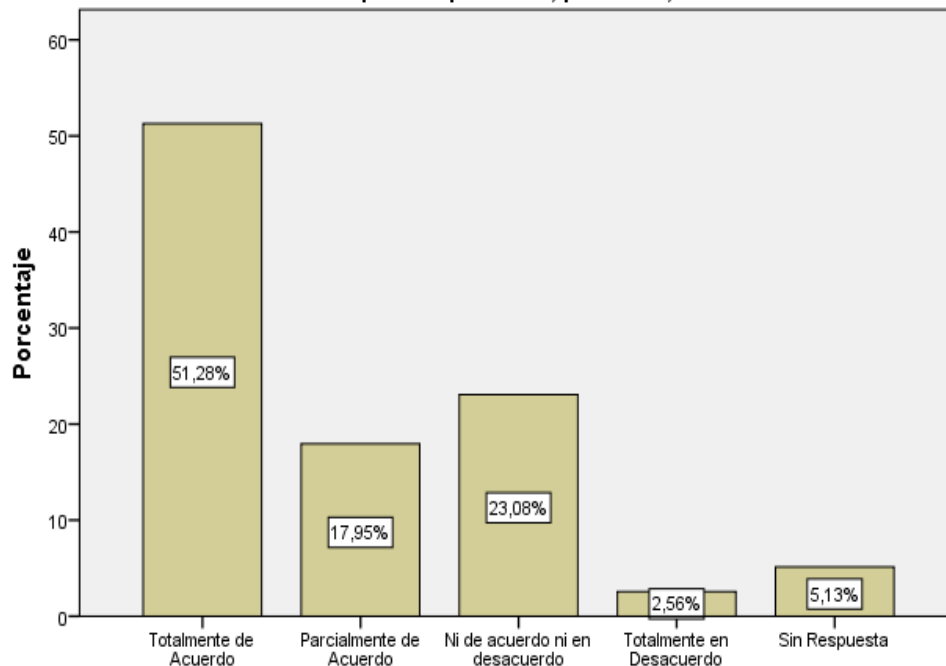
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 40**

*Tiene conocimiento si el centro de información turístico trabaja mancomunadamente con empresas públicas, privadas, miembros de cámaras*

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo		40	51,3	51,3	51,3
	Parcialmente de Acuerdo		14	17,9	17,9	69,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		18	23,1	23,1	92,3
	Totalmente en Desacuerdo		2	2,6	2,6	94,9
	Sin Respuesta		4	5,1	5,1	100,0
	Total		78	100,0	100,0	

Tiene conocimiento si el centro de información turístico trabaja mancomunadamente con empresas públicas, privadas, miembros de cámaras



**Figura 46.** Empresas Públicas, privadas, miembros de cámaras

#### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con la información recopilada se obtuvo que el 51,28% se encuentra totalmente de acuerdo, el 17,95% se encuentra parcialmente de acuerdo, el 23,08% se mantuvo indiferente ante la interrogante, el 2,56% se encontraban totalmente en desacuerdo mientras que el 5,13% no dieron respuesta a la interrogante. Lo cual indica que el Centro de Información Turística conoce respecto a los trabajos mancomunados que se ejecutan en compañía de otras instituciones sin embargo no cuentan con una base profunda de información acerca de los beneficios que generan.



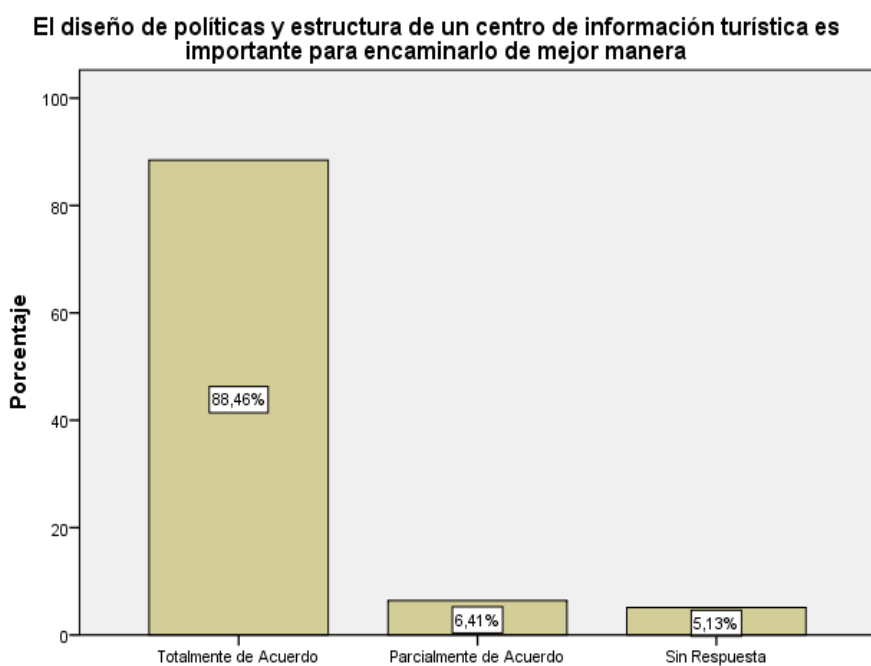
**A3. El diseño de políticas y estructura de un centro de información turística es importante para encaminarlo de mejor manera.**

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 41**

*El diseño de políticas y estructura de un centro de información turística es importante para encaminarlo de mejor manera*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	69	88,5	88,5	88,5
	Parcialmente de Acuerdo	5	6,4	6,4	94,9
	Sin Respuesta	4	5,1	5,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 47.** Políticas y estructura CIT

**Análisis e Interpretación:**

Según los datos recopilados a través de la aplicación de las encuestas puede establecerse que el 88,46% se encuentran totalmente de acuerdo, el 6,41% se encuentra parcialmente de acuerdo, mientras que el 5,13% no dieron respuesta a la interrogante. Uno de los aspectos que el Centro de Información Turística debe mejorar es el establecimiento de las políticas y estructura con el objeto de impulsar la gestión del mismo.

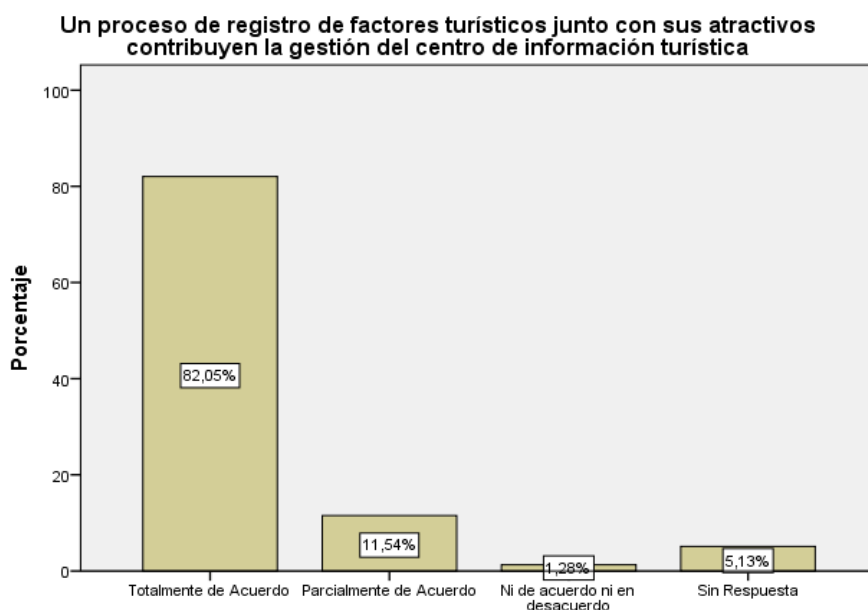
**A4. Un proceso de registro de los factores turísticos junto con sus atractivos contribuye la gestión del centro de información turística.**

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 42**

*Un proceso de registro de los factores turísticos junto con sus atractivos contribuye la gestión del centro de información turística*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	64	82,1	82,1	82,1
	Parcialmente de Acuerdo	9	11,5	11,5	93,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1,3	1,3	94,9
	Sin Respuesta	4	5,1	5,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 48.** Proceso de Registro

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con la información recopilada se obtuvo que el 82,05% se encuentra totalmente de acuerdo, el 11,54% se encuentra parcialmente de acuerdo, el 1,28% se mantuvo indiferente ante la interrogante, mientras que el 5,13% no dieron respuesta a la interrogante. Por lo tanto, se observa que otro de los aspectos que deben mejorarse respecto a la gestión del Centro de Información Turística.

**A5. La implementación de un plan estratégico llevará a un mejor camino al centro de turismo de la parroquia.**

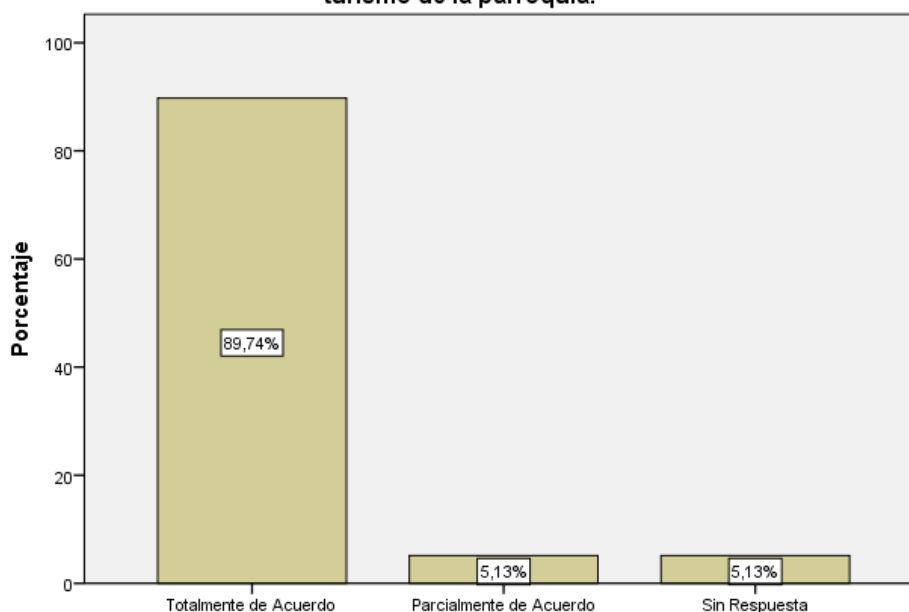
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 43**

*La implementación de un plan estratégico llevará a un mejor camino al centro de turismo de la parroquia.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	70	89,7	89,7	89,7
	Parcialmente de Acuerdo	4	5,1	5,1	94,9
	Sin Respuesta	4	5,1	5,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**La implementación de un plan estratégico llevará a un mejor camino al centro de turismo de la parroquia.**



**Figura 49.** Implementación de planificación estratégica CIT

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con la información recopilada se obtuvo que el 89,74% se encuentra totalmente de acuerdo con la interrogante, el 5,13% se encuentra parcialmente de acuerdo, mientras que el 5,13% no dieron respuesta a la interrogante. Ante estos resultados se puede manifestar que en su mayoría los encuestados consideran que a través de un plan estratégico se podrá mejorar el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia.

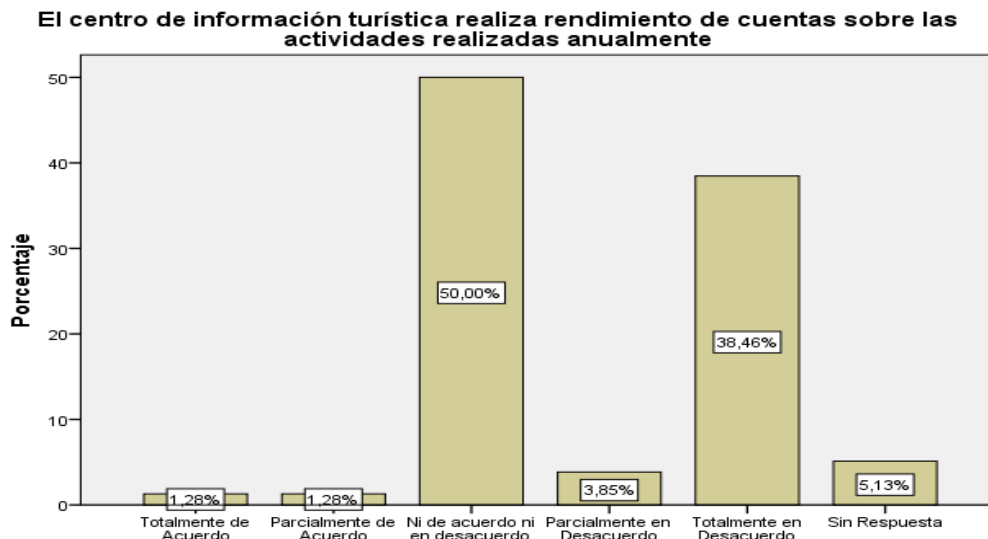
**A6. El centro de información turística realiza rendimiento de cuentas sobre las actividades realizadas anualmente.**

- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 44**

*El centro de información turística realiza rendimiento de cuentas sobre las actividades realizadas anualmente*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	1	1,3	1,3	1,3
	Parcialmente de Acuerdo	1	1,3	1,3	2,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	50,0	50,0	52,6
	Parcialmente en Desacuerdo	3	3,8	3,8	56,4
	Totalmente en Desacuerdo	30	38,5	38,5	94,9
	Sin Respuesta	4	5,1	5,1	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



**Figura 50.** Evaluación del rendimiento en el CIT

### **Análisis e Interpretación:**

En base a los resultados encontrados podemos determinar que el 1,28% están totalmente de acuerdo, el 1,28% está parcialmente de acuerdo, el 50% se mantiene indiferente a esta interrogante, el 3,85% de los encuestados manifestaron que está parcialmente en desacuerdo, el 38,46% se encuentra totalmente en desacuerdo mientras que el 5,13% no dieron una respuesta alguna a la interrogante. Lo que resulta como respuesta que el centro de información no realiza rendimientos de cuentas de ninguna de sus actividades.



**A7. Se ha capacitado sobre los modelos teóricos, así como también la de modelos reales de gestión de destinos turísticos.**

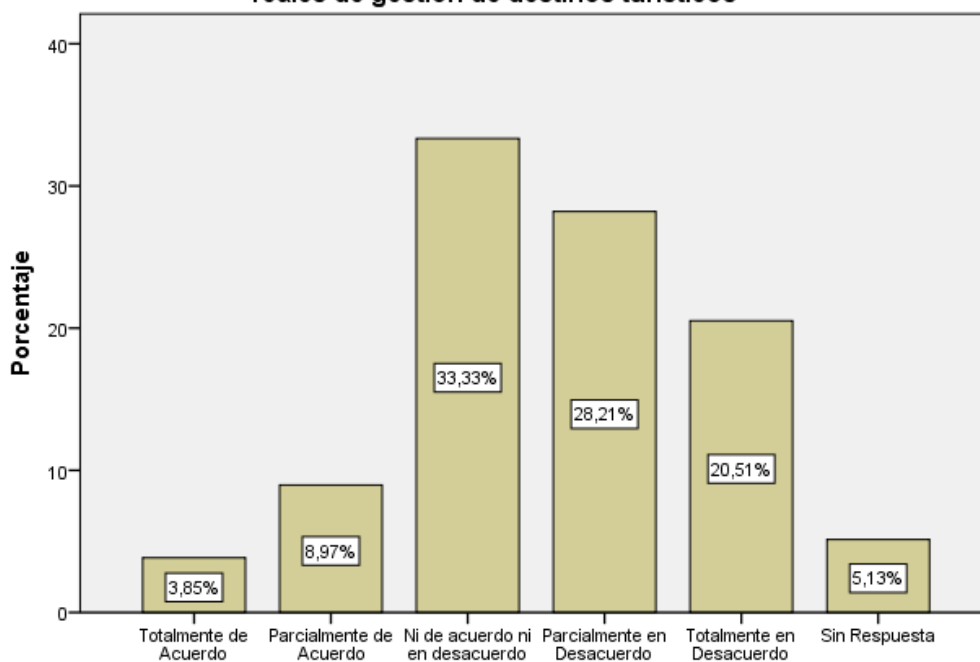
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 45**

*Se ha capacitado sobre los modelos teóricos, así como también la de modelos reales de gestión de destinos turísticos*

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	de	3	3,8	3,8	3,8
	Parcialmente de Acuerdo	de	7	9,0	9,0	12,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		26	33,3	33,3	46,2
	Parcialmente en Desacuerdo	en	22	28,2	28,2	74,4
	Totalmente en Desacuerdo	en	16	20,5	20,5	94,9
	Sin Respuesta		4	5,1	5,1	100,0
	Total		78	100,0	100,0	

**Se ha capacitado sobre los modelos teóricos así como también la de modelos reales de gestión de destinos turísticos**



**Figura 51.** Capacitación Modelos Turísticos.

#### **Análisis e Interpretación:**

En base a los resultados acerca del nivel de formación del Centro de Información Turística podemos determinar que el 3,85% están totalmente de acuerdo, el 8,97% está parcialmente de acuerdo, el 33,33% se mantiene indiferente a esta interrogante, el 28,21% de los encuestados manifestaron que está parcialmente en desacuerdo, el 20,51% se encuentra totalmente en desacuerdo mientras que el 5,13% no dieron una respuesta alguna a la interrogante. A través de lo cual puede estimarse que los miembros del Centro de Información Turística no han recibido capacitaciones para su formación.

**A8. Cree usted que la parroquia Belisario Quevedo tiene la capacidad de satisfacer de mejor manera que otros destinos turísticos.**

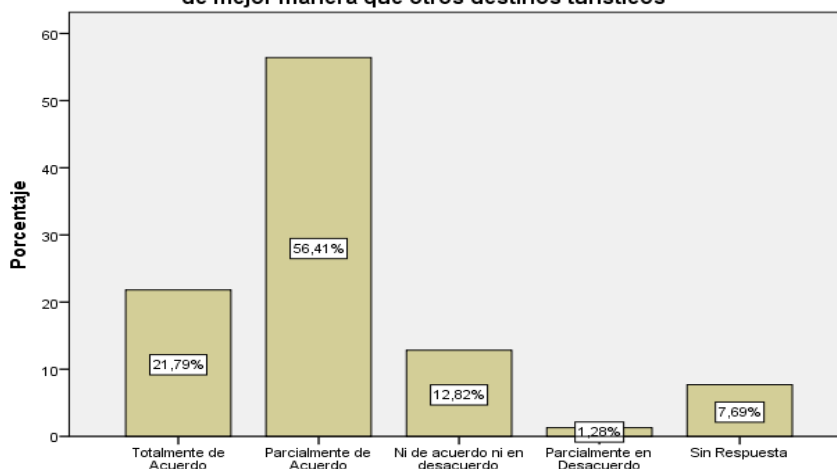
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 46**

*Cree usted que la parroquia Belisario Quevedo tiene la capacidad de satisfacer de mejor manera que otros destinos turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	17	21,8	21,8	21,8
	Parcialmente de Acuerdo	44	56,4	56,4	78,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	12,8	12,8	91,0
	Parcialmente en Desacuerdo	1	1,3	1,3	92,3
	Sin Respuesta	6	7,7	7,7	100,0
	<b>Total</b>		<b>78</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Cree usted que la parroquia Belisario Quevedo tiene la capacidad de satisfacer de mejor manera que otros destinos turísticos**



**Figura 52.** Capacidad turística de la Parroquia

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a la información que los encuestados ha proporcionado se ha lograd determinar que el 21,79 se encuentra totalmente de acuerdo, el 56,41% está parcialmente de acuerdo, el 12,82% emitió una respuesta indiferente acerca de la interrogante, el 1,28% se encuentra parcialmente en desacuerdo mientras que el 7,69% restante no dieron una respuesta alguna. Por lo tanto, los encuestados manifiestan que la parroquia tiene los recursos necesarios para mejorar el sector turístico.

**A9. La planificación estratégica en un lugar es importante para mejorar su manera de ser manejada.**

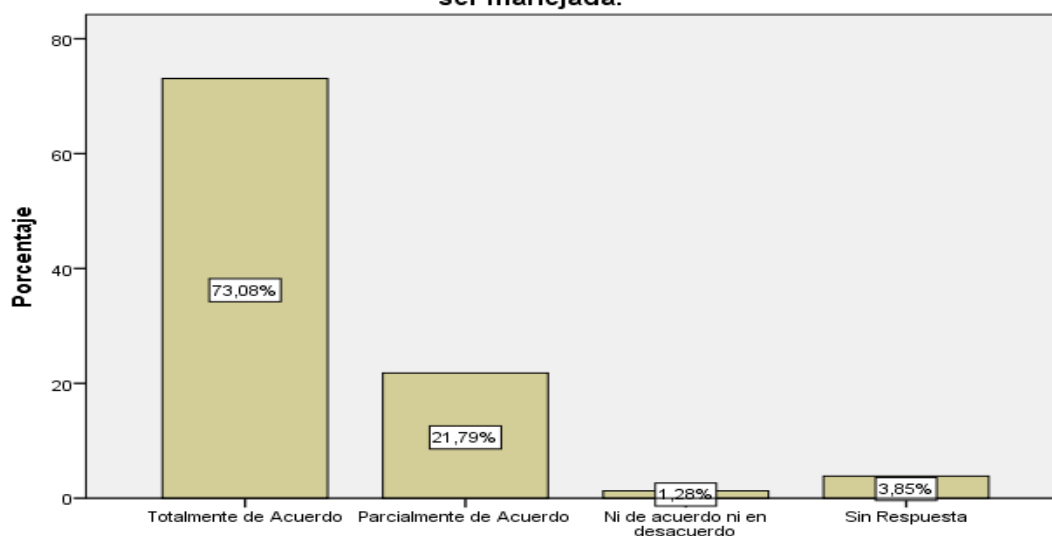
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 47**

*La planificación estratégica en un lugar es importante para mejorar su manera de ser manejada*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	57	73,1	73,1	73,1
	Parcialmente de Acuerdo	17	21,8	21,8	94,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1,3	1,3	96,2
	Sin Respuesta	3	3,8	3,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**La planificación estratégica en un lugar es importante para mejorar su manera de ser manejada.**



**Figura 53.** Gestión a través planificación estratégica

**Análisis e Interpretación:**

Según las respuestas recopiladas acerca de la percepción de los encuestados respecto a la planificación estratégica de lo que pudo obtenerse que el 73,08 se encuentra totalmente de acuerdo, el 21,79% está parcialmente de acuerdo, el 1,28% mantuvo una respuesta indiferente acerca de la interrogante, mientras que el 3,85% restante no dieron una respuesta alguna. Teniendo como resultado que la planificación estratégica es considerada como instrumento de organización, dirección y control contribuye a un mejor desempeño de las actividades dentro de una institución.

**A10. El centro de información turística ha recibido capacitación sobre la planificación estratégica.**

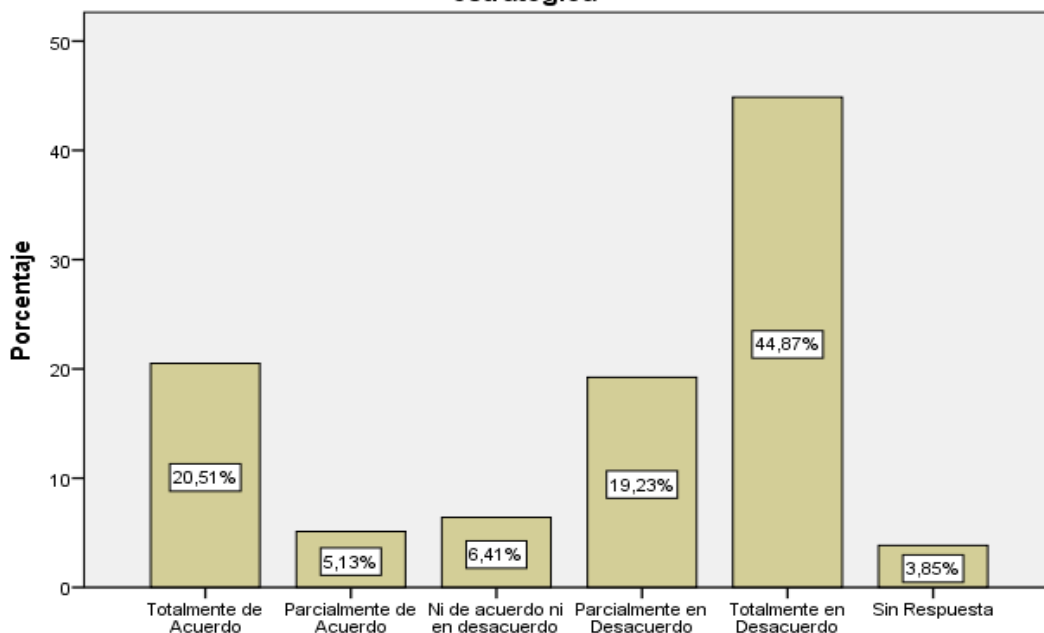
- Totalmente de Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Parcialmente en Desacuerdo
- Totalmente en Desacuerdo
- Sin Respuesta

**Tabla 48**

*El centro de información turística ha recibido capacitación sobre la planificación estratégica*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	Totalmente de Acuerdo	16	20,5	20,5	20,5
	Parcialmente de Acuerdo	4	5,1	5,1	25,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	6,4	6,4	32,1
	Parcialmente en Desacuerdo	15	19,2	19,2	51,3
	Totalmente en Desacuerdo	35	44,9	44,9	96,2
	Sin Respuesta	3	3,8	3,8	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

**El centro de información turística ha recibido capacitación sobre la planificación estratégica**



**Figura 54.** Capacitación en planificación estratégica CIT

**Análisis e Interpretación:**

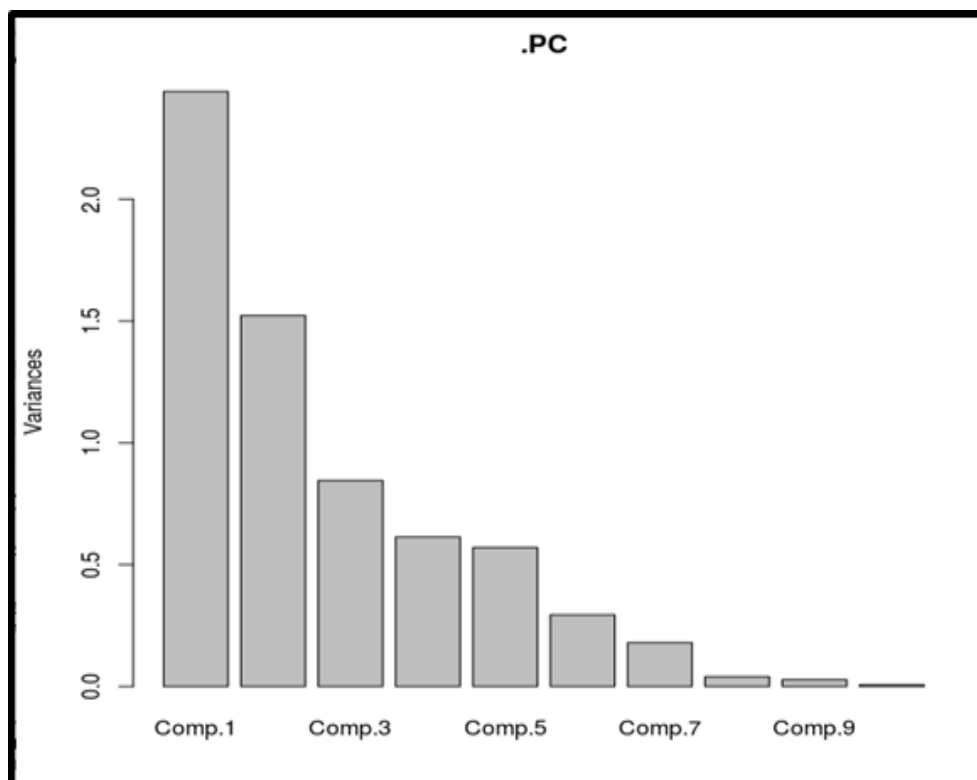
En base a los resultados encontrados podemos determinar que el 20,51% está totalmente de acuerdo, el 5,13% se encuentra parcialmente de acuerdo, el 6,41% se mantiene indiferente a esta interrogante, el 19,23% de los encuestados manifestaron que se encuentran parcialmente en desacuerdo, el 44,87% se encuentra totalmente en desacuerdo, mientras que el 8,97% o no dieron una respuesta. A partir de estos datos puede establecerse que el centro de información turística no ha recibido capacitaciones acerca de la elaboración de una planificación estratégica.



## 4.2. Comprobación de hipótesis

Para comprobar la hipótesis hace falta tener dos variables, una que represente el Plan de Gestión Estratégica y otra que represente el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo. Al carecer de variables directas para representar las hipótesis, se tomarán de la encuesta realizada, un grupo de preguntas referidas al Plan de Gestión Estratégica (Grupo III) y otro grupo de preguntas relacionadas con el Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo (Grupo IV). En un primer acercamiento metodológico, se realizó un análisis de componentes principales a estos dos grupos de preguntas con el objetivo de extraer dos factores o componentes (PC1 y PC2) que representarían a las variables latentes necesarias para realizar la prueba de hipótesis

En tal sentido, la figura No.55 Gráfico de sedimentación, muestra que las dos primeras componentes explican la variabilidad de los datos, un 60,55% de la varianza acumulada (según se muestra en la tabla 49 varianza de los componentes).



**Figura 55.** Sedimentación

**Tabla 49***Varianza de los componentes*

<b>Importancia de los componentes</b>	<b>Comp. 1</b>	<b>Comp. 2</b>
<b>Desviación estándar</b>	1.5627834	1.2340065
<b>Proporción de la varianza</b>	0.3729914	0.2325606
<b>Proporción acumulativa</b>	0.3729914	0.6055519

**Tabla 50***Relación entre las componentes y las preguntas del cuestionario*

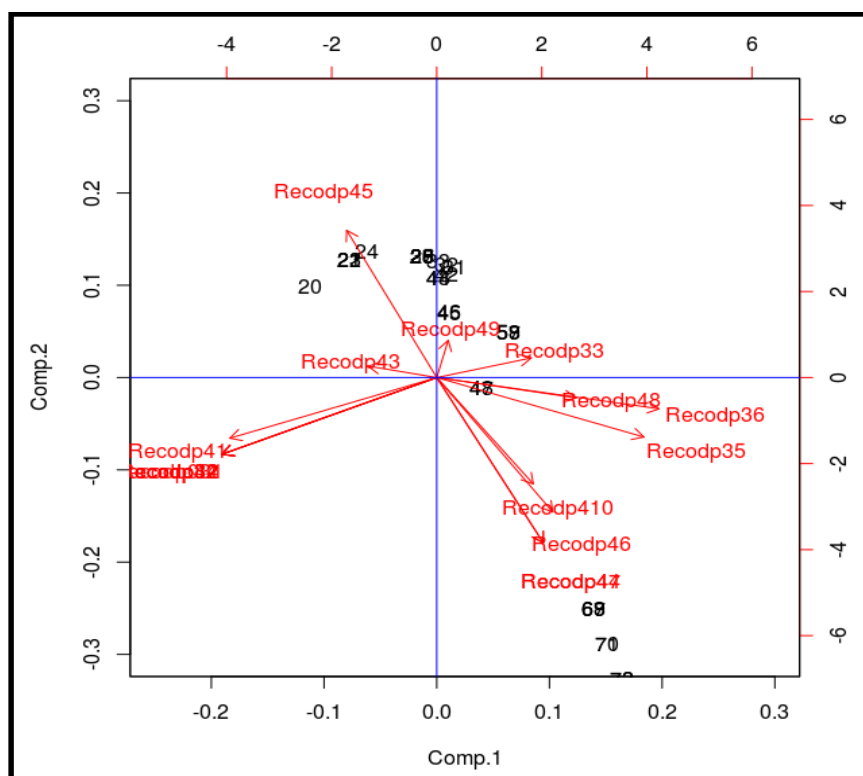
<b>Cargas de componentes</b>		
	<b>Comp. 1</b>	<b>Comp. 2</b>
<b>Recodp031</b>	-0.05603845	-0.02576752
<b>Recodp32</b>	-0.05603845	-0.02576752
<b>Recodp33</b>	0.37945844	0.74426602
<b>Recodp34</b>	-0.05603845	-0.02576752
<b>Recodp35</b>	0.31782878	-0.09627030
<b>Recodp36</b>	0.37386723	-0.07050278
<b>Recodp37</b>	-0.11207689	-0.05153504
<b>Recodp41</b>	-0.13333298	-0.06476131
<b>Recodp42</b>	-0.05603845	-0.02576752
<b>Recodp43</b>	-0.24812296	-0.30229919
<b>Recodp44</b>	0.19704337	-0.17501608

Continua



Recodp45	-0.40683444	0.36428072
Recodp46	0.41823378	-0.25367625
Recodp47	0.19704337	-0.17501608
Recodp48	0.18462652	0.17822482
Recodp49	0.03518961	0.13885723
Recodp410	0.23946422	-0.14690192

La relación entre los componentes y las preguntas del cuestionario (Component loadings) nos permite relacionar cada componente con las preguntas del cuestionario para lograr identificar las variables latentes, en este caso es conveniente realizar la gráfica y ver su relación con los ejes o componentes. En el gráfico o biplot, se puede observar y determinar que el grupo de preguntas 4 (IV Centro de Información Turística) está más relacionadas con el componente 2, o eje vertical. Por otro lado, el grupo de preguntas 3 (III Plan de Gestión Estratégica) se relaciona mejor con el eje horizontal o componente 1.



**Figura 56.** Biplot de Representación de las Componentes

Una vez extraídos e identificados los componentes o factores, se procede a realizar la prueba de hipótesis y se estima el estadístico de prueba con estos dos factores o componentes. El estadístico a utilizar es el Rho de Spearman que la cual es una medida de correlación que asocia variables o la interdependencia de dos variables aleatorias continuas, por ello tomando en cuenta esta definición por ser datos cualitativos, por consiguiente, la prueba será de tipo no paramétrico. Los resultados se obtienen mediante software y se muestran las salidas de este. Como procedimiento alternativo, se seleccionó una pregunta de cada grupo que mejor representara la variable de las hipótesis planteadas y con este par se calculó el estadístico Rho de Spearman. Las preguntas seleccionadas fueron:

1. Del grupo III, la pregunta 4: Al aplicar la planificación estratégica en el sector turístico, se organiza de mejor manera las actividades a desarrollar.
2. Del grupo IV, la pregunta 1: Cumple una función importante el centro de información turística ubicada en la parroquia Belisario Quevedo.

A continuación, el planteamiento de la prueba de hipótesis.

#### **4.2.1. Hipótesis**

$H_0: \rho = 0$ ; (El Plan de Gestión Estratégica no influye en el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo)

$H_a: \rho \neq 0$ ; (El Plan de Gestión Estratégica si influye en el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo)

#### **4.2.2. Estadístico de prueba**

##### **a) Con las variables latentes obtenidas mediante componentes principales:**

- Spearman's rank correlation rho
- Data: PC1 and PC2
- $S = 9339$ ,  $p\text{-value} = 0.000004946$
- Alternative hypothesis: true rho is not equal to 0
- Sample estimates:
- rho

- -0.711695
- "two.sided", method = "spearman"

**b) Con las preguntas seleccionadas del cuestionario:**

- Spearman's rank correlation rho
- Data: Recodp34 and Recodp41
- S = 12101, p-value = 0.0000000000001045
- Alternative hypothesis: true rho is not equal to 0
- Sample estimates:
- rho
- 0.7585417
- "two.sided", method="spearman"

**4.2.3. Criterio de aceptación o rechazo:**

Para aceptar o rechazar la hipótesis nula, se tomará la decisión de acuerdo con el valor de la probabilidad de obtener el estadístico de prueba o un valor mayor (en este caso menor por dar un valor negativo cuando se usa el análisis de componentes principales). Para tomar la decisión se compara el valor de probabilidad con la significancia de la prueba, es decir, si se plantea un 95% de confianza tenemos una significancia de 0,05 (1 – 0,95), en el caso de una prueba de dos colas o bilateral, el área de la región de rechazo (rechazar  $H_0$ ), es de  $0,05/2 = 0,025$ . En este caso, si la probabilidad del estadístico rho de Spearman es menor a 0,025; entonces se concluye que la muestra no da evidencia para aceptar la hipótesis nula con un 95% de confianza.

**4.3. Resumen general de los resultados**

Luego de ser aplicada la encuesta a las personas que trabajan en el área de transporte que cuenta la parroquia Belisario Quevedo se lograron obtener diversos resultados que se presentan por partes como fue estructurada la encuesta.

El primer aspecto tuvo que ver con la parroquia Belisario Quevedo, sus características y el turismo. Así entonces los resultados más importantes reflejaron lo siguiente:

<b>PARTE I: PARROQUIA, CARACTERÍSTICAS Y TURISMO DE BELISARIO QUEVEDO</b>
---

**A.1** Esta afirmación hace referencia a la actividad turística en la parroquia, en la cual se obtuvo como resultado que más de la mitad es decir el 65.39% se encuentran en total y parcialmente de acuerdo en el desempeño de la parroquia en la actividad turística, por otra parte el 11.54 % indico que la parroquia no se dedica a dicha actividad, por lo cual se puede mencionar que el turismo puede ser una fuente ingresos económico en la parroquia si se la sabe aprovechar.

**A.2** Hace referencia a la afluencia turística en la parroquia, lográndose obtener como resultado que un 47.43% es decir menos de la mitad está de acuerdo en que existan turistas que visten la parroquia, por otra parte el 9% revela que no existe afluencia de turismo en la parroquia por ningún motivo.

**A. 5** Esta interrogante se refiere a los sitios turísticos de la parroquia y las facilidades que se presentan en los mismos, por lo cual el 46.15% se encuentra arbitrariamente de acuerdo debido a que se mencionó que a pesar de las facilidades turísticas brindadas no se ejecuta de forma eficiente y requiere de una metodología correcta de gestión. Mientras que el 14.1% indico que no existen facilidades turísticas en los atractivos turísticos visitados.

**A.7** Trata sobre la importancia de un centro de información turística en la parroquia, a lo cual se obtuvo como respuesta que el 70.51% confirmo la importancia que tiene el CIT para la comunidad debido a los servicios e información que se brindaría acerca de las actividades turísticas que oferta la parroquia.

<b>PARTE II: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA</b>
--

**A.1** Dicha afirmación menciona que la planificación ayuda al mejoramiento de la parroquia, es así que casi la totalidad de encuestados es decir el 88.46% consideran vital la realización de una planificación con el objeto de estipular las actividades necesarias para el desenvolvimiento y desarrollo de la parroquia.

**A.4** Trata sobre la planificación estratégica y su importancia para el desarrollo de la actividad turística, en la cual se obtuvo que el 79.49% menciona que la planificación estratégica es un instrumento que contribuye a la organización de las actividades del sector turístico, mientras que el 11.54% no se encuentra de acuerdo debido a que no conocen la importancia de poseer la planificación estratégica para la parroquia.

**A.7** Como resultado de esta afirmación sobre la existencia de información que se debe disponer para la generación de un plan de gestión estratégica, se tiene como resultado que el 85.90% se encuentra de acuerdo en que debe existir información que sustente apoye en el desarrollo del plan estratégico enfocado en el turismo. No obstante, el 8.97 % no dieron respuesta ya que mencionaron que no conocen sobre la planificación estratégica y como desarrollarla.

<p><b>PARTE III: CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA PARA BELISARIO QUEVEDO</b></p>
--

**A.1** Hace referencia a la importancia del centro de información turística en la parroquia Belisario Quevedo, en este sentido el 74.36% manifestó estar de acuerdo con esta afirmación, considerando que la presencia de este establecimiento de servicio público es la imagen y la primera impresión que tiene el turista del servicio turístico del lugar visitado, sin embargo el 5.28 % mencionó que este no cumple su funcionamiento y por lo tanto no es importante ya que no contribuye al turismo de la parroquia.

**A.4** Menciona que el centro de información turística es un elemento de trascendencia que ayuda al turismo de la parroquia, a esta afirmación el 88.77% indicó que está de acuerdo debido a que este lugar puede ofrecer facilidades turísticas como la información de los atractivos presentes en la parroquia y diversas actividades que se podrían realizar.

<p><b>PARTE IV: CENTROS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA</b></p>
--

**A.1** Indica si la parroquia Belisario Quevedo podría llegar a un nivel alto en lo que respecta al turismo, frente a esto el 91 % está de acuerdo debido a que la parroquia posee recursos turísticos que pueden ser aprovechados y convertidos en atractivos turísticos siendo esta una oportunidad más de crecimiento para la

misma. Por otra parte, el 5.13% está en desacuerdo ya que indicaron que no conocen los sitios turísticos que ofrece la parroquia.

**A.5** Trata sobre la implementación de un plan estratégico para el centro información turística el cual ayudará a llevarlo por un mejor camino, es así que el 89.74% está de acuerdo diciendo que a través de un plan estratégico se podrá mejorar el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia, mientras que el 5.13% no mostraron interés por el funcionamiento

**A.10** Finalmente en este apartado se ha preguntado si el centro de información turística ha recibido capacitación sobre la planificación estratégica, a la cual el 64% indica que no se han realizado capacitaciones de ninguna índole y mucho menos sobre este tema.

#### **4.4. Contraste de hipótesis**

En los resultados obtenidos, para la muestra de 78 encuestas realizadas y una prueba de hipótesis de dos colas o bilateral con un nivel de significancia del 5%. Como el valor estimado del coeficiente de correlación de Spearman,  $-0.711695$  con una probabilidad de obtener este valor o uno menor es de  $0,000004946$ ; y este valor es menor a  $0,05$ ; entonces se puede decir que la muestra no da evidencia para aceptar la hipótesis nula, y se concluye que el coeficiente de correlación es significativamente distinto de cero, es decir que existe una asociación o correlación significativa entre el Plan de Gestión Estratégica y el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo. En otras palabras, el Plan de Gestión Estratégica si influye en el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo.

En el caso alternativo de las preguntas seleccionadas del cuestionario, se llega a la misma conclusión:

Para la muestra realizada de 78 encuestas y una prueba de hipótesis de dos colas o bilateral y con un nivel de significancia del 5%. El valor estimado del coeficiente de correlación de Spearman, en este caso es de  $0.7585417$  con una probabilidad de obtener este valor o uno mayor de  $0.0000000000001045$ ; como este valor es menor a  $0,05$ ; entonces se puede decir que la muestra no da



evidencia para aceptar la hipótesis nula, y se concluye que el coeficiente de correlación es significativamente distinto de cero, es decir que existe una asociación o correlación significativa entre el Plan de Gestión Estratégica y el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo. En otras palabras, el Plan de Gestión Estratégica si influye en el funcionamiento del Centro de Información Turística de la parroquia Belisario Quevedo.

## CAPÍTULO V

### DISEÑO DE LA PROPUESTA

#### 5.1. Introducción

El turismo es considerado como una actividad productiva, la cual conlleva aspectos de sostenibilidad medio ambientales, económicos, sociales y culturales. En base a este contexto, resulta necesario plantear actividades que se ejecuten para su desarrollo basándose en los lineamientos antes mencionados.

Por otra parte, también se indica que el turismo se ve impulsado por el movimiento de un grupo de personas que busca un espacio para recreación descanso, cultura, o salud, que al encontrarse en el lugar deseado realizan diversas actividades turísticas, residen temporalmente e interactúan con la sociedad aprendiendo sus costumbres y tradiciones.

De igual manera, Ortiz, (2015) manifiesta que el turismo es una de las actividades que tiene una mayor interdependencia del entorno en la cual se desarrolla, esto debido a que en cierta parte se consume los recursos naturales y necesita de su medio atractivo para desarrollarse, siendo este el principal motivo de atracción.

En tal sentido, los recursos naturales son usados para el desarrollo del turismo, los cuales se han visto afectados por personas que realizan dichas actividades. Por esta razón es necesario establecer normas para realizar actividades turísticas en los cuales no se dañe el recurso natural.

Por todo lo mencionado pretende diseñar un Plan de Gestión Estratégica para el Centro de Información Turística de la Parroquia Belisario Quevedo. En el mismo que se pretende determinar las potencialidades turísticas existentes en la parroquia. Cabe recalcar que la parroquia Belisario Quevedo posee grandes atractivos turísticos, con recursos atractivos como montañas, fuentes de agua, áreas naturales, áreas culturales, entre otras.

## 5.2. Justificación

Para el efecto de esta propuesta se diseñará y se enfocará de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de campo. Por tanto, los resultados que se obtuvieron con anterioridad tanto teórica como práctica será el sustento del resultado final.

La propuesta denominado Plan de Gestión Estratégica es viable para lograr un incremento de turistas. Sin embargo, de acuerdo a los resultados encontrados en la investigación existe una debilidad en cuanto a la información turística que brinda el Centro de Información Turística de la Parroquia Belisario Quevedo.

Para lo cual se propone la creación de un Plan de Gestión Estratégica que se desarrolle de manera sustentable, con el fin de respetar el medio natural, cultural, social y resaltando los valores de la parroquia, con el objeto de que se permita disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación del turista con la parroquia sea justa, beneficiosa y brinde grandes experiencias.

## 5.3. Descripción de la propuesta

El plan de Gestión Estratégica para el Centro de Información Turística de la Parroquia Belisario Quevedo está comprendido en base a la metodología De acuerdo con la investigación ejecutada por Borbor (2014) respecto a un “Plan Estratégico Para El Desarrollo Del Turismo Comunitario En La Comuna Ayangué, Parroquia Colonche Del Cantón Santa Elena, Provincia De Santa Elena, Año 2014” en el cual para la propuesta estuvo conformada de la siguiente manera:

**Fase I: Diagnóstico Turístico.** En este apartado se identifica la oferta turística, la demanda y las condiciones del entorno. Se realiza un análisis interno y externo de la población. Con el objeto de tomar en cuenta las estrategias que encaucen al progreso de la comunidad.

**Fase II: Direccionamiento estratégico.** En esta etapa se respetó lo especificado en relación con el modelo de desarrollo turístico, la visión, misión, objetivos, políticas rectoras y directrices de actuación. Se plantearon las estrategias de mercado, competitiva y de posicionamiento.

**Fase III: Estrategias orientadas al mejoramiento de los sistemas turísticos que contempla el Centro de Información Turística de la Parroquia Belisario Quevedo.** En esta última fase se plantean estrategias para generar más ingreso de turistas al sector y por ende la actividad crezca. Adicionalmente las estrategias planteadas permitirán tener un enfoque mucho más amplio acerca de los sistemas turísticos aprovechables en la parroquia en la que se pretende realizar el estudio.

#### **5.4. Fases del plan estratégico**

##### **5.4.1. Diagnostico turístico**

En la etapa del Diagnostico Turístico comprende el proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de la parroquia como Belisario Quevedo como destino turístico. El diagnostico constituye la fuente directa de información que permite tomar decisiones acerca de las estrategias.

Es primordial analizar los componentes del diagnóstico, siendo de vital importancia determinar la situación geográfica y aspectos generales de la parroquia en estudio.

##### **a. Situación Geográfica de la parroquia Belisario Quevedo**

La Parroquia Rural de Belisario Quevedo, pertenece al Cantón Latacunga de la Provincia de Cotopaxi. En sus principios pertenecía como un barrio de la Parroquia Ignacio Flores llamada Guanailí.

El 6 de agosto de 1936 se estableció como parroquia con el nombre Belisario Quevedo en honor al periodista, educador y legislador latacungueño Belisario Quevedo Izurieta.

- **Ubicación**

Está ubicada en el suroeste del Cantón Latacunga, actualmente existen varios accesos, el principal es tomando la vía panamericana Latacunga - Salcedo hasta el kilómetro 5 a unos 15 minutos de la ciudad ingresando por el Barrio Illuchi.

- **Limites**

Los límites parroquiales son:

**Al norte.-** El río Illuchi, incluye linderación con Culaguango, Galponloma, Illuchi y vértice del Cutuchi.

**Al sur.-** Cerro Puctin, estructuras hacienda la Santa Florencia, más al sur hasta 3.600 m.s.m., loma Chitiaguano fuera de Belisario Quevedo, límite con Salcedo, Churolooma, San Isidro y vértice San Pedro Guanailin.

**Al este.-** El canal principal del proyecto que constituye la cota 1940 m.s.m Unabana, Loma de Palopo.

**Al oeste.-** El río y linderos de Illuchi y parte del canal Dávalos Chiriboga, Cangahua hasta un trazado arbitrario que coincide con el vértice de la quebrada Angohuaycu. (Gobierno Autonomo Descentralizado, 2015)

## **b. Aspectos Socio Económicos y Demográficos**

### **• Población**

La Parroquia Rural de Belisario Quevedo tiene una población total de 6.359 habitantes, de acuerdo al registro del último censo del año 2010 elaborado por el INEC. La parroquia tiene un 47% de población masculina frente a un 53% de población femenina.

### **• Educación**

A diferencia de otras parroquias rurales de Cotopaxi, Belisario Quevedo tiene un mejor acceso y niveles de educación por ser una parroquia casi urbana por su cercanía a la cabecera cantonal y por las altas tasas de migración.

La parroquia cuenta con la Unidad Educativa “Canadá” la misma que ofrece a los pobladores ofrece una educación de buena calidad y actualmente la Universidad de las Fuerzas Armadas Sede Latacunga, que se encuentra ubicada en el barrio el Forastero a 1.4 km. desde la vía principal.

## **c. Servicios Públicos y Sociales**

### **• Salud**

La parroquia Belisario Quevedo dispone del servicio de salud en su localidad a través del sub centro de Salud del Ministerio de Salud Pública, es decir brinda un

servicio gratuito a la población. Además, cuenta con el servicio del Seguro Social Campesino que se encuentra a disposición de sus afiliados y pertenece al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS.

- **Agua**

En el territorio parroquial encontramos dos unidades hidrográficas, la correspondiente al Río Illuchi en la parte norte de la parroquia y; la de la Quebrada Angahuayco en el sur de la parroquia.

El agua para consumo proviene de las lagunas Salayambo, Yanacocha, Pishcacocha, Dragones y Retamales que alimentan al Río Illuchi. No es potabilizada, por lo que de acuerdo a la percepción de la población no es de buena calidad. Se cree que el estado obsoleto de las tuberías permite el ingreso de contaminantes al agua.

- **Alcantarillado**

El Censo 2010, reportaba que la cobertura del servicio de alcantarillado de la parroquia se encontraba en el 12%, la construcción en el año 2014 de la nueva Planta de Tratamiento Belisario Quevedo por parte de la EPMAPAL del GAD Cantonal de Latacunga, permitiría que 3.500 habitantes cuenten con este servicio, con lo que alrededor del 50% de la población de la parroquia tendrían servicio de alcantarillado.

- **Energía Eléctrica**

La cobertura domiciliaria de energía eléctrica es amplia, la demanda de la población es en relación al alumbrado público se considera que falta en promedio un 40% en las vías principales, lo cual apoyaría a reducir la inseguridad que va en aumento en la parroquia.

- **Comunicación**

De acuerdo a la corporación nacional de telecomunicaciones al año 2014 presenta una cobertura del 46,58%, que supera al 24% presentado por el Censo de Población al año 2010. Sobre todo, en las comunidades y barrios ubicados dentro o cerca del perímetro urbano del casco parroquial Belisario Quevedo.

De igual manera la disponibilidad de internet en el año 2010, en los hogares de la parroquia Belisario Quevedo que no disponen este servicio está en un valor de

95% y aquellos hogares que tienen internet están en un 5%, de acuerdo a los datos del Censo 2010.

#### **d. Actividad Económica y Productiva**

El sistema económico productivo comprende el conjunto de factores vinculados con el desarrollo de la economía integral del territorio, las diversas formas de organización de los modos de producción, además sistema económico se encarga de regular las diferentes actividades económicas, así como también los intercambios resultantes de la compra y venta de los productos generados por el ser humano u obtenidos de la naturaleza que traspasa fronteras para también incluir conceptos sociales, políticos y culturales.

- **Sector Primario**

Formado por las actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados. Usualmente, los productos primarios son utilizados como materia prima en otros procesos de producción en las producciones industriales. Las principales actividades del sector primario son la agricultura, la minería, la ganadería, la silvicultura, la apicultura, la acuicultura, la caza, la pesca y piscicultura.

- **Sector Secundario**

Compuesto por la industria manufacturera. Esta industria toma los materiales o insumos y los convierte en productos transformados.

- **Sector Terciario**

El sector terciario de la economía son los servicios. Las empresas de servicios no proporcionan un bien físico como el sector primario o el secundario, pero proporcionan valor. Por ejemplo, los bancos, los seguros, policía, el turismo, el transporte, entre otros.

#### **e. Turismo**

En la parroquia, se está fomentando el turismo comunitario, a partir de una inversión efectuado por el Proyecto de Desarrollo Corredor Central, IEPS y el

GAD Belisario Quevedo, en las que se han considerado cinco sitios para el desarrollo de las actividades que a continuación se detalla:

**Tabla 51**

*Iniciativas de Turismo*

Iniciativa turística	Ubicación	Actividades/servicios
Turismo Comunitario	San Luis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminatas hacia el Putzalahua</li> <li>• Comida típica</li> <li>• Alquiler de bicicletas</li> <li>• Venta de artesanías y hortalizas</li> </ul>
Centro de Operaciones Turísticas UNOCIP	Barrio centro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alquiler de sala de reuniones</li> </ul>
Centro de información turística	Barrio centro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información turística de la parroquia</li> </ul>
Cabañas Kunuk Loma	Potrerrillos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio de alojamiento capacidad de 12 pax.</li> <li>• Servicio de alimentación (comida típica).</li> <li>• Servicio de guianza.</li> <li>• Parapente</li> </ul>
Parque de la familia	Santa Rosa	Servicio de botes <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alquiler de bicicletas</li> <li>• Servicio de alimentación</li> <li>• Canchas deportivas</li> <li>• Área infantil</li> <li>• Área de camping y pic – nic</li> </ul>

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado, 2015)



La fase del diagnóstico turístico identifica los siguientes componentes



- **Oferta Turística**

La oferta turística es de la suma de los recursos, servicios, equipamiento e infraestructura, O dicho de otra manera es un conjunto de servicios y recursos naturales y culturales que se encuentran en un determinado lugar, los cuales pueden ser disfrutados por todas aquellas personas quienes visten dicho espacio turístico generando una experiencia única de viaje y satisfacción para el turista. (Borbor, 2014). En este contexto a continuación se presenta la oferta turística de la parroquia Belisario Quevedo

**Tabla 52**

*Oferta turística Belisario Quevedo*

	<p>Recursos Turísticos</p>	<p>Montañas, parques, gente, artesanías folklore</p>
	<p>Servicios Turísticos</p>	<p>Hoteles, Restaurantes, Centro de información turística</p>

Continua

	<b>Equipamiento</b>	<b>Policías, parques y paseos, centros deportivos</b>
	<b>Infraestructura</b>	<b>Carreteras, Agua, Electricidad, Teléfonos</b>

- **Recursos Turísticos**

El Cerro Putzalahua se encuentra ubicado a 7 kilómetros de la ciudad de Latacunga, en la parroquia Belisario Quevedo. De forma cónica, este cerro se encuentra a 3.517 m.s.n.m. En el cerro la cobertura vegetal está caracterizada por pajonal, almohadilla, y helechos muy variados; el estrato herbáceo y arbustivo es representada por especies como el romerillo, zapatito.

Entre las especies que más sobresalen. Al empezar el ascenso al cerro son muy notorios los cultivos, estos son reemplazados por vegetación típica de páramo, y muy ocultas las llamadas orejas de conejo, así como variedades de musgo, líquenes y helechos. En este sector se puede observar aves tales como: quilicos, gralarias y conejos.

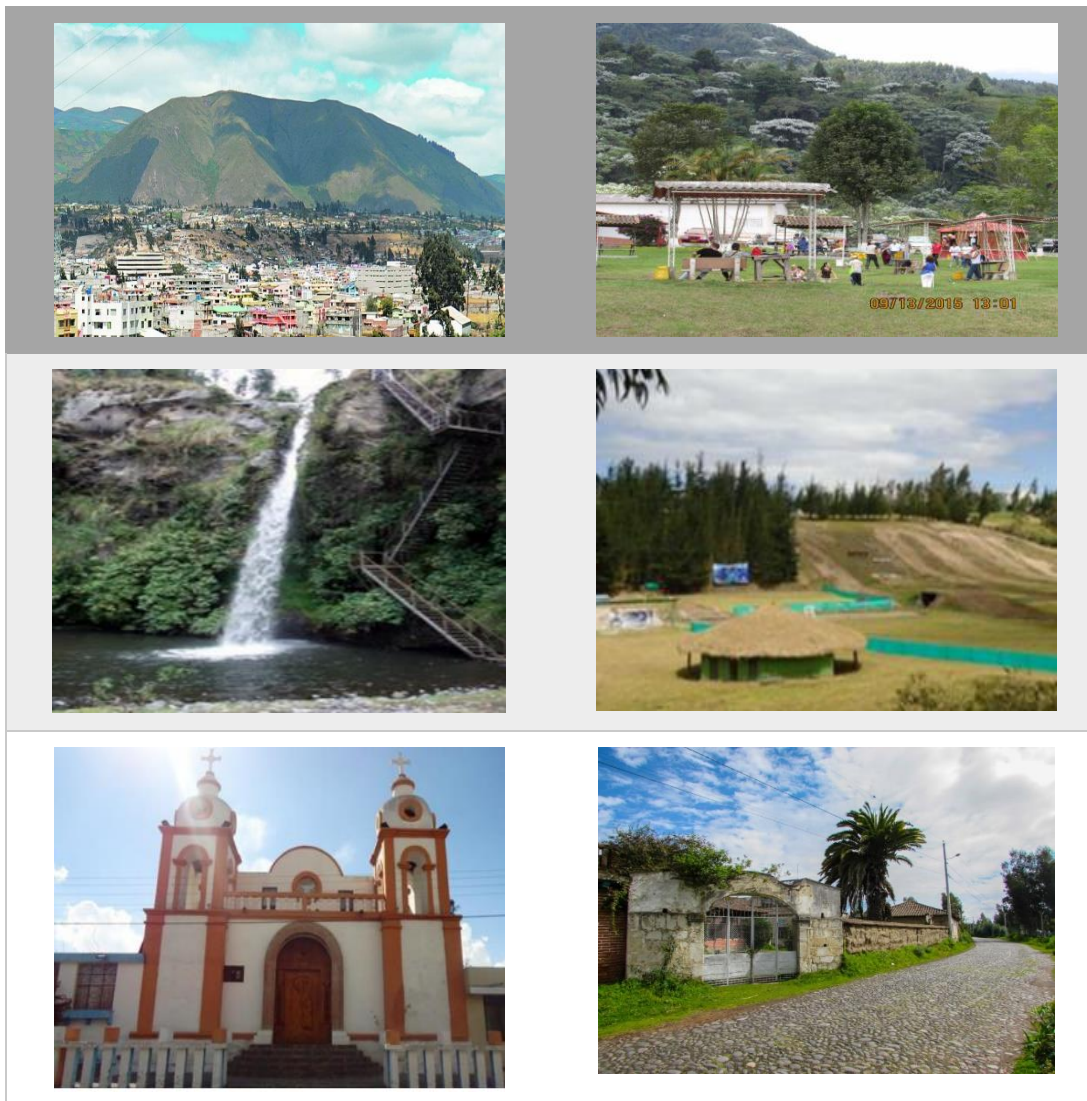
De igual manera el parque recreacional Santa Rosa, la misma Cuenta con canchas deportivas tanto de vóley como de fulbito, juegos infantiles, área de camping, área de picnic con sus diferentes hornos, Adicionalmente pone a la disposición de sus visitantes los basureros, bebederos, servicios higiénicos, ornamentación, bodega, artesanías y finalmente un CIV (Centro de Información al Visitante).

En el barrio San Luis de la parroquia Belisario Quevedo se encuentra una Cascada, la misma presenta una belleza escénica única La cascada mide 5

metros de altura aproximadamente, con aguas cristalinas, hoy en día cuenta con grada de madera para subir y bajar, pero se encuentran en mal estado por falta de mantenimiento y especialmente porque no ha existido estudios anteriores para su adecuación. Alrededor de la cascada encontramos flora y fauna propia del lugar.

### Tabla 53

#### *Recursos turísticos*



- **Jerarquización de los atractivos turísticos**

En este punto la jerarquía de los atractivos se establece de acuerdo a los valores que se asigna a los mismo tomando en cuenta la calidad, apoyo y significado. Para realizar esta actividad se toma en cuenta la metodología para

jerarquizar los atractivos turísticos corresponde al Ministerio de Turismo del Ecuador.

Siguiendo el mismo orden, a continuación se presentan la siguiente tabla de jerarquización de los atractivos turísticos de la parroquia, dicha información fue tomada de las fichas de los atractivos turísticos y jerarquización del proyecto de vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L 2016 y del trabajo de grado de la señorita Chacón (2017) con el tema Estudio de las potencialidades turísticas en las comunidades de la parroquia Belisario Quevedo para la generación del turismo rural.

**Tabla 54**

*Jerarquización de atractivos turísticos*

Nombre de atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Iglesia De Illuchi				II
Iglesia Santa Rosa				II
Iglesia Barrio Centro				II
Iglesia Colaguango		Arquitectura	Histórico	II
Iglesia Barrio Chaupi Contadero				I
Centro De Formación San Pablo Tandanacui				II
Fiesta De La Virgen De Santa Rosa				II
Fiesta De La Virgen De Las Mercedes	Manifestaciones culturales			II
Fiesta En Honor A La Virgen De Fátima			Manifestaciones religiosas, tradicionales y creencias populares	II
Fiestas De San Bartolomé		Folclore		II
Virgen De La Inmaculada				II
Fiestas De San Pedro				I
Fiestas Del Divino Niño				I
Inty Raymi				I

Continua



Parque De La Familia				II
Mirador San Luis				I
Cabañas UNUK LOMA			Obras ingeniería de	II
Recepciones Jerez				III
Danzante De Culaguango				II
Cascada El Fiscal				II
Quesera La Quian				II
Quesería La Dolorosa		Realizaciones Técnicas y Científicas		II
Quesería Familiar-Pesca De Truchas-Caminatas-Mirador-Cascada-Ciclo ruta-Gallinero			Explotaciones agropecuarias y pesqueras	III
Vivero Forestal				II
Quesería Barrio La Compañía				
Planta Enfriadora De Leche				II
Cascada	atractivos natural	Ríos	Cascada	I
Cerro Putzalahua		Montaña	Baja montaña	III

- **Producto turístico**

Mediante la planificación estratégica se puede establecer los principales productos turísticos que se impulsaran dentro del turismo comunitario de la parroquia Belisario Quevedo. Los productos turísticos de prioridad son aquellos que presentan categoría IV, mientras que los de categoría III, serán los productos complementarios

**Tabla 55***Producto turístico*

Sitios naturales	ELEVACIONES		Caminatas
		Biodiversidad y acercamiento a la naturaleza	Ciclismo
			Observación de valles
			Hospedaje de cabañas rústicas
<b>Manifestaciones culturales</b>			
	CULTURAL	Gastronomía	Comida típica

Se considera atractivos turísticos a todos los elementos de la naturaleza que tienen o generan una atracción que motiva a la persona a dejar su lugar de origen por un intervalo de tiempo, con el fin de participar de programas de recreación y esparcimiento con la naturaleza en la que se puede desarrollar varias actividades que disfrutan tanto locales como visitantes.

- **Servicios turísticos**

**Tabla 56***Establecimientos de Alojamiento de la Parroquia Belisario Quevedo*

N.-	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	LOCALIDAD
1	Quinta San Carlos	Barrio Chaupi
2	Quinta la posada	Barrio el Empedrado
3	Cabañas potrerillos	Barrio Potrerillos
4	Hacienda San Francisco	Barrio Chaupi
5	Motel Tekendama	Barrio Forastero

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado, 2015)



**Tabla 57***Restaurantes de la Parroquia Belisario Quevedo*

N.-	NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO	LOCALIDAD
1	Restaurante Doña Magui	Barrio la Cangahua
2	Restaurante Putzalahua	Barrio San Luis
3	Picantería Rosita	Barrio Illuchi
4	Restaurante Don Pepito	Barrio Illuchi
5	Rosita de Lima	Barrio Centro
6	Picantería Santiago	Barrio Centro
7	Restaurante Matty	Barrio Centro
8	Picantería Rosita	Barrio Santa Rosa
9	Restaurante la Fusión del Chef	Barrio Santa Rosa
10	Restaurante Santiago	Barrio el Empedrado

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado, 2015)

- **Demanda turística**

El presente proyecto de investigación está dirigido a la demanda turística de la provincia de Cotopaxi, que visiten los principales atractivos tales como: Parque Nacional Cotopaxi, Reserva Ecológica los Ilinizas, Área Nacional de Recreación el Boliche, Organización comunitaria de desarrollo turístico “Lago Verde” pero sobre todo está dirigida para los turistas nacionales como extranjeros que visiten la ciudad de Latacunga y la parroquia rural Belisario Quevedo.

**f. Condiciones del entorno**

La parroquia Belisario Quevedo pertenece a la Ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi, el sector está rodeado de paisajes naturales y un entorno montañoso lo que hace a este lugar único e ideal para descansar.

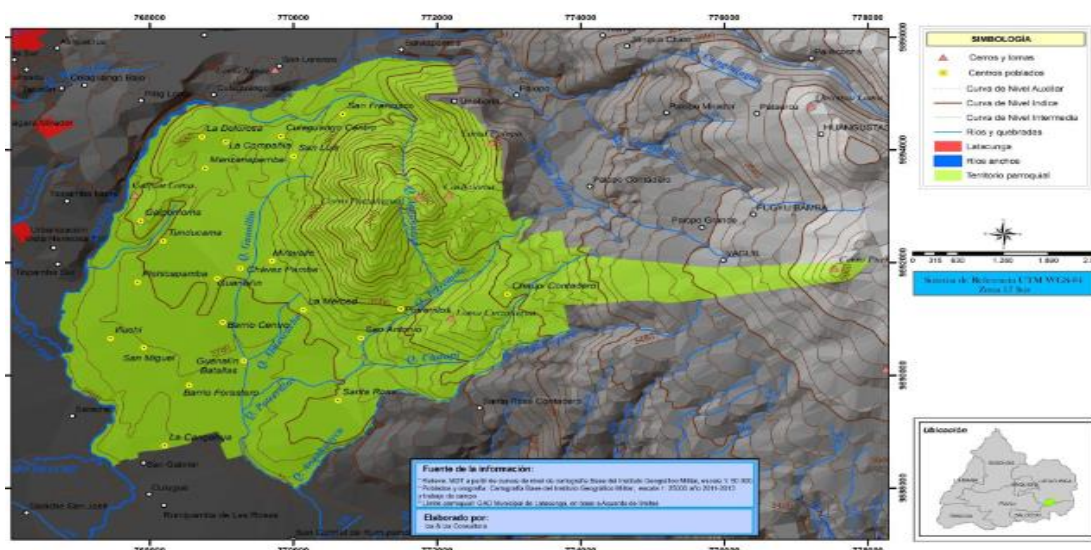


**Figura 57.** Ubicación Parroquia Belisario Quevedo

Fuente: (Maps, 2018)

La parroquia Belisario Quevedo limita al norte limita con el río Illuchi, al sur con cerro Puctin, al este con el canal principal del proyecto que constituye la cota 1940 m.s.m Unabana, Loma de Palopo y al oeste, el río y linderos de Illuchi y parte del canal Davalos Chiriboga.

El clima presente en la parroquia Belisario Quevedo es variante de acuerdo a la zona baja y alta, en la zona baja es de 13.3°C y en la zona alta es de 7.7°C en la temperatura media anual, en temperatura mensual es en la zona baja de 12.4 a 13.8°C y en la zona alta es de Max 18°C y min de 7.5°C.



**Figura 58.** Mapa base de la parroquia Belisario Quevedo

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado, 2015)



### g. Metodología del análisis FODA

Para el desarrollo de la fase II, se elabora la matriz FODA con el objetivo de analizar los aspectos internos y externos de la parroquia Belisario Quevedo en la cual dicho análisis permitirá la formulación de las estrategias que buscan el desarrollo económico, social y ambiental.

A continuación, se presenta las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas obtenidas en el diagnóstico y la investigación de campo.

**Tabla 58**

*Análisis FODA*

<b>Fortalezas</b>		<b>Debilidades</b>	
1	Desarrollo de actividad económica	Desconocimiento turístico	
2	Recursos naturales atractivos	Insuficiencia de servicios básicos	
3	Existencia de servicio de transporte	Escasa información, promoción y comercialización del turismo	
4	Variedad de gastronomía, recreación	Limitada ejecución de proyectos	
5	Emprendedores turísticos con predisposición a mejorar la calidad de servicios	Falta de capacitación a los prestadores de servicios	
<b>Oportunidades</b>		<b>Amenazas</b>	
1	Leyes a favor del desarrollo turístico	Inestabilidad económica del GAD	
2	Apoyo de la población y del Municipio	Oferta similar a cantones o parroquias vecinas	
3	Vinculación para proyectos nacionales	Crisis económica	
4	Fuentes de financiamiento pública	Regulación que dificulta emprender	
5	Crecimiento personal y de productos	Bajo interés en la oferta turística.	

## h. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

La Matriz de evaluación de factores internos es una herramienta de análisis estratégico y evaluación de las debilidades y fortalezas que presenta la parroquia Belisario Quevedo. El proceso para el análisis de la misma es:

- Asignar un valor y una calificación tanto en las debilidades como en las fortalezas,
- Sumar cada una de ellas obteniendo un total, el cual es analizado si las debilidades o las fortalezas son las que prevalecen en la parroquia.

**Tabla 59**

*Matriz MEFI*

MATRIZ MEFI				
FACTORES INTERNOS CLAVES				
N <sup>o</sup>	FORTALEZAS	Valor	Calificación	Valor ponderado
1	Desarrollo de actividad económica	0,25	3	0,75
2	Recursos naturales atractivos	0,30	4	1,20
3	Existencia de servicio de transporte	0,25	3	0,75
4	Bajo índice de la tasa inflación del país	0,05	1	0,05
5	Emprendedores turísticos con predisposición a mejorar la calidad de servicios	0,15	2	0,30
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>3,05</b>
N <sup>o</sup>	DEBILIDADES	Valor	Calificación	Valor ponderado
1	Desconocimiento turístico	0,15	2	0,30
2	Insuficiencia de servicios básicos	0,10	1	0,10
3	Escasa información, promoción y comercialización del turismo	0,35	4	1,4
4	Limitada ejecución de proyectos	0,25	3	0,75
5	Falta de capacitación a los prestadores de servicios	0,15	2	0,30
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>2,85</b>

Con un peso ponderado total general 3,05 que se encuentra por encima de la media, tiene fortalezas como alto compromiso de querer que la parroquia se dé a conocer por los atractivos turísticos que posee y el plan entregado funcione tanto

para la parroquia como para los turistas y de esta manera generar fuentes de empleo. Sin embargo, se presentan debilidades que pueden afectar el plan trazado, es por eso que se debe corregir y disminuir las debilidades que tienen un valor ponderado de 2,85

#### i. Matriz de evolución de factores externos (MEFE)

La Matriz de evaluación de factores externos es una herramienta de análisis estratégico y evaluación de las oportunidades con el objeto de contrarrestar las amenazas de la parroquia Belisario Quevedo.

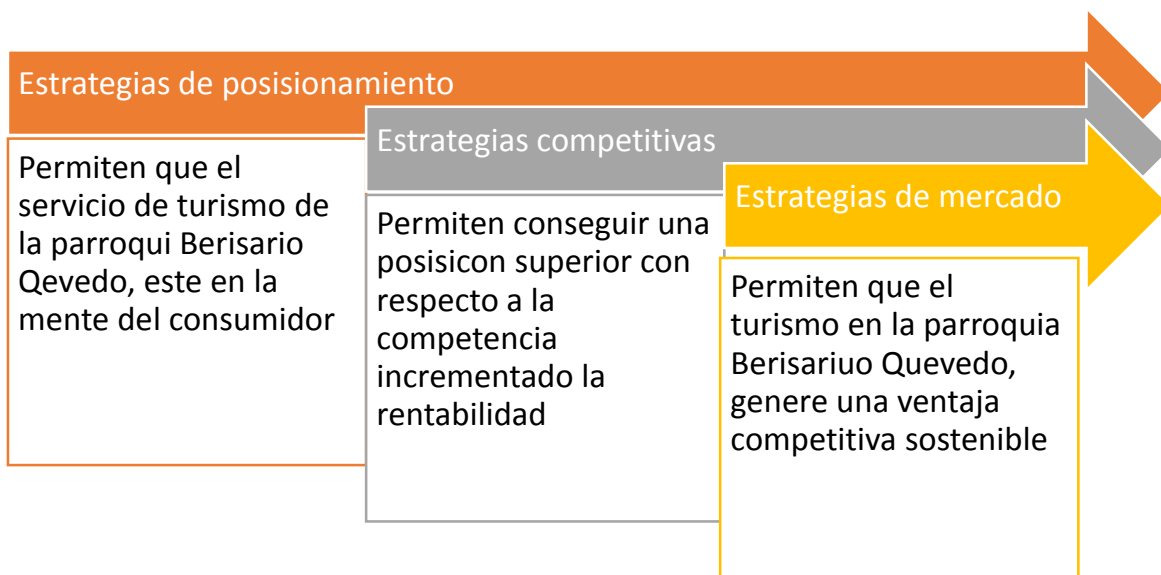
**Tabla 60**

*Matriz MEFE*

MATRIZ MEFE				
FACTORES EXTERNOS CLAVES				
N°	OPORTUNIDADES	Valor	Calificación	Valor ponderado
1	Leyes a favor del desarrollo turístico	0,20	3	0,60
2	Apoyo de la población y del Municipio	0,30	4	1,20
3	vinculación para proyectos nacionales	0,05	1	0,05
4	Fuentes de financiamiento pública	0,30	4	1,20
5	Crecimiento personal y de productos	0,15	2	0,30
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>3,35</b>
N°	AMENAZAS	Valor	Clasificación	Valor ponderado
1	Inestabilidad económica del GAD	0,20	2	0,40
2	Oferta similar a cantones o parroquias vecinas	0,35	4	1,4
3	Crisis económica	0,10	1	0,10
4	Regulación que dificulta emprender	0,10	1	0,10
5	Bajo interés en la oferta turística.	0,25	3	0,75
<b>TOTAL</b>		<b>1,00</b>		<b>2,75</b>

El resultado de la MEFE refleja que las oportunidades son mayores que las amenazas. El valor total ponderado de las oportunidades es de 3,35, mientras que el de las amenazas fue de 2,75. Aun así, es necesario prestarles mucha atención a las amenazas ya que en cualquier momento pueden superar las oportunidades.

### 5.4.2. Direccionamiento estratégico



#### a. Estrategias de mercado Turístico

**Estrategia:** Mejorar la infraestructura y servicios básicos en la Parroquia Belisario Quevedo.

#### Acciones:

- Mejora en la conectividad terrestre, que exista una carretera acorde a las necesidades de la parroquia, para que de esa manera los turistas puedan acceder y conocer del lugar turístico



**Figura 59.** Asfaltado de carreteras

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado, 2015)

- Mantenimiento de las carreteras y rutas de acceso a las principales parroquias turísticas del sector.



**Figura 60.** Limpieza de carreteras

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado, 2015)

- Mejoramiento de la señalización turística de la parroquia Belisario Quevedo



**Figura 61.** Plazoleta Belisario Quevedo

Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado, 2015)

## b. Estrategia competitiva turística

**Estrategia:** Capacitar a operadores de turismo en cuanto a la oferta turística de la parroquia.

### Acciones

- La capacitación que se va a realizar a los operadores se da en relación a guías turísticas, ofertas gastronómicas, costos, entre otros
- Diseñar paquetes de servicios nuevos.



**Figura 62.** Catalogo turístico

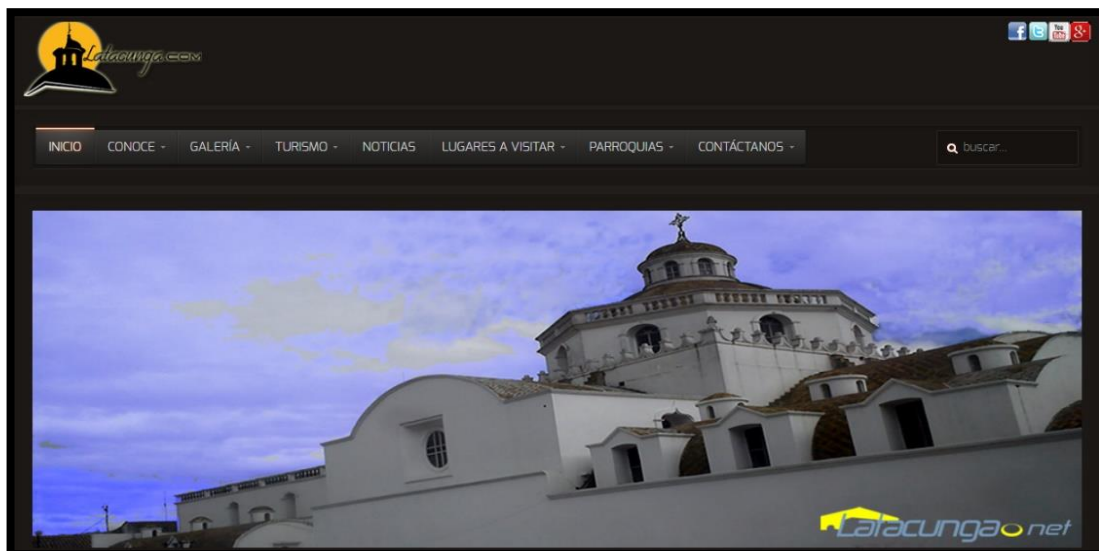
## c. Estrategia de posicionamiento turístico

**Estrategia:** Establecer una imagen de la parroquia Belisario Quevedo, enfocada al turismo, a través de emprendimientos turísticos que estén orientados a dar información y asesoramiento a los turistas.

### Acciones.

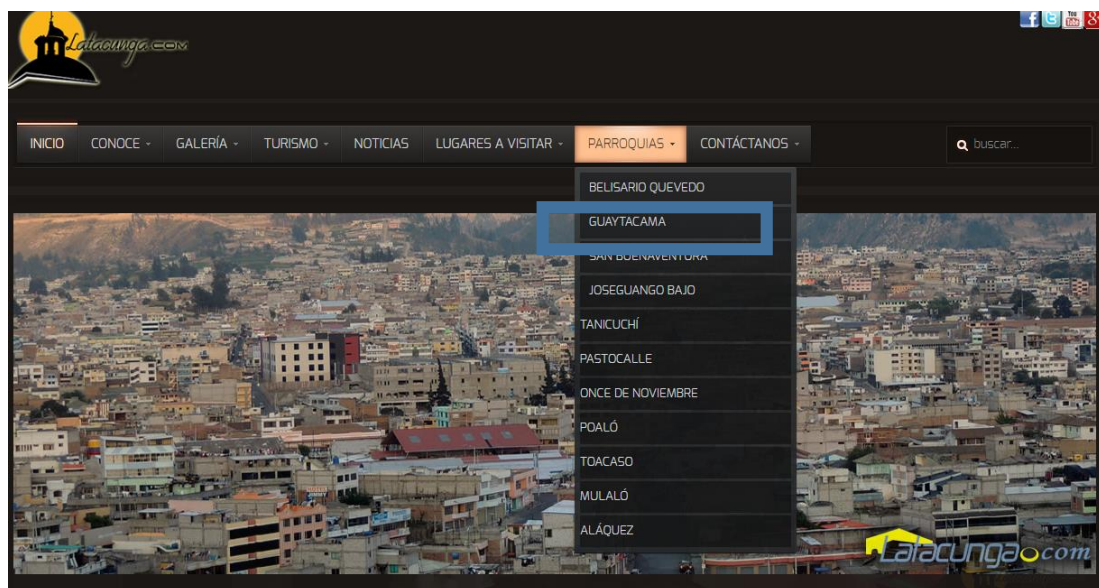
- Diseñar y ejecutar campaña de promoción de este destino turístico, promocionando productos y atractivos. Dentro de ello se dará realce a la campaña institucional que fue creada con el objetivo de construir, mantener y mejorar la imagen de marca de la ciudad y de las demás parroquias aledañas.





**Figura 63.** Página Web

Dentro de la página citada se encuentra información acerca de las parroquias que forman parte del cantón.



**Figura 64.** Página Web

- La página web institucional posee información sobre la parroquia Belisario Quevedo, para lo cual se pretende dar a conocer a dentro del cuaderno turístico.

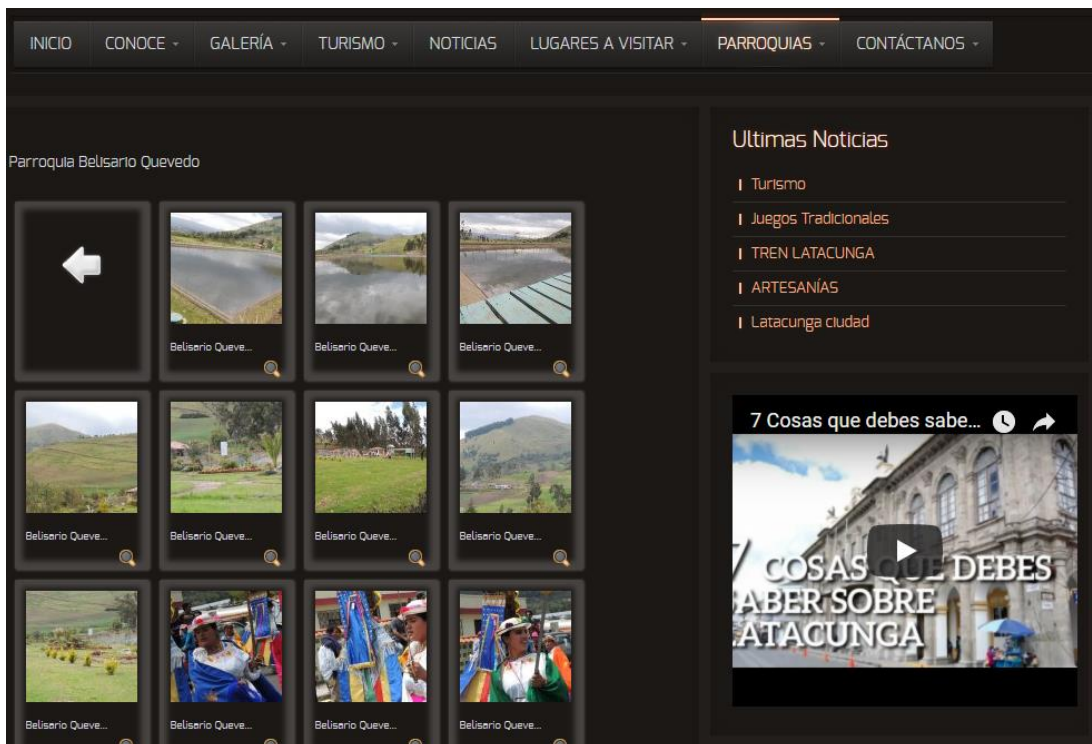


Figura 65. Página Web

- Integrar de manera paulatina la imagen de la parroquia Belisario Quevedo para el turismo a través de las redes sociales.



Figura 66. Redes Sociales



#### **d. Estrategias de promoción turística:**

##### **Estrategias:**

- Difundir material promocional para el Centro de Información Turística de la Parroquia Belisario Quevedo a través de CDS, DVD promocionales, postales, entre otros
- Promocionar el turismo en la parroquia Belisario Quevedo, a través de anuncios de televisión y radio, de tal manera que se alcance un mercado nacional más extenso.
- Crear un sitio web con registros de las actividades turísticas que ofrece la parroquia Belisario Quevedo y creando una base de datos con las vivencias de los turistas que han visitado la ciudad.
- Dar a conocer e impulsar el turismo a través de las redes sociales logrando un mercado fuera del nacional

#### **e. Análisis PETS**

- **Político**

El Plan Estratégico de la parroquia Belisario Quevedo, se ubica dentro del turismo comunitario y las oficinas de información turística son aprobadas por el ministerio de turismo que se encarga de administrar los permisos para empresas turísticas y distribuir la información relevante turística de los principales centros de actividad de turismo del país.

- **Económico**

En el área económica la creación de una oficina de información turística generara un impacto positivo ya que abrirá fuentes de empleo y ayudara a fomentar el desarrollo del turismo en la parroquia Belisario Quevedo, introduciendo un mayor número de visitantes extranjeros y nacionales dando como resultado un incremento económico.

- **Tecnológico**

En la actualidad el mundo está globalizado y la tecnología ha avanzado a tal punto que el internet ha llegado a casi todo el mundo, es por esta razón, que para

publicitar y fomentar el turismo se podría usar dicha herramienta para dar a conocer el turismo comunitario de la parroquia Belisario Quevedo.

- **Sociocultural**

La oficina de información turística, será la principal protagonista del desarrollo del turismo y del crecimiento cultural de la parroquia, fortaleciendo a la comunidad y a sus habitantes en el ámbito del turismo.

- **Ambiental**

Sera la encargada de dar a conocer los recursos naturales con os que cuenta la parroquia y de velar por el impacto ambiental que genere el turismo a través de su aprovechamiento.

**f. FODA estratégico**

Para tomar una decisión estratégica que beneficie el turismo comunitario de una comunidad, se debe tomar en cuenta el análisis FODA de la parroquia Belisario Quevedo como fuente potencial de turismo. Las estrategias formuladas y planteadas buscan potenciar las fortalezas para reducir en lo posible las debilidades. De igual manera se busca reducir y en lo posible eliminar las amenazas aprovechando las oportunidades que se presenten.

**Tabla 61**

*FODA estratégico*

		FACTORES INTERNOS	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
<b>FODA</b>		<b>F 1</b> Desarrollo de actividad económica	<b>D 1</b> Desconocimiento turístico
		<b>F 2</b> Recursos naturales atractivos	<b>D 2</b> Insuficiencia de servicios básicos
		<b>F 3</b> Existencia de servicio de transporte	<b>D 3</b> escasa información, promoción y comercialización del turismo
		<b>F 4</b> Variedad de gastronomía, recreación	<b>D 4</b> Limitada ejecución de proyectos
		<b>F 5</b> Emprendedores turísticos con predisposición a mejorar la calidad de servicios	<b>D 5</b> falta de capacitación a los prestadores de servicios
		Estrategia FO	Estrategia DO
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>		
	<b>O 1</b> Leyes a favor del desarrollo turístico	Con el apoyo de la población el municipio realizar mejoras en la conectividad terrestre para que de esa manera se desarrolló las actividades económicas	Establecer una imagen de la parroquia enfocada al turismo
	<b>O 2</b> Apoyo de la población y del Municipio		
	<b>O 3</b> Vinculación para proyectos nacionales		
	<b>O 4</b> Fuentes de financiamiento pública		
<b>O 5</b> Crecimiento personal y de productos			

Continua



		Estrategia FA	Estrategia DA	
<b>AMENAZAS</b>	<b>A1</b>	Inestabilidad económica del GAD		
	<b>A2</b>	Oferta similar a cantones o parroquias vecinas		
	<b>A3</b>	Crisis económica	<p>Para la estabilidad económica de la parroquia se propone capacitar a los operadores en relación a guías turísticas, ofertas gastronómicas, costos, entre otros</p>	<p>Elaborar, ejecutar y controlar un plan en base a emprendimientos turísticos que estén orientados a dar información y asesoramiento a los turistas</p>
	<b>A4</b>	Regulación que dificulta emprender		
	<b>A5</b>	Bajo interés en la oferta turística.		

**g. Direccionamiento estratégico**

**Tabla 62**

*Descripción de actividades*

PROCEDIMIENTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN					
Nro.	Estrategias	Actividades	Responsables	Tiempo	Recursos
	Mejorar la infraestructura y servicios básicos en la Parroquia Belisario Quevedo.	Mejora en la conectividad terrestre,  Mantenimiento de carreteras y rutas  Mejoramiento de la señalización turística	Ministerio de obras públicas y transporte	Anual	
	Establecer una imagen de la parroquia Belisario Quevedo, enfocada al turismo.	Diseñar y ejecutar campaña de promoción  Capacitar a operadores de turismo  Diseñar paquetes de servicios nuevos.  Integrar de manera	GAD Municipal de Belisario Quevedo	1 año a partir del segundo año de ejecución del plan	<b>Materiales:</b>  <b>Humanos</b>  <b>Tecnológicos</b>

Continua 

paulatina la imagen de la parroquia

Elaboración, ejecución y control de un plan en base a emprendimientos turísticos

Fomento de emprendimientos turísticos de la parroquia Belisario Quevedo.

Difundir material promocional para el Centro de Información Turística

Ministerio de Turismo

Promoción turística

**1 año a partir del segundo año de ejecución del plan**

## **h. Visión**

Fomentar el turismo comunitario en la parroquia Belisario Quevedo, a través de una oficina de información turística creada en el sector, encargada, de dar a conocer los sitios más relevantes que puedan visitar turistas locales y extranjeros para obtener un crecimiento económico de sostén para la comunidad

## **i. Misión**

Mejorar la economía de la comunidad y la calidad de vida de la población de Belisario Quevedo, mediante proyectos de turismo y preservación de los recursos naturales para impulsar el desarrollo integro de la comunidad.

## **j. Objetivos**

### **General**

Consolidar la parroquia Belisario Quevedo como destino turístico a través del establecimiento de un centro de información turística.

### **Específicos**

- Posesionar a la parroquia Belisario Quevedo como destino turístico equilibrado, moderno y dinámico en el ámbito local, nacional e internacional.
- Desarrollar estrategias que permitan al centro de información turística establecerse como fuente importante para impulsar el crecimiento del turismo
- Dar a conocer el Plan estratégico del turismo comunitario de la parroquia Belisario Quevedo.

## **k. Lineamientos de las políticas rectoras**

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Belisario Quevedo es la entidad responsable de la dirección, planificación y ejecución de los proyectos establecidos en el Plan de desarrollo turístico con ayuda de las demás

instituciones que trabajan en la parroquia Las políticas que rigen el plan son basadas en el Plan de desarrollo turístico del Ecuador. PLANDETUR 2020.

- El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
- La gestión del turismo se efectuará con un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente.
- Se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
- Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto negativo para la parroquia, que el ejercicio de actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas.
- Se impulsa el turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.
- Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo

El acuerdo ministerial No 16, establecido por la ministra de turismo Josse (2010) con Registro Oficial 154 indica lo siguiente:

## **CAPITULO I**

### **Normas Generales**

**Art. 1.-** Este reglamento tiene como objeto normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios.



**Art. 2.-** Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento.
- Alimentos y bebidas.
- Transportación turística.
- Operación.
- Organización de eventos.
- Congresos.
- Convenciones.

**Art. 3.-** **Ámbito de aplicación.-** El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento.

**Art. 4.-** **Personalidad jurídica.-** Los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente.

## **CAPITULO II**

### **De los Derechos y Obligaciones**

**Art. 5.-** **De la Gestión.-** La gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento. Sin embargo, de existir en el territorio comunitario establecimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en la actividad turística comunitaria, estos deberán respetar y someterse a las normas comunitarias en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos, y se registrarán en el Ministerio de Turismo en forma privada.

**Art. 6.-** **Del Ministerio de Turismo.-** Es función del Ministerio de Turismo promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

**Art. 7.-** **Prestación directa.-** Las actividades turísticas se realizarán de manera directa por la comunidad; por lo tanto, las comunidades legalmente registradas podrán comercializar los servicios

## CAPITULO III

### Del Registro

**Art. 8.-** Requisitos para el Registro de Turismo.- El registro de turismo como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en la matriz o en las unidades desconcentradas en el ámbito nacional del Ministerio de Turismo, debiendo para dicho registro turístico, adjuntar los siguientes documentos:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad;
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante
- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario;
- Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo
- Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana

**Art. 9.-** Procedimiento del Registro.- Recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un

número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo. Una vez concluido este trámite, se procederá a emitir el certificado de registro. El certificado de registro se otorgará previo al pago del uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por concepto de registro. En el caso de las agencias de viajes operadoras, deberán cumplir con los requisitos previstos en el reglamento vigente para las operadoras.

**Art. 10.-** Licencia anual de funcionamiento.- La licencia anual de funcionamiento será conferida por la Municipalidad de la jurisdicción donde se encuentre el Centro Turístico Comunitario, de haberse descentralizado las competencias del Ministerio de Turismo al Municipio de la jurisdicción; caso contrario, se la expedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo competente, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

**Art. 11.-** El Ministerio de Turismo al amparo del Convenio 169 de la OIT ratificado por el Ecuador, cuidará en lo que es de su competencia, del normal funcionamiento de los centros turísticos comunitarios, y precautelaré cualquier abuso que pueda generarse por parte de los representantes de los centros turísticos comunitarios, para lo cual se aceptará la denuncia pública o veeduría ciudadana por las cuales el Ministerio de Turismo actuará de oficio.

## **CAPITULO IV**

### **De la Capacitación y Formación Profesional**

**Art. 12.-** Certificación.- Según la actividad o actividades que vayan a realizar una comunidad, de conformidad con el artículo 2 de este reglamento, la persona jurídica que representa a la comunidad, justificará con certificados válidos la capacitación técnica y/o profesional en las actividades turísticas que intervengan sus miembros.

**Art. 13.-** El Ministerio de Turismo promoverá la capacitación técnica y profesional, de quienes ejercen legalmente la actividad turística, de acuerdo al Art. 4 literal e) de la Ley de Turismo.

**Art. 14.-** Guías nativos: Los guías nativos (comunitarios), con licencia otorgada por el Ministerio de Turismo, podrán conducir turistas en áreas geográficas que corresponden al territorio de la comunidad, al pueblo o nacionalidad al que pertenecen y en interacción con otros centros turísticos comunitarios. En lo demás, se regirán por las disposiciones generales o especiales constantes en los reglamentos respectivos para guías, por cada actividad que desempeñe.

## **CAPITULO V**

### **Del Patrimonio**

**Art. 15.-** Oferta Turística.- Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

**Art. 16.-** Prohibición.- Prohíbese el uso de la expresión "turismo comunitario" o cualquier otra similar que induzca a la idea de la participación de la comunidad en una operación turística, a cualquier establecimiento privado. Su uso indebido será sancionado de acuerdo a la ley aplicable.

**Art. 17.-** Sostenibilidad ambiental.- La actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio.

**Art. 18.-** Exclusividad.- Los recursos naturales que han sido transformados en atractivos turísticos y que se encuentran asentados en determinado territorio comunitario que cuenta con títulos de propiedad o que se encuentra en posesión ancestral, son de uso exclusivo de ella para la operación turística. (Derecho de dominio, derecho de posesión). Si la empresa privada utiliza los recursos que se encuentran dentro del territorio comunitario deberá hacerlo previa coordinación con la comunidad.

**Art. 19.-** Turismo en áreas naturales del Estado.- Es de competencia de los ministerios de Turismo y del Ambiente coordinar el ejercicio de las actividades turísticas comunitarias en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas, la fijación y cobro

de tarifas por el ingreso y demás aspectos relacionados con el PANE. Los centros de turismo comunitario deberán sujetarse a los planes de manejo ambientales del PANE, determinadas por el Ministerio del Ambiente y recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones, todas las facilidades necesarias para el desarrollo de las actividades turísticas.

**Art. 20.-** Turismo en zona de amortiguamiento.- En aquellas áreas naturales denominadas zonas de amortiguamiento y similares, que sean de uso turístico y constituyan territorios de comunidades, el Ministerio de Turismo definirá conjuntamente con el Ministerio de Ambiente las regulaciones, los servicios, los convenios y concesiones de estas áreas para fomentar el turismo comunitario.

## **CAPITULO VI**

### **Sanciones**

**Art. 21.-** Para el efectivo control de esta actividad, se sancionará de acuerdo a lo que establece el Art. 52 de la Ley de Turismo, en concordancia con el capítulo 11 del reglamento general de aplicación a la ley, sin perjuicio de la aplicación por las autoridades competentes, de las normas atinentes a cada hecho sancionable.

### **5.4.3. Estrategias orientadas al mejoramiento de los sistemas turísticos que contempla el centro de información turística de la parroquia**

#### **a. Estrategias**

- Permitirán que el turismo se incremente paulatinamente hasta establecerse como una actividad económica estable.
- Promover el turismo comunitario a través de promociones y reducción de costos en hospedaje e incluso en alimentación, de tal manera que los turistas prefieran visitar parroquia.
- Seleccionar el público objetivo, es decir, hacia quien está dirigido mayormente el turismo comunitario bien sea extranjeros o nacionales.

- Dar a conocer el turismo de la parroquia Belisario Quevedo a nuevos mercados, es decir, a diferentes ciudades, a través de flyers, anuncios publicitarios, etc.
- Desarrollar nuevas actividades turísticas dentro de la zona, así como también definir el rol de cada persona que forme parte del proyecto de turismo.
- Determinar los Hoteles, Agencias, Operadores y Servicios de transporte de la ciudad de Latacunga que trabajen en conjunto con el centro de información de la parroquia para ofrecer planes ecoturísticos de alta calidad.
- Considerar aquellos establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, iniciativas de turismo y demás prestadores de servicios trabajen en conjunto con las comunidades mezclando conocimiento de la zona con capacitación.
- Brindar información previa a las turistas para reforzar la seguridad a los mismos.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES

- Las bases teóricas aportaron de manera efectiva al estudio de un plan estratégico que permita el cumplimiento de objetivos empresariales y además las necesidades que se debe enfocar en relación al turismo de la parroquia Belisario Quevedo que aumente las perspectivas planteadas.
- Se estudió la planificación estratégica y se llegó a concluir que esta es una herramienta que permite controlar una organización en la actualidad y en el futuro a través de decisiones estratégicas que adopte la misma.
- En el diagnóstico turístico se encontró que la parroquia Belisario Quevedo no cuenta con muchos atractivos, sin embargo, el GAD descentralizado ha trabajado sobre lugares que a la vista son llamativos mediante actividades que permitan crecer el desarrollo en relación al turismo, a pesar de ello no es muy efectivo debido a que no se ha aprovechado de la mejor manera los lugares propuestos para el crecimiento de la economía.
- El turismo en Belisario Quevedo tiene que ser tratado con efectividad con la finalidad de obtener beneficios socio – económicos y así ser reconocidos a nivel nacional por lo que se ha tomado medidas al respecto si se cuenta con el apoyo necesario para lograr cumplir con las metas.
- El diseño del cuaderno turístico que se presentó como propuesta, en el que cuenta con la planificación estratégica para el centro de información turística, es de gran ayuda ya que permitirá valorizar y fomentar el turismo en la parroquia Belisario Quevedo a través de estrategias planteadas en el mismos.

## RECOMENDACIONES

- Es necesario que cada uno de los proyectos a realizarse estén sustentados en investigaciones anteriores que permitan el adecuado manejo de información y así abarcar los conocimientos que sumen al desarrollo turístico de Belisario Quevedo.
- Establecer mediante estudios estadísticos adecuados que permitan un mejor conocimiento sobre la realidad actual del sector e identificando los principales problemas que permitan actuar y minimizar riesgos sobre el turismo que se realiza en Belisario Quevedo y a la vez mediante los datos obtenidos se facilite la toma de decisiones que permitan un aporte positivo sobre el tema de investigación.
- Elaborar un plan estratégico como una herramienta primordial sobre el área de turismo de Belisario Quevedo que permitan actuar sobre las prioridades de este sector y así establecer líneas adecuadas sea a corto o largo plazo, con la finalidad de incorporar acciones que permitan el desarrollo de este lugar conjuntamente con un cuaderno turístico que permita detectar las tendencias más importantes sobre las actividades y vivencias que buscan las personas al hacer turismo.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, K. (2014). *Propuesta para la reactivación del centro de interpretación e información turística el vallecito Rumipanba del cantón Rumiñahui*. Salgolqui: Universidad de las Fuerzas Armadas.
- Altair Consultores. (2017). *La Elaboracion de Plan Estrategico*. ECO3 Colecciones. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de [http://www.altair-consultores.com/images/stories/publicaciones/LIBRO\\_PLAN ESTRATEGICO.pdf](http://www.altair-consultores.com/images/stories/publicaciones/LIBRO_PLAN ESTRATEGICO.pdf)
- Arias, F. (2012). *Introducción a la Metodología Científica*. Venezuela: EPISTEME.
- Armijo, C. (2003). Biblioteca Virtual SAN MARCOS. *Planeamiento estratégico de la biblioteca de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Lima.
- Armijo, M. (20 de Mayo de 2009). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. Obtenido de [http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual\\_planificacion\\_e\\_strategica.pdf](http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_e_strategica.pdf)
- Arroyo, E., & Coque, M. (2016). *Información y atención al visitante*. España: Paraninfo S.A.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Borbor, P. (2014). *Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue, parroquia Colonche del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2014*. La Libertad.
- Bullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. Mexico D.F: Trillas.
- Caldera, R. (Diciembre de 2004). *Planeación estratégica de recursos humanos*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2017, de <http://www.pqs.pe/sites/default/files/lecciones-emprendedores-140110104746-phpapp01.pdf>
- Calle, M. D. (2006). La ciudad histórica como destino . En M. D. Calle, *La ciudad histórica como destino* (págs. 23-24). Barcelona: Ariel.

- Canal, E. (2010). Los centros de información turística ¿limitarnos sólo a informar? *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.
- Cejas, M. (12 de Diciembre de 2015). *Metodología de la investigación científica*. Recuperado el 12 de Abril de 2018, de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Metodologia%20de%20Investigacion%20Cientifica.%20Libro%20Definitivo.%20Para%20Editar.%20M.Cejas.pdf
- Chacón, C. (2017). *Estudio de las potencialidades turísticas en las comunidades de la parroquia belisario quevedo para la generación del turismo rura*. Recuperado el 26 de Agosto de 2017, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13310/1/T-ESPEL-ITH-0072.pdf>
- Chaquilla, S. (2013). Objetivos, políticas, principios y valores. *Planificación estratégica*.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. (Noviembre de 2014). *Panorama de la Gestión Pública*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2017, de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37223/1/S1420739\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37223/1/S1420739_es.pdf)
- CONOCIMIENTOSWEB.NET. (15 de Abril de 2015). Recuperado el 11 de Octubre de 2017, de <http://www.conocimientosweb.net/dcmt/ficha25702.html>
- Constituyente, A. (2008). *Constitucion de la Republica del Ecuador*. Recuperado el 12 de Abril de 2018, de [http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- David, A., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). *Estadística para administración y economía. 10a. edición. CENGAGE LEARNIG. ISBN-13: 978-607-481-319-7, ISBN-10: 607-481-319-1*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2017, de <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-13-Estadistica-para-administracion-y-economia.pdf>

- DEINSA Protección Laboral. (2011). BSC como Sistema de Gestión Estratégica. *Programa Delphos*.
- Economipedia. (2015). *Visión de una empresa*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2017, de <http://economipedia.com/definiciones/vision-de-una-empresa.html>
- ESPE-L, G. T. (2016). *Levantamiento de información turística*. Latacunga .
- Espinosa, R. (2012). Cómo definir misión, visión y valores, en la empresa. *Estrategia de Marketing*.
- Figuroa, G., Paladines , J., Paladines, J., Caicedo , C., & Romero, M. (Marzo de 2017). *Modelo de Plan Estratégico de Sistemas para la Gestión y Organización a través de una plataforma Informática*. Ecuador: Area de Innovación y Desarrollo, S.L. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=c-mQDgAAQBAJ&pg=PA3&lpg=PA3&dq=Figuroa,+Paladines,+Caicedo+y+Romero+\(2017\)&source=bl&ots=7tzwB7h5Yi&sig=F6tFNKWLMfERJpY6a9P-ENpenss&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiwvNvtgKrbAhUK0IMKHRiiCjEQ6AEIOjAH#v=onepage&q=Figuroa%2C%20Pa](https://books.google.com.ec/books?id=c-mQDgAAQBAJ&pg=PA3&lpg=PA3&dq=Figuroa,+Paladines,+Caicedo+y+Romero+(2017)&source=bl&ots=7tzwB7h5Yi&sig=F6tFNKWLMfERJpY6a9P-ENpenss&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiwvNvtgKrbAhUK0IMKHRiiCjEQ6AEIOjAH#v=onepage&q=Figuroa%2C%20Pa)
- Gaibor, L. H. (2011). *Gestión, liderazgo y valores en la administración de la unidad educativa "San Juan de Bucay"*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2017, de [http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides\\_Gaibor\\_Luis\\_Hernan.pdf](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2039/3/Benavides_Gaibor_Luis_Hernan.pdf)
- Garzón, C. M. (Abril de 2011). *Análisis de los conceptos de administración, gestión y gerencia en enfermería, desde la producción científica de enfermería, en América Latina*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2017, de <http://www.bdigital.unal.edu.co/6678/1/claramariagarzonrodriguez.2011.pdf>
- Giraldo, L. A. (20 de Junio de 2008). *Plan de Comunicación como apoyo al servicio en pentagrama S.A.* Recuperado el 20 de Marzo de 2018, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis22.pdf>

- Gobierno Autonomo Descentralizado, G. P. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial parroquia Belisario Quevedo* . Latacunga.
- González, L. P., & Mendoza, D. R. (2014). *Introducción al Turismo*. Mexico D.F: Grupo Editorial Patria.
- Gorjas, J., Cardiel, N., & Zamorano, J. (2011). *Estadística Basica para estudiantes de Ciencias*. España: Departamento de Astrifísica y Ciencias de la Atmosfera. Facultad de Ciencias Fisiscas. Universidad Complutense de Madrid.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigacion*. Mexico D.F: McGRAW-HILL.
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investicagión. Sexta edicion*. Mexico D.F: Mc GRAW-HILL Education.
- Herrera, L., Medina , A., & Naranjo , G. (2008). *Tutoria de la investigación científica*. Ambato : Tiraje.
- HIDALGO, U. M. (20 de Mayo de s.f.). *UP Patrimonio Universitario*. Recuperado el 2 de Marzo de 2018, de <http://www.patrimonio.umich.mx/SCGISO9001/descargas/sistema-gestion-calidad.pdf>
- Huergo, J. (s.f.). *Los procesos de gestión*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2017, de <http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/univpedagogica/especializaciones/seminario/materialesparadescargar/seminario4/huergo3.pdf>
- Integra Consultores de Sistemas de Gestion. (20 de Mayo de 2015). *Sistemas de Gestión*. Recuperado el 27 de Octubre de 2017, de <http://www.consultoresdesistemasdegestion.es/sistemas-de-gestion/>
- ISOTools. (14 de Abril de 2015). *Software de gestión para la excelencia empresaria*. Recuperado el 15 de Abril de 2018, de El plan estratégico empresarial, una herramienta para la calidad: <https://www.isotools.org/2015/04/14/el-plan-estrategico-empresarial-una-herramienta-para-la-calidad/>

- Josse, V. S. (19 de marzo de 2010). *Reglamento para los centros turísticos*. Recuperado el 13 de Octubre de 2018, de Lexis.com.ec: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TUR%C3%8DSTICOS-COMUNITARIOS.pdf>
- Landeta, E. (2014). *Estudio para establecer la red de información y promoción turística de la ciudad de Latacunga, caracterizado el ITUR de la Espe-L. Latacunga*.
- Lerma, A., & Bárcena, S. (2012). *Planeación Estratégica por Áreas Funcionales*. México: Alfaomega Grupo Editor S.A.
- López, J. P. (2016). Manual para la gestión de las oficinas de turismo. *International journal of scientific management and tourism*, 8-10.
- López, R. V. (2012). Comunicación y Atención al Cliente en Hostelería y Turismo. HOTA0308. En R. V. López, *Comunicación y Atención al Cliente en Hostelería y Turismo. HOTA0308* (pág. 5). Málaga: IC Editorial .
- Maps, G. (2018). Parroquia Belisario Quevedo. Recuperado el 15 de Enero de 2018, de <https://www.google.com/maps/place/Parroquia+Belisario+Quevedo/@-0.9857872,-78.5844219,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d46369bdf401fb:0xf5bdd6814aeb0b25!8m2!3d-0.9857872!4d-78.5822332>
- Marciniak, R. (07 de Enero de 2013). *Gestion Empresarial*. Recuperado el 27 de Enero de 2018, de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>
- Margarita, P., & Crespi, M. (2012). *Servicions de Informacion Turistica*. Madrid: Síntesis S.A.
- Marín, H. (Febrero de 2012). INTRODUCCIÓN A LOS RECURSOS TURISTICOS. *Módulo Turismo Aula Senior*. Recuperado el 6 de Abril de 2018, de <http://docplayer.es/5995592-Recursos-turisticos-introduccion-a-los-recursos-turisticos-herminia-marin-castillo-modulo-turismo-aula-senior-febrero-2012.html>

- Martínez, D. (30 de junio de 2015). *Planificación Turística fases y componentes*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2017, de <http://turismoenaccionturismo.blogspot.com/2015/06/planificacion-turistica-fases-y.html>
- Martínez, M. L., & Arroyo Manzanedo, E. (2016). *UF0082 - Información y atención al visitante*. España : Paraninfo S.A.
- Martinez, V. (4 de Diciembre de 2013). *Metodos, tecnicas e instrumentos de investigacion*. Recuperado el 29 de Abril de 2018, de [https://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos\\_t%C3%A9cnicas\\_e\\_instrumentos\\_de\\_investigaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos_t%C3%A9cnicas_e_instrumentos_de_investigaci%C3%B3n)
- Morán, G. L., Paladines Morán, J. P., Paladines Morán, J. N., Caicedo Plúa, C. R., & Romero Castro, M. I. (2017). *Modelo de plan estratégico de sistemas para la gestión y organización a través de un plataforma informática*. Area de innovacion y desarrollo, S.L.
- Muñoz, E. F. (13 de Diciembre de 1999). *Información Turística: Turismo*. Recuperado el 11 de Marzo de 2018, de DE-MAS.NET: <http://turismo.de-mas.net/index.php?orden=i>
- Naciones Unidas. (2008). Recomendaciones sobre estadísticas de turismo. *Departamento de Información Económica y Social y Análisis de Políticas*. Recuperado el 6 de Abril de 2018, de [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_83rev1s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf)
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 335-357. Recuperado el 9 de Abril de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701014>
- OoCities.org. (2009). *Planeación Estratégica*. Recuperado el 9 de Septiembre de 2017, de <http://www.oocities.org/es/kenlis78/planificacion/planestrategica.htm>
- Organización Mundial del Comercio. (2017). *Servicios de turismo y servicios relacionados con los viajes*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2017, de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/serv\\_s/tourism\\_s/tourism\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/tourism_s/tourism_s.htm)
- Organización Mundial del Turismo . (2007). Entender el turismo. *Glosario Básico*.

- Organizacion Mundial del Turismo, OMT. (7 de septiembre de 2017). *Turismo Internacional*. Recuperado el 15 de Octubre de 2017, de <http://www2.unwto.org/es/tourism4development2017>
- ORTIZ, A. (2015). *Plan de Marketing para la Optimización del Turismo en el Cantón Rumiñahui*. Quito: Universidad Israel,. Recuperado el 3 de Enero de 2018, de <http://www.bibliotecasdelecuador.com/Record/oai:localhost:47000-51/Description>
- Pacheco, J. (2017). Las 5 etapas del proceso de planificación estratégica. *Etapas del proceso de planificación estratégica*.
- Palma, E. (2012). *Creacion de un centro de informacion turistica en el canton Quevedo*. Quevedo.
- Paredes, J. (2007). *Genesis Y Naturaleza de la Planeación*. Bolivia .
- Parra, E., & Calero, F. (2010). *Gestión y Dirección de Empresas Turísticas*. Madrid: McGraw Hill.
- Parra, M. (2011). *Las facilidades turísticas y su incidencia en la afluencia de visitantes al corredor eco-turístico quilotoa chugchilán provincia de cotopaxi*. Universidad Tecnica de Ambato, Ambato. Recuperado el 1 de Marzo de 2018, de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2561/1/MA-GP-ECO-878.pdf>
- Peláez, J. (2016). *Manual para la gestión de las oficinas de turismo*. Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ManualParaLaGestionDeLasOficinasDeTurismo-5744223%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ManualParaLaGestionDeLasOficinasDeTurismo-5744223%20(5).pdf)
- Planells, M., & Crespi, M. (2012). *Servicios de Información Turística*. Madrid: Síntesis S.A.
- Productiva, I. E. (20 de Mayo de 2013). *Modelo de Gestión*. Recuperado el 15 de Enero de 2018, de [https://www.isagen.com.co/comunicados/modelo\\_gestion\\_esp\\_2013.pdf](https://www.isagen.com.co/comunicados/modelo_gestion_esp_2013.pdf)
- Publicaiones VERTICE S.L. (2008). *Dirección Estratégica*. Málaga.

- Puente, W. (4 de Diciembre de 2000). *Técnicas de investigación*. Recuperado el 25 de Abril de 2018, de <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- Quadrin, F. A. (20 de Mayo de 2012). *Investigación Turística*. Recuperado el 22 de Abril de 2018, de <http://gtci.com.br/congressos/congresso/2012/pdf/eixo3/Quadrini.pdf>
- Rodríguez, J. (10 de Agosto de 2012). *Modelo de Gestión , Procesos, Personas, Tecnología, Información de Gestión*. Recuperado el 22 de Enero de 2018, de <https://es.slideshare.net/jorgergrecco/modelo-de-gestin-procesos-personas-tecnologa-informacin-de-gestin>
- Romo Morales, G., & Márquez de León, E. (2014). Gestión estratégica vs. Análisis estratégico. Una discusión conceptual a partir del estudio de caso de una institución de educación superior. *Pensamiento & Gestión*.
- Ruiz, E. E. (2012). *Organización del servicio de información turística local. HOTI0108*. Málaga: IC Editorial.
- Ruiz, M., & Vargas, J. (Enero de 2008). *Fuentes Primarias y Secundarias*. Recuperado el 14 de Abril de 2018, de [http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos\\_de\\_fuentes\\_de\\_informacin.html](http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html)
- Sammarchi, M. (10 de Mayo de 2001). *Situación Actual del Turismo en la Argentina*. Recuperado el 14 de Febrero de 2018, de <https://digitum.um.es/jspui/bitstream/10201/12970/1/208543.pdf>
- Sares, B. (20 de Mayo de 2012). "Gestión, liderazgo y valores en la administración de la Unidad Educativa Particular Mixta Hermano Miguel en su sección bachillerato". Machala: Centro universitario Machala. Obtenido de <http://definicion.de/modelo-de-gestion/>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan estratégico*. Quito.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, S. (2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito.
- SENPLADES, S. N. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Quito.



- Sistema de planificación estratégica FEEP. (Marzo de 2011). *Plan estratégico*. Recuperado el 12 de Octubre de 2017, de <http://trenecuador.com/ferrocarrilesdelecuador/wp-content/uploads/2014/09/estrategiafeep.pdf>
- Sociedad Municipal Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U. (01 de Diciembre de 2017). *Oficinas de Turismo de Salamanca*. Recuperado el 28 de Marzo de 2018, de <https://www.salamanca.es/es/servicios/oficina-de-turismo-on-line/oficina-de-turismo>
- Toaquiza, E. (2015). *Los contros de información turística y su aporte al desarrollo turístico del cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi*. Ambato.
- Toselli, C. (01 de Julio de 2015). *Turismo, planificación estratégica y desarrollo local*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2017, de <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/desarrollo-local.html>
- Turismo, M. d. (29 de Diciembre de 2014). *Ley de Turismo*. Recuperado el 16 de Abril de 2018, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Turismo, M. d. (12 de Enero de 2015). *Plandetur 2020*. Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de <http://www.portoviejo.gob.ec/docs/posts/2015/01/12/113931.pdf>
- Turismo, M. d. (12 de Febrero de 2015). *Puntos de informacion tusistica*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2017, de <https://www.turismo.gob.ec/el-mintur-pone-a-disposicion-puntos-de-informacion-turistica-en-quito/>
- Turismo, M. d. (Junio de 2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Recuperado el 24 de Febrero de 2018, de [http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte2\\_GuiaLevantamientoDeAtractivosTuristicos2017\\_2daEd.pdf](http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte2_GuiaLevantamientoDeAtractivosTuristicos2017_2daEd.pdf)

- Turismo, Ministerio de. (12 de Febrero de 2015). *Puntos de informacion turistica*. Recuperado el 2018 de Enero de 12, de <http://www.turismo.gob.ec/el-mintur-pone-a-disposicion-puntos-de-informacion-turistica-en-quito/>
- Turismo, O. M. (s.f.). *Sistema Turistico*. Recuperado el 29 de Enero de 2018, de <https://es.calameo.com/read/00064019749b290ac6074>
- Turistica, I. (s.f.). *Turismo*. Recuperado el 8 de Mayo de 2017, de <http://turismo.de-mas.net/index.php?orden=i>
- Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. (2016). *Política de Calidad*. Recuperado el 12 de Enero de 2018, de <http://www.patrimonio.umich.mx/SCGISO9001/>
- Valdemoro, S. V. (s.f.). *Información y Atención al Visitante*. Ministerio de educación. España: educaciones.es. Recuperado el 15 de Marzo de 2018, de [http://descargas.pntic.mec.es/mentor/visitas/Informaciony\\_atencion\\_visitante.pdf](http://descargas.pntic.mec.es/mentor/visitas/Informaciony_atencion_visitante.pdf)
- Varisco, C. (2013). *Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. Mar de Plata: Gestores costeros. Recuperado el 7 de Abril de 2018, de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>
- Vicuña, J. (2012). *El Plan Estratégico en la Práctica*. Madrid: ESIC .
- Viloria, N. (Enero - Junio de 2012). *Desarrollo turístico y su relación con el transporte. Gestión Turística. N° 17. ISSN 0717-1811*. Recuperado el 20 de Febrero de 2018, de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n17/art02.pdf>

# ANEXOS



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**CERTIFICACIÓN**

Se certifica que el presente trabajo fue realizado por la Srta.: **SANDY  
CAROLINA CHUQUI CRESPATA.**

En la ciudad de Latacunga al **1 día del mes de junio del 2018.**

**Aprobado por:**

Dra. Magda Cejas  
**DIRECTORA DEL PROYECTO**

Ing. Carlos Albán  
**DIRECTOR DE LA CARRERA**



**SECRETARIO ACADÉMICO**