



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**

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

**TEMA: “ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE TURISMO
IMPLEMENTADA POR EL GAD A NIVEL PARROQUIAL EN LA
PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO
LOCAL EN EL PERÍODO 2016 - 2017 Y EL PRIMER TRIMESTRE DE
AÑO 2018”**

AUTORAS

PAUCAR LALALEO, DORIS ESTEFANIA

YACELGA CAIZALUISA, ALEXANDRA MARIBEL

DIRECTOR: ECON: BRAZALES HERRERA, DIEGO FABRICIO

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, **ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE TURISMO IMPLEMENTADA POR EL GAD A NIVEL PARROQUIAL EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO LOCAL EN EL PERÍODO 2016 - 2017 Y EL PRIMER TRIMESTRE DE AÑO 2018**, ha sido revisada en su totalidad y analizada 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 las señoritas, **PAUCAR LALALEO DORIS ESTEFANIA y YACELGA CAIZALUISA ALEXANDRA MARIBEL**, para que lo sustenten públicamente.

Latacunga, 10 de Junio del 2019



Econ. Diego Brazales Msc.
DIRECTOR





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

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **PAUCAR LALALEO DORIS ESTEFANIA**, con cédula de ciudadanía N° 180323504-1 y **YACELGA CAIZALUISA ALEXANDRA MARIBEL**, con cédula de ciudadanía N° 171857156-3 declaramos que este trabajo de titulación “**ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE TURISMO IMPLEMENTADA POR EL GAD A NIVEL PARROQUIAL EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO LOCAL EN EL PERÍODO 2016 - 2017 Y EL PRIMER TRIMESTRE DE AÑO 2018**”, 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 declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 10 de Junio del 2019

 _____ Paucar Lalaleo Doris Estefania C.C: 180323504-1	 _____ Yacelga Caizaluisa Alexandra Maribel C.C: 171857156-3
--	---



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

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **PAUCAR LALALEO DORIS ESTEFANIA** y **YACELGA CAIZALUISA ALEXANDRA MARIBEL**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, publicar en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo de titulación “**ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE TURISMO IMPLEMENTADA POR EL GAD A NIVEL PARROQUIAL EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO LOCAL EN EL PERÍODO 2016 - 2017 Y EL PRIMER TRIMESTRE DE AÑO 2018**”, cuyo contenido, ideas y criterio son de nuestra autoría y responsabilidad.

Latacunga, 10 de Junio del 2019


Paucar Lalaleo Doris Estefania
C.C: 180323504-1


Yacelga Caizaluisa Alexandra Maribel
C.C: 171857156-3

DEDICATORIA

“No te rindas, por favor no cedas, aunque el frío quemé, aunque el miedo muerda, aunque el sol se esconda y se calle el viento, aún hay fuego en tu alma y aún hay vida en tus sueños”

Mario Benedetti

El presente trabajo de titulación va a dedicado primeramente a Dios por ayudarme a enfrentar cada obstáculo en mi vida y ayudarme a sobresalir de ello en cada momento, de igual forma a mi pilar fundamental mi madre Elvia gracias por formarme por siempre ser mi guía por darme los ánimos y la fuerza para seguir mi compañera de vida siempre; a mi ejemplo de lucha y constancia el que me enseñó que jamás hay que rendirse mi padre Luis Hernán mi apoyo incondicional siempre porque más que mi padre siempre fue mi amigo, mi confidente y mi consejero cuando lo necesitaba mil gracias.

A mi abuelito Luis mi segundo padre por estar siempre pendiente de mí cuidándome y protegiéndome en cada paso que daba lo quiero mucho.

De igual forma a mis tíos Luis Joaquín, Jorge, Washington y Fredy gracias por confiar en mí por su apoyo incondicional para conmigo y mi madre por siempre cuidar de nosotras.

Y finalmente a mi tía Cris por ser la hermana y amiga con quien podíamos contar siempre mi madre y yo, por haberme dado a la personita más maravillosa de mi vida a la luz de mis ojos Isabel gracias enana mía por llegar a formar parte de este logro te adoro pequeña.

Alexa

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

A mi madre quien ha sido pilar fundamental para cumplir el día de hoy la primera meta en mi vida profesional, gracias por su amor incondicional y paciencia durante este largo camino, a mi hermano Antonio quien ha sido mi soporte y mi ejemplo a seguir, de igual manera a mi enamorado quien me ha brindado su amor y apoyo incondicional durante esta travesía. A mi familia quienes con sus consejos y palabras de aliento me han permitido ser una mejor persona.

Sobre todo quiero agradecer a Dios por ser mi soporte en los momentos de mayor angustia, de la misma forma a mi padre y a Renata quienes desde el cielo me guían y me protegen en mi andar finalmente quiero agradecer a todas aquellas personas que formaron parte de este camino aportando a mi formación personal así como profesional.

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a Dios por ayudarme en esta de mi vida darme la fuerza y el amor para lograr culminar este sueño que ahora es una realidad.

A mis padres Elvia y Luis por demostrarme que jamás estuve sola que siempre a pesar de los obstáculos estuvieron apoyándome siempre gracias por la lucha de cada día para que no me faltara nada a ti madre por tu paciencia y dedicación por tantas madrugadas y desveladas juntas por jamás rendirte en esta lucha y a ti padre por tu ayuda constante por ser una gran persona y por el amor que siempre me demostraste a la distancia.

Agradezco a mi tutor de tesis Eco. Diego Brazales Msc. por su apoyo, paciencia y confianza, por su valiosa orientación y guía para la realización de la misma ha sido un privilegio poder contar con su ayuda.

De igual forma a mis amigas Evelyn y Liliana por siempre estar conmigo en esta etapa universitaria por escucharme, apoyarme y siempre alentarme para no desistir, en fin a todas las personas que fueron parte de este logro.

Finalmente quiero agradecer a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE por haberme abierto sus puertas y permitirme a ver crecido como persona y profesional.

Alexa

AGRADECIMIENTO

Al finalizar el presente trabajo quiero agradecer a mis padres por haberme brindado su amor y apoyo incondicional en cada instancia de mi vida, a Dios por todas las bendiciones recibidas, a mi hermano y enamorado por ser mi sostén durante todas las adversidades e inconvenientes que se presentaron en el camino.

De igual manera agradezco a toda mi familia por sus consejos y palabras de aliento los cuales me han permitido ser una mejor persona, así mismo a mis abuelitos quienes han sido el pilar fundamental en mi educación. Y de manera especial a mi tutor de tesis Msc. Diego Brazales quien ha depositado su confianza en el grupo de trabajo permitiéndonos culminar una etapa de nuestras vidas con éxitos.

Por ultimo quiero agradecer a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE por haberme abierto sus puertas y permitirme a ver crecido como persona y profesional.

ÍNDICE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. Antecedentes.....	19
1.2. Planteamiento del problema	23
1.3. Formulación del problema.....	25
1.3.1. Justificación e importancia	25
1.4. Objetivos	28

	x
1.4.1. Objetivo general	28
1.4.2. Objetivos específicos.....	28

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Esencia de la Estrategia de Turismo	29
2.2.1. Componentes del desarrollo local.....	46
2.3. Modelo de gestión de los GAD en el Ecuador.....	49
2.3.1. Marco legal.....	58

CAPÍTULO III

DIAGNOSTICO

3.1. Análisis micro y macro ambiente de la estrategia de la provincia de Tungurahua.....	67
3.1.1. Análisis macro: Provincia de Tungurahua	67
3.2. Indicadores de medición del desarrollo local a nivel parroquial de la Provincia de Tungurahua	80
3.3 Aplicación de indicadores	108

CAPÍTULO IV**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

4.1. Indicadores del Desarrollo Local.....	115
4.2. Indicadores de la Estrategia de Turismo de Tungurahua.....	142
CONCLUSIONES.....	189
RECOMENDACIONES.....	192
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	194
ANEXOS.....	199

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Educación	81
Tabla 2.	Pobreza	82
Tabla 3.	Salud	83
Tabla 4.	Vivienda	84
Tabla 5.	Empleo.....	85
Tabla 6.	Movilidad	86
Tabla 7.	Planta Turística.....	88
Tabla 8.	Estado de conservación del atractivo	91
Tabla 9.	Señalización y Seguridad Turística	92
Tabla 10.	Políticas y Ordenanzas	93
Tabla 11.	Línea de desarrollo de productos Turísticos.....	96
Tabla 12.	Marketing y Promoción turística	103
Tabla 13.	Formación y Capacitación Turística.....	107
Tabla 14.	Planificación y coordinación turística	109
Tabla 15.	Población y muestra	109
Tabla 16.	Modelo de aplicación de indicadores	112
Tabla 17.	Número de viviendas con servicios básicos	121
Tabla 18.	Tipos de vías de acceso	123
Tabla 19.	Estado de Vías	124
Tabla 20.	Medios de Transporte Público.....	125
Tabla 21.	Frecuencia de Salida de las Cooperativas de Autobuses.....	126

Tabla 22. Hoteles.....	128
Tabla 23. Hostales	128
Tabla 24. Restaurantes.....	130
Tabla 25. Cafeterías, Bares.....	130
Tabla 26. Recorrido y Descanso.....	136
Tabla 27. Señalética Turística	137
Tabla 28. Tipo De Iconografía	138
Tabla 29. Seguridad y vigilancia	139
Tabla 30. Integración del turismo en la planificación del municipio	140
Tabla 31. Participación económica del sector privado	141
Tabla 32. Número de Rutas Creadas	142
Tabla 33. Infraestructura, Equipamiento Generales y Seguridad.....	144
Tabla 34. Número de Atractivos Naturales y Culturales.....	145
Tabla 35. Número de Servicios Turísticos.	148
Tabla 36. Número de Facilidades Turísticas	149
Tabla 37. Modalidad de Turismo que se Practica en las Parroquias.....	150
Tabla 38. Número de Actores de la Estrategia de Turismo.....	151
Tabla 39. Percepción de la Imagen Corporativa estrategia	153
Tabla 40. Conocimiento de la Marca Tungurahua por Parte de los Habitantes de las Parroquias	154
Tabla 41. Medios de Difusión	159
Tabla 42. Mejora de Ingresos por Participación en Expo-ferias	164
Tabla 43. Número de Programas Acogidos por las Parroquia.	170

Tabla 44. Remodelación de Infraestructura según el programa “Decoración de Espacios Turísticos”	171
Tabla 45. Cuadernillos Publicitarios Elaborados Entregados a la Población.....	173
Tabla 46. Conocimiento de la Marca Tungurahua por Parte de los Habitantes de las Parroquias.....	176
Tabla 47. Aplicación De Ordenanza Turísticas.....	177

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Necesidades de Recualificación del Modelo Turístico Fordista	37
Figura 2. Características de los Servicios Turísticos	39
Figura 3. Dimensiones del Desarrollo Local	44
Figura 4. Analfabetismo	115
Figura 5. Pobreza Multidimensional.....	116
Figura 6. Centros de atención médica.....	117
Figura 7. Número de personas con conocimientos en Primeros Auxilios	118
Figura 8. Establecimientos Farmacéuticos	119
Figura 9. Número de personas que trabajan en centros de salud.....	120
Figura 10. Personas dedicadas a la actividad turística.....	122
Figura 11. Cooperativas de Transporte Público.....	126
Figura 12. Alojamiento	129
Figura 13. Alimentos y Bebidas	131
Figura 14. Operación Turística	132
Figura 15. Número de guías turísticos	133
Figura 16. Número de transportes turísticos	134
Figura 17. Número de centros de información turística (I –Tur).....	135
Figura 18. Número de centros de Interpretación Turística	136
Figura 19. PDYOT.....	140
Figura 20. Establecimientos que realizan Manejo de Residuos.....	143
Figura 21. Actividades que se Realizan en Cada Ruta Turística	146

Figura 22. Número de Folletos Entregados.	155
Figura 23. Inversión Realizada en Campañas de Promoción y Marketing.....	156
Figura 24. Número de Personas Receptoras por Medio Online	157
Figura 25. Conteo de Página Web	158
Figura 26. Cumplimiento de Expo ferias Planeadas.....	160
Figura 27. Asistentes a las Expo ferias	161
Figura 28. Stand de Emprendimiento.....	162
Figura 29. Inversión Realizada en las Expo-ferias	163
Figura 30. Número de Participantes a Talleres.....	165
Figura 31. Número de Capacitaciones Anuales.....	166
Figura 32. Número de Empresas Vinculadas a Capacitaciones.....	167
Figura 33. Inversión Realizada en Capacitaciones Brindadas a la Población	168
Figura 34. Número de Capacitadores para las Capacitaciones Brindadas a la Población.	169
Figura 35. Remodelación de Infraestructura según el programa "Decoración de Espacios Turísticos	172
Figura 36. Cuadernillos Publicitarios	174
Figura 37. Porcentaje de Campañas Realizadas	175
Figura 38. Implementación del Centro de Fomento e Innovación Turística.	176

RESUMEN

El turismo en los últimos años ha ido creciendo notablemente siendo una fuente generadora de ingresos económicos en el mundo, por tal motivo los entes reguladores crean normativas y políticas para su regularización es así, que en el presente trabajo de titulación se desarrolló el análisis de la estrategia de turismo implementada por el GAD a nivel parroquial en la provincia de Tungurahua y su impacto en el desarrollo local en el período 2016 - 2017 y el primer trimestre de año 2018, se realizó la investigación para verificar el cumplimiento de la misma junto con el desarrollo local y ver el impacto causado a lo largo de los tres periodos de estudio. Es así, que se analizó a través de indicadores de medición implementados, encuestas y otros como herramientas de aplicación con la finalidad de determinar la efectividad y el cumplimiento de los objetivos de la mencionada política.

PALABRAS CLAVES:

- **TUNGURAHUA – GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS**
- **ESTRATEGIA DE TURISMO**
- **DESARROLLO LOCAL**
- **AGROTURISMO**

ABSTRACT

Tourism in recent years has grown remarkably as a source of income generation in the world, for this reason the regulatory bodies create regulations and policies for its regularization, is so that, in the present work of degree was developed the analysis of the tourism strategy implemented by the GAD at the parish level in the province of Tungurahua and its impact on local development in the period 2016 - 2017 and the first quarter of 2018, the investigation was carried out to verify compliance with the same local development and see the impact caused throughout the three study periods. Thus, it was analyzed through measurement indicators implemented, surveys and others as application tools in order to determine the effectiveness and compliance with the objectives of the aforementioned policy.

KEY WORDS:

- **TUNGURAHUA**
- **DECENTRALIZED AUTONOMOUS GOVERNMENTS**
- **TOURISM STRATEGY**
- **LOCAL DEVELOPMENT**
- **AGROTOURISM**

CAPITULO I

GENERALIDADES

1.1. Antecedentes

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, y la Organización Mundial del Turismo (OMT), determinan sus puntos de interés logrando que toda la humanidad conozca la precisa concordancia entre lo que es el turismo y el patrimonio cultural. Esta posición de ambos organismos corrobora que el turismo no es sol y playa únicamente como piensan muchas personas, sino más bien, es una integración de servicios a disposición de los visitantes que hayan decidido efectuar cualquier actividad relacionada con el descanso, la recreación, el esparcimiento, entre otras ajenas a su trabajo.

En tal sentido, para que exista desarrollo turístico en un país deben conjugarse los intereses de actores estatales y privados, así como, entre los interlocutores locales, regionales, nacionales e internacionales para lograr una aportación positiva al desarrollo del turismo, y minimizar sus efectos potencialmente negativos en los entornos culturales, deportivos, recreativos, gastronómicos, naturales e históricos.

De acuerdo con Vázquez (1996) en su investigación en España concluye que para el cumplimiento de los objetivos del desarrollo turístico existen dos estrategias:

O bien dar un salto tecnológico productivo y ajustar completamente la estructura productiva de la localidad; o a su vez establecer una estrategia que dé un giro total al desarrollo económico y social dentro de la actividad productiva. Generalmente la segunda estrategia es la utilizada por los países en vías de desarrollo, ya que las iniciativas locales surgen como consecuencia de la dinámica de aprendizaje de las comunidades sobre la transformación del sistema productivo y su capacidad de organización y respuesta a los desafíos. (Vázquez 1996, p. 11)

La estrategia proporciona la utilización de un determinado proceso y de un conjunto de técnicas que facilitan dicho proceso. Se trata de un enfoque estratégico que está constituido por dos grandes etapas: la formulación, implementación y el control.

Es importante este proceso, por la existencia de una serie de características como son la integración, flexibilidad y dinamicidad que están asociadas al mismo; el proceso de desarrollo local lo podemos estructurar en las etapas de definición de objetivos, de elección de estrategias necesarias para alcanzar los objetivos, de planificación de las acciones necesarias para poner en práctica las estrategias seleccionadas y el control y evaluación de dicha planificación (Sanchis 1999, p.1).

De acuerdo a González 2015 en su investigación sobre la “Implementación de la estrategia de desarrollo municipal, eje articulador del sistema de gestión del desarrollo local” analiza que:

Las estrategias de desarrollo son esenciales para proyección a nivel territorial, y a su vez las técnicas la metodología de su implementación debe convertirla en el eje articulador del proceso de gestión del desarrollo local, desempeñando como factor clave para el cumplimiento de los requerimientos en base al modelo económico de cada país. Así mismo, se debe realizar una observación total para establecer la unión local la cual abarque todo constituyendo una guía para la planificación. Por otro lado, el régimen de planificación local permite modular los objetivos sectoriales que actúan sobre el territorio y estructurar el mecanismo de organización y gestión del plan de desarrollo integral. (p. 13)

Los esquemas de ordenamiento territorial para el mejoramiento de las acciones turísticas se derivan de la Constitución del Ecuador y recoge conceptualmente dos grandes avances en concordancia a las temáticas ambientales proporcionadas por el nuevo régimen de desarrollo. El Plan del Buen Vivir tiene como parte de sus estrategias y programas, la estructuración de acciones que permitan mejorar la forma en que se planifica y configura el espacio turístico en aquellas áreas que han sido identificadas como regiones y destinos con vocación dominante para este importante sector de la economía y el desarrollo del país.

Las sociedades en sus diversos modos y niveles de vida dependen física, económica, o espiritualmente de la naturaleza es por eso que el Ecuador se ha hecho uso de los recursos naturales, lo que ha proporcionado el cambio de los ejes de la Matriz Productiva del cambio de los ejes de la Matriz Productiva en el año 2014.

Por otra lado como ente regulador de los lineamientos de la actividad turística en el país se creó El Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020” el mismo es un instrumento de planificación estratégica que permite asociar de manera ordenada y con un fin la gestión competitiva sobre el desarrollo sostenible en el ámbito turístico para el adecuado manejo de los recursos para la mejora del plan en donde se plantearon objetivos, metas y en base a estos se trazaron estrategias para impulsar el turismo en el Ecuador las mismas que son directrices para impulsar y gestionar la actividad turística en todo el territorio ecuatoriano. (Consultor Tourism & Leisure – Europraxis, 2007, p. 127)

El presente estudio tiene como objetivo dar a conocer a los actores y comunidades lineamientos de la Estrategia de Turismo implementada por el GAD de Tungurahua que desde su aprobación ha venido formulando cambios direccionados al manejo económico y político del Ecuador en los albores de la segunda década del siglo XXI, todo esto bajo la directriz de la Resolución 001-CNC-2016.

Por otro lado el GAD de Tungurahua para cumplir con las estrategias metas y objetivos del PLANDETUR 2020 realizó un Plan Estratégico de Turismo en el cual se describen las estrategias implementadas por dicha institución, en este plan se detallan cuatro estrategias: Marketing y Promoción Turística, Formación y Capacitación Turística, Desarrollo de Productos Turístico y Planificación y Coordinación Turística en los cuales se detalla cada estrategia así como su alcance e involucrados, ya que este plan es integral por lo que abarca a todos los sectores relacionados con la actividad turística.

Para determinar el impacto que han tenido estas estrategias en el desarrollo local de las parroquias se utilizarán la metodología de elaboración de estrategias de desarrollo local según el Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL) así como la investigación de Varisco Cristina (2008) con el tema Desarrollo Turístico y Local: La Competitividad de los Destinos de Sol y Playa, y finalmente Diego Brazales (2018) de los cuales se obtendrán los indicadores que nos permitirán medir el impacto que han tenido estas estrategias, los mismos que serán de gestión, participación, sostenibilidad, turísticos y de desarrollo local los mismos nos permitirán crear una herramienta para medir este impacto en el lugar de estudio.

No existen datos o información real, verídica, eficaces y en tiempo real de la situación del turismo en el Ecuador y por ende tampoco en la provincia de Tungurahua, por otra parte, la información que deber ser de dominio público está guardada y es de difícil acceso.

Existe una herramienta de medición de la estratégica, que solo mide la satisfacción de la tarea cumplida, que por con siguiente no es un dato verídico para tomar decisiones en función de turismo sustentable y hacer un seguimiento dentro del mismo debido a que se basan en indicadores que solo nos proporcionan información empírica mas no real dentro de la estrategia.

1.2. Planteamiento del problema

La provincia de Tungurahua, dueña de una gran riqueza turística se vio en la necesidad de crear un marco para regir la misma, es así que el municipio de Ambato en conjunto con los gobiernos

descentralizados de la provincia y la resolución 001 creó una estrategia turística que abarque a toda la actividad relacionada con el turismo de la provincia. Esta estrategia elaborada y reestructurada cada 5 años esta direccionada tanto a los cantones como parroquias que deseen desarrollarse o proyectarse turísticamente implementando cuatro líneas de desarrollo y educando a la población que quiera ser capacitada en desarrollo de productos, marketing y promoción turística, formación y capacitación turística y finalmente en planificación y coordinación turística. Se debe mencionar que la línea de trabajo es única en el Ecuador, ya que el resto de provincias no poseen un lineamiento parecido y se rigen en su mayoría, por el Plan de Buen Vivir Sumak Kawsay a su vez con la constitución, por lo que tener un ente que administre el turismo es un enorme avance dentro de la planificación para el desarrollo provincial.

Sin embargo, a pesar de que la estrategia incluye a muchas de las parroquias y cantones de la provincia es poco conocida y no posee muchos actores que aporten en gran medida a su aplicación, donde el único ente que se encarga de recopilar datos es el CONAGOPARE (CONSEJO NACIONAL DE GOBIERNOS PARROQUIALES RURALES DEL ECUADOR), una institución que vela por los gobiernos parroquiales. Se debe puntualizar en que la estrategia vaya direccionada al desarrollo provincial y a su vez que todas parroquias pueden tener acceso a la misma, no obstante, de todas las que se tiene 12 son las que trabajan con la institución y han aceptado ser capacitadas, de lo cual la gran mayoría no son turísticas mientras que otras tienen un gran afluente turístico, sin embargo no hay estadísticas que nos digan si la estrategia está a la par con la necesidades de las parroquias, así es que se busca analizar los datos estadísticos de los años 2016, 2017 y el primer trimestre del 2018 para determinar si los objetivos planteados en la estrategia de turismo están siendo cumplidos en las parroquias en que están siendo aplicadas.

1.3. Formulación del problema

¿La implementación de la estrategia de turismo ha hecho posible el desarrollo local de las parroquias en la provincia de Tungurahua?

1.3.1. Justificación e importancia

La actividad turística se ha desarrollado en muchos países del mundo dinamizando la economía y aportando al incremento del desarrollo local en la sociedad, el turismo es una industria en crecimiento que requiere ofrecer de forma continua mejores productos y servicios a una demanda con mayores exigencias y requerimientos.

El desarrollo del turismo proporciona la capacidad, a muchos países del mundo, de generar capital y recursos financieros para el presupuesto general del Estado que por consiguiente mejora los ingresos monetarios en los sectores estratégicos del país gracias al efecto multiplicador del turismo, que en conjunto con políticas públicas y programas de desarrollo sostenibles promueven el crecimiento de negocios turísticos, creación y potencialización de centros turísticos, la mejora de la infraestructura de los destinos turísticos al igual que el progreso económico de los pobladores.(Brazales, 2017 p.11)

En la actualidad el turismo es una de las actividades más importantes en la economía del Ecuador ya que aporta con el 0,3% del PIB Ecuador en cifras (2017) ante este auge las entidades competentes han desarrollado lineamientos, estatutos, normativas que regulan dicha actividad. Es así que se implementaron estrategias que sirven para regular, controlar y direccionar el desarrollo de una población en relación al turismo.

Ecuador apostó al turismo, como una alternativa de desarrollo económico y social, a través de una filosofía de sostenibilidad y sustentabilidad, a partir de este proceso se desarrolló el PLANDETUR 2020, con lineamientos a seguir en cuanto al desarrollo turístico se refiere y el PIMTE 2014 delinea aspectos relacionados con la promoción, desarrollo de destinos y productos turísticos para el turismo emisivo, receptivo e interno.

Las estrategias de marketing permiten el desarrollo de los mercados mediante el mejoramiento de productos y/o servicios obteniendo con mayor eficacia clientes actuales y potenciales. La necesidad de contar con una estrategia turística para promocionar rutas agro-turísticas en las parroquias aporta al crecimiento de la provincia de Tungurahua, que es pionera en el desarrollo de estrategias de turismo, en este documento, se plantea el impulso de líneas estratégicas transversales para el progreso de la actividad turística; como parte de esto se han generado las rutas agro-turísticas artesanales provinciales, atendiendo al requerimiento del desarrollo de productos turísticos.

La estrategia de producto, va direccionada a la potencialización y el posicionamiento en el mercado turístico provincial, además se constituirá como un modelo a ser aplicado en otros cantones de la provincia.

Según PLANDETUR 2020 (2007) menciona en uno de sus objetivos: “promover y fortalecer las iniciativas de turismo para mejorar el nivel de vida de las poblaciones y nacionalidades del Ecuador, fijando un aspecto integral sustentable y sostenible con identidad”. (Consultor Tourism & Leisure – Europraxis, 2007, p. 294)

Es por esta razón que los GAD’s han trabajado en planes que impulsen el turismo cumpliendo las expectativas del PLANDETUR 2020 siendo Tungurahua una las provincias más avanzadas en el tema turístico ya que el principal objetivo es el fomento y desarrollo local, por eso se trabaja con las comunidades para ofertar productos integrales.

En la presente investigación se analizará la estrategia de Turismo aplicada en la provincia de Tungurahua, en donde sus lineamientos, además de haber sido propuestos para un nivel provincial, se están aplicando a nivel de parroquial. Actualmente no se tiene información de cuál ha sido el impacto que ha tenido la estrategia de turismo en las parroquias que la aplican, es por eso que en el desarrollo de la investigación se busca determinar que lineamientos, cuales objetivos y cuantas metas han sido cumplidos, analizando los indicadores principales de desarrollo turístico de las diferentes parroquias y su proyección en el área de turismo dentro del tiempo que han tenido en la aplicación de la estrategia.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar la estrategia de turismo implementada por el GAD a nivel parroquial en la provincia de Tungurahua en el periodo 2016 - 2017 y el primer trimestre de año 2018 para medir su impacto en el desarrollo local.

1.4.2. Objetivos específicos

- Definir un marco teórico y metodológico para entender la problemática dentro de las parroquias.
- Diagnosticar el impacto de la estrategia de turismo en el desarrollo local de las parroquias mediante indicadores de sostenibilidad, gestión y participación que evalúen la situación actual de las mismas
- Definir el impacto que tuvo la estrategia de turismo dentro de las parroquias a través de indicadores de gestión, sostenibilidad y turismo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Esencia de la Estrategia de Turismo

La estrategia de turismo permite adoptar iniciativas para avanzar en la mejora de calidad de los productos y servicios que ofrece una organización logrando el cumplimiento de sus objetivos, basándose en el progreso económico y social del mismo, a su vez obteniendo un crecimiento en cada una de las áreas a desarrollarse. Además de describir el perfeccionamiento de la gestión turística, permiten dar soluciones de manera eficiente a las posibles problemáticas que se presenten dentro del avance de los proyectos turísticos, cuya finalidad es aprovechar al máximo el potencial del recurso que se esté haciendo uso, ayudando de este modo a la evolución de una comunidad.

Las estrategias se definen dentro de un campo de estudio organizacional, las mismas que en las últimas décadas han sido aplicadas. Si bien es cierto, Casanueva & Gallego (2012) afirman, que en los esquemas empresariales no empieza a incorporarse hasta los años sesenta del siglo XX, con la preocupación naciente de cómo dirigir las grandes empresas americanas, particularmente en lo que se refería a sus posibilidades de crecimiento.

Sin embargo, el origen de la estrategia se sitúa en el campo militar varios siglos antes de nuestra era, tanto en la cultura occidental como en la oriental. El termino proviene del griego *strategos*,

compuesto de *stratos* (ejercito) y la voz *ag* (dirigir). La estrategia ha sido una constante en los ámbitos político y militar. Su incorporación al mundo de las organizaciones está ligada a las necesidades de planificación de las grandes empresas. Las preocupaciones giraban en torno a la forma de crecimiento de las mismas, a las posibilidades de diversificarse o de tener unas estructuras en divisiones. (Casanueva Rocha & Gallego Águeda, 2012, p. 21)

El concepto de estrategia lo analizan autores como: Ansoff y Andrews en su artículo “El Pensamiento Estratégico”, Frederick Taylor en su libro “Administración Científica”, Gerry Johnson y Kevan Sholes en su libro “Dirección Estratégica”, Jorge Tarziján en su libro “Fundamentos de la Estrategia Empresarial”, Antonio Francés en su libro “Estrategia y planes para la empresa: con cuadro de mando integral”, Alfonso Ruano en su libro “La venta profesional”.

Idalberto Chiavenato (2011) en su libro “Planeación estratégica Fundamentos y Aplicaciones” alude que la estrategia es:

...una elección que involucra a toda la organización y que consiste, por una parte, en seleccionar de entre varias alternativas existentes la más conveniente, de acuerdo con los factores internos y externos de la organización; y, por otra parte, en tomar las decisiones con base en esa elección. (p.4)

Por otro lado, el término estrategia “es un plan de acción deliberadamente intencionado, que guía a un conjunto de pautas para enfrentar o resolver una situación dentro de una organización para la ayuda de la toma de decisiones” (Mintzberg, 1987, p. 11).

Partiendo de los supuestos anteriores, se resalta que la estrategia se refiere a un conjunto de ideas de las cuales se debe elegir la mejor, o las mejores, para el cumplimiento de objetivos o metas dentro de una organización, logrando el fortalecimiento de la empresa y solucionando de acorde a los problemas que se presenten.

Vinculando al concepto de “estrategia” se despliegan sus modelos, que se orientan a diferentes objetivos específicos en una organización. Como seguimiento de esta actividad, Munch (2005) detalla los modelos, siendo los siguientes:

- Crecimiento: Diseñan un trabajo efectivamente notorio en cuanto a la muestra de las ganancias a obtener definiendo demanda, mercado y clientes sin abarcar en su totalidad el segmento mercado siguiendo una línea estándar sin perder y continuar creciendo con los diferentes recursos activos.
- Estabilidad organizacional: La misma no sigue creciendo en el mercado y se determina su utilidad con relación al grado de conveniencia continuando con sus mismos productos, pero conservando su posición actual.
- Contracción: Establece una revisión y evaluación de los mercados existentes, con el objeto de determinar aquellos que son o no rentables obteniendo como resultado de la evaluación, las líneas de productos con más utilidades dentro del mercado.

- Combinadas: Se miden cuando los objetivos de rendimiento que la empresa busca no alcanzan con la aplicación de una sola estrategia y se recurre al uso de otra estrategia valorizándola cuidadosamente se pueda optimizar recursos.

Por otra parte, Brazales (2018) enfoca que el turismo es un fenómeno que estudia de igual manera a una empresa, por consiguiente, también necesita de una planificación, de la cual se derivan las estrategias de desarrollo y sostenibilidad, que permitirá la toma de decisiones a futuro en materia de turismo sostenible.

Por ello, se hace necesaria la gestión obligatoria y correcta del turismo acoplado estrategias para su administración, la misma que puede ser aplicada en las políticas de un estado, y en relación a Cortés (2013) en el informe de Brutland aduce que la estrategia de turismo es:

El desarrollo que cumple las expectativas de la generación moderna fuera de implicar la capacidad de las generaciones futuras donde permiten satisfacer sus necesidades. Dentro de la cual se relaciona con el desarrollo sostenible, siendo de suma importancia considerando que los recursos aprovechados son determinados los cuales deben ser aprovechados de forma correcta. Todo esto trata de garantizar unas estrategias fiables que en el futuro también sea posible disfrutar de las bondades del planeta y sus ecosistemas. (p. 45)

Sin embargo, Hinojosa (2013) define la estrategia de turismo:

...como una táctica de desarrollo sustentable que a partir de este efecto comparte y asume completamente su enfoque que arranca desde la adopción del desarrollo sostenible como una política pública para formular inversiones a nivel regional que solicita de la voluntad de todos; especialmente de las entidades autorizadas a relacionar las diferentes leyes gubernamentales estableciendo la unión de las estrategias que conducen y direccionan el progreso hacia un desarrollo económico orientado a reducir la desigualdad social, enfocándose siempre en proteger el patrimonio natural y cultural que tiene un país o la región en particular. (p. 54)

De acuerdo con los autores mencionados la estrategia de turismo permite detectar y validar problemas para proponer soluciones y líneas estratégicas de intervención a corto, mediano y largo plazo, las que permitan definir y dar prioridad a iniciativas de inversión acordes al desarrollo de un lugar.

Según La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2017) la estrategia de turismo permite establecer líneas de trabajo exhaustivo y sostenible articulando todos los recursos, iniciativas y acciones que emprenden diversos actores involucrados dentro del desarrollo turístico.

La estrategia de turismo es un plan de acción gubernamental para modular cambios donde intervienen diferentes actores, especialmente de las soberanías, para lograr definir proyectos y políticas, que unifiquen estrategias encaminadas hacia un desarrollo económico-social, productivo, orientados a la igualdad social, pero salvaguardando la riqueza natural, cultural de un territorio.(EPYPSA, 2008, p. 2)

La búsqueda de evidencias permite definir a la estrategia de turismo como un plan de desarrollo turístico que se enfoca en satisfacer las necesidades de un territorio con la intervención de entidades públicas y privadas en conjunto con la sociedad dando lugar a su crecimiento productivo.

Planificación y coordinación turística

La planificación es un proceso ordenado para llegar hacia al cumplimiento de objetivos determinados, basándose en la ejecución de distintas tareas aplicando distintos pasos o procesos a seguir realizándose con el menor esfuerzo posible.

La Organización Mundial del Turismo (2004) sustenta que la planificación turística se manifiesta en otros niveles de organización los cuales son internacionales, nacionales, regionales, locales y de sitio el cual es fundamental para cumplir con el desarrollo adecuado de las diferentes actividades relacionadas con el turismo.

Sin embargo, la planificación turística sigue un proceso lógico para obtener el crecimiento y el progreso turístico, identificando elementos constitutivos y funcionales que promueven resultados positivos en el proceso de la planeación (Lorena, 2016).

De acuerdo con lo antes planteado, la planificación turística forma parte de un requisito fundamental en el desarrollo de sus actividades, por motivos de que da lugar a la correcta combinación del turismo en su riqueza cultura e innovación dentro de la sociedad aportando beneficios en el cuidado del medio ambiente y la satisfacción de la demanda turística, en tal virtud son un punto importante en la viabilidad, proyección, sostenibilidad de los proyectos turísticos.

La planificación turística se basa en la necesidad de garantizar la coherencia entre las determinaciones de los instrumentos de la coordinación turística en relación al planeamiento territorial urbanístico, dando lugar a los aspectos que hayan de ser reglamentados en ambos marcos de planificación, en especial se analiza lo que afecta a la realización de los programas de protección para su conservación, valorizando el patrimonio histórico, artístico, natural, de medioambiente así como mejorando los medios rurales, urbanos y naturales de un territorio (Saavedra Elizabeth, 2004).

La planificación y coordinación son factores que juegan un rol importante para el desarrollo integral del turismo, debido a que es un proceso legítimo y ordenado, para lograr el desarrollo turístico de un territorio u organización (Godfrey y Clarke, 2000).

Desarrollo de productos turísticos

El desarrollo de los productos turísticos ha permitido la evolución de un lugar, generando un crecimiento socioeconómico sostenible, optimizando la calidad de vida de un territorio. Dentro de este marco, se desprenden las denominadas rutas turísticas, entre las cuales destacan las siguientes:

- Ruta gastronómica: Conocidas como rutas alimentarias, son recorridos donde se combina adecuadamente la gastronomía regional con la belleza paisajística y sus atractivos culturales e históricos.
- Ruta cultural: Atractivos culturales que posee un destino, ya sean permanentes o temporales, tales como museos, actuaciones teatrales o musicales, orquestas, etc., o basado en las características culturales y sociales de una población que dispone de un estilo tradicional de vida o de características propias.
- Rutas de aventura: Se basan en la participación de los visitantes en actividades, normalmente al aire libre o en relación con la naturaleza o el deporte, tales como escalada, senderismo, montañismo, que en sí mismas suponen una experiencia por su diferenciación con respecto a las actividades cotidianas. (Rivero & Blanco, 2003, p. 16)

Como complemento al desarrollo de productos turísticos se encuentra la reestructuración de un modelo que comprende las nuevas necesidades de la demanda, lo cual implica atender a los siguientes parámetros (véase figura 1).

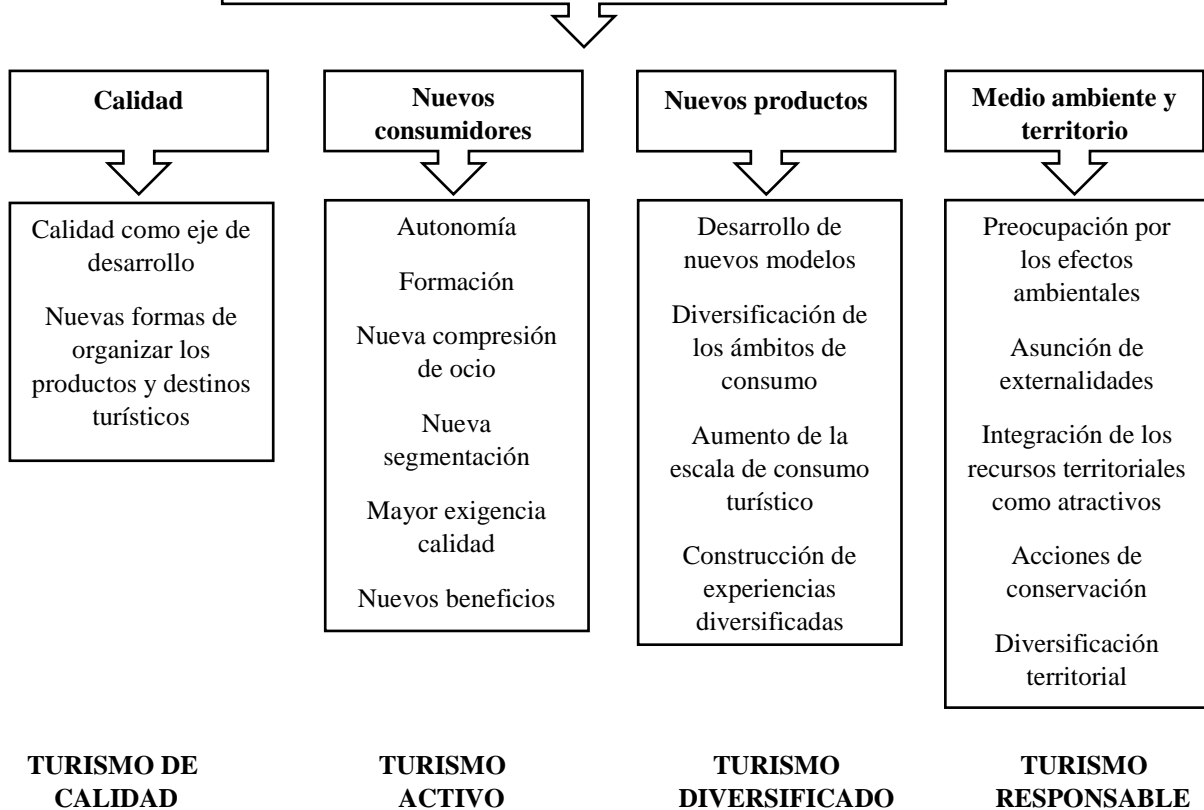


Figura 1. Necesidades de Recualificación del Modelo Turístico Fordista

Fuente: Elaboración propia a partir de Reyes Ávila Bercial y Diego A. Barrado Timón (2015, p. 29).

Marketing y promoción turística

El marketing y la promoción en el turismo son la base de gran importancia dentro de la industria turística permitiendo el desarrollo de sus productos y servicios turísticos obteniendo como resultado el crecimiento de un territorio determinado que se dedique a mencionada actividad.

Haciendo énfasis al concepto de marketing se afirma que “Marketing es la ciencia y el arte de captar, mantener y hacer crecer el número de clientes rentables” (Kotler, 2011, p. 13).

“El marketing turístico es una modalidad dentro del marketing de servicios el cual posee estrategias para llegar al cliente. El turismo constituye uno de los servicios por excelencia que además, engloba a un conjunto más amplio de servicio” (Editorial Vértice, 2007, p. 3).

De las evidencias anteriores, el marketing turístico se basa en la implementación de estrategias de publicidad para promocionar un sitio turístico de manera llamativa e interactiva en el mercado, el cual se enfoca en descubrir las necesidades, preferencias del turista, es decir un análisis del mercado turístico a través del perfil del turista para la satisfacción de los gustos y exigencias de los visitantes, conjuntamente con las metas de las organizaciones.

Aunado a la situación, Francisco Javier de la Ballina Ballina (2017) asevera que el desarrollo del marketing turístico, además de seguir los principios indicados debe asumir la gestión de un conjunto de características distintivas de gran importancia y complejidad estableciendo que los servicios turísticos se sitúan, generalmente, lejos de los compradores, que deben usarlos en un lugar diferente al de la compra siendo servicios que ofrecen las organizaciones de manera independiente y de acuerdo a la estacionalidad la oferta de los servicios turísticos en la mayoría de los casos, necesita de costosas inversiones que restringen la capacidades constantes (véase figura 2).

Características de los Servicios Turísticos

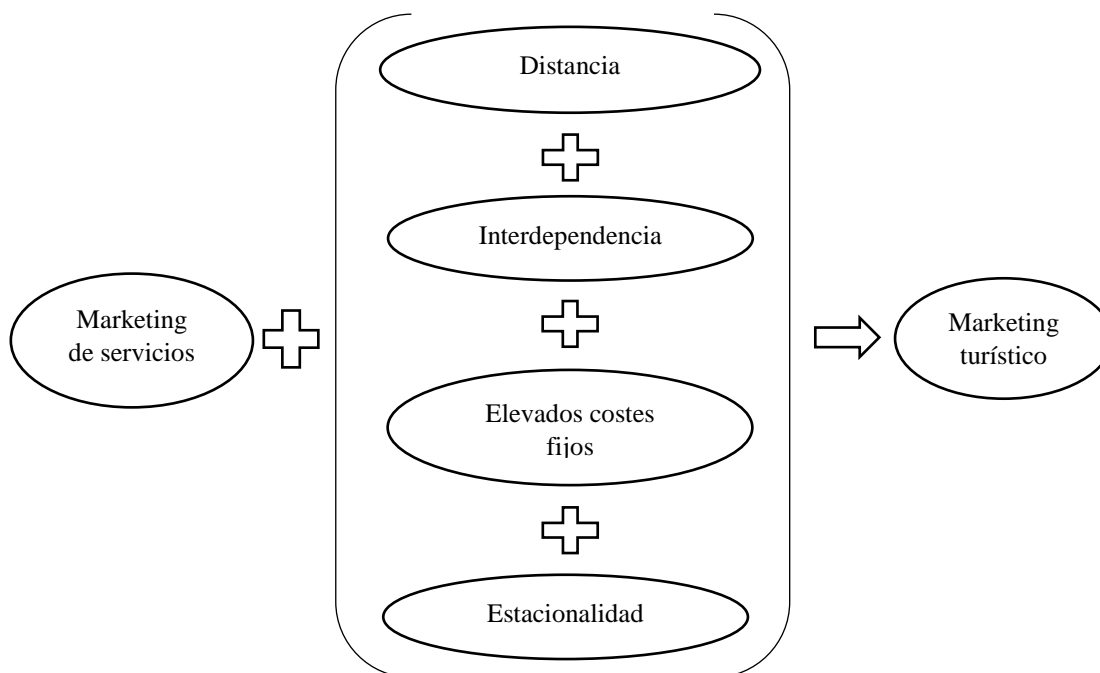


Figura 2. Características de los Servicios Turísticos

Fuente: Francisco Javier de la Ballina Ballina (2017, p. 32).

Formación y capacitación turística

La formación y capacitación turística permite orientar a diferentes actores en lo referente al turismo brindando una educación acorde a las necesidades que los mismos posean y a su vez mejorando la calidad en su formación, los cuales constan de referentes teóricos, conceptuales y prácticos que permiten ajustarse a las exigencias de los actores con flexibilidad y competitividad.

Además, se permite la interrelación entre actores, el sector público y privado facilitando su comunicación, generando con sus conocimientos planes de formación sobre el entorno turístico.

De esta manera podemos argumentar que la actividad turística en nuestro país, se está realizando de una forma empírica, con un muy bajo porcentaje de profesionales en el ámbito, lo que genera un desarrollo de la actividad no profesional y con muchos factores que deben ser reforzados por conocimientos propios de la aérea. Lo que se pretende dentro de este programa de capacitación mencionado por el Ministerio de Turismo es mejorar los niveles de atención y profesionalización hacia los turistas y trabajadores turísticos. (MICIT, 2015)

2.2. Estructura del desarrollo local

El concepto de desarrollo surge con fuerza en la década del cuarenta, finalizada la Segunda Guerra Mundial, y se vincula con la noción de progreso a través del crecimiento económico. A partir de entonces diversas teorías y modelos intentaron explicar la forma en que los países subdesarrollados podían acceder a la categoría de desarrollados, considerando en la mayoría de los casos como objetivo central el incremento de los bienes y servicios producidos a nivel nacional. En su aplicación a la sociedad, esta idea, se equipara con el avance hacia un estado evolutivo superior, y su concepción económica se reduce a la idea de crecimiento económico. (Varisco, 2008, p. 16)

Según Casalis (2009) el desarrollo local se puede entender, de manera muy sintética, como un proceso complejo, que es producto de una construcción colectiva a nivel local, que tiene como

objetivo movilizar los recursos del territorio en torno de un proyecto común e incluir al conjunto de la población. Supone una perspectiva integral del desarrollo, es decir, que incluye la dimensión social, política, ambiental, cultural, el perfil productivo, etc. (p. 2)

El desarrollo permite a todas las personas mejorar sus estándares de vida desenvolviéndose de forma económica, social produciendo un crecimiento constructivo avanzando hacia lo óptimo a lograr algo mejor el mismo contribuye a la emergencia de nuevas formas de producir y compartir las riquezas reactivando la participación ciudadana entendido inicialmente al desarrollo como estrategia para la creación de nuevos enfoques de iniciativas locales apareciendo como uno de los principales instrumentos el desarrollo turístico basándose en las competencias del sector, la calidad y la eficiencia obteniendo un desarrollo a distintas escalas de mejoramiento. (Abellán et al., 2008, p. 82)

Al respecto con los autores antes mencionados se observa que el desarrollo local permite contribuir a la mejora de calidad de vida de un lugar o territorio generando empleos e incrementando su economía y así su capacidad de inversión estableciendo mejoras en sus estrategias productivas.

Como completo para identificar el crecimiento del desarrollo local tenemos los indicadores que son herramientas específicas, observables y medibles que permiten de una forma más precisa obtener resultados claros y cumplir con los objetivos planteados dentro de un programa estableciendo gestiones que permitan el desarrollo de una organización o territorio el mismo que se enfoque en los indicadores turísticos que de acuerdo con El Sistema Europeo de Indicadores

Turísticos (2016) dice. “Los indicadores turísticos básicos recopilan la información fundamental, clave o inicial que un destino necesita para comprender, supervisar y gestionar su rendimiento” (p. 12).

En consonancia con la Organización Mundial de Turismo (2005) planteó que:

...los indicadores turísticos son instrumentos que proporcionan información adecuada para la toma de decisiones y para la mejora de la gestión y la planificación. Asimismo, resaltó la necesidad de su utilización sistemática y periódica, lo cual permite definir un contexto para comprender los cambios. (p. 24)

Los indicadores turísticos nos permiten analizar los diferentes puntos que se relacionan entre sí para dar lugar al desarrollo local que es:

Uno de los principales motivantes para implementar modelos de desarrollo local es la atenuación de la pobreza siendo este un tema paradójico, pues muchas comunidades son potencialmente ricas en recursos, pero estos no han sido aprovechados sosteniblemente como propulsores empresariales; a través de la actividad turística se ve una posibilidad activa de mejorar las condiciones de vida de zonas vulnerables. (Maldonado, 2007)

El desarrollo local se ha convertido en la nueva tendencia debido a que en diferentes discursos de gobiernos donde ahondan propuestas económicas locales, pero sobre todo se hace mayor hincapié en la participación ciudadana pues constituye la base de dicha tendencia. La participación de la población emplea una comunicación entre el estado y la sociedad formando estándares participativos, con mayor énfasis en el desarrollo de los países, frente a un mundo globalizado que sigue afectando a las economías más vulnerables (Carpio, 2006).

Sobre las bases de las ideas expuestas, en la figura 3 se consideran los diferentes desafíos del desarrollo local:

Dimensiones del Desarrollo Local

Dimensión Política

- Cambio de paradigma de la democracia representativa a la participativa.

Dimensión Cultural e identidades.

- Visibilización y concertación de identidades.
- Bienestar

Ordenamiento y gestión

- Formación y conocimiento
- Concertación y alianzas.

Dimensión Económica

- Economía en el sistema del desarrollo local.
- Desarrollo económico local.
- Políticas públicas.
- Organización Económica.

Trasversalidades

- Articulaciones y actores locales
- Equidad de género
- Desarrollo de conocimientos
- Valores y desarrollo local
- Cooperación internacional.

Figura 3. Dimensiones del Desarrollo Local

Fuente: Carpio, P. (2006). La perspectiva latinoamericana de desarrollo local.

En correlación con Cortez, Ramírez y Benito (2000) sintetizan que el desarrollo local es “un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que conduce una mejora del nivel de vida de la población local, creando empleo, renta y riqueza para la comunidad local” (p. 48). El

cual también implica partir de las condiciones propias de un territorio y de cómo sus propios actores, las organizaciones que actúan en él y el gobierno local, entienden sus propios problemas y disponen acciones para resolverlos. (Bitar, 2009, p. 5), en otras palabras, el desarrollo local citando a Bitar (2009) lo define como: “un desarrollo que ellos mismos van definiendo con su participación activa” (p. 5).

Las ideas expuestas sobre el desarrollo local se determinan por el manejo eficaz y legítimo de los recursos de un determinado sector, integrando las necesidades de la población pensando en los beneficios que se pueden suscitar en un determinado tiempo sea de corto o largo plazo, para ello es muy imprescindible tratar de conservar los recursos con el manejo adecuado y oportuno logrando que no se desaparezcan.

El (Centro Internacional de Formación de la OIT, 2004) afirma que:

En los últimos años el crecimiento del sector turístico se ha relacionado con el un turismo sostenible, que además de abarcar las perspectivas del ocio y el tiempo libre para los visitantes, contempla una serie de postulados socioeconómicos, medioambientales y culturales referentes a un destino. Escasos sectores del turismo se están afrontando en la actualidad a la resolución de una difícil ecuación: crecimiento sostenible en el medio y largo plazo, y optimización de los recursos para que esta actividad económica tenga efectos directos e inmediatos en sus economías. Evolución, transformación y expansión son términos inherentes al turismo, que en los últimos años ha visto cómo el

sector priva y el mercado han liderado sus movimientos, haciendo que se abran nuevos horizontes en su quehacer y se implante en territorios distintos a los tradicionales. (p. 5)

Importancia del desarrollo local

El desarrollo local permite la movilidad de personas y el aprovechamiento de los recursos que son los atributos característicos para su evolución, lo que permite afirmar sin reservas que el turismo tiene una gran capacidad para hacerse presente haciendo establecer el desarrollo social y económico de los territorios. Sin embargo, pocos subsectores de la economía disfrutaban de esta versatilidad y flexibilidad para adaptarse a las condiciones propias de cada territorio y de cada población es precisamente por ello, que hablar del entorno turístico y de oportunidad estratégica para el desarrollo local, es cada vez más frecuente.

Para un territorio, el turismo puede ser un importante instrumento de generación de riqueza, en términos de creación de empresas y empleo. Sin embargo, son muchos los efectos que puede producir el turismo llegando a ser muy positivos y convirtiéndose en un potente motor de desarrollo local. (Centro Internacional de Formación de la OIT, 2004, p. 7-8)

2.2.1. Componentes del desarrollo local

Los componentes del desarrollo local se enmarcan por su gran participación en la sociedad o un lugar para la mejora de la misma dentro de los componentes encontramos el territorio es el

espacio físico, pero también se le puede catalogar como el entorno donde se fragua las relaciones sociales, culturales y económicas, es en donde la cultura y muchos rasgos locales no transferibles se han ido asentando y afirmando con el tiempo y el espacio. (Boullón, 2009, p. 25)

Para que un territorio cumpla o sea definido por el desarrollo local, debe cumplir las siguientes ítems:

- Soporte Físico: infraestructuras básicas (agua, red vial y de comunicaciones, etc.), parques, viviendas, hospedaje, oferta de tiempo libre.
- Información y Asesoramiento: servicios municipales que atiendan al fomento productivo; asesoría técnica para los proyectos en ejecución; acceso a redes y bases de datos; información acerca de “nichos” de mercado.
- Promoción económica: elaboración de estrategias de desarrollo productivo; promoción de las ofertas territoriales; asociación intermunicipal para el desarrollo regional, etc.
- Gestión municipal: incorporación de modelos de gerencia social innovadores; información socio-económica relevante para un adecuado diagnóstico de situación; creación de áreas municipales de apoyo al desarrollo local
- Financiación: incentivos para la instalación de empresas; incorporación de programas provinciales o nacionales de promoción del desarrollo local; gestión ante entidades financieras y de crédito.
- Recursos Humanos: mercado laboral capacitado; oferta educativa a nivel terciario; capacitación empresarial y tecnológica.

Para impulsar una actividad de desarrollo local, es importante tener en cuenta, algunos de estos aspectos, que va ayudar considerablemente en su desarrollo, los cuales se describen a continuación:

- La ubicación geográfica
- La correspondencia o no de los espacios con estructura política o administrativa.
- Rasgos culturales, historia, tradición, costumbres y actividades económicas tradicionales y ancestrales que pueden crear.
- Evolución de la economía local, regional, territorial, nacional o internacional.
- Las rupturas y la continuidad de cambio en el sector.

Según la autora Gálvez Karina (2007), define otros aspectos importantes para el desarrollo local que son:

- La existencia de recursos humanos calificados;
- La vinculación con la educación y la capacitación con el perfil productivo de cada territorio;
- El acceso de líneas apropiadas de financiamiento;
- El acceso a la información de los mercados, las tecnologías, las líneas de comercialización (p. 34).

2.3. Modelo de gestión de los GAD en el Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador (2011) define al GAD (Gobiernos Autónomos Descentralizados) como instituciones descentralizadas que gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y están regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana.

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales.

Los GAD están organizados de la siguiente manera:

1. GAD Regionales

Los gobiernos autónomos descentralizados regionales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; de legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código y en su estatuto de autonomía, para el ejercicio de las funciones que le corresponden.

La administración del gobierno autónomo descentralizado regional aplicará, conforme a su estatuto de autonomía, mecanismos de desconcentración que faciliten su gestión.

La sede del gobierno autónomo descentralizado regional será la prevista en el estatuto de autonomía (COOTAD, Art. 30).

2. GAD Provinciales

Los gobiernos autónomos descentralizados provinciales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva, previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden. (COOTAD, Art. 40).

3. GAD Municipal

Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden (COOTAD, Art. 53).

4. GAD Parroquiales

Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por los órganos previstos en este Código para el ejercicio de las competencias que les corresponden. La sede del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural será la cabecera parroquial prevista en la ordenanza cantonal de creación de la parroquia rural (COOTAD, p. 23).

Dentro de las funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- b) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción parroquial;
- c) Elaborar el plan parroquial rural de desarrollo; el de ordenamiento territorial y las políticas públicas; ejecutar las acciones de ámbito parroquial que se deriven de sus competencias, de manera coordinada con la planificación cantonal y provincial; y, realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;
- d) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;
- e) Prestar los servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad previstos en la Constitución;

El régimen de gobiernos autónomos descentralizados se regirá por la ley correspondiente, que establecerá un sistema nacional de competencias de carácter obligatorio y progresivo y definirá las políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo. (p. 82)

Los entes gubernamentales tienen su origen en Roma durante la expansión del Imperio, y fue la manera como este mantuvo el control sobre los pueblos conquistados. Los municipios eran comunidades sometidas a Roma, a los cuales se les otorgaba autonomía, más o menos amplia, para regir según sus propios intereses locales.

El municipio romano incluía la ciudad principal y una extensión variable de territorio en donde se asentaban algunos núcleos poblacionales, todos ellos sometidos a la autoridad del municipio. Cada municipio contaba con un consejo compuesto por 100 miembros vitalicios, y era regido por un colegio de cuatro funcionarios elegidos anualmente.

Los habitantes nacidos en el territorio del municipio, o reconocidos por el concejo comunal como ciudadanos del mismo, tenían el derecho de la ciudadanía romana, pero carecían de derechos políticos, es decir, no tenían derecho al voto.(Acerenza, 2008, p. 11,12)

Mientras tanto Cristóbal Colon fundó la primera ciudad del Nuevo Mundo el 2 de enero de 1494, que llamó Villa de la Isabela, en lo que hoy es la República Dominicana, país que ostenta haber sido el primer asiento permanente europeo en América, y el 24 de abril del mismo año instaló en el lugar el primer Ayuntamiento del Nuevo Mundo en el actual municipio de Isabela, en la Provincia de Puerto Plata.

De acuerdo con lo que menciona E. Orduña:

...cuando la corona de Castilla organizo la administración de las Indias, en los albores de la Edad Moderna, implanto en estos territorios el mismo régimen municipal que tenían sus antiguas ciudades. En los municipios americanos, como en los de la Metrópolis, el derecho de la época reconocía la existencia de Cabildos abiertos a los que concurrían todos los vecinos del lugar, y cabildos cerrados u ordinarios, en los que únicamente participaban los regidores y magistrados municipales.(Acerenza, 2008, p. 14)

Algunos de los nuevos países adoptan una estructura política administrativa de tipo federa, como ocurrió en Argentina, Venezuela y México, donde las provincias y los estados de dichos países se asociaron voluntariamente para constituirse en estados federales, manteniendo las provincias y a los estados, en los citados casos, su propia soberanía. La mayoría de los otros países prefirieron constituirse como estados unitarios, con centralización política, pero con descentralización territorial en materia administrativa. (Acerenza, 2008, p. 15,16)

En la actualidad los GADS poseen un rol muy importante y primordial en el desarrollo local del turismo, sin embargo, aún no existe una estrecha relación entre los actores locales y los organismos gubernamentales, el mismo que restringe el desarrollo turístico de los núcleos territoriales afectando a toda la estructura turística del país.

En Ecuador se lo denomina como Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) que según el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2011) en su artículo 53 define que:

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden. (p. 39)

Para muchos municipios el turismo es una actividad complementaria que contribuye a generar ingresos y empleos para una parte de la población. Para otros, el turismo es la actividad preponderante, y constituye el principal motor para impulsar el desarrollo económico y social de la entidad.

Dentro de la actividad turística los organismos gubernamentales en este caso los municipios deben convertirse en un agente de desarrollo con capacidad para influenciar el crecimiento de una comunidad a través de la planificación, implementación, gestión y evaluación de políticas turísticas que articulen a los actores locales (Villar, 2011).

Por otro lado, Maldonado (2007) expone que los organismos gubernamentales deben ofrecer servicios públicos que mejoren la calidad y competitividad de las microempresas locales turísticas sin descuidar la seguridad ciudadana, salubridad e infraestructura pública. A las mismas

entidades les corresponden realizar proyectos de innovación para emprendedores locales, destinar fondos para promoción y desarrollo del turismo dentro de sus presupuestos anuales, difundir los emprendimientos locales en ferias y festivales, facilitar el acceso a servicios financieros, asesoramiento, capacitación y generar estrategias preventivas que minimicen y corrijan los efectos negativos que pueda producir la actividad turística.

En el Manual de Turismo y Gestión municipal de Chile (1997) se manifiesta que:

Las municipalidades disponen de instrumentos legales para ejercer la función de control de la calidad de los bienes y servicios entregados en su territorio, y por otro, el cuidado del medio ambiente natural y cultural. Es recomendable que el ejercicio de estas atribuciones se inscriba en estrategias educativas de diversos plazos.

Entre las funciones que debería asumir la municipalidad en este ámbito, la más importante es, probablemente, la de tener una visión de conjunto sistémica del desarrollo de la actividad y propender a crear las condiciones para atraer a los visitantes y a los empresarios turísticos externos y locales.

Esta función se puede ejercer mediante las siguientes actividades:

- Hacer un seguimiento al desarrollo de la actividad turística por medio de mediciones de los flujos turísticos recibidos, y el control de la calidad de los bienes y servicios entregados.
- Velar por la utilización racional del medioambiente natural y cultural de la comuna, mediante el monitoreo permanente del estado de los atractivos turísticos naturales y culturales.
- Promocionar la comuna en su conjunto en diferentes mercados preestablecidos estratégicamente (nacional, regional).
- Fomentar la asociación entre los empresarios turísticos y otros comerciantes locales. Convocarlos en torno a la búsqueda de excelencia, la que se expresa en ofrecer bienes y servicios cada vez mejores a precios acordes con la calidad de éstos.
- Ofrecer o informar sobre posibilidades de capacitación en el rubro a los actores involucrados en su desarrollo.
- Obtener y entregar información permanente sobre la actividad turística regional y nacional e internacional.
- Gestionar y realizar mejoramientos de infraestructuras que vayan en beneficio del turismo, por ejemplo: accesos, rutas, puentes, servicios básicos (agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, etc.). (Leiva, 1997, p. 16)

Los Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador están desarrollando múltiples actividades y proyectos en el ámbito del fomento turístico provincial al considerar al turismo receptivo, como fuente importante de generación de ingresos y empleo en sus jurisdicciones. El fomento turístico

se ha convertido entonces en una opción válida para impulsar la competitividad y la inclusión económica a nivel de las provincias, sus territorios y su tejido empresarial.

A partir del año 2000 el Ministerio de Turismo inicia un proceso de descentralización que agiliza la implementación del Plan Nacional de Competitividad Turística. En el 2006, el Ministerio de Turismo estableció la Política Nacional de Descentralización Turística y Gestión Local del Turismo, que contempló la entrega de atribuciones, funciones y recursos a los Municipios, Consejos Provinciales y Juntas Parroquiales, con el objetivo de dinamizar la actividad turística local, generar empleo e ingresos para mejorar la calidad de vida de la población y erradicar la pobreza; así como fortalecer la capacidad institucional y técnica de los entonces gobiernos seccionales.

Es así que a través del CONCOPE, los Consejos Provinciales de Azuay, Bolívar, Carchi, Cotopaxi, Chimborazo, El Oro, Esmeraldas, Galápagos, Imbabura, Morona Santiago, Napo, Orellana, Pastaza, Pichincha, Sucumbíos y Tungurahua solicitaron en 2006 al Ministerio de Turismo la transferencia definitiva de una serie de atribuciones, funciones, responsabilidades y recursos concernientes a la competencia de turismo; adicionalmente, los Consejos Provinciales de Cañar, Loja, Manabí y Zamora Chinchipe hicieron la misma solicitud de manera directa al MINTUR.

A raíz de la aprobación de la nueva Constitución en 2008, por primera vez los gobiernos provinciales cuentan con un mandato explícito constitucional para desarrollar actividades de fomento productivo en su jurisdicción. Es así que la nueva Constitución del país plantea el

ejercicio descentralizado de la Competencia de Fomento Productivo al asignar para este fin competencias exclusivas a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales, Provinciales y Parroquiales.

En este sentido, se ha logrado preservar la lógica integral del fomento productivo, si bien existe una diferencia cualitativa entre las competencias de fomento productivo y agropecuario y el fomento turístico: Mientras la primera es exclusiva para los niveles provincial y parroquial de gobierno, la segunda ya no es considerada como competencia propia sino como “actividad productiva”, de gestión concurrente. (Serrano, 2011, p. 11)

2.3.1. Marco legal

La Constitución de la República crea una nueva organización político-administrativa del Estado ecuatoriano en el territorio con el objeto de consolidar un nuevo régimen de desarrollo, centrado en el buen vivir, que incremente las potencialidades, capacidades y vocaciones de los gobiernos autónomos descentralizados a través de la profundización de un nuevo modelo de autonomías y descentralización que aporte en la construcción de un desarrollo justo y equilibrado de todo el país.

La Constitución de la República y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) crearon el Sistema Nacional de Competencias con el objeto de organizar las instituciones, planes, programas, políticas y actividades, relacionadas con el

ejercicio de las competencias que corresponden a cada nivel de gobierno guardando los principios de autonomía, coordinación, complementariedad y subsidiariedad.

En uso de sus facultades constitucionales y legales constantes en la letra o) del artículo 119, y en el artículo 121 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) resuelve “Regular las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales, respecto al desarrollo de actividades turísticas, en su circunscripción territorial”

Sobre la base de las ideas expuestas, en el TÍTULO V de la Constitución de La Republica del Ecuador 2008, Organización Territorial Del Estado, Capítulo primero, Principios generales en su Art. 238 define que “Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional”.

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados las juntas parroquiales rurales, los concejos municipales, los concejos metropolitanos, los consejos provinciales y los consejos regionales.

Las facultades establecidas por la Constitución se refieren a la rectoría, la planificación, la regulación, el control y la gestión dentro de ellas tenemos:

Art. 240.- Los gobiernos autónomos descentralizados de las regiones, distritos metropolitanos, provincias y cantones tendrán facultades legislativas en el ámbito de sus competencias y

jurisdicciones territoriales. Las juntas parroquiales rurales tendrán facultades reglamentarias. Todos los gobiernos autónomos descentralizados ejercerán facultades ejecutivas en el ámbito de sus competencias y jurisdicciones territoriales.

Acotando a la constitución el COOTAD en el Título I Principios Generales establece las facultades de los gobiernos parroquiales rurales en el siguiente artículo:

Artículo 8.- Facultad normativa de los gobiernos.- En sus respectivas circunscripciones territoriales y en el ámbito de sus competencias y de las que les fueren delegadas, los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales tienen capacidad para dictar acuerdos y resoluciones, así como normas reglamentarias de carácter administrativo, que no podrán contravenir las disposiciones constitucionales, legales ni la normativa dictada por los consejos regionales, consejos provinciales, concejos metropolitanos y concejos municipales.-

Sobre el Presupuesto en el Título VI, Régimen de Desarrollo, Capítulo cuarto Soberanía económica, Sección cuarta, Presupuesto General del Estado en su Art. 293.- La formulación y la ejecución del Presupuesto General del Estado se sujetarán al Plan Nacional de Desarrollo. Los presupuestos de los gobiernos autónomos descentralizados y los de otras entidades públicas se ajustarán a los planes regionales, provinciales, cantonales y parroquiales, respectivamente, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo, sin menoscabo de sus competencias y su autonomía.

Los gobiernos autónomos descentralizados se someterán a reglas fiscales y de endeudamiento interno, análogas a las del Presupuesto General del Estado, de acuerdo con la ley.

En concordancia con la COOTAD en Sección Tercera De los Gobiernos Municipales y Distritos Metropolitanos Autónomos en el artículo 183 afirma, Los gobiernos municipales y distritos metropolitanos autónomos en base a los tributos generados en las parroquias rurales y otros que desconcentren en beneficio de los presupuestos de los gobiernos parroquiales rurales, constituirán un fondo cuyo cincuenta por ciento (50%) se reinvertirá equitativamente entre todas las parroquias rurales de la respectiva circunscripción territorial y el cincuenta por ciento (50%) restante se invertirá bajo criterios de población y necesidades básicas insatisfechas.

El COOTAD en su Capítulo II Sistema Nacional de Competencias, Sección Primera de en su artículo 108 define: Es el conjunto de instituciones, planes, políticas, programas y actividades relacionadas con el ejercicio de las competencias que corresponden a cada nivel de gobierno, que son desarrolladas según los principios de autonomía, coordinación, complementariedad y subsidiariedad para construir un país democrático, solidario e incluyente.

De acuerdo al Capítulo IV Del Ejercicio de las Competencias Constitucionales basado en el Artículo 146 Ejercicio de las competencias de promoción de la organización ciudadana y vigilancia de la ejecución de obras y calidad de los servicios públicos menciona:

Le corresponde al gobierno parroquial rural vigilar, supervisar y exigir que los planes, proyectos, obras y prestación de servicios a la comunidad que realicen organismos públicos y privados dentro de su circunscripción territorial, cumplan con las especificaciones técnicas de calidad y cantidad, así como el cumplimiento de los plazos establecidos en los respectivos convenios y

contratos. El ejercicio de la vigilancia será implementado con la participación organizada de los usuarios y beneficiarios de los servicios.

Si por el ejercicio de la vigilancia el gobierno autónomo descentralizado parroquial rural emitiera un informe negativo, la autoridad máxima de la institución observada, deberá resolver la situación inmediatamente.

A su vez en los artículos a describirse se plantean las competencias de los gobiernos parroquiales rurales.

Artículo 65.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural. - Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen:

- b) 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;
- c) Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural;
- d) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente;
- h) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

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.

En el capítulo IV del COOTAD referente al Gobierno autónomo descentralizado parroquial rural en la sección primera referente a la naturaleza jurídica sede y funciones en el artículo 64 de funciones argumenta.

Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- d) Elaborar el plan parroquial rural de desarrollo; el de ordenamiento territorial y las políticas públicas; ejecutar las acciones de ámbito parroquial que se deriven de sus competencias, de manera coordinada con la planificación cantonal y provincial; y, realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;
- f) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia;
- g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;
- h) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos;
- j) Prestar los servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad previstos en la Constitución;

Facultades a gobiernos autónomos desarrollo actividades turísticas

Resolución 001 – CAPITULO SEGUNDO – SECCIÓN IV DE GOBIERNOS AUTÓNOMOS DESCENTRALIZADOS PARROQUIALES RURALES ESTABLECEN:

Art. 18.- Facultades de los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales. - En el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales, en su respectiva circunscripción territorial, el ejercicio de la facultad de gestión, en los términos establecidos en esta resolución y la normativa nacional vigente.

Art. 19.- Gestión parroquial rural. - En el marco del desarrollo de actividades turísticas, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales, en el ámbito de su circunscripción territorial, las siguientes atribuciones de gestión:

1. Promover el turismo comunitario y aquel desarrollado por los actores de la economía popular y solidaria, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, para lo cual los distintos prestadores de servicios deberán cumplir con lo establecido en la normativa vigente.
2. Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo, de acuerdo a los lineamientos de la Autoridad Nacional de Turismo.

3. Realizar campañas de concienciación ciudadana que genere una cultura sobre la importancia del turismo, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, municipales y metropolitanos.
4. Canalizar los requerimientos de prestadores de servicios turísticos a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos.
5. Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente.

CAPITULO III

DIAGNÓSTICO

3.1. Análisis micro y macro ambiente de la estrategia de la provincia de Tungurahua

3.1.1. Análisis macro: Provincia de Tungurahua

La provincia de Tungurahua se encuentra ubicada en el centro del país. Por su ubicación en la región interandina, presenta una topografía muy variable pues alberga a volcanes, montañas, planicies, valles, estos últimos especialmente aptos para el cultivo de una amplia variedad de productos agrícolas. Dicha geografía, además, ha dado lugar a la existencia de decenas de sitios de gran belleza paisajística con una gran diversidad de flora y fauna. Por otro lado, su amplia gastronomía, así como la variedad de costumbres y tradiciones de sus ciudades y pueblos hacen de Tungurahua una provincia con un alto potencial turístico. (H. Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015, p.7)

La misma fue creada el 21 de Mayo 1861 siendo su capital Ambato, cuenta con una población total de 557.563 habitantes (Proyecciones INEC, 2015) posee una densidad poblacional de 149 habitantes por kilómetro cuadrado en su extensión goza de una superficie de 3.365,13 km², sus límites al norte con la provincias de Cotopaxi y Napo, al sur con las provincias de Chimborazo y Morona Santiago, al este con la provincia de Pastaza y al oeste con las provincias de Cotopaxi y Bolívar, además su rango altitudinal es de 2.577 msnm , inclusive posee una división Política

administrativa de nueve cantones los cuales son: Ambato, Baños, Cevallos, Mocha, Patate, Pelileo, Píllaro, Quero, Tisaleo.

El Gobierno Provincial de Tungurahua a través de la Dirección de Planificación, se ha consolidado desde el año 2003 un proceso de desarrollo enmarcado en el Nuevo Modelo de Gestión que en esencia plantea en base los ejes agua, gente y trabajo para obtener una provincia consolidada de forma intercultural, solidaria, democrática, participativa, inclusiva, productiva, sustentable, en armonía y respeto con la naturaleza otorgando plena vigencia de la justicia social y equidad de género y generacional.

Para cada nivel de régimen territorial la Constitución determina un conjunto de competencias para la gestión de los territorios a su cargo en donde es de especial importancia que los gobiernos autónomos descentralizados, regionales, provinciales, cantonales y parroquiales, se les atribuye la responsabilidad de la planificación del desarrollo y el ordenamiento territorial y la formulación de los correspondientes planes de manera articulada entre los distintos niveles de gobierno.

Adicionalmente en el artículo 241 de la Constitución, se señala que “la planificación garantizará el ordenamiento territorial y será obligatoria en todos los gobiernos autónomos descentralizados”.

Sobre la base de estas competencias del nivel provincial y desde los fundamentos del Nuevo Modelo de Gestión, concebido como un proceso que ha surgido desde las necesidades de la población, se ha identificado la necesidad de estructurar los ejes de Agua, Gente y Trabajo en una

estrategia territorial que permita a los Gobiernos Municipales tomar decisiones sobre el uso y manejo de sus territorios y en articulación con la visión de desarrollo de la provincia.

Parroquias asociadas a la Estrategia de Turismo de Tungurahua

Río Negro

Se encuentra a una distancia de 30 kilómetros de Baños su principal camino es la carretera Baños – Puyo la cabecera parroquial constituye un conjunto de casas que rodean la carretera, en sí se encuentra en un amplio valle junto al río Pastaza siendo la parroquia más oriental del cantón Baños y de la provincia de Tungurahua posee un clima tropical húmedo y la temperatura promedio es de 21 °C, la actividad de los habitantes de esta parroquia se dedican a la agricultura y la ganadería, producen productos como: la caña de azúcar, plátano, yuca, guabas, mandarinas, y especialmente la naranjilla conocida como la pepa de oro. (Gobierno Autónomo Municipal de Baños de Agua Santa, 2018)

Río Verde

La parroquia se encuentra ubicada en la Provincia de Tungurahua en el cantón Baños de Agua Santa a 14 km de la vía Baños – Puyo posee una altitud de 1200 msnm siendo sus límites al norte la parroquia Río Negro, al sur las provincias Morona Santiago y Chimborazo, al este la parroquia Río Negro y al oeste las parroquias Sucre, El Triunfo y Ulba, cuenta con una población de 1040

habitantes es uno de los lugares de superficie de 246,5 km² que corresponde al 23,15 % del área cantonal además posee un clima templado. (GAD Río Verde, 2013, p. 7)

San Bartolomé de Pinlo

San Bartolomé de Pinlo es una de las 18 parroquias rurales del cantón Ambato situada en la parte noroccidental de la Provincia de Tungurahua detrás de la loma de Santa Elena a una altitud de 2700 msnm siendo sus límites al norte la Provincia de Cotopaxi, al sur la cabecera cantonal Ambato, al este la parroquia Augusto Nicolás Martínez y Constantino Fernández, al oeste parroquias Quisapincha y Ambatillo cuenta con una población de 9094 habitantes su extensión territorial es de 12,5 km² que corresponden al 1,24% del área cantonal su es clima entre húmedo y seco con una temperatura media de 13° C. (CONAGOPARE TUNGURAHUA, 2019)

Emilio María Terán

La parroquia se encuentra ubicada en la parte suroccidental a nivel cantonal y asentada en las estribaciones de los Llanganates es una circunscripción territorial integrada al cantón Santiago de Pillaro se localiza a 2640 msnm, adquiriendo como límites al norte la parroquia Marcos Espinel, al sur la parroquia Chiquicha, al este parroquia Baquerizo Moreno y los Andes, al oeste San Miguelito y la parroquia Izamba, consta de una población de 1504 habitantes, en función de clima posee una temperatura promedio al año de 14° A 15° C.(CONAGOPARE TUNGURAHUA, 2015)

Atahualpa

Se encuentra ubicada al a 5 km de la cabecera cantonal Ambato cuenta con una altitud de 3100 msnm limitando al norte con las parroquias Unamuncho e Izamba, al sur Augusto Martínez, al este Ambato y al oeste la parroquia Unamuncho cuenta con una población de 10261 habitantes siendo su superficie territorial de 9 km² que corresponde al 0,95 % del área cantonal su clima es templado entre húmedo y seco con temperatura promedio de 12 a 16 °C siempre variante. (CONAGOPARE TUNGURAHUA, 2015)

Los Andes

Los Andes nace como parroquia un 20 de marzo de 1942 la cual está ubicada a 9 km de la cabecera cantonal entre la vía Patate – Pillaro posee una altitud de 2270 msnm donde sus límites son al norte cantón Píllaro, al sur Patate la matriz, al este la parroquia Sucre y al oeste cantón Pelileo, su población es de 1391 habitantes aproximadamente ocupando una superficie de 21,3 km² que representa el 6,77 % del territorio cantonal disfruta de una temperatura promedio de 16,6 °C con clima frio seco. (GADPR Los Andes, 2016)

García Moreno

La parroquia se encuentra ubicada al noroeste del cantón Pelileo a 1 Km de la Matriz, n presenta una altitud de 2580 msnm siendo sus límites al norte la parroquia Chiquicha, al sur y al este parroquia La Matriz, al oeste las parroquias El Rosario y Salasaca cuenta con una población de

6380 habitantes adquiriendo una superficie de 15,6 km² que representa el 7,74% del territorio cantonal, su temperatura promedio es de 14 a 18 °C con un clima frío templado. (Badillo & Rodríguez, 2015, p. 1)

Presidente Urbina

La parroquia se encuentra ubicada al oeste del cantón Píllaro a veinte minutos de la cabecera cantonal adquiriendo una altitud de 2740 msnm y estableciendo sus límites los cuales son al norte parroquia San Andrés, al sur La Matriz Píllaro, al este parroquia San Andrés y la Matriz Píllaro, al oeste parroquias Cunchibamba y Unamuncho posee una población de 2800 habitantes su temperatura promedio es de 12 °C con un clima frío.

Además, la parroquia se caracteriza por sus platos típicos como lo son las papas con cuy acompañado con salsa de maní, otro plato que se consume en el sector son las habas acompañadas de chochos y queso, la fritada con mote o con tortillas, el caldo de gallina entre otros. (CONAGOPARE TUNGURAHUA, 2015)

San Miguelito

La parroquia de San Miguelito, se encuentra ubicada en la parte suroccidental del cantón Píllaro a 10 minutos del centro cantonal de Píllaro y aproximadamente a 21km de la ciudad de Ambato estableciendo sus límites al norte Marcos Espinel, al sur Emilio María Terán e Izamba, al este las parroquias Emilio María Terán y al oeste Píllaro posee una población de 4979 habitantes

ocupando una superficie de 17,3 km² que representa el 3,9% del territorio cantonal, habitualmente su temperatura promedio es de 12 a 14 °C con clima frio seco. (CONAGOPARE TUNGURAHUA, 2015)

Ulba

Geográficamente se encuentra ubicada en el cañón que el rio Pastaza crea al romper la roca cordillera, en su descenso hacia la Amazonía, cubriendo una franja que prácticamente atraviesa latitudinalmente toda la cuenca del rio de ello se dispone una superficie de 89,5 km² y tomando como sus límites al norte la parroquia El Triunfo, al sur la parroquia Rio Verde y la cabecera cantonal de Baños de Agua Santa, al este la parroquia de Río Verde y al oeste la cabecera cantonal del cantón de Baños de Agua Santa cuenta con una población de 2532 habitantes, goza de un clima templado, semi-húmedo ideal para la realización de actividades recreacionales al aire libre, así como actividades económicas de carácter agrícola y pecuario. (GAD Parroquial Rural ULBA, 2019)

Pasa

La parroquia se localiza en el sector occidental de la provincia de Tungurahua a 17 km de distancia de la cabecera cantonal de Ambato con una extensión de 4884 hectáreas que se dividen en dos partes la una Patate es netamente paramo y la otra son tierras dedicadas a la producción de cultivos, pastos, etc, su asentamiento poblacional está a una altura de 3100 msnm y estableciendo sus límites al norte la parroquia Quisapincha, al sur San Fernando, al este las parroquias Juan

Benigno Vela y Santa Rosa, al oeste San Fernando y Quisapincha cuenta con una población de 6499 habitantes. (GAD SAN ANTONIO DE PASA, 2015)

El Triunfo

El Triunfo es la parroquia más joven del cantón Patate, por su facilidad de acceso se utiliza la vía Ulba - Triunfo, con una extensión de 18.5 km desde Baños, asentándose en una planicie cuya altura a nivel central es de 2507 msnm, sus límites son al norte parroquia Sucre, al sur y este con el cantón Baños y al oeste con la parroquia matriz de Patate cuenta con una población de 1583 habitantes, se caracteriza por su clima frío con sus regiones montañosas. (GADPR El Triunfo, 2015)

Sucre

La parroquia está ubicada al norte del cantón Patate, a una altura de 2.740 msnm, con una superficie de 165,8 km² y una temperatura promedio de 10 a 16 °C, el majestuoso Parque Nacional Los Llanganates se encuentra solo a dos kilómetros de la parroquia, se establecen sus límites los cuales son al norte parroquia Marcos Espinel y la provincia de Napo, al sur Patate y la parroquia el Triunfo, al este parroquias Rio Negro y Rio Verde, al oeste parroquia Baquerizo Moreno y parroquia Los Andes, actualmente su población es de 2369 habitantes obteniendo una superficie de 165,8 km² que representa el 52,68% del territorio cantonal. (GAD Sucre, 2015)

Pinguilí

La Parroquia Pinguilí, se encuentra ubicada al norte del cantón Mocha, en el límite de los cantones Quero y Cevallos de la Provincia de Tungurahua su poblado se encuentra asentado a una altura de 2900 msnm siendo sus límites al norte con la cabecera cantonal San Juan de Mocha, al sur y este cantón Quero y al oeste con la cabecera cantonal del cantón San Juan de Mocha, cuenta con una población es de 1273 habitantes adquiriendo una extensión de 5,9 km² que corresponde al 6,84% del área cantonal, con un clima frío a temperatura promedio anual de 12 a 18 °C. (CONAGOPARE TUNGURAHUA, 2015)

Unamuncho

La Parroquia Unamuncho se ubica al noreste de cantón Ambato, provincia de Tungurahua tiene una superficie territorial de 15.17 km² que corresponde al 1.5% del cantón Ambato, localizada a una distancia de 7 km de la centro de la ciudad limitando al norte la parroquia Cunchibamba, al sur las parroquias de Izamba y Atahualpa, al este la parroquia Presidente Urbina y la cabecera cantonal del cantón Píllaro, al oeste la Parroquia Augusto Nicolás Martínez, se encuentra a una altitud que va desde los 2400 hasta 2800 msnm, cuenta con una población de 4672 habitantes. (GADPR UNAMUNCHO, 2015)

3.1.2. Análisis Micro: Estrategia de Turismo de Tungurahua

La estrategia de turismo de Tungurahua, según el libro Estrategia de Turismo de La Provincia de Tungurahua define las siguientes características de la misma:

La estrategia es una política prioritaria para el desarrollo económico cantonal y provincial que fue diseñada en el año 2008 por los propios actores públicos y privados de los nueve cantones de Tungurahua con la finalidad de todos trabajar con objetivos y líneas estratégicas comunes, aunando esfuerzos y recursos para convertir a Tungurahua en una potencia turística del Ecuador.

El proceso de la elaboración de la Estrategia duro aproximadamente un año dos meses y partió de las necesidades de los diferentes actores de los nueve cantones de la provincia, primero se analizó la información secundaria en torno al sector turístico cantonal y provincial, además se realizaron entrevistas a varios actores claves del sector turístico. Para enriquecer este diseño mancomunado de la Estrategia de Turismo, se efectuaron 20 talleres en los cantones y un foro provincial, en los cuales se analizó la situación actual las potencialidades y las restricciones del sector turístico para luego elaborar entre todos las propuestas, mismas que fueron puestas a consideración de los señores alcaldes, señor perfecto, ministerio de turismo, quienes aprobaron y respaldaron a través de resoluciones políticas cantonales, una política turística provincial. Para viabilizar su implementación, se firmó un convenio a cinco años a partir del año 2009.

La estrategia de Turismo fue elaborada en el año 2008 por más de 280 actores públicos, privados, comunitarios que representan a las nueve Municipalidades, universidades, prestadores de

servicios, cámara de turismo, Ministerio de turismo, Juntas parroquiales, comunidades, Consejo provincial.

Luego de haber transcurrido cuatro años en los cuales se consideró a la estrategia de turismo de Tungurahua como política prioritaria que impulsa de manera coordinada y mancomunada el desarrollo turístico provincial, se reunieron el 23 de enero del 2014 en el complejo turístico la Moya de cantón Pelileo, 98 actores privados y 34 actores públicos de los nueve cantones , que de forma conjunta evalúa los avances, limitaciones y genera propuestas para cada una de las líneas estratégicas de Turismo a nivel cantonal y provincial, las cuales se encuentran encaminadas al cambio de la matriz productiva.

La corresponsabilidad de los asistentes basándose en el Nuevo Modelo de Gestión es la base de acción donde todos deciden y construyen su filosofía de vida basados en la realidad de cada uno de los cantones y estableciendo sus niveles de aporte para poder brindar sostenibilidad a este proceso.

Como experiencia política innovadora, el gobierno provincial busca fortalecer la articulación entre los gobiernos locales de la provincia y la sociedad civil mediante el funcionamiento de los paramentos agua, gente, trabajo y sus grupos de interés. El gobierno provincial se convierte en la instancia que asume la toma de decisiones estratégicas en los diversos temas de interés de desarrollo de la provincia, la coordinación de las acciones de los diversos actores en el territorio provincial, la corresponsabilidad de la gestión del desarrollo entre la diversidad de actores del cambio regional, nacional e internacional.

Al adaptarse al nuevo modelo de gestión como el espacio de concertación y participación ciudadana, los representantes del parlamento trabajo son quienes priorizan la gestión productiva de la provincia bajo la implementación y articulación de la estrategia de turismo.

Propone una estrategia clara y fundamentada, de tal manera que facilita la discusión y la toma de decisiones en torno al fomento de la actividad turística provincial y la solución de algunos de los problemas identificados en la misma propuesta tales como: indefinición de una perspectiva estrategia territorial, el deterioro del capital natural, marcado proceso de desvalorización y deterioro en sus recursos y atractivos culturales: perdida sostenida de tradiciones.

La estrategia tiende a incrementar el volumen de visitantes y turistas, nacionales y extranjeros para que disfruten del turismo de salud, aventura, recreativo, comunitario, gastronómico, cultural, de compras y ecoturismo.

La aplicación de la Estrategia de Turismo de la provincia de Tungurahua se ha convertido en un referente a nivel nacional en materia del trabajo en conjunto en pro del desarrollo turístico, al final del presente marco teórico se desarrolla un informe de los objetivos alcanzados durante este tiempo.

Actualmente se coordina y planifica la implementación de la Estrategia de Turismo a través de la elaboración de Planes Operativos conjuntos entre Gobiernos Parroquiales, Cantonales, Provinciales y de esa manera se prioriza acciones, propuestas y proyectos con el cofinanciamiento de las entidades; esto garantiza que exista una responsabilidad por parte de cada

una de las Instituciones. La Estrategia de Turismo de Tungurahua es una política prioritaria para el desarrollo económico cantonal y provincial que ha sido diseñada por los propios actores públicos y privados de los nueve cantones de Tungurahua con la finalidad de todos trabajar con objetivos y líneas estratégicas comunes, aunando esfuerzos y recursos para convertir a Tungurahua en una potencia turística del Ecuador.

Con una visión económica integral y regional y considerando que Tungurahua posee dos zonas estratégicas de desarrollo turístico: consolidado (Baños y Ambato) y en crecimiento (Píllaro, Patate, Pelileo, Cevallos, Quero, Tisaleo y Mocha), se diseñó la propuesta que comprende ocho Líneas Estratégicas: Desarrollo de nuevos productos turísticos, Fortalecimiento de la calidad de la oferta turística actual, Gestión de la información turística clave, Manejo adecuado del entorno natural y cultural en donde se encuentran los atractivos turísticos, Fortalecimiento de la gobernanza y de las instituciones relacionadas con el turismo, Capacitación turística, Fomento de inversiones y promoción del emprendimiento turístico.

La Estrategia de Turismo Provincial conjuntamente con la Estrategia Agropecuaria de Tungurahua se convierte en los pilares fundamentales para la construcción mancomunada, con los otros sectores de la economía tungurahuense, de la Agenda de Productividad y Competitividad de la Provincia, la cual posibilite dinamizar y potenciar el desarrollo productivo para mejorar el nivel de vida de nuestra población. Este es el anhelo de todos los actores del sector productivo provincial reunidos en el Parlamento Trabajo del Gobierno Provincial de Tungurahua. La Dirección de Producción Eje Turismo ha apoyado como facilitador del proceso, en coordinación con otros actores públicos y privados. (Lalama, 2014)

3.2. Indicadores de medición del desarrollo local a nivel parroquial de la Provincia de Tungurahua

Los indicadores son variables que intentan medir en forma cuantitativa o cualitativa, sucesos colectivos para así poder respaldar acciones es ahí donde nacen los indicadores de desarrollo local para poder especificar, observar y medir los cambios junto a los progresos que se están proporcionando durante la realización de actividades a ejecutarse obteniendo un resultado específico.

Los indicadores fueron establecidos por las necesidades que se dan dentro de una población además de fundamentar la información proporcionada con el Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social – SICES, los cuales están establecidos por tablas que constan de diez ejes más importantes dentro del crecimiento de la población siendo estructurados en tablas divididas por ejes distintivos que son de educación, salud, vivienda, pobreza, empleo, movilidad, planta turística con sus sub ejes facilidades del entorno al atractivo y complementarios a la actividad turística, estado de conservación del atractivo, señalización y seguridad turística y políticas y ordenanzas los mismos que están detallados a continuación.

Tabla 1.
Educación

Desarrollo Local				
Eje: Educación				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
1	Analfabetismo	Conocer el número de personas que no saben leer y/o escribir de 15 años o más, expresando como porcentaje de la población total de la edad de referencia.	(Número de personas de 15 años o más que no saben leer y/o escribir en el año t) / (Total de personas de 15 años o más en el año t) *100. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador , 2017)	La estrategia ha disminuido el porcentaje personas analfabetas dentro de las parroquias.
2	Nivel de educación	Medir el nivel de educación que tienen las personas en las parroquias.	No tiene Primaria Secundaria Tercer nivel Cuarto nivel. Según el (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador , 2017)	La implementación de la estrategia ha aumentado el nivel de educación en las personas.

Después del análisis de la tabla 1 se entiende que el eje de educación se mide con indicadores como el nivel de analfabetismo, nivel de educación, que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles educativos de la población con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 2.
Pobreza

Desarrollo Local				
Eje: Pobreza				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
3	Pobreza multidimensional	Conocer el número de personas que se encuentran en pobreza multidimensional en cuatro aspectos en cuatro dimensiones: educación, trabajo y seguridad social, salud, agua y alimentación, y hábitat, vivienda y ambiente sano	(Personas en hogares con privación en al menos el 33.3% indicadores ponderados) / (Población Total). Según (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador , 2017)	Si en los hogares existe menos del 33.3% de la población ha disminuido la pobreza multidimensional la estrategia ha sido factible.

Después del análisis de la tabla 2 se entiende que el eje de pobreza el cual se medirá con indicadores como el nivel de pobreza multidimensional, que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de pobreza de la población con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 3.*Salud*

Desarrollo Local				
Eje: Salud				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
4	Centros de atención médica	Medir cuantos centros de atención medica cuenta cada parroquia	Conteo.	Cuantos centros de salud se han implementado desde la acogida de la estrategia de turismo.
5	Primeros auxilios	Conocer cuántas personas están capacitadas para brindar primeros auxilios en cada parroquia.	Número de personas capacitadas en primeros auxilios.	Determinar cuántas personas se encuentran capacitadas en brindar primeros auxilios a los diferentes turistas que visitan cada una de las parroquias.
6	Establecimientos farmacéuticos	Conocer cuántos establecimientos farmacéuticos cuenta cada parroquia	Conteo.	La aceptación de la estrategia de turismo ha sido participativa para que se incremente los establecimientos farmacéuticos.
7	Personal que trabaja en centros de salud	Conocer cuántas personas trabajan en los establecimientos de salud ubicados en cada parroquia.	Conteo.	La estrategia genero fuentes de trabajo en los establecimientos de salud.

Después del análisis de la tabla 3 se entiende que el eje de salud el cual se medirá con indicadores basados en centros de atención médica, primeros auxilios, establecimientos farmacéuticos, personal que trabaja, que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de salud de la población con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 4.
Vivienda

Desarrollo Local				
Eje: Vivienda				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
8	Número de viviendas con servicio básicos	Conocer el número de viviendas que cuentan con servicios básicos en cada parroquia: agua, luz, agua potable y teléfono.	Conteo.	La implementación de la estrategia ha logrado que más viviendas cuenten con todos los servicios básicos.
9	Déficit de servicios residenciales básicos	Medir el número de viviendas en un lugar de estudio que carecen de uno o más servicios básicos.	(Número de viviendas sin uno o más servicios básicos en el año t) / (Total de viviendas en el año t)*100 Según (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador , 2017)	Viviendas que no han surgido por medio de la estrategia y carecen de servicios básicos.

Después del análisis de la tabla 4 se entiende que el eje de vivienda el cual se medirá con indicadores basados en número de viviendas con servicio básicos y déficit de servicios residenciales básicos, que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de vivienda de la población con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 5.
Empleo

Desarrollo Local				
Eje: Empleo				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
11	Personas dedicadas a la actividad turística	Conocer el número de personas que se dedican a diferentes actividades turísticas dentro de las parroquias.	Conteo.	Se ha optado el turismo como fuente de trabajo a partir de la implementación de la estrategia de turismo.
12	Ingresos del personal referente a la actividad o plazas de empleo	Conocer el ingreso del personal referente a la actividad o plazas de empleo.	Conteo.	El mayor porcentaje de ingresos del personal han sido referentes en el área turística, gastronómica u hotelera.

Después del análisis de la tabla 5 se entiende que el eje de empleo el cual se medirá con indicadores basados en personas dedicadas a la actividad turística, ingresos del personal referente a la actividad o plazas de empleo, personas dedicadas al turismo, que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de empleo de la población con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 6.
Movilidad

Desarrollo Local				
Eje: Movilidad				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
13	Tipo de vías de acceso	Conocer el tipo de vías de acceso que existe en cada parroquia.	Primer orden Segundo orden Tercer orden Según (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador , 2017)	Establecer el tipo y cuantas vías de acceso existen a las parroquias para mayor accesibilidad del turista.
14	Estado de las vías	Conocer el estado de las vías en cada parroquia.	Bueno Malo Regular. Según (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador , 2017)	Se ha mejorado las vías de acceso con ayuda de la implementación de la estrategia de turismo
15	Medios de transporte público	Conocer los medios de transporte público existen en cada parroquia	Buses Camionetas Taxis	Definir el tipo de medios transportes públicos utilizados para la movilización dentro de las parroquias.

CONTINÚA →

Desarrollo Local				
Eje: Movilidad				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
16	Cooperativas de autobuses	Conocer cuántas cooperativas de autobuses laboran en cada parroquia	Conteo.	Establecer cuantas cooperativas de autobuses que permiten el acceso de turistas con mayor facilidad a cada una de las parroquias.
17	Frecuencia de salida de las cooperativas de autobuses.	Averiguar las frecuencias de salida de las diferentes cooperativas de autobuses de cada parroquia.	Frecuencia: 10-15 min 15-30 min 30-60 min	Especificar el tiempo estimado de espera en la salida de las diferentes cooperativas de transporte público hacia las parroquias.

Después del análisis de la tabla 6 se entiende que el eje de movilidad el cual se medirá con indicadores basados en tipo de vías de acceso estado de las vías, medios de transporte público, cooperativas de transporte público, frecuencia de salida de las cooperativas de autobuses, que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de movilidad de la población con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 7.
Planta Turística

Desarrollo Local				
Eje: Planta Turística				
Nº	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
18	Alojamiento	Conocer cuántos establecimientos de alojamiento se encuentran registrados en el MINTUR, así como sus características. Hoteles: 1,2,3,4,5 Hostales: 1,2,3,4,5 Hosterías Apartamentos	Conteo.	La estrategia de turismo ayudo en el incremento los sitios de alojamiento dentro de las parroquias y la calidad de servicio que los mismos brindan.
19	Alimentos y bebidas	Conocer cuántos establecimientos de A&B se encuentran registrados en el MINTUR, así como sus características. Restaurante: 1,2,3 tenedores Bares Cafeterías	Conteo.	La estrategia de turismo ayudo en el incremento los sitios de alimentos y bebidas dentro de las parroquias y la calidad de servicio que los mismos brindan.
20	Operación turística	Conocer cuántas agencias de viajes u operadoras se encuentran registrados en el MINTUR así como sus características.	Mayorista Minoristas Operadoras Agencias Total	Debido a la mayor demanda turística y consumo de productos turísticos se han aumentado las empresas de turismo

CONTINÚA 

Desarrollo Local				
Eje: Planta Turística				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
21	Guías turísticos	Conocer el número de guías dentro de cada parroquia	Conteo.	Definir cuantos guías turísticos poseen las parroquias con la implementación de la estrategia de turismo.
22	Transporte turístico	Conocer cuántos vehículos se dedican al transporte turístico en cada parroquia	Conteo.	Con la implementación de la estrategia de turismo que porcentaje de transporte turístico poseen las parroquias.
23	Servicios Complementarios	Conocer cuántos servicios complementarios se encuentran en cada parroquia.	Exchange Baterías ecológicas sanitarias Parking Alquiler y venta de equipo especializado Venta de artesanías Cajeros automáticos	La cantidad de servicios complementarios han ayudado al desarrollo turístico y local dentro de las parroquias.
Indicadores relacionados, véase pág. 95 eje: Complementarios a la actividad turística, indicador: Servicios complementarios				

CONTINÚA →

Desarrollo Local				
Eje: Planta Turística				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
Sub eje: Facilidades del entorno al atractivo				
24	Centro de información turística i-tur	Conocer cuántos centros de información turística se encuentran dentro de cada parroquia.	Conteo.	La estrategia de turismo ayudo en la que se creación de centros de información turística.
25	Centro de interpretación turística	Conocer cuántos centros de interpretación turística se encuentran dentro de cada parroquia.	Conteo.	La estrategia de turismo ayudo en la que se creación de centros de interpretación turística.
Sub Eje: Complementarios a la actividad turística				
26	Recorrido y descanso	Conocer cuántos senderos y áreas de acampar posee cada parroquia.	Senderos Áreas de acampar	Optar por la creación de senderos y áreas de acampar ha generado más afluencia de turistas.

Después del análisis de la tabla 7 se entiende que el eje de planta turística el cual se medirá con indicadores basados en alojamiento, alimentos y bebidas, operación turística, guías turísticos, transporte turístico, complementarios y a su vez en sub ejes como; Facilidades del entorno al atractivo que consta de los indicadores centro de información turística i-tur, centro de interpretación turística, recorrido y descanso; Complementarios a la actividad turística con su indicador de servicios complementarios los mismos que

nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de desarrollo de la planta turística con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 8.

Estado de conservación del atractivo

Desarrollo Local				
Eje: Estado de Conservación del Atractivo				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
27	Estado de conservación del atractivo.	Conocer el estado de conservación e integración de los atractivos que se encuentran en la parroquia. (Véase Anexo)	Conservado Alterado En proceso de deterioro Deterioro. Según (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador , 2017)	Definir en qué estado de conservación en que se encuentran la mayoría de los atractivos turísticos de la parroquia.
28	Entorno	Conocer cómo se encuentra el entorno de los atractivos turísticos dentro de la parroquia.	Conservado Alterado En proceso de deterioro Deterioro Según (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador , 2017)	Definir en qué estado de conservación se encuentran la mayoría de entornos de los atractivos turísticos de la parroquia.

Después del análisis de la tabla 8 se entiende que el eje de estado de conservación del atractivo se medirá con indicadores basados en la conservación del atractivo y el entorno, que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de estado de un atractivo tanto de manera interna como externa observando su desarrollo con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 9.
Señalización y Seguridad Turística

Desarrollo Local				
Eje: Señalización y Seguridad Turística				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
29	Señalización turística	Conocer si las parroquias cuentan con señalética turística en los diferentes atractivos.	Conteo.	Los turistas podrán llegar con facilidad y a propia cuenta a los sitios de interés turístico.
30	Tipo De Iconografía	Informativa Seguridad Turística	Conteo.	Los turistas tendrán información más accesible para las diferentes actividades u servicios que los mismos requieran.
31	Seguridad y vigilancia	Conocer si las parroquias cuentan o han implementado sistemas de seguridad y vigilancia.	Conteo.	Brindar servicios de prevención y asistencia efectiva para la protección de la vida, la salud y la integridad física, psicológica y económica a los turistas nacionales y extranjeros.

Después del análisis de la tabla 9 se entiende que el eje de estado de señalización y seguridad turística se medirá con indicadores basados en la señalización turística, tipo de iconografía, seguridad y vigilancia, que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de seguridad hacia los turistas y la población con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 10.
Políticas y Ordenanzas

Desarrollo Local				
Eje: Políticas y Ordenanzas				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
32	Plan de Desarrollo Turístico Territorial (PDyOT)	Conocer si cada parroquia cuenta con un PDyOT actualizado	Conteo y año de elaboración.	La implementación de la estrategia ha permitido a los Gobiernos Autónomos Descentralizados la gestión y elaboración del PDyOT en cada parroquia para el cumplimiento de su planificación establecida.
33	Integración del turismo en la planificación del municipio	Conocer el presupuesto de municipio en cada parroquia para la realización de proyectos turísticos	Presupuesto asignado a proyectos turísticos en periodo (t)/ Total de presupuesto municipal en periodo (t) *100. Según (Brazales, 2018)	Definir qué porcentaje de ingresos son designados a la realización de proyectos turísticos.

CONTINÚA 

Desarrollo Local				
Eje: Políticas y Ordenanzas				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
34	Imagen turística	Conocer el porcentaje de los proyectos impulsados por el municipio son asignado a la imagen turística	Proyectos vinculados a la imagen turística del municipio / total de proyectos impulsados por el municipio *100 % (Brazales, 2018)	Definir qué porcentaje de ingresos son designados a proyectos que se basen en imagen turística de las parroquias.
35	Planificación turística participativa	Conocer si existe participación de las parroquias en la planificación de la actividad turística por el municipio.	Conteo.	Conocer en qué porcentaje las parroquias participa junto con el municipio en las actividades turísticas.
36	Participación del sector privado	Conocer el porcentaje dedicado a proyectos turísticos por parte del sector privado.	Presupuesto total asignado por el sector privado o proyectos turísticos locales/ presupuesto total invertido en proyectos turísticos * 100 %. según (Brazales, 2018)	Establecer el porcentaje de ingresos que son designados a proyectos turísticos locales por parte del sector privado.

Después del análisis de la tabla 10 se entiende que el eje de políticas y ordenanzas se medirá con indicadores basados en el Plan de Desarrollo Turístico Territorial (PDyOT), integración del turismo en la planificación del municipio, imagen turística, planificación turística participativa y participación del sector privado, que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de participación gubernamental con la implementación de la estrategia de turismo.

3.3. Indicadores de medición de la Estrategia de Turismo

Se presentan a continuación los indicadores de medición de la estrategia de turismo basados en sus cuatro líneas estratégicas las mismas que se encuentran establecidas por ejes y sub ejes más importantes dentro del crecimiento de la actividad turística las cuales están estructuradas en tablas divididas de la siguiente manera:

Línea estrategia N° 1: Línea Desarrollo de productos turísticos con su eje rutas y sus sub ejes Manejo de residuos, Infraestructura, equipamientos generales y seguridad, Atractivos Turísticos, Actividades que se practican, Servicios Turísticos, Facilidades Turísticas, Estado de vías, Modalidades de turismo que practican, Actores, Imagen corporativa.

Línea estrategia N° 2: Marketing y Promoción Turística con sus ejes Marca Turística, Campañas de Promoción, Medio online, Medios Offline, Expo ferias, Asistencia Técnica.

Línea estrategia N° 3: Formación y Capacitación Turística con sus ejes Programa de especialización turística, Capacitaciones a prestadores turísticos, Campaña sensibilización turística.

Línea estrategia N° 4: Planificación y Coordinación Turística con sus ejes Implementación del centro de fomento e innovación turística de Tungurahua, Creación de ordenanzas turísticas.

A continuación, se detallan las siguientes tablas de manera más especificada.

Tabla 11.*Línea de desarrollo de productos Turísticos*

LÍNEA ESTRATÉGICA									
ESTRATEGIA N° 1: Línea Desarrollo de Productos Turísticos									
Eje 1: Rutas									
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación	Rutas				
					Agro Turísticas Parroquiales	Culturales	Gastronómicas	Rural	Turismo de Aventura
Sub Eje: Manejo de residuos									
37	Manejo de residuos.	Conocer cuántos establecimientos de las rutas cuentan con cobertura de servicios complementarios	Cuento	Con la implementación de la estrategia las empresas de turismo se han comprometido con el cuidado del medio ambiente.	Recolección de desechos	Recolección de desechos	Recolección de desechos	Recolección de desechos	Recolección de desechos
					Manejo de aguas residuales	Manejo de aguas residuales	Manejo de aguas residuales	Manejo de aguas residuales	Manejo de aguas residuales
					Manejo de desechos	Manejo de desechos	Manejo de desechos	Manejo de desechos	Manejo de desechos

CONTINÚA →

Sub Eje: Infraestructura, Equipamientos Generales y Seguridad									
38	Infraestructura, equipamientos generales y seguridad	Conocer el tipo de infraestructura, equipamientos generales y seguridad que existen en cada ruta.	Conteo	Fuentes de trabajo, seguridad, urbanismo, aumento de la educación, salud, nivel de vida	Transporte público	Transporte público	Transporte público	Transporte público	Transporte público
					Gasolineras	Gasolineras	Gasolineras	Gasolineras	Gasolineras
					Oficinas bancarias	Oficinas bancarias	Oficinas bancarias	Oficinas bancarias	Oficinas bancarias
					Cajeros automáticos	Cajeros automáticos	Cajeros automáticos	Cajeros automáticos	Cajeros automáticos
					Hospitales / centros de salud	Hospitales/ centros de salud	Hospitales/ centros de salud	Hospitales/ centros de salud	Hospitales/ centros de salud
					Farmacias	Farmacias	Farmacias	Farmacias	Farmacias
					Centros culturales	Centros culturales	Centros culturales	Centros culturales	Centros culturales
					Centros deportivos	Centros deportivos	Centros deportivos	Centros deportivos	Centros deportivos
					Espacios recreativos	Espacios recreativos	Espacios recreativos	Espacios recreativos	Espacios recreativos
					Centros educativos	Centros educativos	Centros educativos	Centros educativos	Centros educativos
					Centros educativos con formación en turismo	Centros educativos con formación en turismo	Centros educativos con formación en turismo	Centros educativos con formación en turismo	Centros educativos con formación en turismo
					Policía	Policía	Policía	Policía	Policía
					Bomberos	Bomberos	Bomberos	Bomberos	Bomberos

CONTINÚA →

					Defensa civil	Defensa civil	Defensa civil	Defensa civil	Defensa civil
					Fiscalía o juzgado	Fiscalía o juzgado	Fiscalía o juzgado	Fiscalía o juzgado	Fiscalía o juzgado
					Cooperativas de taxis	Cooperativas de taxis	Cooperativas de taxis	Cooperativas de taxis	Cooperativas de taxis
					Cooperativas de transporte urbano	Cooperativas de transporte urbano	Cooperativas de transporte urbano	Cooperativas de transporte urbano	Cooperativas de transporte urbano
					Parqueaderos	Parqueaderos	Parqueaderos	Parqueaderos	Parqueaderos
					Casas de cambio	Casas de cambio	Casas de cambio	Casas de cambio	Casas de cambio
					Mercados y/o tiendas artesanales	Mercados y/o tiendas artesanales	Mercados y/o tiendas artesanales	Mercados y/o tiendas artesanales	Mercados y/o tiendas artesanales
Sub Eje : Atractivos Turísticos									
39	Número de atractivos naturales y culturales.	Conocer cuántos atractivos naturales y culturales existen en cada ruta.	Conteo	Determinar el tipo de turismo que se realiza en la ruta.	Naturales	Naturales	Naturales	Naturales	Naturales
					Culturales	Culturales	Culturales	Culturales	Culturales

CONTINUÁ 

Sub Eje: Actividades Que Se Practican					
40	Actividades	Enumerar el tipo de actividades que se realizan en cada ruta	Conteo	Determinar el tipo de actividades turísticas a realizar en la ruta para su potencialización	Tracking Rafting
Sub Eje: Servicios Turísticos					
41	Servicios turísticos	Conocer cuántos servicios turísticos laboran en cada ruta.	Conteo.		Agencias de viajes Agencias de viajes Agencias de viajes Agencias de viajes Agencias de viajes
					Intermediación Intermediación Intermediación Intermediación Intermediación
					Alojamiento-Plazas Alojamiento-Plazas Alojamiento-Plazas Alojamiento-Plazas Alojamiento-Plazas
					Bebidas-Plazas Bebidas-Plazas Bebidas-Plazas Bebidas-Plazas Bebidas-Plazas
Sub Eje: Facilidades Turísticas					
					Señalética Señalética Señalética Señalética Señalética
					Punto de información turística Punto de información turística Punto de información turística Punto de información turística Punto de información turística
					Centro de interpretación Centro de interpretación Centro de interpretación Centro de interpretación Centro de interpretación
					Centro de facilitación Centro de facilitación Centro de facilitación Centro de facilitación Centro de facilitación

CONTINÚA →

					Senderos	Senderos	Senderos	Senderos	Senderos
					Miradores	Miradores	Miradores	Miradores	Miradores
					Otros	Otros	Otros	Otros	Otros
Sub Eje: Estado De Vías									
43	Estado de vías	Conocer el estado de vías que existe en las parroquias	Conteo	Determinar cuál es el estado de las vías en las parroquias.	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno	Bueno
					Malo	Malo	Malo	Malo	Malo
					Regular	Regular	Regular	Regular	Regular
Sub Eje: Modalidades De Turismo Que Practican									
44	Modalidades de turismo	Conocer el tipo de modalidad de turismo que se practican en cada ruta.	Conteo.	Definir qué tipo de turismo es más influyente dentro de las parroquias.	Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo	Ecoturismo
					Tur. De naturaleza	Tur. De naturaleza	Tur. De naturaleza	Tur. De naturaleza	Tur. De naturaleza
					Turismo comunitario	Turismo comunitario	Turismo comunitario	Turismo comunitario	Turismo comunitario
					Turismo cultural	Turismo cultural	Turismo cultural	Turismo cultural	Turismo cultural
					Turismo religioso	Turismo religioso	Turismo religioso	Turismo religioso	Turismo religioso

CONTINÚA 

					Turismo de salud	Turismo de salud	Turismo de salud	Turismo de salud	Turismo de salud
					Turismo de deportes	Turismo de deportes	Turismo de deportes	Turismo de deportes	Turismo de deportes
					Turismo de aventura	Turismo de aventura	Turismo de aventura	Turismo de aventura	Turismo de aventura
					Convenciones	Convenciones	Convenciones	Convenciones	Convenciones
					Otros	Otros	Otros	Otros	Otros
Sub Eje: Actores									
45	Número de actores	Conocer y enumerar el número de actores que se encuentran en cada ruta	Conteo.	Determinar el número y actores más participativos dentro de las parroquias.	Clubes	Clubes	Clubes	Clubes	Clubes
					Gremios	Gremios	Gremios	Gremios	Gremios
					Escuela	Escuela	Escuela	Escuela	Escuela
					Gobierno municipal.	Gobierno municipal.	Gobierno municipal.	Gobierno municipal.	Gobierno municipal.
Sub Eje: Imagen Corporativa									
46	Percepción de la Imagen corporativa	Conocer el nivel de percepción de la imagen corporativa.	Conteo	Definir el grado de percepción que posee turista para reconocer la ruta través de su imagen corporativa.	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
					Medio	Medio	Medio	Medio	Medio
					Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo

Después del análisis de la tabla 11 establecida por la línea estratégica Desarrollo de Productos Turísticos se entiende que el eje rutas y sus sub ejes: Manejo de residuos el cual se medirá con el indicador con el mismo nombre; Infraestructura, equipamientos generales y seguridad con el indicador infraestructura, equipamientos generales y seguridad; Atractivos Turísticos con su indicador número de atractivos naturales y culturales; Actividades que se practican con su indicador actividades; Servicios Turísticos con el indicador servicios turísticos; Facilidades Turísticas con el indicador número de facilidades turísticas; Estado de vías con su indicador estado de vías; Modalidades de turismo que practican con su indicador modalidades de turismo; Actores con su indicador actores; Actores imagen corporativa con su indicador percepción de la imagen corporativa los mismos que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de desarrollo de las rutas turísticas con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 12.
Marketing y Promoción turística

LÍNEA ESTRATÉGICA				
ESTRATEGIA N° 2: Marketing y Promoción Turística				
EJE 1: Marca Turística				
N°	Indicador	Objetivo	Fórmula	Interpretación
47	Porcentaje de posicionamiento de la marca Tungurahua.	Porcentaje de personas que conocen la marca Tungurahua.	$\frac{\text{Población muestreo} / \text{encuestada, instrumento encuesta.}}{\text{Población muestreo} / \text{encuestada, instrumento encuesta.}}$	Si más del 50% de la población encuestada conoce la marca, significa que si ha dado resultado las propuestas de formación y difusión de la marca.
EJE 2: Campañas de Promoción				
48	Número de folletos entregados	Conocer el número de folletos entregados a las escuelas dentro de las parroquias.	$\frac{\text{Numero de folleos entregados/ total de folletos impresos} * 100}{\text{Numero de folleos entregados/ total de folletos impresos} * 100}$	Determinar qué porcentaje de aceptación obtuvo la entrega de folletos en las escuelas para su promoción turística.
49	Inversión	Conocer los ingresos invertidos para la campaña de promoción.	$\frac{\text{Inversión en la elaboración de la campaña de promoción/ inversión total para la estrategia de turismo de Tungurahua} * 100}{\text{Inversión en la elaboración de la campaña de promoción/ inversión total para la estrategia de turismo de Tungurahua} * 100}$	Determinar el porcentaje de inversión se dedica las campañas de promoción

CONTINÚA 

EJE 3: Medio online			
50	N° de personas receptoras	Conocer el número de personas receptoras de la promoción de los atractivos por medios online.	Conteo. Los turistas conocieron los atractivos turísticos a través de medios online.
51	Conteo de página web	Conocer cuántas personas visitan la página web del gobierno provincial de Tungurahua.	Conteo Determinar si la mayoría de visitas registradas en la página web incurre en los turistas para la visita de los atractivos turísticos.
EJE 4: Medios Offline			
52	Medios de difusión.	Conocer el medio de comunicación por el cual se enteró del bien o servicio en la parroquia	Encuestas en función de cómo se enteró de un producto o servicio. Según (Kaushik, 2014) Si el 80% de personas manifiesta que lo hizo por medio offline la estrategia de comunicación continua.
53	Inversión publicidad.	Conocer el monto de inversión designada hacia la publicidad.	Inversión en publicidad/ total de inversión estrategia *100 Si la inversión es mayor al 15% la estrategia está dando resultado.
EJE 5: Expo ferias			
54	Cumplimiento de expo ferias planeadas	Conocer el número de expo ferias realizadas en las parroquias	Numero de expo ferias asistidas/ total de expo ferias planificadas *100 Medir la participación de las personas en las expo ferias de las parroquias.

CONTINÚA 

55	Asistentes	Medir el número de visitantes promedio por cada expo feria	Conteo	Si existe una cantidad del más del 50% de visitantes la estrategia ha sido acogida correctamente.
56	Stand emprendimiento de	Conocer cuántos stand de emprendimiento existe	Conteo	Establecer cuantos emprendimientos se han implementado durante la aplicación de la estrategia.
57	Inversión	Conocer la inversión realizada para la expo feria.	Valor de la inversión/ total de inversión de la estrategia de turismo.	La implementación de la estrategia de turismo contribuyo en la inversión de las expo ferias.
58	Ingresos	Conocer cuánto ingreso se generó a las parroquias después de su participación en las expo ferias.	Porcentaje de ingresos después de la participación de la expo feria	Si sus ingresos incremento \geq al 25% la estrategia cumplió su objetivo.
EJE 6: Asistencia Técnica				
59	N° de participantes	Conocer el número de asistentes a las capacitaciones ofrecidos por el gobierno	Participantes esperados / participantes reales	Si existe más del 50% de participantes reales de los esperados la estrategia ha funcionado.
60	N° de capacitaciones anuales	Enumerar el número de capacitaciones ofrecidas a los pobladores en el período de un año	Conteo.	Acogida de capacitaciones por parte de los pobladores a través de la estrategia.
61	N° de empresas vinculadas	Conocer el número de empresas involucradas en las capacitaciones anuales	Conteo.	Empresas que se acogieron a la estrategia de turismo para la impartición de información dentro de las capacitaciones.
62	Inversiones	Determinar la cantidad de inversión en cada capacitación	Conteo.	La inversión proporcionada para la realización de capacitaciones ayuda al cumplimiento de todas las actividades programadas.
63	N° de capacitadores	Conocer el número de capacitadores en cada capacitación.	Conteo.	Determinar el número de personal que imparten las capacitaciones de acuerdo al programa para el cumplimiento de la estrategia.

Después del análisis de la tabla 12 establecida por la línea estratégica Marketing y Promoción Turística se entiende que los ejes: Marca Turística con su indicador porcentaje de posicionamiento de la marca Tungurahua; Campañas de promoción con sus indicadores número de folletos entregados e inversión; Medio online con sus indicadores retorno de conversión, número de personas receptoras, conteo de página web, costo de adquisición de un nuevo cliente; Medios Offline con sus indicadores medios de difusión, inversión publicidad; Expo ferias con sus indicadores cumplimiento de expo ferias planeadas, asistentes, stand de emprendimiento, inversión, ingresos; Asistencia Técnica con los indicadores número de participantes, número de capacitaciones anuales, número de empresas vinculadas, inversiones, número de capacitadores los mismos que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de promoción turística con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 13.
Formación y Capacitación Turística

LÍNEA ESTRATÉGICA				
ESTRATEGIA N° 3: Formación y Capacitación Turística				
EJE 1: Programa de especialización turística				
N	Indicador	Objetivo	Formula	Interpretación
6 4	N° de programas acogidos por la parroquia	Conocer el número de programas acogidos por la parroquias	Conteo	Si el $\geq 75\%$ de las parroquias cumple el programa con la expectativa de la línea.
6 5	Remodelación de infraestructura según personas capacitadas	Conocer los establecimientos que aplicaron los conocimientos del programa de decoración de espacios turísticos	Observación.	Medir la acogida y puesta en práctica los conocimientos adquiridos en cada uno de los programas de capacitación.
EJE 2: Campaña sensibilización turística				
6 6	Cuadernillos publicitarios elaborados.	Conocer el número de cuadernillos publicitarios elaborados por el GAD	Número de cuadernillos entregados/ Total de cuadernillos elaborados*100	Identificar el número de turistas que visitaron el lugar a través de la publicidad por cuadernillos.

CONTINÚA →

67	Cuadernillos publicitarios en capacitaciones.	Conocer el número de cuadernillos publicitarios distribuidos en las capacitaciones	Conteo	Identificar el número de turistas que visitaron el lugar a través de la publicidad por cuadernillos entregados en las capacitaciones.
68	Campañas realizas	Medir el nivel de campañas efectivizadas ante el total de campañas programadas	Número de campañas ejecutadas/ Total de campañas programadas al año* 100.	>70 Se cumple con el objetivo de campañas realizadas

Después del análisis de la tabla 13 establecida por la línea estratégica Formación y Capacitación Turística se entiende que los ejes: Programa de especialización turística con sus indicadores número de programas acogidos por la parroquia, remodelación de infraestructura según personas capacitadas; los mismos que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de desarrollo de planificación y coordinación turística con la implementación de la estrategia de turismo.

Tabla 14.*Planificación y coordinación turística*

LÍNEA ESTRATÉGICA				
ESTRATEGIA N° 4: Planificación y Coordinación Turística				
EJE 1: Implementación del centro de fomento e innovación turística de Tungurahua.				
N°	Indicador	Objetivo	Formula	Interpretación
69	Implementación del centro de fomento innovación turística	Conocer los datos estadísticos que posee el centro de fomento ante todas las festividades parroquiales	Numero de datos estadísticos obtenidos por festividades parroquiales/ Total de festividades parroquiales *100	>80 % El centro de fomento e innovación turística cumple con su objetivo.
EJE 2: Creación de ordenanzas turísticas				
70	Ordenanzas turísticas	Conocer el número de ordenanzas creadas en el centro de fomento e innovación turística de Tungurahua	Conteo.	Identificar si cumplen con la realización de las ordenanzas turísticas dentro de los centros de Innovación turística de Tungurahua.
71	Aplicación de ordenanzas	Saber si se aplican las ordenanzas creadas en las rutas establecidas.	Conteo.	Observar la mejora y el cumplimiento dentro de las parroquias las ordenanzas turísticas.

Después del análisis de la tabla 14 establecida por la línea estratégica Planificación y Coordinación Turística se entiende que los ejes: Implementación del centro de fomento e innovación turística de Tungurahua con su indicador implementación del centro de fomento innovación turística; Creación de ordenanzas turísticas con los indicadores ordenanzas turísticas y aplicación de ordenanzas los mismos que nos darán una visión clara de la evaluación de los niveles de desarrollo de planificación y coordinación turística con la implementación de la estrategia de turismo.

3.3 Aplicación de indicadores

Para la elaboración de la presente investigación se tomó en cuenta el enfoque cuantitativo y cualitativo con el método descriptivo, campo, observación y a la vez bibliográfico documental, ya que utilizaron fuentes bibliográficas que permitió la recopilación y el procesamiento de datos de distintas investigaciones eligiendo la información más apropiada para la aplicación en la estrategia de turismo de Tungurahua.

La metodología elaborada permite tener la presencia de indicadores de recopilación y procesamiento de datos sobre el turismo, con el uso de tecnologías de información y comunicación, en base a su análisis, tabulación, la clasificación e interpretación, así como dicha metodología faculta identificar las variables que permiten analizar el cumplimiento de la estrategia de turismo de Tungurahua.

En la aplicación de los indicadores se procedió al cálculo de la población y muestra para poder realizar su aplicación en la Línea Estratégica: Marketing y Promoción Turística y en los ejes de empleo del Desarrollo Local además de realizar un modelo de aplicación de los restantes indicadores para la correcta toma de información y datos para la realización del análisis de resultados respectivo de cada una de las parroquias.

POBLACIÓN Y MUESTRA

$$n = \frac{N Z^2 S^2}{(E^2(N - 1)) + Z^2 S^2}$$

n: tamaño de la muestra

N: Población

Z: nivel de confianza 95% = 1.96

S: desviación estándar = 0.5

E= Error máximo admisible al 5 % = 0.05

Es por consiguiente que aplicando la formula anterior se obtiene las siguientes muestras de las diferentes parroquias de estudio.

Tabla 15.

Población y muestra

PARROQUIA	POBLACIÓN	MUESTRA
Rio Negro	1246	294
San Bartolomé de Pinlo	9094	369
Emilio María Terán	1504	307
Atahualpa	10261	371
Los Andes	1391	302
García Moreno	6380	363
Presidente Urbina	2800	338
Río verde	1040	281
San Miguelito	4979	357
Ulba	2532	334
San Antonio de Pasa	6499	363
El triunfo	1583	310
Pinguilí	1273	296
Sucre	2369	331
Unamuncho	4672	356

Fuente: INEC

Elaborado por: Yacelga, A

Muestra

El cálculo de población de cada parroquia dio un resultado de muestra de un número establecido de encuestas las mismas que se aplicaran en las doce parroquias que se acogieron a la estrategia de turismo de Tungurahua para obtener información que nos ayude en el análisis de factibilidad de la implementación de la estrategia de turismo.

Población

La población de las doce parroquias acogidas a la estrategia de turismo tomadas de INEC con el número total de habitantes de cada parroquia valor con el cual se realizará el cálculo respectivo.

Se utilizó el siguiente formato para la aplicación de los indicadores en cada parroquia para la evaluación de los resultados de la estrategia de turismo de Tungurahua.

Modelo de aplicación de indicadores a nivel parroquial

Para la creación de indicadores de desarrollo local y de la estrategia de turismo se realizó mediante una investigación bibliográfica y documental sobre cómo se deberían crear, para ello se utilizó diferentes metodologías. Para la creación de indicadores de desarrollo local la investigación se basó en el Sistema Integrado de Conocimientos y Estadísticas Social del Ecuador (SICES) y el mientras que para el análisis de la estrategia de turismo se basó en los parámetros

evaluados por el MINTUR en sus fichas de evaluación de atractivos turísticos así como de evaluación de destinos turísticos, de igual manera se corroboró la información con los Planes Operativos Anuales (POA) proporcionados por el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua.

La ficha de indicadores de desarrollo local se dividió de la siguiente manera: tema, eje, indicador, objetivo, interpretación y el nombre de las parroquias estudiadas este formato se realizó en base al modelo proporcionado por el PLANDETUR 2020 y el SICES instituciones que han establecido los lineamientos para crear indicadores turísticos.

Por otra parte, la ficha de indicadores de la estrategia de turismo se dividió de la siguiente manera: tema, nombre de la línea estratégica, eje, sub eje, indicador, objetivo interpretación y el nombre de las parroquias evaluadas. En esta ficha la división del eje y sub eje fue crucial para realizar un correcto análisis de todos los elementos que son parte de la estrategia. Para la elaboración de este formato se tomó en cuenta los POAS proporcionados por el Consejo Provincial de Tungurahua, así como los lineamientos proporcionados por el MINTUR para la evaluación de la estrategia de turismo de Tungurahua.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La evaluación de la estrategia de turismo de Tungurahua, mediante la aplicación de los instrumentos desarrollados en la investigación, arrojó los siguientes resultados con base en el impacto que tuvo dicha estrategia en las parroquias rurales en las cuáles fue desarrollado y, se ha determinado una categorización para el análisis e interpretación de los datos obtenidos, la misma que se describe de la siguiente manera.

El Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua conjuntamente con CONAGOPARE de Tungurahua desarrollaron un Plan que de acuerdo con estas entidades incluye a las parroquias rurales de todo el territorio tungurahuense, sin embargo, solamente quince de las mencionadas están integradas.

Por consiguiente, del 100% de parroquias investigadas un 33,33% que son: San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo, San Miguelito, Los Andes y El Triunfo, lograron el objetivo planteado en el POA realizado por el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, lo cual refiere que la estrategia logro el impacto esperado en el ámbito turístico ya que hubo un incremento en la demanda, sin embargo, en el ámbito de desarrollo local su impacto fue mínimo ya que la gestión realizada por los GAD's parroquiales fue el detonante de este desarrollo mas no la estrategia en sí misma.

Por otra parte, las parroquias de Atahualpa, Río Verde y Río Negro que equivalen al 20% han recibido únicamente asistencia técnica por parte de los actores de la estrategia de turismo, sin embargo, su desarrollo local se encuentra limitado por la baja gestión y participación de los GAD'S parroquiales, así como de las personas involucradas en la estrategia. La ayuda técnica recibida de CONAGOPARE y Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua abarcó diferentes temáticas como la realización de rutas, marketing y difusión, capacitaciones turísticas, hoteleras y gastronómicas, señalética y expo ferias.

Por último, el mayor porcentaje 46,67%, equivalente a las parroquias García Moreno, Emilio María Terán, Pinguili, Sucre, Ulba, Unamuncho y Presidente Urbina, en la investigación se determinó que las 7 primeras parroquias rurales de este grupo no poseen conocimiento alguno sobre la implementación estrategia de turismo y en lo que respecta al desarrollo local, la gestión se la hace según las necesidades de la población sin tomar en cuenta el turismo como una actividad que mejore el nivel de vida de los habitantes, sin embargo, la última parroquia Presidente Urbina recibe asistencia técnica en ámbito productivo y turístico, pero, por entidades no gubernamentales como la Fundación Buena Vida y no por los actores responsables de la estrategia.

Finalmente, después de haber levantado la información se conoció el impacto que ha tenido la estrategia de turismo en las parroquias, por tal motivo, se ha tomado la decisión de no incluir en los análisis correspondientes a aquellas parroquias que han tenido poco o ningún beneficio por parte de la estrategia.

4.1. Indicadores del Desarrollo Local

De la tabla número 1 de indicadores del desarrollo local del eje de educación se obtuvo los siguientes resultados.

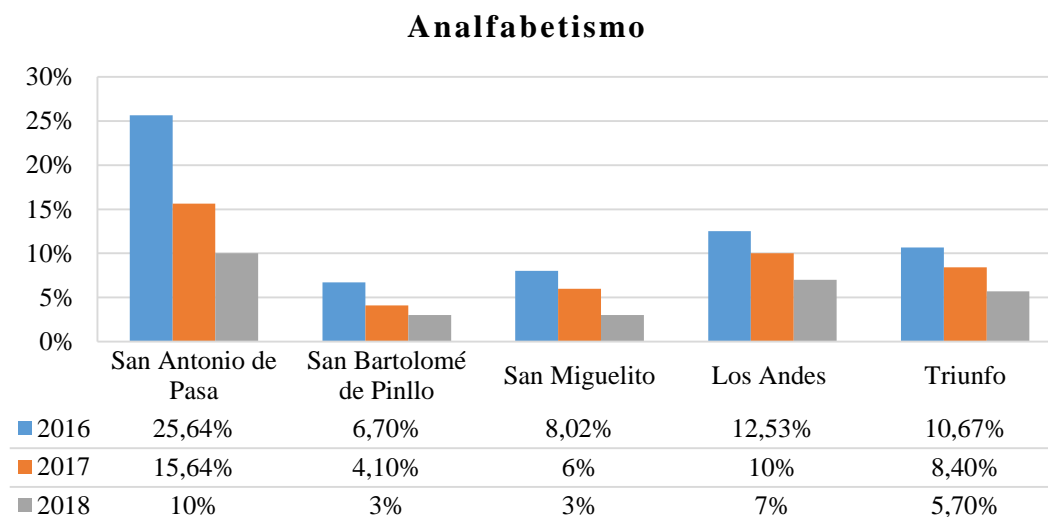


Figura 4. Analfabetismo

Análisis e Interpretación: En el siguiente gráfico se visualizó el índice de analfabetismo, donde en las parroquias San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo, San Miguelito, Los Andes y el Triunfo, en el período 2016 al primer trimestre del 2018 decreció en un promedio del 6,6 % en las mismas, con la aplicación de la herramienta los datos demostraron que el índice de analfabetismo en las diferentes parroquias bajó, debido a interés propio de superación por parte de la población, generando resultados negativos a la efectividad de la estrategia de turismo.

De la tabla número 2 de indicadores del desarrollo local del eje de Pobreza se obtuvo los siguientes resultados.

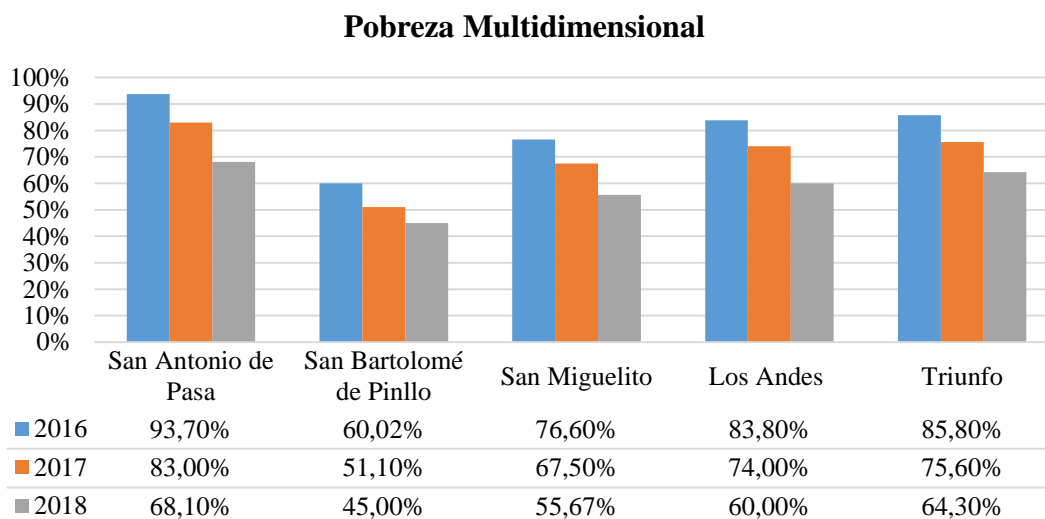


Figura 5. Pobreza Multidimensional

Análisis e Interpretación: Dentro de la figura se observa la pobreza multidimensional donde en las parroquias San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo, San Miguelito, Los Andes y el Triunfo, en el período 2016 al primer trimestre del 2018 decreció en un promedio del 69,55 % en las mismas, con la aplicación de la herramienta los datos demostraron que el índice de analfabetismo en las diferentes parroquias disminuyó, debido a gestión propia de la población, demostrando la poca efectividad de la estrategia de turismo en el desarrollo local de las parroquias.

De la tabla número 3 de indicadores del desarrollo local del eje de salud se obtuvo los siguientes resultados.

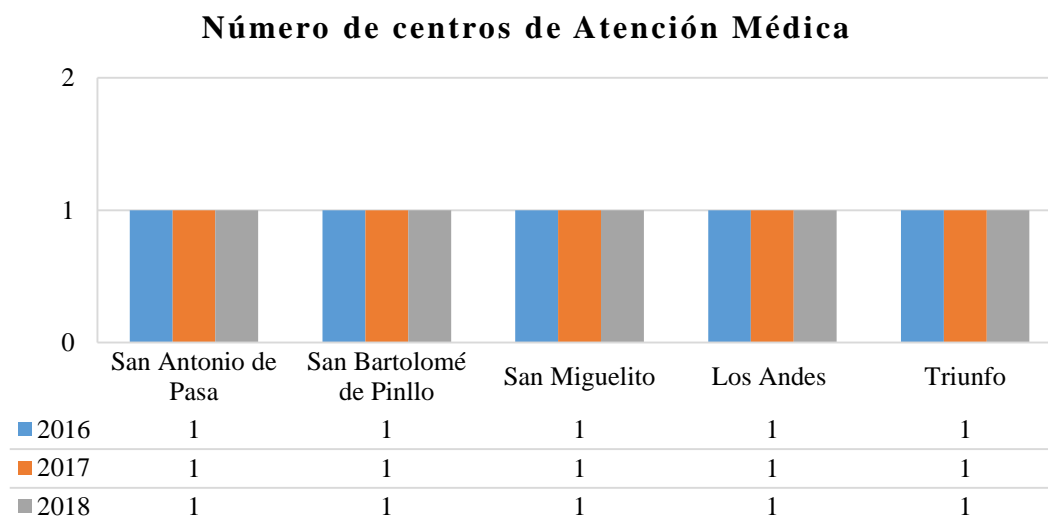


Figura 6. Centros de atención médica

Análisis e Interpretación: Dentro del gráfico se observa que durante los años 2016, 2017 y primer trimestre del 2018 en las parroquias San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinillo, San Miguelito, Los Andes y en El Triunfo, los establecimiento de salud se han mantenido, por lo tanto, al no haberse creado nuevos centros que puedan abastecer al turismo entrante cuando lo necesite de acuerdo a lo establecido en los objetivos de la estrategia, entonces, la misma no está funcionando en el ámbito de creación de salud.

Número de personas con conocimientos en Primeros Auxilios

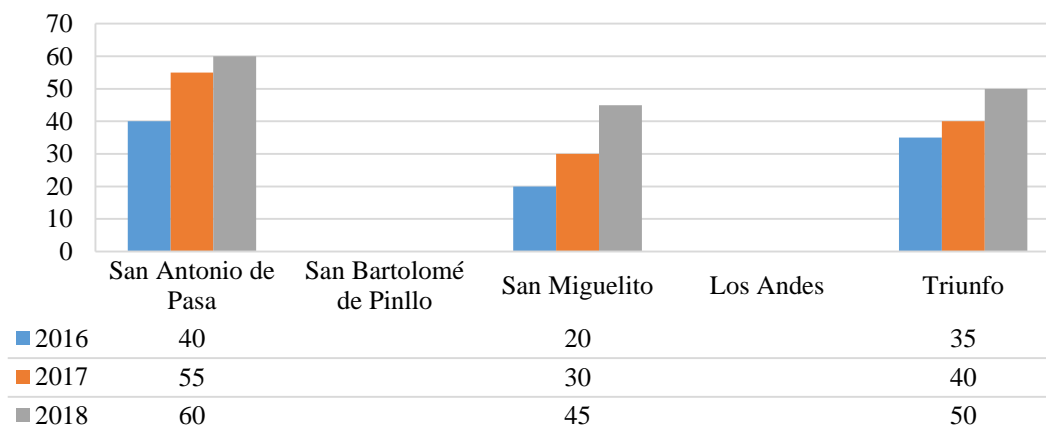


Figura 7. Número de personas con conocimientos en Primeros Auxilios

Análisis e Interpretación: La evaluación en las parroquias acerca de las personas con conocimientos en primeros auxilios en la parroquia San Antonio de Pasa del año 2016 al año 2017 tuvo un crecimiento del 27,27 en la parroquia San Miguelito del año 2016 al año 2017 obtuvo un crecimiento del 33,33% en cuanto al año 2017 al primer trimestre del 2018 se dio un crecimiento del 33,33%; en la parroquia el Triunfo del año 2016 al año 2017 hubo un crecimiento del 14,29% en cambio del año 2017 al primer trimestre del 2018 se dio un crecimiento del 20%, al contrario de las parroquias de San Bartolomé de Pinillo y Los Andes que no existieron personas que tengan conocimientos en primeros auxilios. De los resultados obtenidos a través de la aplicación de la herramienta de evaluación se destaca que en las parroquias San Antonio de Pasa, San Miguelito y el Triunfo ha existido un crecimiento por obtener conocimientos de interés propio, mas no por la implementación del plan de la estrategia de turismo.

Establecimientos Farmacéuticos

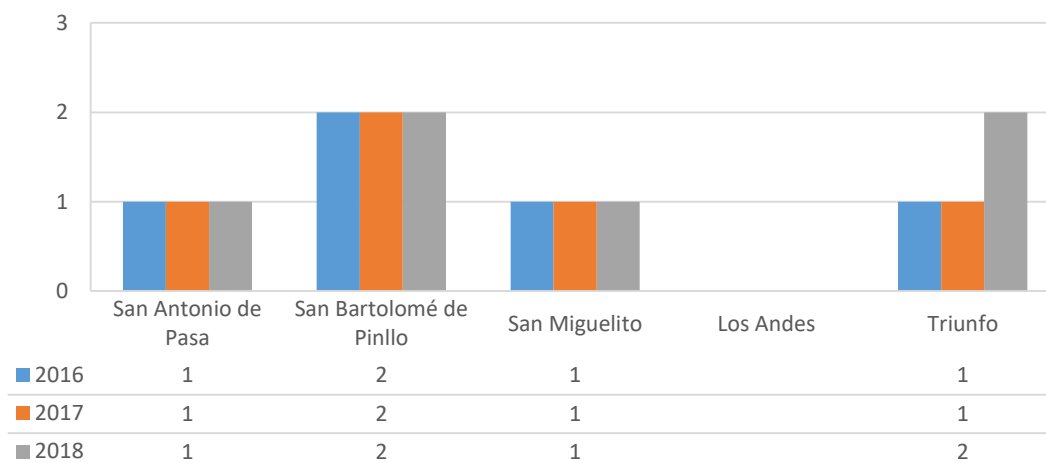


Figura 8. Establecimientos Farmacéuticos

Análisis e Interpretación: De acuerdo con los resultados en las parroquias San Antonio de Pasa, San Miguelito y San Bartolomé de Pinllo en los años 2016, 2017 y primer trimestre del 2018 los establecimiento farmacéuticos se mantuvieron sin generar un desarrollo por parte de la estrategia de turismo para atender la demanda turística en las parroquias. En la parroquia el triunfo del año 2016 al 2017 se mantuvo con un solo establecimiento farmacéutico al contrario del año 2017 al primer trimestre del 2018 que tuvo un crecimiento de un establecimiento farmacéutico que representa el 50% el mismo se dio por la afluencia turística a la parroquia dando resultado a la efectividad de la estrategia de turismo en la misma, en la parroquia los Andes no existen establecimientos farmacéuticos a pesar de ser una parroquia de turismo de paso.

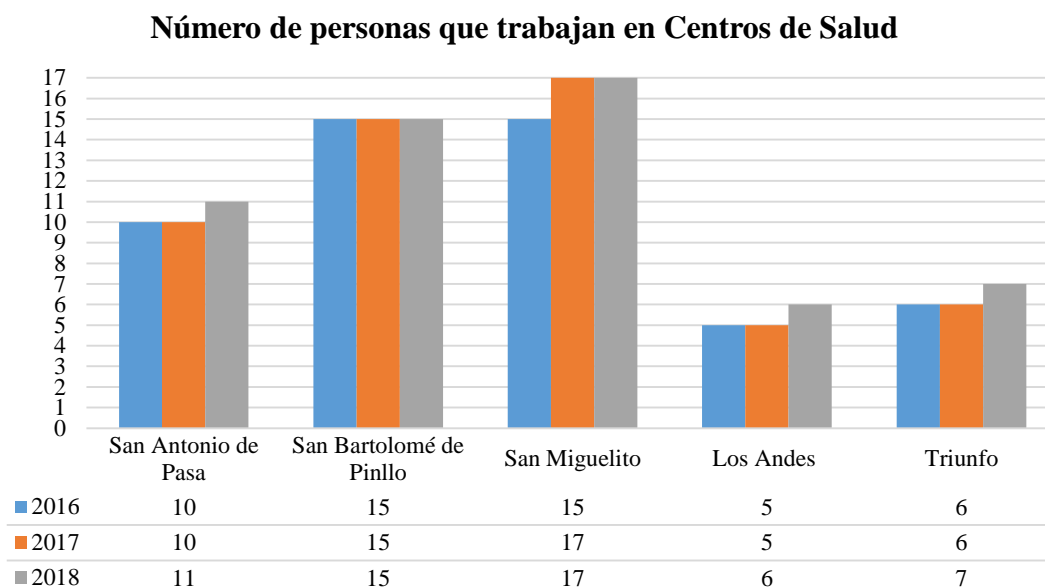


Figura 9. Número de personas que trabajan en centros de salud

Análisis e Interpretación: En el gráfico podemos observar el número de personas que trabajan en los centros de salud en la parroquia San Antonio de Pasa del año 2016 al año 2017 se mantuvo mientras que del año 2017 y primer trimestre del 2018 creció en un 9,09%; en la parroquia San Bartolomé de Pinllo el número de personas se mantuvo; en la parroquia San Miguelito del año 2016 al 2017 tuvo un crecimiento del 11,76% en cambio del año 2017 al primer trimestre del 2018 se mantuvo el número de personal; en la parroquia Los Andes del año 2016 al 2017 no existió un crecimiento de personal mientras que del año 2017 al primer trimestre del año 2018 hubo un crecimiento 16,66% y en la parroquia el Triunfo el número del personal se mantuvo del año 2016 al año 2017 mientras que del año 2017 al primer trimestre del 2018 hubo un crecimiento del 14,28%, los resultados de crecimiento de personal en los centros de salud son debido al incremento de la población y para cumplir con sus necesidades, esto no se debe a la implementación de la estrategia debido a que muchas personas no la conocen.

De la tabla número 4 de indicadores del desarrollo local del eje de Vivienda se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 17.

Número de viviendas con servicios básicos

Parroquias / Años	2016					2017					2018				
	Luz	Agua	Alcantarillado	Internet	Teléfono	Luz	Agua	Alcantarillado	Internet	Teléfono	Luz	Agua	Alcantarillado	Internet	Teléfono
San Antonio de Pasa	x	x	x			x	x	x			x	x	x		
San Bartolomé de Pinllo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
San Miguelito	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Los Andes	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Triunfo	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Análisis e Interpretación: Dentro del gráfico las parroquias que cuentan con todos los servicios básicos son San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito en los tres años, seguido del Triunfo y los Andes que poseen luz, agua, teléfono y alcantarillado en el año 2016 y 2017 para el año 2018 incremento el servicio de internet y finalmente San Antonio de Pasa solo cuenta con luz y alcantarillado el servicio de agua es solamente entubada durante los tres periodos, el desenvolvimiento y desarrollo de las parroquias se proporciona por la gestión realizada por los Presidentes de las Juntas Parroquiales de cada parroquia, mas no por la implementación de la estrategia de Turismo de Tungurahua.

De la tabla número 5 de indicadores del desarrollo local del eje de empleo se obtuvo los siguientes resultados.

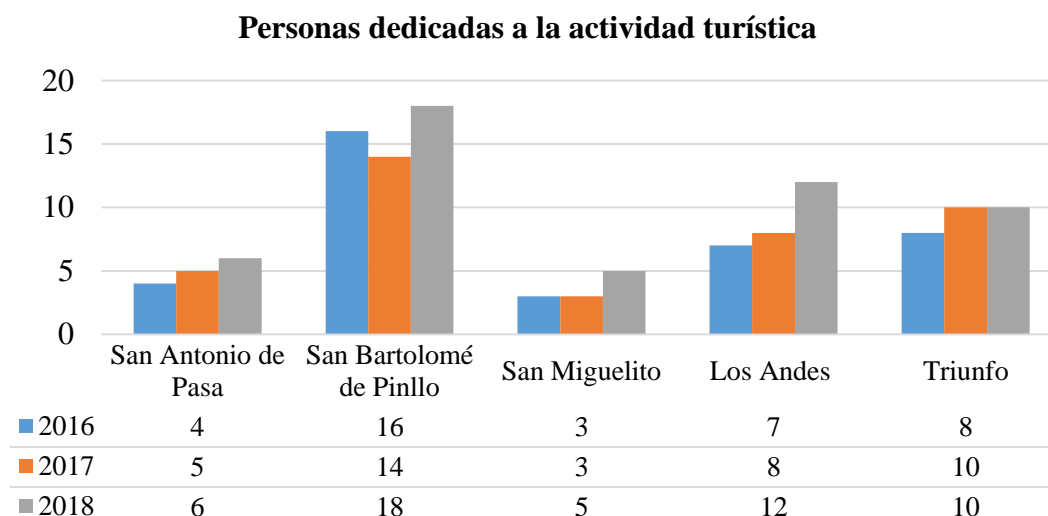


Figura 10. Personas dedicadas a la actividad turística

De acuerdo al gráfico dentro de los tres periodos, las parroquias Los Andes y San Miguelito dentro de su actividad se dedican a la Agricultura y la gastronomía en la parroquia los Andes surgió el turismo de paso mientras que en San Antonio de Pasa la población se dedica netamente a la Agricultura sin ver el turismo como su actividad de desarrollo, la parroquia de San Bartolomé de Pinllo su actividad turística es la gastronomía por los platos típicos que la parroquia en donde la efectividad de la estrategia es positiva y el Triunfo varia su actividad debido a que la población se dedica acorde a su afinidad y experiencia para desarrollo propio sin la intervención de la estrategia de turismo.

De la tabla número 6 de indicadores del desarrollo local del eje de movilidad se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 18.
Tipos de vías de acceso

Parroquias / Años	2016			2017			2018		
	Primer orden	Segundo orden	Tercer orden	Primer orden	Segundo orden	Tercer orden	Primer orden	Segundo orden	Tercer orden
San Antonio de Pasa			x	x		x		x	
San Bartolomé de Pinllo		x			x			x	
San Miguelito			x		x			x	
Los Andes		x			x			x	
Triunfo			x			x		x	

Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos, en el año 2016, 2017 y primer trimestre del 2018 en las parroquias Los Andes y San Bartolomé de Pinllo se mantuvieron con vías de acceso de segundo orden, mientras que San Antonio de Pasa y San Miguelito en el mismo año mantenían vías de tercer orden las cuales del año 2017 al primer trimestre del 2018 tuvieron un desarrollo de vías a segundo orden, por último la parroquia El Triunfo tuvo cambios progresivos del año 2016 al 2017 sus vías eran de tercer orden, para el año 2017 y primer trimestre del 2018 tuvo un mejoramiento de vías a ser de segundo orden, las mismas que tuvieron cambios gracias fue por la afluencia turística del sector ya que se encuentra cerca del cantón Baños por lo que los entes reguladores de la estrategia de turismo en concordancia con los objetivos de la misma favorecieron los cambio realizados, a pesar de ello, en las demás

parroquias el cambio ha sido por necesidades propias de la población mas no por el apoyo de la estrategia ya que éstas se manejan netamente con la actividad turística.

Tabla 19.
Estado de Vías

Parroquias / Años	2016			2017			2018		
	Bueno	Malo	Regular	Bueno	Malo	Regular	Bueno	Malo	Regular
San Antonio de Pasa		x		x			x		
San Bartolomé de Pinllo	x			x			x		
San Miguelito			x	x			x		
Los Andes	x			x			x		
Triunfo			x	x			x		

Análisis e Interpretación: El estado de las vías en las parroquia los Andes y San Bartolomé de Pinllo del año 2016 al primer trimestre del 2018 se han mantenido en buen estado, mientras que en las parroquias San Miguelito y El Triunfo del año 2016 al 2017 paso de estado vial regular a estado vial bueno, del año 2017 al primer trimestre del año 2018 las vías se mantuvieron en buen estado, y finalmente la parroquia San Antonio de Pasa del año 2016 al 2017 el estado de sus vías eran malas lo que vario del año 2017 al primer trimestre del 2018 que poseen vías en buen estado las misma fueron beneficiadas con una red vial satisfactoria por la gestión pública de los GAD'S de cada parroquia a excepción de la parroquia más beneficiada por la afluencia turística El Triunfo ya que tuvo mejoras en el estado de sus vías de acuerdo a los objetivos de la estrategia de turismo.

Tabla 20.
Medios de Transporte Público

Parroquias / Años	2016			2017			2018		
	Bus	Camioneta	Taxi	Bus	Camioneta	Taxi	Bus	Camioneta	Taxi
San Antonio de Pasa	x			x	x				
San Bartolomé de Pinllo	x			x	x	x	x	x	x
San Miguelito	x			x	x		x	x	
Los Andes		x			x			x	
Triunfo	x	x		x	x		x	x	

Análisis e Interpretación: La grafica demuestra que en la parroquia los Andes en los años 2016 y primer trimestre del 2018 se mantuvo con un solo medio de transporte el cual son las camionetas, al igual que en la parroquia el Triunfo mantuvo el medio de transporte siendo el bus y camionetas, mientras que en San Antonio de Pasa del año 2016 al 2017 incremento un medio de transporte siendo ya no solo buses sino también camionetas, del año 2017 al primer trimestre del 2018 se mantuvo los medios de transporte, en la parroquia San Bartolomé de Pinllo durante los años 2016 al primer trimestre del 2018 se mantuvieron el bus, taxi y camionetas como los medios de transporte de la parroquia y finalmente San Miguelito del año 2016 al 2017 se usaba solo como medio de transporte el bus pero aparecieron la camioneta como otro medio de transporte dentro de la parroquia para el año 2017 al primer trimestre del 2018 se mantuvieron los medios de transporte en la parroquia el desarrollo de los medios de transporte se dieron para el cumplimiento de las necesidades de la población no por la implementación de la estrategia de turismo.

	min	min	min	min	min	min	min	min	min
San Antonio de Pasa		x		x				x	
San Bartolomé de Pinllo	x			x				x	
San Miguelito	x			x				x	
Los Andes								x	
Triunfo		x		x				x	

Análisis e Interpretación: En el gráfico podemos observar que la frecuencia de salida de autobuses en las parroquias San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito se mantiene la salida de autobuses de 10 a 15 minutos durante el periodo de estudio, la parroquia el Triunfo mantuvo su frecuencia de salida en los tres periodos de 15 a 20 minutos, al contrario de la parroquia de San Antonio de Pasa que del año 2016 al año 2017 su frecuencia de salida es de 15 a 20 minutos mientras que del año 2017 al primer trimestre del 2018 su frecuencia de salida cambio de 10 a 15 minutos, la misma cambio debido a la demanda poblacional dentro de parroquia, y en la parroquia los Andes no existe línea de autobuses. Con estos resultados, denotamos que la estrategia de turismo no ha generado ningún cambio en el tiempo de frecuencia de salida de los autobuses a las diferentes parroquias.

De la tabla número 7 de indicadores del desarrollo local del eje de movilidad se obtuvo los siguientes resultados.

Alojamiento

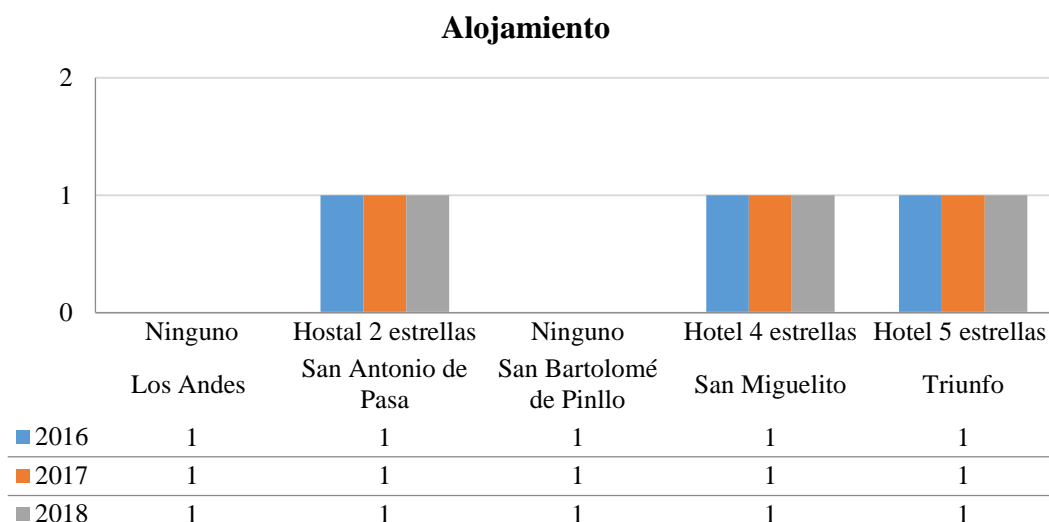


Figura 12. Alojamiento

Análisis e Interpretación: En la figura podemos observar que la parroquia Los Andes y San Bartolomé de Pinillo se mantuvieron sin crear sitios de alojamiento en los tres períodos evaluados, mientras que en la parroquia San Antonio de Pasa del año 2016 al primer trimestre del 2018 se mantiene con un solo hostel de dos estrellas, en San Miguelito se mantiene con un hotel de 4 estrellas del año 2016 al primer trimestre del 2018 y la parroquia el Triunfo también se mantiene con un solo establecimiento de alojamiento que es un hotel de 5 estrellas durante los mismos períodos de tiempo siendo los mismos legalmente constituidos y que se encuentran dentro del catastro, es decir la estrategia de turismo no ha generado el crecimiento de sitios de alojamiento lo cual la efectividad de la misma no ha dado resultados positivos.

Alimentos y Bebidas

Tabla 24.
Restaurantes

Parroquias / Años	2016			2017			2018		
	1 tenedor	2 tenedores	3 tenedores	1 tenedor	2 tenedores	3 tenedores	1 tenedor	2 tenedores	3 tenedores
San Antonio de Pasa	1	0	0	1	0	0	1	0	0
San Bartolomé de Pinllo	0	15	3	0	15	3	0	12	5
San Miguelito	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Los Andes	2	0	0	2	1	0	2	1	0
Triunfo	0	3	0	0	4	0	1	5	0

Tabla 25.
Cafeterías, Bares

Parroquias / Años	Cafeterías			Bares		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
San Antonio de Pasa	0	0	0	0	0	0
San Bartolomé de Pinllo	1	2	2	1	2	2
San Miguelito	0	0	0	0	0	0
Los Andes	0	0	0	0	0	0
Triunfo	0	1	1	1	1	1

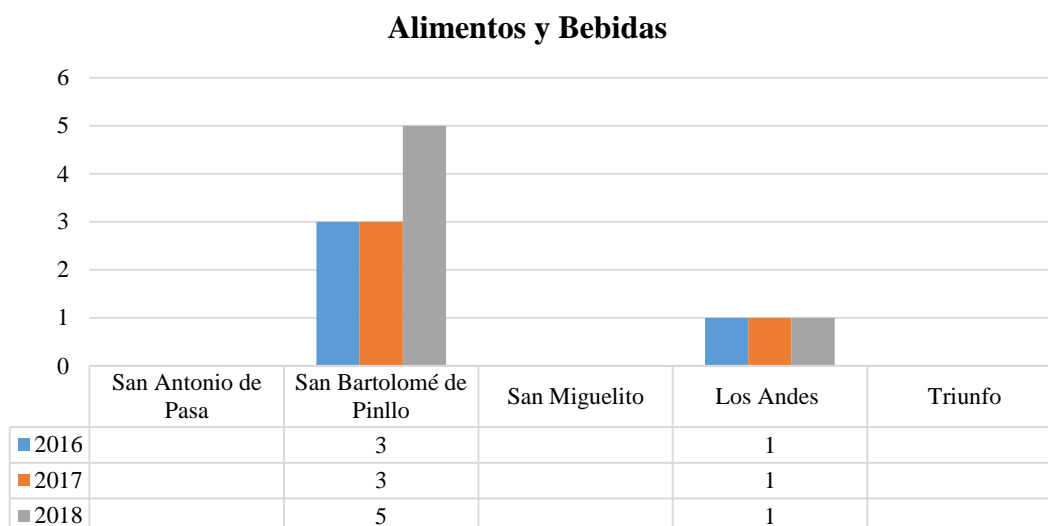


Figura 13. Alimentos y Bebidas

Análisis e Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos se pudo apreciar que en los tres períodos evaluados la parroquia Los Andes cuenta con un solo restaurante legalmente registrado, en San Bartolomé de Pinllo del año 2016 al año 2017 se cuenta con tres establecimientos legalmente registrados y así mismo creciendo del año 2017 al primer trimestre del 2018 a cinco establecimientos legalmente registrados debido a la gran afluencia turística los fines de semana y feriados por su comida tradicional lo que hace constatar que en la parroquia si se está adaptando a la estrategia de turismo, lo que no sucede en las parroquias de San Antonio de Pasa y El Triunfo que no cuentan con establecimientos de alimentos y bebidas legalmente registrados.



Figura 14. Operación Turística

Análisis e Interpretación: En concordancia con la investigación realizada ninguna de las parroquias durante los tres períodos evaluados se crearon establecimientos de operación turística, a pesar de la afluencia turística que en particular tiene la parroquia El Triunfo, por lo que en este indicador la estrategia de turismo no está cumpliendo sus objetivos.

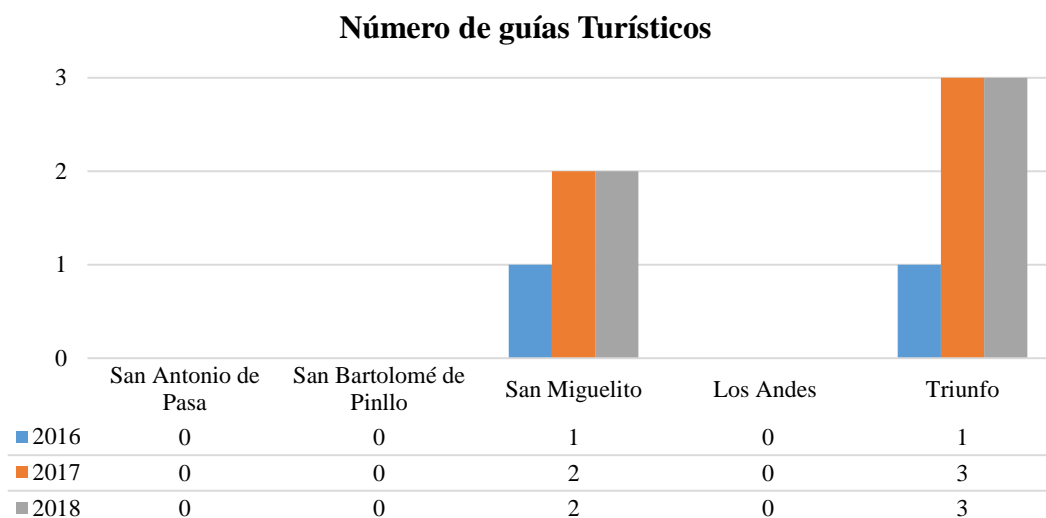


Figura 15. Número de guías turísticas

Análisis e Interpretación: Se puede observar que en los tres períodos evaluados las parroquias San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo y Los Andes no contaban con guías turísticas por lo que no existieron resultados positivos de la estrategia de turismo en este ámbito, mientras que en la parroquia el Triunfo del año 2016 al año 2017 hubo un crecimiento del 66,66% en guías turísticas, del año 2017 al primer trimestre del 2018 se mantuvo los guías turísticas el crecimiento se dio debido a afluencia turística que se da en el lugar; en la parroquia de San Miguelito del año 2016 al año 2017 hubo un crecimiento del 50% en guías turísticas, del año 2017 al primer trimestre del 2018 se mantuvo los guías turísticas dando como resultado en las dos parroquias la aceptación de estrategia y dándole efectividad a la misma.

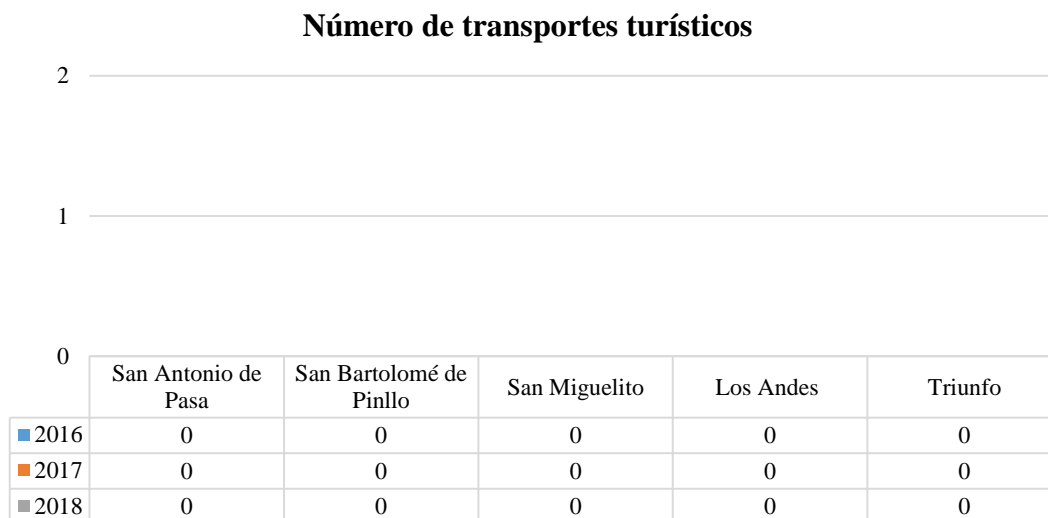


Figura 16. Número de transportes turísticos

Análisis e Interpretación: En las diferentes parroquias no existió el crecimiento del servicio de transporte turístico que pueda ayudar en el desarrollo local de las mismas, lo que no generó resultados positivos en la efectividad de la estrategia de turismo.

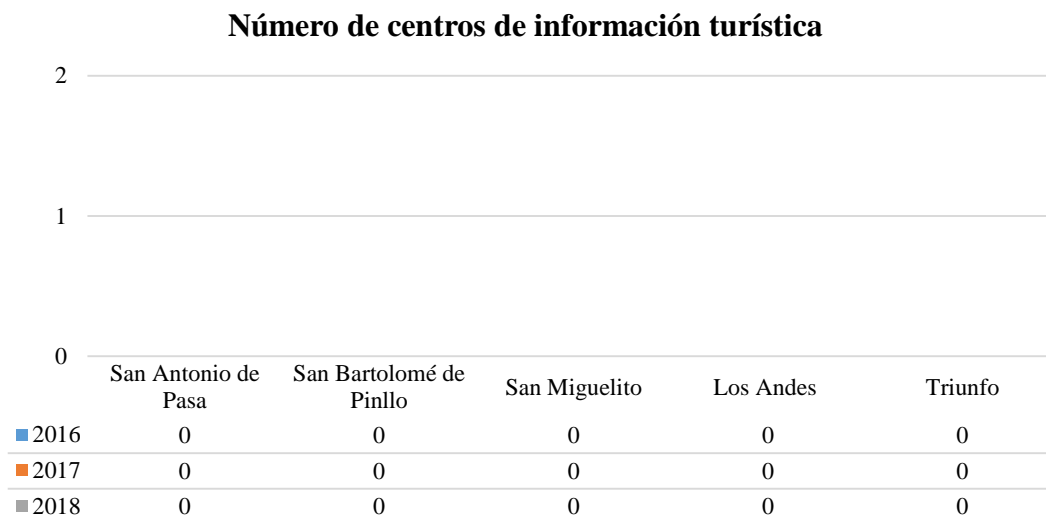


Figura 17. Número de centros de información turística (I –Tur)

Análisis e Interpretación: En el gráfico podemos observar que en ningún período se ha dado la creación de un I - Tur para brindar información de los atractivos turísticos de las parroquias, en lo que respecta los que brindan información son los GAD's siendo no efectiva la implementación de la estrategia.

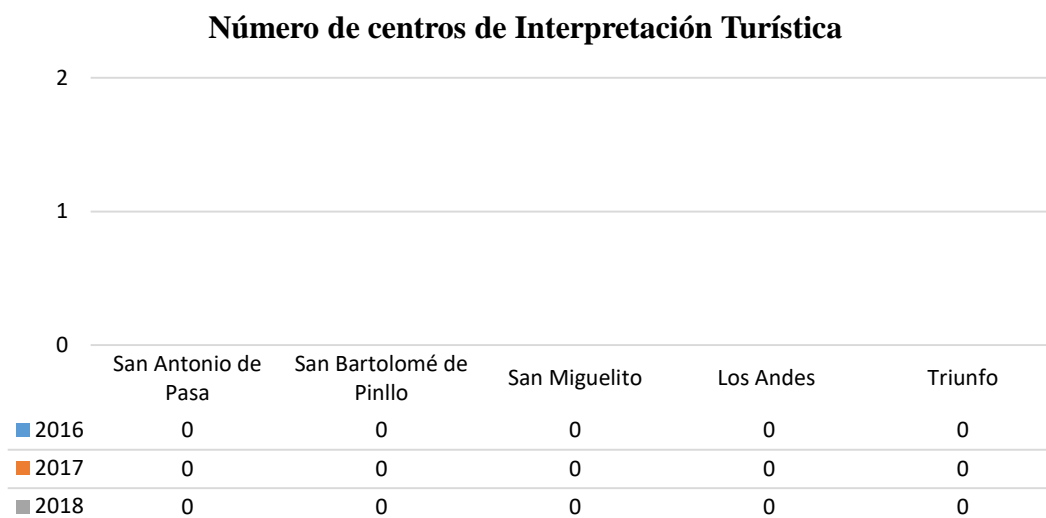


Figura 18. Número de centros de Interpretación Turística

Análisis e Interpretación: En el gráfico podemos observar que en ningún período se ha implementado un Centro de Interpretación Turística para facilitar información sobre el patrimonio de las parroquias, las entidades que guardan y promueven la información son los GAD's lo que muestra que la implementación de la estrategia no ha sido efectiva.

Tabla 26.
Recorrido y Descanso

Parroquias / Años	2016		2017		2018	
	Senderos	Áreas de acampar	Senderos	Áreas de acampar	Senderos	Áreas de acampar
San Antonio de Pasa						
San Bartolomé de Pinllo						
San Miguelito	x		x		x	

Los Andes			
Triunfo	x	x	x

Análisis e Interpretación: De acuerdo a la figura obtenida del análisis de resultados se evidencio que las parroquias de San Miguelito y El Triunfo en los tres períodos han mantenido con un solo sendero debido a la afluencia turística, lo que ha dado lugar a la efectividad de la estrategia en las mismas, por lo contrario, San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo y Los Andes no cuentan con senderos lo que denota que los objetivos de la estrategia de turismo no se están cumpliendo.

De la tabla número 9 de indicadores del desarrollo local del eje señalización y seguridad turística se obtuvo los siguientes resultados.

Señalización turística

Tabla 27.
Señalética Turística

Parroquias / Años	2016	2017	2018
San Antonio de Pasa	NO	SI	SI
San Bartolomé de Pinllo	SI	SI	SI
San Miguelito	SI	SI	SI
Los Andes	SI	SI	SI
Triunfo	SI	SI	SI

Análisis e Interpretación: En la tabla podemos observar que todas las parroquias mantienen señalética turística durante el periodo de estudio a excepción de la parroquia San Antonio de Pasa que del año 2016 al año 2017 no contaba con señalética turística, del año 2017 al primer trimestre del año 2018 se implementó la señalética turística las parroquias cuentan con las diferentes

señaléticas turísticas por la gestión del Honorable gobierno de Tungurahua para facilitar la información a los turistas.

Tabla 28.
Tipo De Iconografía

Parroquias / Años	2016			2017			2018		
	Informativa	Turística	Seguridad	Informativa	Turística	Seguridad	Informativa	Turística	Seguridad
San Antonio de Pasa	x		x	x	x	x	x	x	x
San Bartolomé de Pinllo	x	x	x	x	x	x	x	x	x
San Miguelito	x	x		x	x		x	x	
Los Andes	x	x		x	x		x	x	
Triunfo	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Análisis e Interpretación: En las parroquia San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo, los Andes y San Miguelito en los tres años de estudio mantiene solo información iconografía informativa y turística mientras que la parroquia el Triunfo cuenta con iconografía informativa, turística y de seguridad las mismas poseen por parte de la gestión del Honorable Gobierno de Tungurahua y el estado.

Tabla 29.
Seguridad y vigilancia

Parroquias / Años	2016	2017	2018
San Antonio de Pasa	Si	Si	Si
San Bartolomé de Pinlo	Si	Si	Si
San Miguelito	Si	Si	Si
Los Andes	Si	Si	Si
Triunfo	Si	Si	Si

Análisis e Interpretación: Dentro del gráfico se observó que la seguridad y vigilancia se mantuvo del año 2016 al primer trimestre del 2018 en todas las parroquias de estudio debido a que solo cuentan con la Unidad Policía Comunitaria como sistema de seguridad dando como resultado negativo a la estrategia de turismo que no ha permitido el crecimiento de más sitios o personal de seguridad y vigilancia.

De la tabla número 10 de indicadores del desarrollo local del eje políticas y ordenanzas se obtuvo los siguientes resultados.

Número de Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

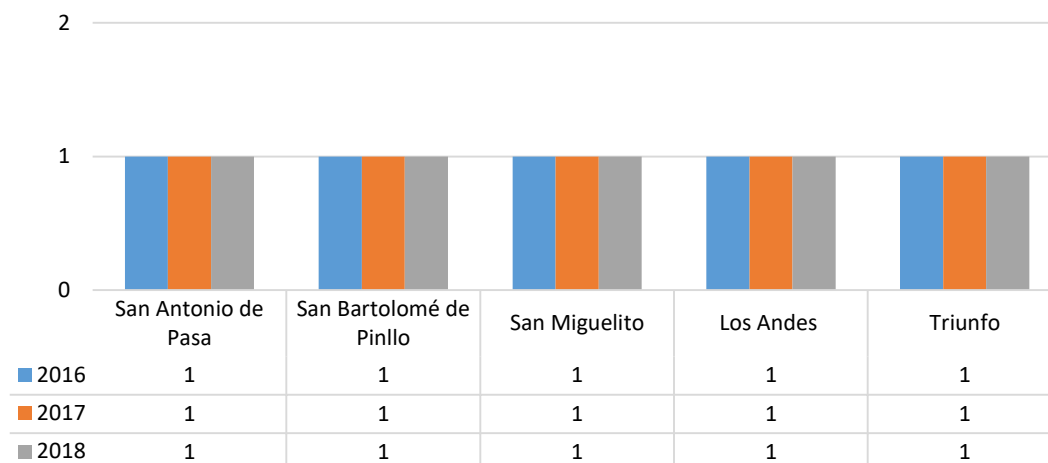


Figura 19. PDYOT

Análisis e Interpretación: En el gráfico podemos observar que durante el período 2016 al primer trimestre del 2018 el PDYOT se han mantenido ya que el mismo tiene una duración de cuatro años y se realiza su cambio cuando ingresa una nueva gobernación lo cual la estrategia de turismo no generó ningún desarrollo dentro de las parroquias.

Tabla 30.

Integración del turismo en la planificación del municipio

Parroquias / Años	2016	2017	2018
San Antonio de Pasa	13920	13920	13920
San Bartolomé de Pinllo	13920	13920	13920
San Miguelito	13920	13920	13920
Los Andes	13920	13920	13920
Triunfo	13920	13920	13920

Análisis e Interpretación: La estrategia de Turismo en conjunto con el Honorable Gobierno de Tungurahua otorga \$13 920 dólares para el cumplimiento de la misma lo cual en cada una de las parroquias no es distribuido de correcta manera haciendo que la efectividad de la estrategia sea negativa sin tener conocimiento en que se emplea el dinero a cada la parroquia.

Tabla 31.
Participación económica del sector privado

Parroquias / Años	2016	2017	2018
San Antonio de Pasa	0	0	0
San Bartolomé de Pinllo	0	0	0
San Miguelito	0	0	0
Los Andes	0	0	0
Triunfo	0	0	0

Análisis e Interpretación: No existe participación económica por parte del sector privado hacia las parroquias San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo, San Miguelito, Los Andes, Triunfo.

4.2. Indicadores de la Estrategia de Turismo de Tungurahua

De la tabla N° 11 de indicadores de la estrategia de turismo de la línea 1 de Desarrollo de Productos se evaluó la efectividad de la estrategia en la primera línea investigada.

Tabla 32.
Número de Rutas Creadas

Número de Rutas Creadas	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito
Agro turístico	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Culturales															
Gastronómicas															
Rurales															
Turismo de Aventura															

Análisis e Interpretación: En el ítem rutas se investigó cuántas rutas posee cada parroquia estudiada, es así que en el año 2016-2017 El Triunfo creció en un 100% ya que en el año 2016 no poseía ninguna ruta, mientras que en el año 2017 creó una ruta agro turística, para el primer trimestre del 2018 su crecimiento fue del 0% ya que se mantuvo la ruta creada el año anterior. Por otra parte Los Andes, San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito tuvieron un crecimiento del 0% en el período 2016- primer trimestre del 2018 en vista que todas las parroquias mantuvieron la ruta agro turística creada por los actores competentes CONAGOPARE Y HGPT en años anteriores.

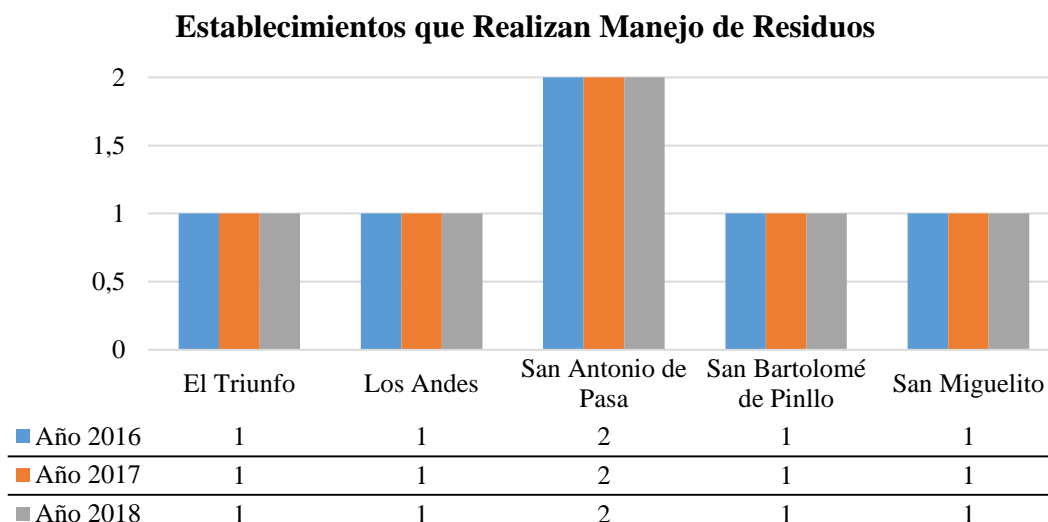


Figura 20. Establecimientos que realizan Manejo de Residuos

Análisis e Interpretación: En el ítem manejo de residuos se evaluó que tipo de manejo se realiza en las parroquias estudiadas, a su vez esta se divide en: recolección de desechos, manejo de agua residuales y manejo de desechos. En las parroquias de El Triunfo, Los Andes San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito.

En las parroquias de El Triunfo, Los Andes, San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito su crecimiento en el período 2016- primer trimestre del 2018 fue nulo ya que en todas las parroquias en el período estudiado se realizó únicamente la recolección de desechos. Por otro lado San Antonio de Pasa practica la recolección de desechos y manejo de aguas residuales en los períodos estudiadas pero al igual que las otras parroquias su crecimiento fue nulo ya que en el período investigado no se aumentado ningún otro proceso.

Infraestructura, (hospitales centros de salud, farmacias, centros educativos, centros educativos con formación en turismo, mercados de cambio, casas de cambio.) Equipamientos Generales (parqueaderos, centros culturales, centros deportivos, Oficinas bancarias, gasolineras, cajeros automáticos, espacios recreativos, cooperativas de transporte, casa de cambio, mercados y/ o tiendas) y Seguridad (policía, bomberos, defensa civil, fiscalía o juzgado)

Tabla 33.
Infraestructura, Equipamiento Generales y Seguridad

Infraestructura, Equipamiento Generales y Seguridad	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito
Transporte Público			X					X					X		
Gasolineras															
Oficinas Bancarias															
Cajeros Automáticos															
Hospitales/ Centros de Salud	X	X	X			X	X	X		X	X	X			
Farmacias	X		X			X	X	X		X	X	X			
Centros Culturales															
Centros Deportivos			X					X					X		
Espacios Recreativos						X				X					
Centros Educativos	X	X	X			X	X	X		X	X	X			
Centros Educativos con Formación en Turismo															
Policía			X			X		X		X		X			
Bomberos															
Defensa Civil	X														
Fiscalía o Juzgado	X	X	X			X	X	X		X	X	X			
Cooperativas de Taxis															
Cooperativas de Transporte Urbano	X		X					X					X		
Parqueaderos			X					X					X		
Casas de Cambio															
Mercados y/ o Tiendas Artesanales.	X							X					X		

Análisis e Interpretación: Del total de parroquias investigadas sobre el sub eje: Infraestructura, Equipamientos Generales y Seguridad se evaluó 19 elementos donde se obtuvieron los siguientes datos. Del total de parroquias investigadas, El Triunfo en el período 2016- primer trimestre del 2018 tuvo un crecimiento del 0% ya que durante todo el período se mantuvieron con 6 equipamientos, Los Andes en el año 2016- 2017 tuvo un crecimiento del 25% ya que de 3 equipamientos incremento a 4, en tanto que en el primer trimestre del 2018 su crecimiento fue nulo ya que se mantuvo en 4, por otro lado San Antonio de Pasa tuvo un crecimiento del 10% en el año 2016- 2017 ya que de 9 equipamientos incremento a 10, así mismo para el primer trimestre del 2018 su crecimiento fue nulo ya que se mantuvo en 10.

Por su parte San Bartolomé de Pinllo en el período 2016- 2017 tuvo un incremento del 11,11% ya que de 8 equipamientos incremento a nueve, entre tanto para el primer trimestre del 2018 su crecimiento fue nulo ya que se mantuvo con el número de equipamiento del año 2017. Por último la parroquia de San Miguelito en el período 2016- 2017 tuvo un crecimiento del 0% ya que durante dicho período se mantuvo con 6 equipamientos mientras que para el primer trimestre del 2018 tuvo un crecimiento del 14,29% ya que de 6 equipamientos incremento a 7.

Tabla 34.
Número de Atractivos Naturales y Culturales

Número de Atractivos Naturales y Culturales	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito
Naturales	3	3	9	0	4	3	3	9	0	4	3	3	9	0	4
Culturales	1	0	3	3	0	1	0	3	3	1	1	0	3	3	2

Análisis e Interpretación: Del total de parroquias investigadas en el sub eje Atractivos Naturales y Culturales se pudo determinar que San Antonio de Pasa es la parroquia que tiene mayor número de atractivos naturales y culturales ya que cuenta con 12, mientras que Los andes y San Bartolomé de Pinllo cuentan solamente con 3 siendo las parroquias con menor número de atractivos.

Del total de parroquias investigadas se determinó que las parroquias de El Triunfo, Los Andes, San Antonio de Pasa y San Bartolomé de Pinllo se mantienen con el número de atractivos ya que el crecimiento en las parroquias mencionadas fue nulo en el período 2016- primer trimestre del 2018, por otro lado San Miguelito en los años 2016 y 2017 tuvo un incremento del 20% ya que de 4 atractivos en dicho período aumento a 5 y en el primer trimestre del 2018 su crecimiento fue nulo ya que se mantuvo con el número de atractivos del año 2017.

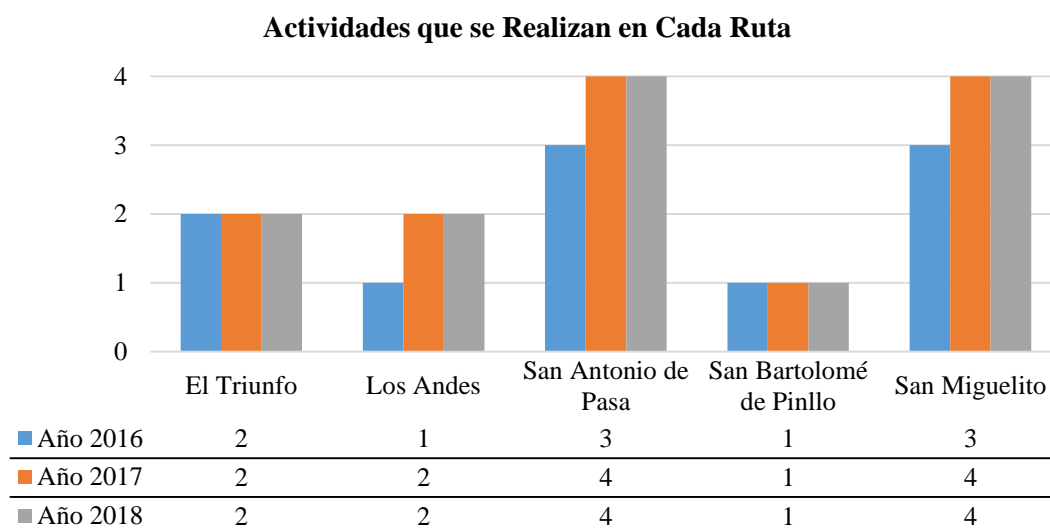


Figura 21. Actividades que se Realizan en Cada Ruta Turística

Análisis e Interpretación: Del sub eje actividades se pudo determinar que las parroquias de San Antonio de Pasa y San Miguelito son las parroquias donde se realizan más actividades en el período 2016-primer trimestre del 2018 por otro lado en San Bartolomé de Pinllo se realiza una sola actividad.

Del total de parroquias investigadas en el sub eje actividades se pudo determinar los siguientes datos: El Triunfo durante el período 2016- primer trimestre del 2018 no tuvo ningún crecimiento ya que durante el período estudiado se realizaron únicamente dos actividades, estas son: senderismo y avistamiento de flora y fauna, por otro lado Los Andes en el año 2016- 2017 tuvo un incremento del 50% ya que en el año 2016 solo realizaba senderismo, pero en el año 2017 incremento cabalgatas, mientras que para el primer trimestre del 2018 su crecimiento fue nulo, ya que para este período se mantuvieron dos actividades, de la misma manera San Antonio de Pasa en el año 2016 – 2017 tuvo un crecimiento del 25% ya que de 3 actividades en dicho período incremento a 4, en tanto que para el primer trimestre del 2018 no tuvo ningún crecimiento, ya que se mantuvo las actividades que se practicaban en el año 2017, por otro lado San Bartolomé de Pinllo en el período estudiado no tuvo ningún crecimiento, ya que durante dicho período mantuvo una actividad que es senderismo. Por último San Miguelito durante el año 2016- 2017 tuvo un incremento del 25% ya que de 3 actividades se incrementó a 4 y para el primer trimestre del 2018 no tuvo ningún crecimiento en vista que se mantuvo las 4 actividades que se practicaban en la parroquia siendo estas: senderismo, pesca deportiva.

Tabla 35.
Número de Servicios Turísticos.

Número de Servicios Turísticos	<i>Parroquias</i>														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito
Agencias de viajes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intermediación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alojamiento	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0
Bebidas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Análisis e Interpretación: En el sub eje de servicios turísticos se evaluaron cuatro elementos: agencia de viajes, intermediación, alojamiento y bebidas siendo El Triunfo, Los Andes y San Antonio de Pasa las únicas parroquias que cuentan con uno de estos servicios.

Del total de parroquias investigadas se pudo determinar que en período 2016 y el primer trimestre del 2018 las parroquias San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito no poseen ningún servicio turístico antes mencionado, mientras que El Triunfo en el período 2016 – primer trimestre no tuvo ningún crecimiento ya que durante dicho período se mantuvo con un establecimiento de alojamiento que posee 15 plazas, por otro lado Los Andes en el período 2016 - 2017 contaba con un alojamiento de 15 plazas, pero para el primer trimestre del 2018 este hotel ha dejado de funcionar, por lo cual su crecimiento equivale al 0%, finalmente San Antonio de Pasa en el año 2016 no contaba con ningún servicio pero para el período 2017- primer trimestre del 2018 se incrementó en un 100% un establecimiento de alojamiento con capacidad para 20 personas.

Tabla 36.
Número de Facilidades Turísticas

Número de Facilidades Turísticas	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito
Señalización	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Señalética	X		X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
Punto de información turística															
Centro de interpretación															
Centro de facilitación															
Senderos		X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X
Miradores			X		X		X	X		X		X	X		X
Otros															

Análisis e Interpretación: En el sub eje número de facilidades turísticas se evaluaron siete aspectos los cuales son: señalización, señalética, punto de información turística, centro de interpretación, senderos, miradores y otros. Se acudió a las parroquias de estudio y se contó con cuantas facilidades cuenta cada parroquia, la mayoría de parroquias cuentan con 3 y 4 mientras que El Triunfo en el período 2016- primer trimestre del 2018 contaba únicamente con 2 facilidades.

Del total de parroquias analizadas se pudo determinar que la parroquia del El Triunfo tuvo un incremento equivalente al 0% ya que de las dos facilidades que poseía en el año 2016 no incremento ninguna al primer trimestre del 2018 por otro lado Los Andes en el año 2016- 2017 tuvo un incremento del 33,33% ya que de dos facilidades incremento a tres para dicho período,

Análisis e Interpretación: En el sub eje modalidades de turismo que se practican en cada parroquia se evaluó la modalidad de turismo que se practica en cada parroquia, teniendo las siguientes opciones: Ecoturismo, Turismo de naturaleza, Turismo comunitario, Turismo Cultural, Turismo Religioso, Turismo de Salud, Turismo de deportes, Turismo de Aventura, Convenciones entre otros, dándonos como resultado que el tipo de turismo con mayor demanda es el de naturaleza.

Del total de parroquias investigadas en el año 2016- primer trimestre del año 2018 se pudo determinar que la modalidad de turismo más practicada es otro (agro turismo) en las parroquias de: El Triunfo, Los Andes. San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito durante todo el período de estudio, esto se debe a que estas parroquias forman parte de las rutas Agro Turísticas cantonales por lo cual su modalidad se limitad a una sola.

Tabla 38.
Número de Actores de la Estrategia de Turismo

Número de Actores de la Estrategia de Turismo	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito
Clubes	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Gremios	2	2	0	0	0	2	3	0	1	1	4	2	0	1	1
Escuela	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2
Gobierno Municipal.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL	5	5	2	4	3	5	6	2	5	4	7	5	2	5	4

Análisis e Interpretación: En el sub eje número de actores se conoció y enumeró los actores que se encuentran en cada parroquia tenemos así que la parroquia con mayor número de actores es El Triunfo en vista que cuenta con 7 actores, por otro lado San Antonio de Pasa es la parroquia con menor número de actores ya que solamente cuenta con dos una escuela y el Gobierno Municipal.

Del total de parroquias investigadas se pudo determinar que la parroquia del El Triunfo en los años 2016- 2017 no tuvo ningún crecimiento ya que se mantuvo con cinco actores mientras que para el primer trimestre del 2018 tuvo un incremento del 28,6%. Por otro lado Los Andes en el período 2016- 2017 tuvo un crecimiento del 16,7% ya que de cinco actores subió a 6, entre tanto que para el primer trimestre del 2018 tuvo un decrecimiento del 20% ya que de seis actores bajó a cinco.

Por su lado San Antonio de Pasa durante el período estudiado no tuvo ningún crecimiento ya que durante este período se mantuvo con dos actores, por su parte San Bartolomé de Pinllo tuvo un incremento del 20% del año 2016 al 2017 ya que de cuatro actores subió a cinco, así mismo para el primer trimestre del 2018 se mantuvo con 5 actores por lo cual no tuvo ningún crecimiento, por último San Miguelito tuvo un crecimiento del 25% ya que de tres actores en el año 2016 subió a 4 en el 2017, en tanto que para el primer trimestre del 2018 no incremento ninguno más por lo cual no obtuvo ningún crecimiento en este período.

Tabla 39.
Percepción de la Imagen Corporativa estrategia

Percepción de la Imagen Corporativa de la estrategia de turismo.	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito
Alto				X			X	X	X	X	X	X	X	X	
Medio		X	X		X	X	X								
Bajo	X														

Análisis e Interpretación: En el sub eje percepción de la imagen corporativa de la estrategia de turismo se realizó una encuesta para determinar el nivel de percepción por parte de la población.

Del total de parroquias investigadas en el período 2016-primer trimestre del 2018 se determinó que San Bartolomé de Pinllo durante todo el período mencionado ha tenido una percepción alta en cuanto a su imagen corporativa, por otro lado, las demás parroquias han tenido un crecimiento significativo en este punto ya que de una percepción baja o media todas han logrado una percepción alta logrando el objetivo de la estrategia de turismo.

De la tabla número 12 de indicadores de la estrategia de turismo de la línea 2 de Marketing y Promoción Turística eje marca turística se evaluó el porcentaje de posicionamiento de la marca Tungurahua obteniendo los siguientes datos.

Tabla 40.*Conocimiento de la Marca Tungurahua por Parte de los Habitantes de las Parroquias*

Conocimiento de la Marca Tungurahua por Parte de los Habitantes de las Parroquias	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito
Alto						X		X		X	X	X	X	X	
Medio	X	X		X			X	X		X					
Bajo			X		X										

Análisis e Interpretación: En el sub eje conocimiento de la marca Tungurahua por parte de los habitantes de las parroquias se evaluó el conocimiento de la marca Tungurahua mediante una encuesta, la cual determinó el nivel de posicionamiento según la población estudiada. Del total de parroquias investigadas se determinó que en año 2016 las parroquias de El Triunfo, Los Andes y San Antonio de Pasa tienen un nivel medio de conocimiento de la marca Tungurahua mayor, mientras que San Antonio de Pinllo y San Miguelito tienen un nivel bajo

Por otro lado en el año 2017 las parroquias de El Triunfo y San Antonio de Pasa su nivel aumento a en tanto que el resto de las parroquias aumento a un nivel de conocimiento medio. Por último en el primer trimestre del 2018 todas las parroquias tuvieron un nivel alto por lo cual la estrategia de turismo cumplió con su objetivo planteado.

Número de Folletos Entregados

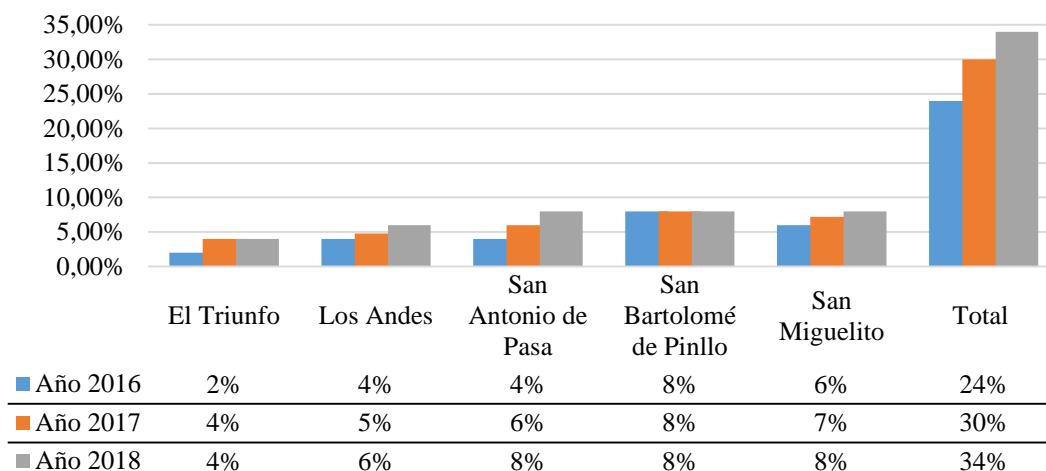


Figura 22. Número de Folletos Entregados.

Análisis e Interpretación: En el eje campañas de promoción se desglosa el siguiente ítem para ser analizado: número de folletos entregados, se tiene como precedente su elaboración la cual fue de 2500 cada año, de los cuales se repartieron en diferentes porcentajes a las parroquias estudiadas es así que San Bartolomé de Pinllo fue la parroquia mayor beneficiada de este producto con el 8% durante el período 2016- primer trimestre del 2018.

Del total de parroquias investigadas se determinó que en el año 2016 se entregó solamente el 24% del total de folletos elaborados, por otro lado en el año 2017 se entregó el 30%, por último en el primer trimestre del 2018 la entrega fue del 34%. El faltante de los folletos se piensa que han sido distribuidos entre las instituciones que forman parte de la estrategia de turismo.

Inversión Realizada en Campañas de Promoción y Marketing

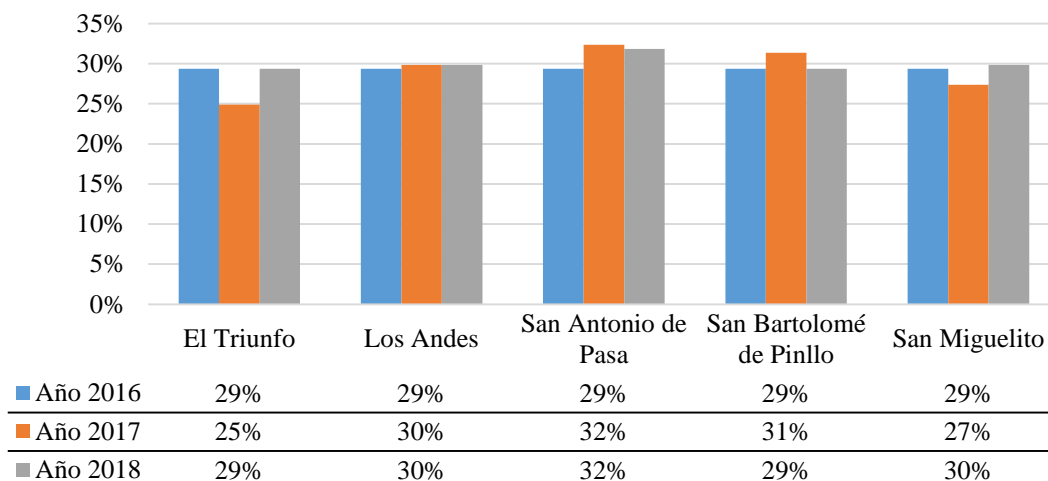


Figura 23. Inversión Realizada en Campañas de Promoción y Marketing

Análisis e Interpretación: En el eje campañas de promoción ítem inversión realizada en campañas de promoción y marketing se analizó cuánto dinero es destinado a la línea de marketing y promoción turística sobre el total de inversión en la estrategia de turismo cada año, la cual cuesta \$20702 dólares, dinero obtenido por parte del Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, donde San Antonio de Pasa en el período 2017- primer trimestre del 2018 fue la parroquia que tuvo mayor inversión en este ámbito con el 32%.

Del total de parroquias investigadas se obtuvieron los siguientes datos en el año 2016 todas las parroquias tuvieron en el ámbito de marketing y promoción turística una inversión del 29% respecto a la inversión total de la estrategia de turismo, mientras que en el año 2017 existió una variación en dicha inversión ya que El triunfo y San Miguelito tuvieron una disminución económica respecto al anterior año, ya que dicho año se les ayudo con el 25% y el 27%

respectivamente, por último en el primer trimestre del 2018 San Bartolomé de Pinllo tuvo una inversión inferior relacionada con años anteriores.

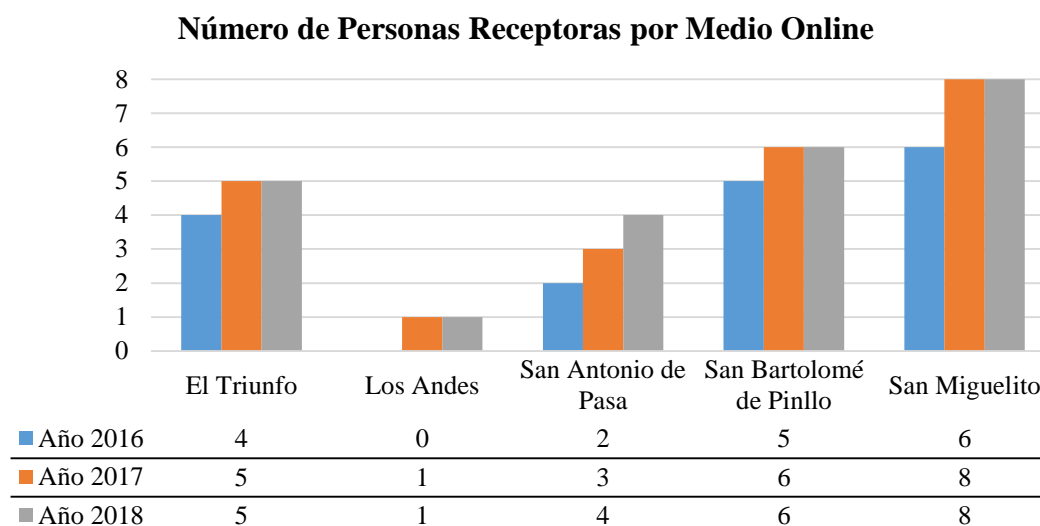


Figura 24. Número de Personas Receptoras por Medio Online

Análisis e Interpretación: En el eje medios online se investigó cuántas personas son receptoras de la promoción de los atractivos por medios online de las cuales San Miguelito es la parroquia que tiene mayor difusión por este medio, mientras que Los Andes es la que menos tiene.

Del total de parroquias investigadas en el año 2016 El Triunfo difundió promoción turística a 4 entidades, San Antonio de Pasa a 2, San Bartolomé de Pinllo a 5 y San Miguelito a 6, en tanto que Los Andes no difundió ningún tipo de promoción, por otro lado en el año 2017 todas las parroquias aumentaron el número de difusión de atractivos, por último para el primer trimestre del 2018 las parroquias de: El Triunfo, Los Andes, San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito

mantuvieron el número de difusión de atractivos respecto al 2017 al contrario de San Antonio de Pasa que incremento en un 25% la difusión de un nuevo atractivo.

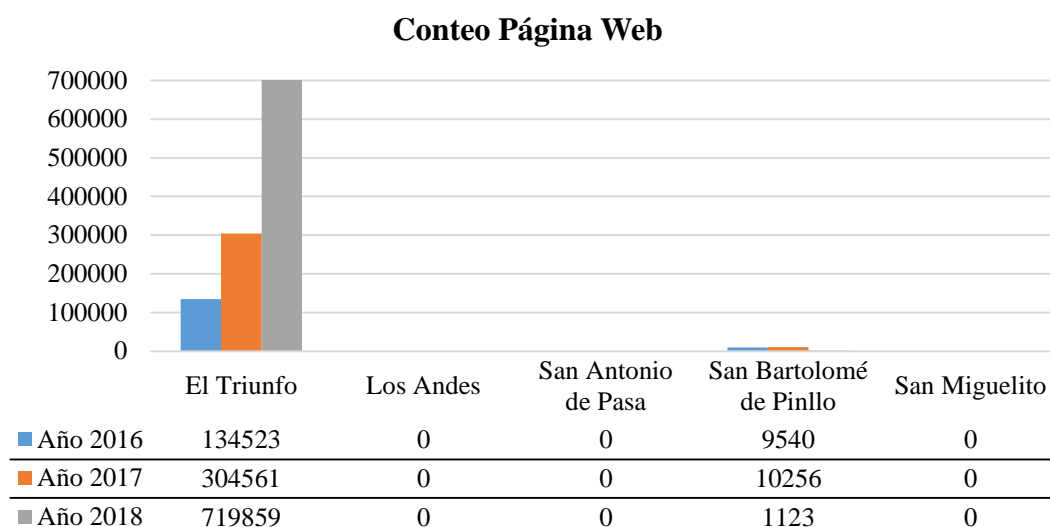


Figura 25. Conteo de Página Web

Análisis e Interpretación: En el eje medios online se analiza el ítem conteo de página web, el cual nos permite conocer cuántas visitas tienen las diferentes páginas web de las parroquias estudiadas. La parroquia del Triunfo es la más visitadas en relación a las demás parroquias estudiadas.

Del total de parroquias estudiadas se pudo determinar que solo El Triunfo y San Bartolomé de Pinllo poseen un contador de visitas en sus páginas web mientras que en las otras parroquias se desconoce dicho número. El Triunfo en el período 2016 – 2017 tuvo un incremento del 55, 83% en sus visitas ya que de 134523 subió a 304561 y finalmente en el primer trimestre del 2018 aumento en un 57,70% respecto al año 2017, por otro lado San Bartolomé de Pinllo ha tenido

un incremento del 7% pero en relación a El Triunfo es mínimo ya que de 9540 en el año 2016 subió a 10256 en el año 2017 y en el primer trimestre del 2018 fue de 1123 permitiéndonos determinar que la parroquia de El Triunfo es la que tiene mayor acogida por parte de los usuarios en medios online.

Tabla 41.
Medios de Difusión

Conocimiento de la Marca Tungurahua por Parte de los Habitantes de las Parroquias	Parroquias														
	Año 2016				Año 2017				Año 2018						
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pimillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pimillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pimillo	San Miguelito
1. Internet						X	X	X	X		X	X	X	X	X
2. Radio	X	X		X											
3. Prensa			X							X					
4. Otros					X										

Análisis e Interpretación: En el eje de medios off line se realizó una encuesta para determinar porque medio de comunicación la gente se entera sobre los atractivos que existen en las parroquias teniendo como opciones: internet-1, radio-2, prensa-3 y otros-4. Brindándonos los siguientes datos el mayor medio de difusión en las parroquias estudiadas es por internet mientras que otro (marketing boca-oído) es la que tiene menor aceptación en la investigación.

Del total de parroquias investigadas se pudo determinar que en año 2016 el medio de comunicación más usado era la radio, que la prensa y otros eran usados únicamente en las parroquias de San Antonio de Pasa y San Miguelito, por otro lado en el año 2017 el medio más

utilizado fue el internet como medio de difusión entre tanto San Miguelito aún lo realizaba por prensa, por último en el primer trimestre del 2018 el medio más usado fue el internet, con lo cual podemos determinar que la estrategia de comunicación de medios off line no cumple con su objetivo ya que más del 80% de personas encuestadas han determinado que por dicho medio no se han enterado de los atractivos.

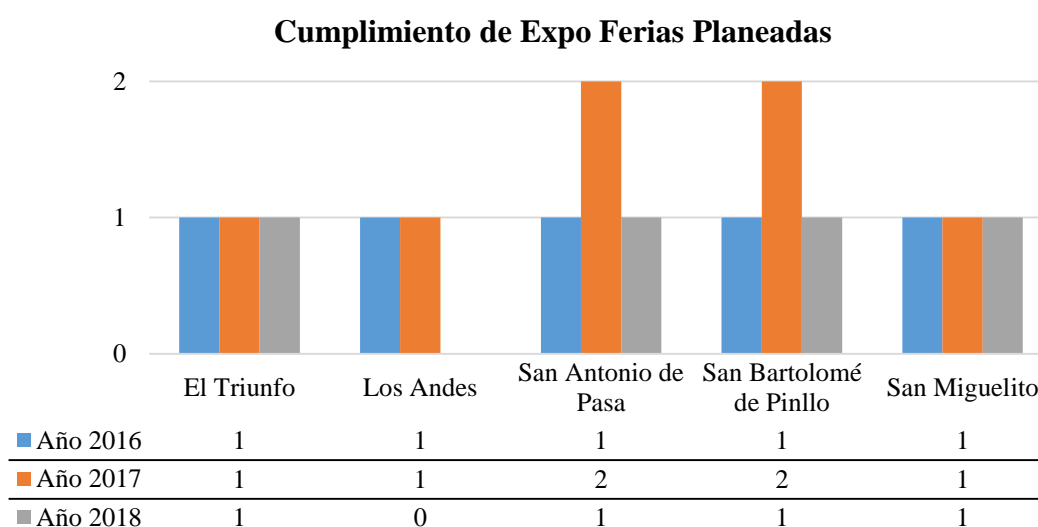


Figura 26. Cumplimiento de Expo ferias Planeadas.

Análisis e Interpretación: En el eje cumplimiento de expo ferias planeadas se pretende conocer el cumplimiento de aquellas ante las planificadas, se tiene así que las expo ferias planificadas son 10 al año organizadas conjuntamente entre los GAD's Parroquiales, Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua y CONAGOPARE, se tiene así que San Bartolomé de Pinllo es la parroquia que realizó más expo ferias durante el período 2016- primer trimestre del 2018.

Del total de parroquias investigadas se determinó que en el año 2016 se realizó únicamente 5 expo ferias, mientras que en el 2017 se efectuaron 7, por último en el primer trimestre del 2018 se realizaron 4 esto quiere decir que el único año que cumplieron con el 70% de lo planificado es el año 2017 ya que para el resto del año 2018 solo faltan por cumplirse dos lo cual está debajo del objetivo planteado.

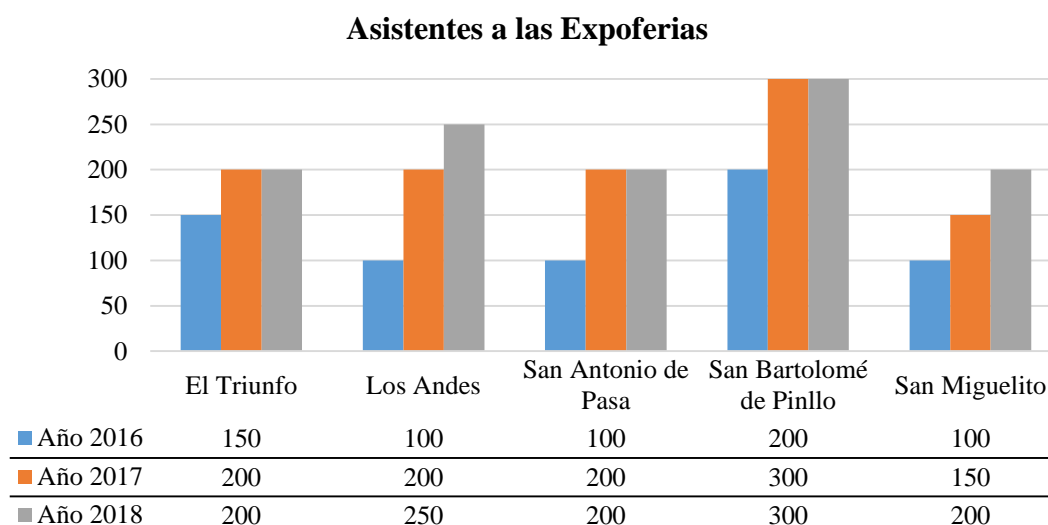


Figura 27. Asistentes a las Expo ferias

Análisis e Interpretación: Del eje expo ferias ítem asistente a las expo ferias se obtuvo los siguientes datos la parroquia con más asistentes es San Bartolomé de Pinllo en el período 2016- primer trimestre del 2018.

Del total de parroquias investigadas se determinó que la parroquia de El Triunfo en los años 2016-2017 tuvo un incremento del 25% en lo referente al número de asistentes a las expo – ferias, mientras que para el primer trimestre del 2018 se mantuvo con este número. Los Andes

por su parte tuvo aumento del 50% del año 2016 al 2017, y en el primer trimestre del 2018 el aumento fue del 20%, por otro lado San Antonio de Pasa en el período 2016- 2017 tuvo un incremento del 50% y para el primer trimestre del 2018 se mantuvo con el número de asistentes similar al del año 2017.

De la misma manera San Bartolomé de Pinllo aumento en un 33,3% del año 2016 al 2017 entretanto en el primer trimestre del 2018 su crecimiento fue nulo ya que se mantuvo con el número de asistentes similar al año 2017. Por último San Miguelito creció en un 33.33% del año 2016 al 2017 y para el primer trimestre del 2018 su aumento fue del 25%

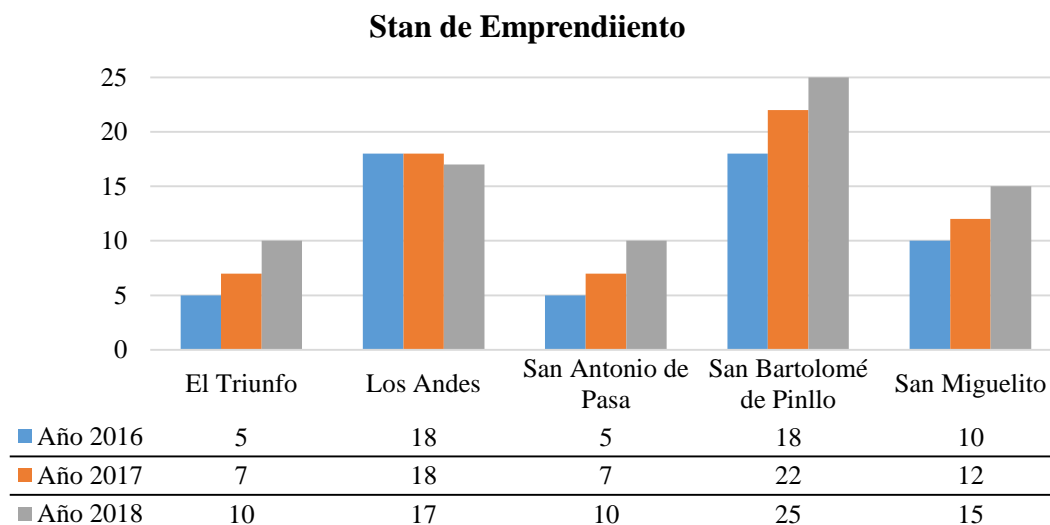


Figura 28. Stand de Emprendimiento

Análisis e Interpretación: En el eje de expo ferias ítem stand de emprendimientos se pretende conocer cuántos emprendimientos forman parte de estas, es así que Los Andes y San Bartolomé

de Pinllo poseen mayor acogida respecto a las demás parroquias ya que a la primera acuden 17 y a la segunda 25.

Del total de parroquias analizadas se pudo determinar que en el período 2016 - primer trimestre del 2018 la mayor parte de parroquias tuvo un incremento del 19,09% de participación por parte de emprendedores en las expo ferias, mientras que en Los Andes en los años 2016 y 2017 participaron 18 emprendimientos, pero para el primer trimestre del 2018 existió una baja, esto se debe a que el propietario del emprendimiento cambio de giro de negocio por lo cual se retiró de la estrategia de turismo.

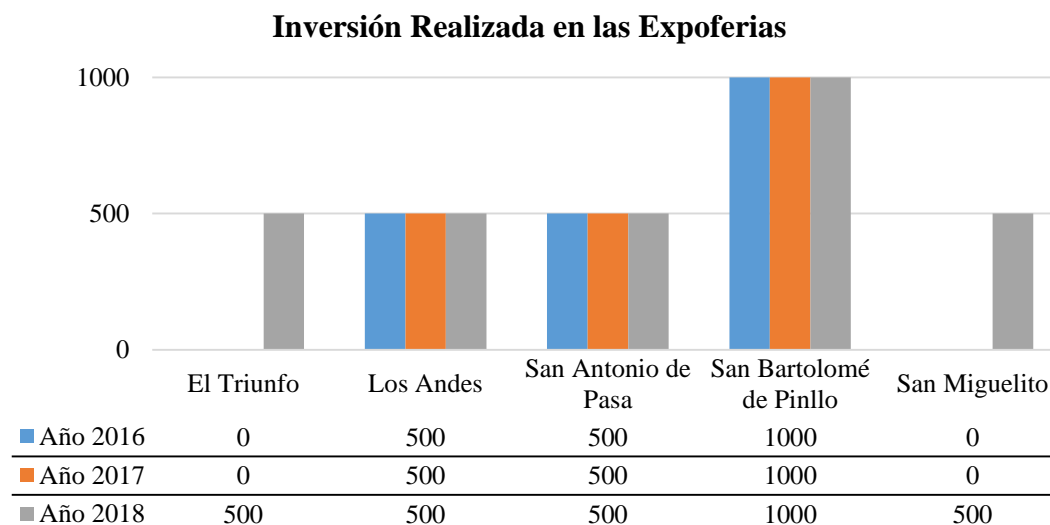


Figura 29. Inversión Realizada en las Expo-ferias

Análisis e Interpretación: Del eje expo feria ítem inversión se pretende conocer la inversión realizada para la expo feria por parte de los actores involucrados: GAD's Parroquiales, Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua y CONAGOPARE de los cuales se determinó que la

parroquia que tiene mayor ayuda es San Bartolomé de Pinllo, mientras que San Miguelito y El Triunfo durante los años 2016 y 2017 no recibieron ninguna ayuda por parte de estas entidades.

Del total de parroquias investigadas se obtuvieron los siguientes datos: en el año 2016 y 2017 las parroquias de El Triunfo y San Miguelito no recibieron ayuda económica por ninguna entidad antes mencionada para participar en las expo ferias, por lo cual debieron gestionar a los GAD's municipales dicha ayuda. Por otro lado las demás parroquias estudiadas obtuvieron ayuda económica de 500 dólares y 1000 lo cual solvento los gastos de su participación. Por otro lado en el primer trimestre del 2018 todas las parroquias obtuvieron ayuda por parte de los actores que se encuentran al frente de la estrategia de turismo cumpliendo así con su objetivo de ayuda en las expo ferias.

Tabla 42.
Mejora de Ingresos por Participación en Expo-ferias

Mejora de Ingresos por Participación en Expo ferias	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito
Si	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
No															

Análisis e Interpretación: Del eje expo ferias ítem ingresos se pretende conocer por medio de una encuesta si la participación de los emprendedores en las expo ferias ayudo a incrementar sus ventas en el período estudiado.

Del total de parroquias investigadas se puede deducir por los datos obtenidos que en el período 2016- primer trimestre del 2018 todas las personas que participaron en las expo ferias tuvieron un incremento en sus ventas por la ayuda brindada en estas expo ferias.

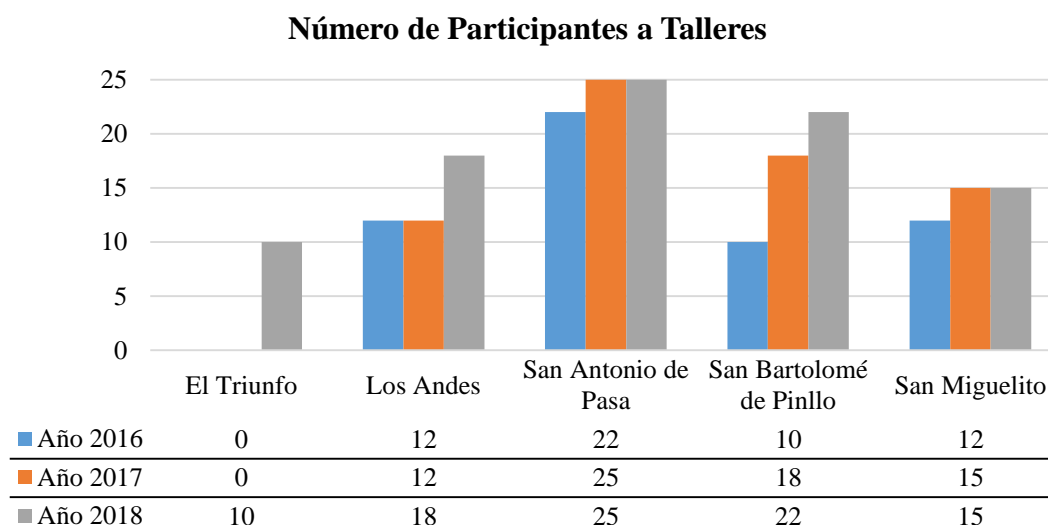


Figura 30. Número de Participantes a Talleres.

Análisis e Interpretación: Del eje asistencia técnica ítem número de participantes se obtuvo los siguientes datos la parroquia que tuvo un alto nivel de recepción ha sido San Antonio de Pasa ya que los talleres brindados por el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua cumplen con las necesidades de la población.

Del total de parroquias investigadas se determinó que en año 2016 y 2017 la parroquia del El Triunfo no tuvo ninguna asistencia técnica por parte de la entidad competente, mientras que en las otras parroquias de estudio tuvieron un incremento de participantes de 10 a 25 indistintamente, por último en el primer trimestre del 2018 todas las parroquias tuvieron un

incremento más significativo permitiéndonos conocer que los talleres brindados son de gran acogida por población ya que son 80% teóricos y 20% prácticos lo cual permite un mejor dinamismo de la clase y por ende de los conocimientos adquiridos en dichos.

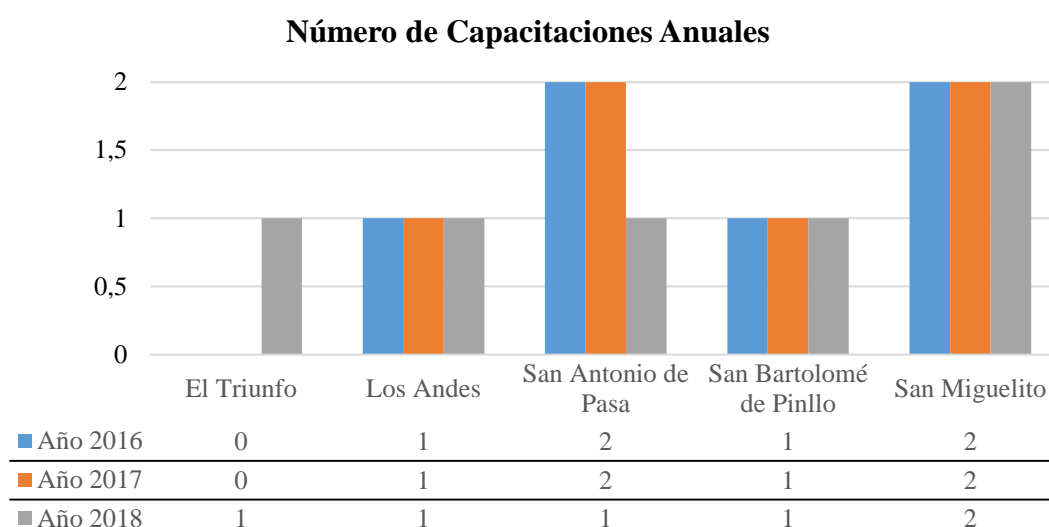


Figura 31. Número de Capacitaciones Anuales.

Análisis e Interpretación: Del eje asistencia técnica ítem número de capacitaciones anuales se pudo contar cuantas capacitaciones son brindadas a las parroquias que forman parte de la estrategia de turismo donde San Antonio de Pasa y San Miguelito son las que tienen más capacitaciones respecto a las demás parroquias.

Del total de parroquias investigadas se observó que en los años 2016 y 2017 El Triunfo no tuvo ninguna capacitación mientras que para el trimestre de 2018 incremento en un 100% ya que se brindó una capacitación, por otro lado Los Andes y San Bartolomé de Pinllo se mantuvieron con el número de capacitaciones es decir uno. Por último las parroquias de San Antonio de Pasa y

San Miguelito en los años 2016- 2017 se mantuvieron con dos capacitaciones entretanto en el primer trimestre del 2018, se realizó una hasta la fecha de estudio pretendiendo realizarse otra en lo que va del año cumpliendo así con las 2 capacitaciones planeadas en el año.

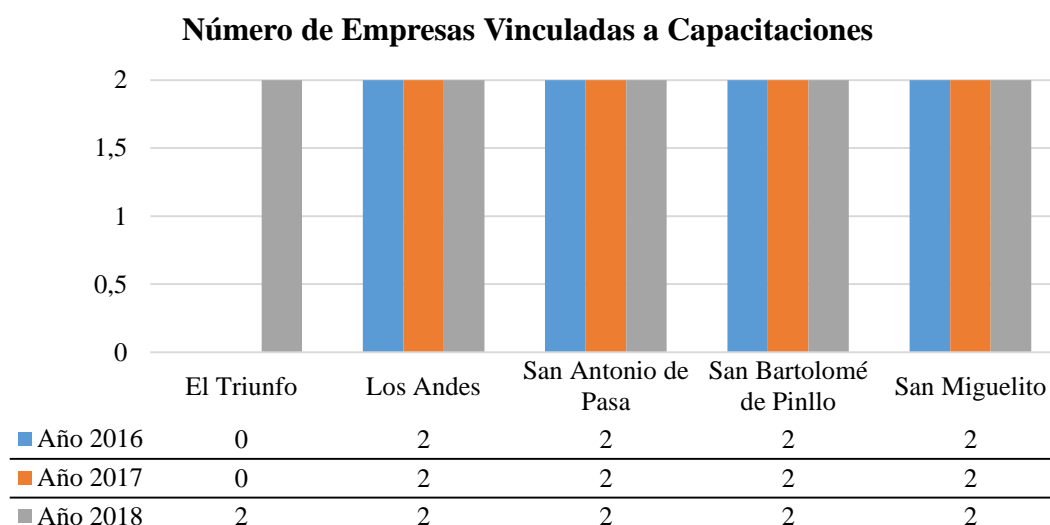


Figura 32. Número de Empresas Vinculadas a Capacitaciones

Análisis e Interpretación: En el eje asistencia técnica ítem número de empresas vinculadas a capacitaciones se pretende conocer cuantas entidades participan en las capacitaciones brindadas a las parroquias, es así que en dichas capacitaciones participan dos actores: Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua y CONAGOPARE.

En el período de estudio 2016- primer trimestre del 2018 a excepción del El Triunfo todas las parroquias mantuvieron su número de empresas vinculadas es decir dos, por otro lado en los años 2016 y 2017 la parroquia del Triunfo no tuvo ninguna capacitación por ende ninguna

empresa les colaboro ya que la antes mencionada para dicho período no formaba parte de la estrategia de turismo.

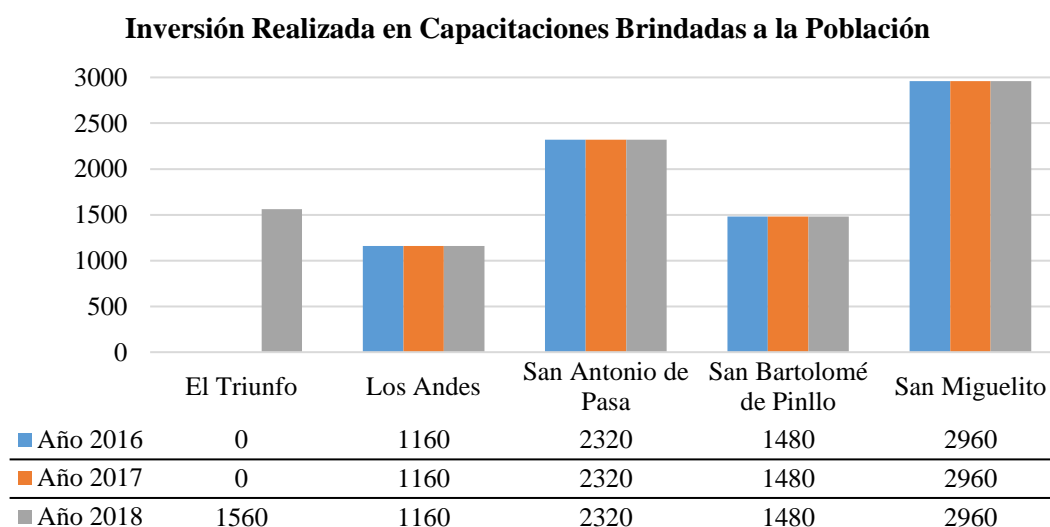


Figura 33. Inversión Realizada en Capacitaciones Brindadas a la Población

Análisis e Interpretación: Del eje asistencia técnica ítem inversión realizada en capacitación brindadas a la población se desea conocer cuánto dinero invierte el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua en asistencia técnica a las parroquias de estudio es así que San Miguelito es la parroquia que tiene mayor ayuda económica.

Del total de parroquias investigadas se puede deducir que en el período 2016-primer trimestre del 2018 la inversión que realiza el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua varía de acuerdo a las parroquias, esto se debe a que en algunas realiza una sola capacitación mientras que en otras lo hace dos veces, además el número de asistentes tiene un papel importante para determinar el monto asignado a cada parroquia.

Número de Capacitadores para las Capacitaciones Brindadas a la Población

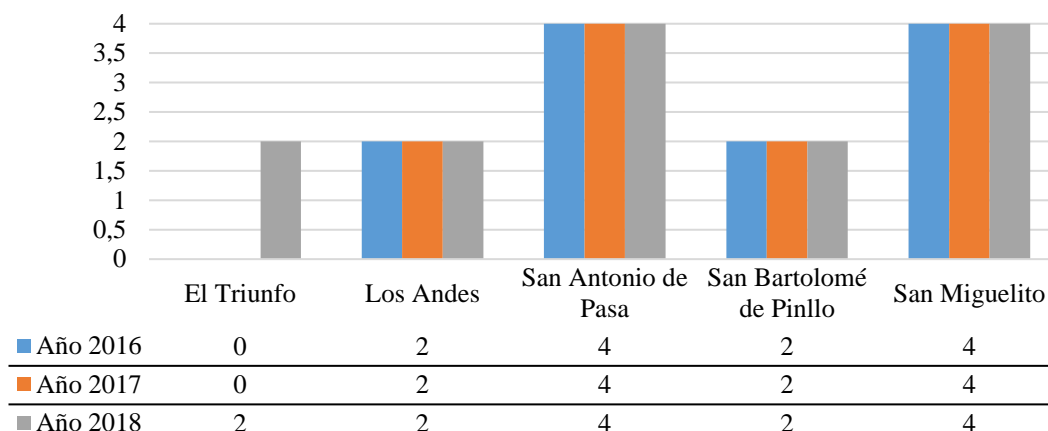


Figura 34. Número de Capacitadores para las Capacitaciones Brindadas a la Población.

Análisis e Interpretación: Del eje asistencia técnica ítem número de capacitadores para las capacitaciones brindadas a la población se determinó por la investigación que por cada capacitación la parroquia recibe la ayuda técnica de 2 personas y en las parroquias que se realiza dos capacitaciones reciben 4 técnicos diferentes ya que los temas impartidos son diferentes.

Del total de parroquias investigadas se observó que en los años 2016 y 2017 la parroquia del El Triunfo no obtuvo ayuda alguna por parte de asistencia técnica, esto se debe a que en dicho período la parroquia no formaba parte de la estrategia de turismo de Tungurahua. Por otro las parroquias de Los Andes, San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito recibieron la ayuda de dos a cuatro capacitadores esto depende del número de capacitaciones que se de en cada parroquia, dicha ayuda es brindada por parte del Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua y el CONAGOPARE instituciones a cargo de estas actividades.

Tabla 43.

Numero de Programas Acogidos por las Parroquia.

De la tabla número 13 de la línea 3 de Formación y Capacitación Turística se obtuvieron los siguientes resultados:

Numero de Programas Acogidos por las Parroquias	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito
Buenas Prácticas Turísticas		X	X	X	X	X	X			X	X	X	X		X
Decoración de Espacios Turísticos								X					X		
Comercialización y Gestión de Ventas															
Cultura del detalle			X				X					X			
Inglés para el turismo															
Técnicas de Guianza turística					X				X						X

Análisis e Interpretación: En el eje de programas de especialización turística ítem número de programas acogidos por las parroquias, se pretende determinar cuántos programas han sido desarrollados en cada parroquias ya que dicho programa consta de 6 perfiles para cada parroquia.

Del total de parroquias investigadas se determinó que en el período 2016- primer trimestre del 2018 la mayoría de parroquias acogido entre uno y dos programas por año dándonos un cumplimiento del 50% en las parroquias de Los Andes y San Bartolomé de Pinillo, mientras que las parroquias de San Antonio de Pasa y San Miguelito cumplieron con el 100% de este programa. Por otra parte El Triunfo al integrarse recientemente a la estrategia de turismo solo ha

desarrollado un perfil en el primer trimestre del 2018 por lo cual se espera que en los siguientes años realice dos por cada período para así complementar el programa de especialización turística.

Tabla 44.
Remodelación de Infraestructura según el programa "Decoración de Espacios Turísticos"

Número de Programas Acogidos por las Parroquias	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito
Buenas Prácticas Turísticas			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Decoración de Espacios Turísticos	X														
Comercialización y Gestión de Ventas															
Cultura del detalle			X				X					X			
Inglés para el turismo															
Técnicas de Guianza turística					X					X					X

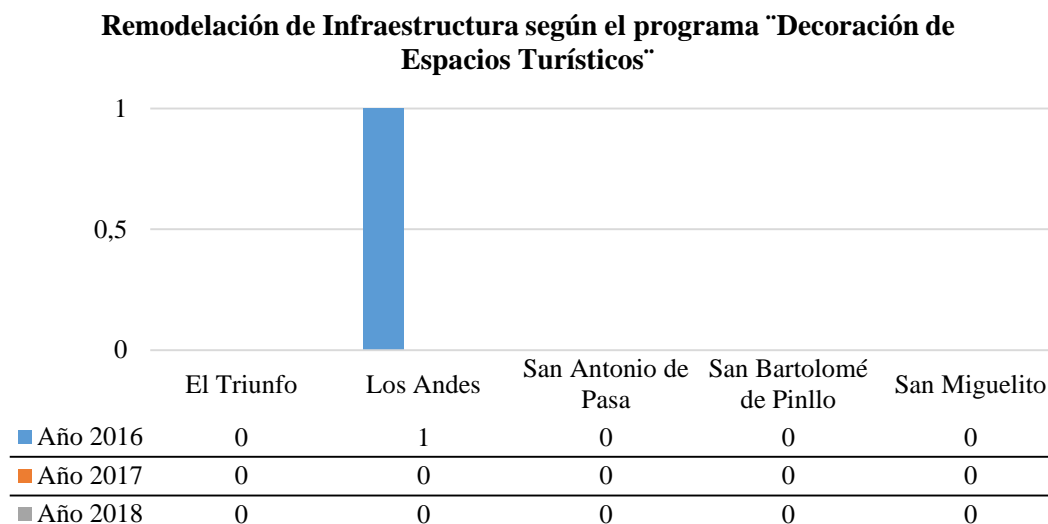


Figura 35. Remodelación de Infraestructura según el programa "Decoración de Espacios Turísticos"

Análisis e Interpretación: Del eje programa de especialización turística ítem remodelación de infraestructura según el programa "Decoración de Espacios Turísticos" se determinó que la única parroquia que cumple con este ítem es la parroquia de Los Andes, ya que en la única parroquia que ha solicitado dicho programa en el año 2016, por lo cual sus emprendimientos han logrado remodelar su infraestructura siendo plus para una mayor captación de potenciales clientes.

Tabla 45.
Cuadernillos Publicitarios Elaborados Entregados a la Población.

Cuadernillos Publicitarios Elaborados Entregados a la Población	Parroquias														
	Año 2016					Año 2017					Año 2018				
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinllo	San Miguelito
Si															
No		X	X		X	X	X		X	X	X		X		X

Análisis e Interpretación: Del eje campaña de sensibilización turística ítem cuadernillos publicitarios elaborados se pretende conocer si las parroquias estudiadas recibieron este insumo por parte de los actores correspondientes (HGPT y CONAGOPARE).

Del total de parroquias analizadas en el período 2016- primer trimestre del 2018 se pudo obtener los siguientes datos: El Triunfo durante los años 2016 y 2017 no obtuvo ningún cuadernillo a su disposición entregado por las entidades competentes, de la misma manera San Bartolomé de Pinllo durante todo el período de estudio desconoce sobre este insumo, por otro lado las parroquias restantes se les ha entregado únicamente el 10% del total de cuadernillo elaborados en cada año, se estima que el faltante se encuentre distribuido entre las instituciones que forman parte de la estrategia de turismo de Tungurahua.

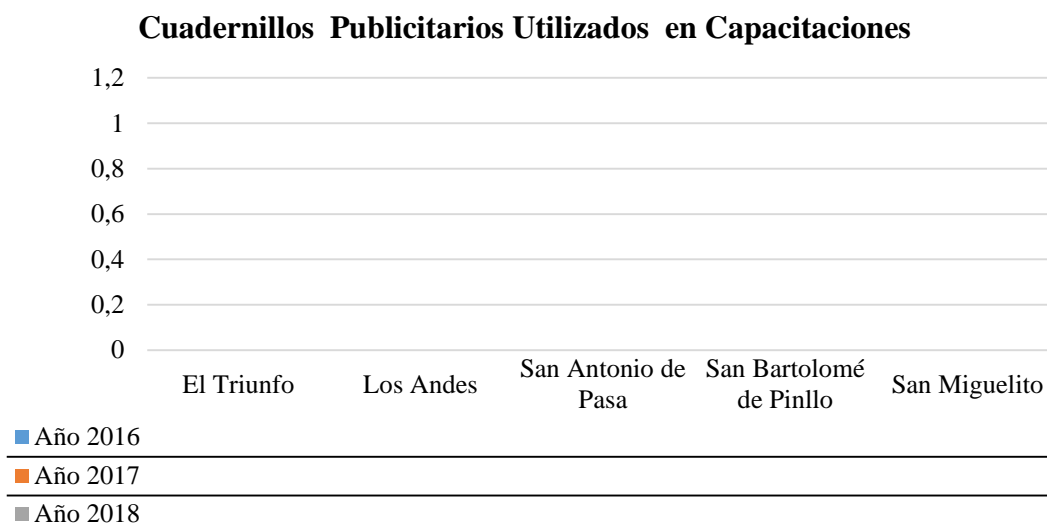


Figura 36. Cuadernillos Publicitarios

Análisis e Interpretación: Del eje campaña de especialización turística ítem cuadernillos publicitarios utilizados en capacitaciones mediante la investigación realizada se determinó que ninguna parroquia ha recibido este insumo, las mismas desconocen el motivo por el cual del Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua y el CONOGOPARE no les ha entregado.

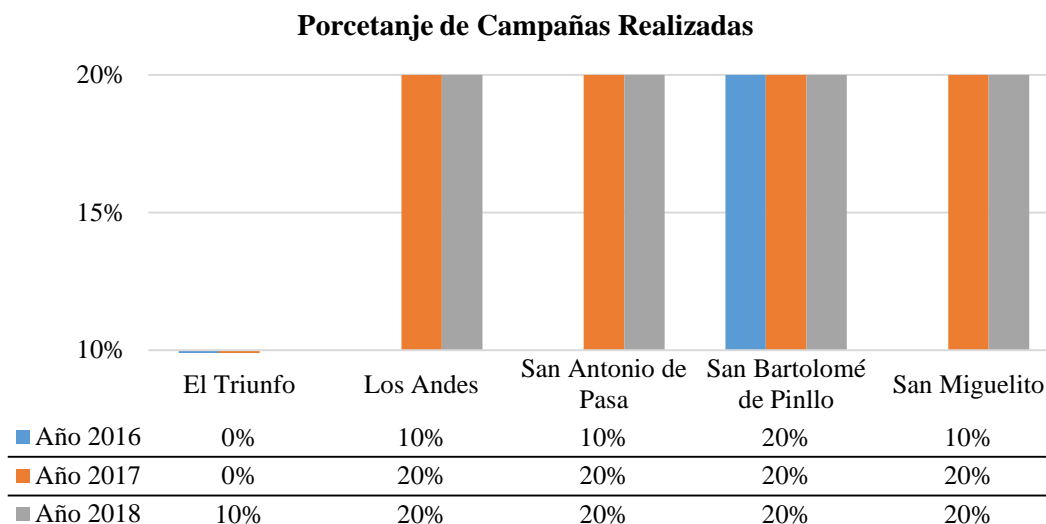


Figura 37. Porcentaje de Campañas Realizadas

Análisis e Interpretación: En el eje de campaña de sensibilización turística ítem campañas realizadas se trata de medir el número de campañas efectivizadas ante las programas, en las parroquias estudiadas.

Del total de parroquias investigadas se pudo determinar que en el año 2016 se cumplió únicamente con el 50% de campañas programadas, en cambio en el año 2017 se efectuó con el 80% y por último en el primer trimestre del 2018 se desarrolló el 90% de esta programación por lo cual las campañas realizadas cumplen con el objetivo planteado por las instituciones que rigen la estrategia de turismo de Tungurahua.

De la tabla número 14 de la línea de Planificación y Coordinación Turística mediante la investigación realizada se obtuvieron los siguientes datos:

Análisis e Interpretación: Del eje creación de Ordenanzas Turísticas, mediante la investigación realizada en las parroquias se pudo determinar que el Centro de Fomento e Innovación Turística durante el período 2016- primer trimestre del 2018 no ha creado ninguna ordenanza específica para cada parroquia, es decir, el crecimiento en este indicador para todas las parroquias investigadas ha sido nulo desde el inicio del período evaluado hasta el final del mismo.

Tabla 47.
Aplicación De Ordenanza Turísticas.

Aplicación de Ordenanzas Turísticas.	Parroquias														
	Año 2016				Año 2017				Año 2018						
	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito	El Triunfo	Los Andes	San Antonio de Pasa	San Bartolomé de Pinillo	San Miguelito
Si															
No	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Análisis e Interpretación: Del eje creación de ordenanzas turísticas, ítem aplicación de ordenanzas turísticas, por medio de la investigación realizada se pudo determinar que las parroquias investigadas no aplicaron ninguna ordenanza, ya que el Centro de Fomento e Innovación Turística, no creó ninguna ordenanza para su aplicación en las parroquias estudiadas durante el período que se está evaluando, por ende, el crecimiento en este indicador ha sido nulo desde el año 2016 al primer trimestre del 2018.

RESULTADOS

La estrategia de turismo de Tungurahua parte de una política planteada por PLANDETUR 2020 y los organismos competentes de la regulación de las actividades turísticas en el Ecuador para el desarrollo del turismo.

Antes de entrar en consideración de los resultados, cabe resaltar que, como cualquier sistema de gestión, la estrategia de turismo debe tener un proceso operativo de control y seguimiento pertinente para la comprobación de los resultados esperados y/o toma de decisiones estratégicas en función de los datos obtenidos y enmarcar las políticas públicas de turismo a un solo objetivo de desarrollo integral con participación de organismos públicos, privados y académicos.

La búsqueda de evidencias, permitió en las parroquias rurales afianzadas a la estrategia de turismo de Tungurahua (Atahualpa, San Bartolomé de Pinillo, San Antonio de Pasa, Los Andes, El Triunfo, Unamuncho, Pinguilí, Rio Verde, Rio Negro, Vulva, El Sucre, García Moreno, Emilio María Terán, San Miguelito, Presidente Urbina) determinar el impacto de la estrategia de turismo en el desarrollo local en un periodo de evaluación comprendido entre los años 2016, 2017 y primer trimestre de 2018.

Según el estudio, a pesar del esfuerzo del HGPT en fomentar el turismo e incrementar el número de visitantes y turistas a la provincia, hubo hallazgos de falencias e irregularidades en la gestión de la estrategia de turismo, que condujo a un despilfarro de dinero e insumos sin beneficio alguno en el desarrollo de la población. Partiendo de los supuestos anteriores, se demostró que la

estrategia de turismo está vigente y en funcionamiento solamente en las parroquias San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinillo, Los Andes, El Triunfo y San Miguelito, las mismas que reciben asesoría, financiamiento y apoyo en los lineamientos estratégicos turísticos. Aunando a la situación se determinaron los siguientes resultados a partir de la aplicación de indicadores, encuestas y otros instrumentos de medición.

DESARROLLO LOCAL

En relación con las implicaciones del análisis del desarrollo local, se determinaron los indicadores de su medición, divididos por ejes distintivo tales como: educación, salud, vivienda, pobreza, empleo, movilidad, planta turística con sus sub ejes facilidades del entorno al atractivo y complementarios a la actividad turística, estado de conservación del atractivo, señalización y seguridad turística y políticas y ordenanzas los mismos que están detallados a continuación.

1. Eje educación:

1.1. En el período analizado, se determinó que la tasa de analfabetismo tuvo un decrecimiento anual en el primer periodo, 12.71% en el segundo 8.83% y en el tercero del 6%;

1.2. El nivel de educación en el primer período mejoró en un 15% en el segundo: 18% y el tercero: 20%.

2. Eje Pobreza:

2.1. La pobreza multidimensional disminuyó en el primer periodo el 79%, en el segundo periodo el 60% y el tercero el 58%.

3. Eje Salud:

3.1. Los centros de atención médica se mantuvieron durante los tres períodos de estudio sin existir crecimiento contado con un establecimiento en cada parroquia;

3.2. El número de personas con conocimientos en primeros auxilios de manera anual aumentaron en el primer periodo en un 19%, en el segundo en un 25% y en el tercero en un 31%;

3.3. El número de establecimientos farmacéuticos en el primer y segundo periodo en las 5 parroquias analizadas suman un total de 5 farmacias, mientras que en el tercer período aumentó un establecimiento en la parroquia el Triunfo.

4. Eje Vivienda:

4.1. Las viviendas de las parroquias de San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito son las únicas que cuentan con todos los servicios básicos en los tres periodos analizados. Mientras tanto en la parroquia de San Antonio de Pasa durante 2016, 2017, 2018 solo accede a los servicios de luz, agua y alcantarillado. Por otro lado, en las parroquias los Andes en el 2017 tuvo acceso a los servicios de luz, agua y alcantarillado, siendo así que para los siguientes años, se instaló puertos de internet y teléfono.

5. Eje Empleo:

5.1. El número de personas dedicadas a la actividad turística en el primer año creció en un 7,6%, mientras que en el segundo: 8% y en el tercer: 10,2%;

5.2. En la parroquia de San Antonio de Pasa de 4 personas que se dedicaron a la actividad turística en el 2016 aumentó a 6 empleados al 2018 es decir en un 33,33%. Por otro lado la parroquia San Bartolomé de Pinllo 16 personas se ocuparon en turismo en el 2016 que al a 2018 se incrementó su número en un 11.11% siendo ésta parroquia con la mayor cantidad de gente ocupada en turismo. Unas ideas y reflexiones acerca de la parroquia San Miguelito que tuvo la

menor cantidad de personas ocupadas en turismo dentro del período analizo con un 27,78% de personas en relación al total de personas en la provincia.

6. Eje movilidad:

6.1. Los tipos de vías de acceso en las parroquias en el año 2016 fueron de tanto de segundo y tercer orden, no obstante que al 2018 todas las vías fueron de segundo orden;

6.2. El estado de las vías en el 2016 se mantuvieron en estado malo y regular, que al 2017 y 2018 mejoraron a un estado bueno;

6.3. El medio de transporte más usado en el 2016 fue el bus, mientras que al 2017 y 2018 se empezó a utilizar tanto como buses y camionetas como medios de transporte, por otro lado los taxis son utilizados en casos fortuito y en menor cantidad por ser muy alejados del casco urbano.

7. Movilidad:

7.1. El número de cooperativas de autobuses no varían en su cantidad entre una y dos cooperativas en el periodo estudiado;

7.2. La frecuencia de salida es constante en los tres periodos.

8. Planta turística:

8.1. Los establecimientos de alojamiento catastrados en los periodos del 2016 al 2018 en las parroquias rurales no aumentaron su cantidad siendo una media de 1 establecimiento por parroquia;

8.2. Los establecimientos de alimentos y bebidas catastrados en los periodos del 2016 al 2018 aumentaron solo en la parroquia de San Bartolomé de Pinllo en un 40%;

8.3. La operación turística es nula sin establecimientos en el 2016,2017 y I trimestre del 2018.

9. Planta turística:

9.1. Los guías turísticos con licencia operan en las parroquias de San Miguelito y El Triunfo incrementándose de un guía por parroquia a dos guías por parroquia entre el 2016 y 2018;

9.2. Las empresas de transporte turístico fueron nulas sin establecimientos en el 2016,2017 y I trimestre del 2018.

10. Eje planta turística:

10.1. Los centros de información turística no se han creado durante el periodo de estudio;

10.2. Los centros de interpretación turística no se han implementado durante los tres periodos;

10.3. El número de sitios para recorrido y descanso se han mantenido en la Parroquia de San Miguelito y el Triunfo con un sendero en los tres años de estudio.

11. Señalización y seguridad turística:

11.1. Las parroquias de estudio disponen de señalización turística en los años del 2016 al 2018 en un estado regular;

11.2. El tipo de icnografía que existió durante los tres años de estudio fue la informativa, turística y de seguridad;

11.3. La seguridad y vigilancia en las parroquias rurales analizadas existe en los tres años de estudio.

12. Políticas y ordenanzas:

12.1. El plan de desarrollo turístico es generado cada cuatro años manteniéndose así durante los tres periodos sin generar uno nuevo;

12.2. Del presupuesto del estado para las parroquias rurales se destinó al turismo en los años de 2016, 2017 y 2018 la cantidad de 13920 dólares;

12.3. No existe participación del sector privado hacia las parroquias durante los tres periodos.

ESTRATEGIA DE TURISMO

Se comprende de 4 líneas estratégicas, cada una dividida por ejes y subejos. No obstante se obtuvieron los siguientes datos:

LÍNEA 1: DESARROLLO DE PRODUCTOS

1. Eje rutas:

En el período analizado, se determinó que el número de rutas en el período 2016, 2017 y el primer trimestre del 2018 no aumentó siendo la ruta agroturística su único ejemplar.

1.1. Se determinó en el sub eje manejo de residuos, que en el año 2016 y 2017 la mayoría de parroquias analizadas realizaba un proceso de manejo de residuos a excepción de El Triunfo, mientras que para el primer trimestre del 2018 todas las parroquias realizaban un proceso en la línea de manejo de residuos.

1.2. En el sub eje infraestructura, equipamientos generales y seguridad se determinó que en el 2017 tuvo una tasa de crecimiento del 0%, y el 2018 fue de 14,28%;

1.3. En el sub eje atractivos naturales y culturales en el período 2016, 2017 y primer trimestre del 2018 no aumentaron teniendo un promedio de 5 atractivos por parroquia;

1.4. En el sub eje número de actividades turísticas se determinó que existe una tasa de crecimiento anual del 2017 de un 23,08% a diferencia del 2018 que es 0%;

1.5. En el sub eje servicio turísticos las parroquias de El Triunfo, Los Andes y San Antonio de Pasa durante el período 2016 al primer trimestre del 2018 se mantuvieron con el número de servicio de alojamiento (uno) mientras que San Bartolomé de Pinllo y San Miguelito durante dicho período se han mantenido en cero;

1.6. En el sub eje número de facilidades turísticas en el período analizado, se determinó que en el 2016 existían 16, y que el 2017 y 2018 contaron con 17;

1.7. En el período analizado en el sub eje modalidades de turismo se determinó que durante todo el período investigado únicamente se practica el agro turismo;

1.8. En el sub eje número de actores de la estrategia de turismo se determinó que en el año 2016 existían 19 actores, que al 201 se sumaron 3 actores más, mientras que para el 2018 aumento en un 4,35%;

1.9. En el 2016, en la mayoría de las parroquias, la percepción de la imagen corporativa de la estrategia de turismo fue media, que para el 2017 y 2018 pasó a una percepción alta.

LÍNEA 2: Marketing y Promoción Turística

2. Eje Marca Turística.

En el período analizado, se determinó que el porcentaje de posicionamiento de la marca Tungurahua tuvo un crecimiento anual de un 35% en el primer período 61,67% en el segundo y 83,33% en el tercero

2.1. Eje campañas de promoción.

2.1.1. En el período analizado se determinó el número de folletos entregados en el cual, se pudo determinar que existió un crecimiento anual del 24% en el primer período, 30% en el segundo y 34% en el tercero.

2.1.2. En el período analizado se determinó que la inversión realizada en marketing y promoción tuvo un crecimiento anual en 2016 de 29% a 30% en el año 2017 mientras que para el primer trimestre del 2018 se mantuvo en 30%

2.2. Eje Medios Online

2.2.1. En el período analizado se determinó el número de personas receptoras por medios online el cual tuvo un crecimiento en vista que en el año 2016, 17 personas fueron beneficiadas por este medio, 23 en el año 2017 y 24 en el primer trimestre del 2018.

2.2.2. En el período analizado se determinó el conteo de página web en las parroquias analizadas, el cual tuvo un crecimiento anual significativo en las parroquias de San Bartolomé de Pinllo y El Triunfo en vista que son las únicas parroquias que cuentan con un contador de visitas

2.3. Eje Medios Off Line

2.3.1. En el período analizado se determinó cual es el medio de comunicación que realiza mayor difusión de los atractivos y en el año 2016 el más utilizado fue la prensa mientras que en el período 2017- primer trimestre del 2018 fue el internet.

2.4. Eje expo ferias.

2.4.1. En el período analizado el cumplimiento de expo ferias planificadas tuvo un incremento anual notable de 5 en el primer período, 7 en el segundo y 4 en el tercero.

2.4.2. En el período analizado en la línea de asistentes a expo ferias existió un crecimiento anual de 650 personas en el primer período a 1100 en el segundo período y el tercer período se mantuvo dicho número de asistentes.

2.4.3. En el período analizado en la línea de stand de emprendimientos existió un crecimiento anual de 56 participantes en el primer período a 66 en el segundo y 77 en el tercer período.

2.4.4. En el período analizado en la línea Inversión realizada en expo ferias se determinó que existió una ayuda gubernamental cada vez mayor de un período a otro es así que de un monto de 2000 dólares en el primer período, se mantuvo dicho monto para el segundo período y 3000 para el tercer período.

2.4.5. En el período analizado en la línea de mejora de ingresos por participación en expo-ferias se determinó que si existió un incremento de rubros económicos en las personas que participaron en las expo-ferias.

2.5. Asistencia técnica

2.5.1. En el período analizado en la línea número de participantes a talleres se determinó que existió un crecimiento anual de personas interesadas en participar de esta dinámica es así que en el año 2016 hubo 56 personas, 70 para el 2017 y 90 para el primer trimestre del 2018.

2.5.2. En el período analizado en la línea número de capacitaciones anuales se determinó que en el año 2016 y 2017 existió en mismo número de capacitaciones en las parroquias el cual fue de 6, mientras que para el primer trimestre del 2018 fueron 7.

2.5.3. En el período analizado en la línea número de empresas vinculadas a capacitaciones se determinó que en el año 2016, 2017 y primer trimestre del 2018 únicamente el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua y el CONAGOPARE son responsables de dichas capacitaciones.

2.5.4. En el período analizado en la línea inversión realizada en capacitaciones brindadas a la población se determinó cual es el monto asignado por el HGPT en las parroquias es así que en los años 2016 y 2017 dicho monto fue de 7920 dólares mientras que para el primer trimestre del 2018 fue de 9480 esto se debe a que la parroquia del El Triunfo ingreso a formar parte de las rutas agro turísticas cantonales.

2.5.5. En el período analizado en la línea número de capacitadores para las capacitaciones brindadas a la población se determinó que existió un crecimiento en todos los períodos en vista que de 12 en el año 2016 aumento a 14 en el año 2017 y primer trimestre del 2018.

3. Línea 3 de Formación y Capacitación Turística Eje Programa de especialización turística

3.1. En el período analizado línea número de programas acogidos por la parroquia se determinó que en los años 2016 y 2017 se desarrollaron en las parroquias estudiadas 6 programas, mientras que para el primer trimestre del 2018 se efectuaron 7.

3.1.1. En el período analizado línea Remodelación de Infraestructura según el programa "Decoración de Espacios Turísticos" se determinó que la única parroquia que cumple con este ítem es Los Andes en el año 2016.

3.2. Eje campañas de sensibilización turística

3.2.1. En el período analizado línea cuadernillos publicitarios elaborados entregados a la población, se determinó que del total de cuadernillos elaborados solamente se entregó el 30% a la población, distribuido indistintamente en cada parroquia de estudio.

3.2.2. En el período analizado línea cuadernillos publicitarios utilizados en capacitaciones, se determinó que ningún cuadernillo fue entregado a la población que recibió dichas capacitaciones.

3.2.3. En el período estudiado línea porcentaje de campañas realizadas se determinó que existió un crecimiento de un 50% en el primer período, 80% en el segundo y de 90% en el tercero.

4. Línea de Planificación y Coordinación Turística Eje implementación del centro de fomento e innovación turística de Tungurahua.

4.1. En el período analizado línea implementación del centro de fomento e innovación turística se determinó que dicho centro no posee ningún dato estadístico turística en las parroquias estudiadas.

4.2. Eje creación de ordenanzas turísticas

4.2.1. En el período analizado línea ordenanzas turísticas se determinó que no se creó ninguna ordenanza en el centro de fomento e innovación turística relacionados al ámbito turístico.

4.2.2. En el período estudiado línea aplicación de ordenanzas se determinó que al no haberse creado ninguna ordenanza turística no se pudo aplicar ninguna de ellas en las parroquias estudiadas.

De acuerdo a las afirmaciones anteriores, la estrategia de turismo de Tungurahua en las 15 parroquias analizadas, no cumplió sus objetivos ya que existen muchos desfases al momento de la implementación de la misma, otorgando ciertos beneficios a determinadas parroquias mientras que otras no son tomadas en cuenta en su totalidad por lo cual no permitió un correcto desarrollo local, ni turístico dentro de las mismas, aunque existe una demanda creciente de turismo en las parroquias.

Como seguimiento a los resultados obtenidos, la estrategia de turismo de Tungurahua pudo cumplir solo el 10% del desarrollo local, 14% de la 4 líneas estratégicas, en vista que el turismo no es fuente primordial de ingresos dentro de las parroquias, debido a que la mayor parte de la población se dedica a otras actividades como: ganadería, agricultura y pesca los cuales aportan un nivel de economía más alto en relación al turismo.

En este caso es necesario indicar que el mayor problema encontrado fue la falta de interrelación entre actores y entes gubernamentales por lo cual la actividad turística está orientada a ciertos puntos de interés dejando a un lado el mejoramiento del nivel de vida de la población involucrada.

CONCLUSIONES

- Se definió un marco teórico y metodológico para comprender las problemáticas existentes en las parroquias rurales de la provincia de Tungurahua que fueron analizadas, en este marco se desarrolló la herramienta con la cual se evaluó el impacto de la estrategia en el desarrollo local de las parroquias. La metodología utilizada se realizó mediante los datos obtenidos de Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social (SICES), ficha para el levantamiento de atractivos y destinos del MINTUR, y, así mismo fue necesario una investigación documental y bibliográfica para la creación de indicadores, que fueron aplicadas en el campo.
- Se diagnosticó el impacto de la estrategia de turismo en el desarrollo local de las parroquias, mediante los indicadores para conocer la situación actual de las mismas, estos indicadores se agruparon en una herramienta y un instrumento que después de su aplicación nos arrojaron los datos necesarios para el desarrollo y análisis en la investigación.
- Se definió el impacto que tuvo la estrategia de turismo dentro de las parroquias con base a los datos obtenidos de la aplicación de la herramienta, los cuales denotaron que la estrategia de turismo no cumplió con sus objetivos llegando apenas al 25,72% en las parroquias en las que tuvo mayor impacto la estrategia, es decir, que a pesar de que existe

un ligero impacto, no es el esperado con base a la proyección establecida en la estrategia para período analizado 2016, 2017 y el primer trimestre del 2018.

- Las fuentes bibliográficas cimentaron las bases teóricas de la investigación, dentro del contexto del marco teórico y legal, para el conocimiento de cómo se ha desarrollado la estrategia, en la evaluación de la misma se investigó la herramienta utilizada por parte del Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, en donde se determinó que no existen indicadores para la evaluación del impacto en las parroquias rurales, debido a que carecen de información tanto documental, bibliográfica y estadística. Los datos que posee el HGPT se basan en datos empírica o mediante encuestas de satisfacción, además no existe información actualizada sobre los avances realizados por parte de la estrategia de turismo de Tungurahua.

- Para la obtención de datos se acudió a las parroquias de estudio las cuales fueron; Río Negro, San Bartolomé de Pinllo, Emilio María Terán, Atahualpa, Los Andes, García Moreno, Presidente Urbina, Río verde, San Miguelito, Ulba, San Antonio de Pasa, El Triunfo, Pinguilí, Sucre y Unamuncho donde se aplicó la herramienta, se establecieron así los resultados de impacto teniendo lo siguiente: San Antonio de Pasa, San Bartolomé de Pinllo, San Miguelito, Los Andes y El Triunfo como las parroquias en las que más ha influido la estrategia; Atahualpa, Río Verde y Río Negro como parroquias de impacto medio y finalmente García Moreno, Emilio María Terán, Pinguili, Sucre, Ulba y Unamuncho como las parroquias en las que no se generó ningún impacto por parte de la estrategia.

- Dentro de las líneas estratégicas, la Línea Estratégica 1, Desarrollo de Productos y la línea 2 de Marketing y Promoción Turísticas son las que tiene mayor funcionalidad en la estrategia, mientras que las otras líneas de Formación y Capacitación Turística y de Planificación y Coordinación Turística no poseen los datos suficientes por lo cual su contribución a las parroquias es mínima.
- Finalmente el resultado obtenido fue que la estratégica de turismo no funcionó.

RECOMENDACIONES

- Inducir la participación igualitaria entre las autoridades de los GAD'S parroquiales y los organismos gubernamentales CONAGOPARE y Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua con el fin de mejorar el desarrollo turístico y local de las parroquias.
- Promover la interacción entre actores afianzados a la estrategia de turismo de Tungurahua con los técnicos de turismo encargados de cumplir con los objetivos de la misma para incrementar su conocimiento generando beneficios económicos, fuentes de empleo y mejora de la calidad de vida tanto para las personas afianzadas y la población en general.
- Se recomienda que los programas establecidos por la estrategia de turismo de Tungurahua sean más difundidos a la población participe dentro de sus programas con el fin de fomentar su crecimiento económico y turístico, conllevando una buena relación entre actores y participantes.
- Se recomienda proporcionar información más específica que ayude al cumplimiento total de las líneas de Formación y Capacitación Turística y Planificación y Coordinación Turística para un mayor desenvolvimiento de los mismos.

Es por consiguiente que se recomienda el siguiente plan de mejoras

A1. Crear convenios con instituciones turísticas, para implementar nuevas formas de turismo en la localidad, además de generar desarrollo local conjuntamente con la ayuda de los GAD's Parroquiales	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X
A2. Impartir asistencia técnica a los nuevos actores de turismo para fortalecer las bases para su desarrollo en turismo	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X X X X X X X X X X X X
A3. Apoyar en los procesos de fortalecimiento como promoción, capacitación y facilidades turísticas para los nuevos actores	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X X X X X X X X X X X X
A4. Realizar un monitoreo de la evolución de los nuevos actores después de haber recibido la asistencia	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X
A1. Comunicar al CONAGOPARE la necesidad de asistencia técnica para el desarrollo turístico y local en conjunto con los GAD's parroquiales	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X
A2. Realizar talleres para definir el apoyo para el fortalecimiento de los productos turísticos en las Parroquias integrantes de la estrategia de turismo.	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X
A3. Ejecutar los nuevos conocimientos acerca de los nuevos productos turísticos en la comunidad.	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X X X X X X
A4. Efectuar un seguimiento y evaluación del desarrollo logrado después de la aplicación de los conocimientos obtenidos en los talleres.	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X

LÍNEA 2. MARKETING Y PROMOCIÓN TURÍSTICA.		
A1. Coordinar con los GAD's parroquiales la participación de sus actores en ferias de turismo	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X
A2. Capacitar a los actores turísticos en temáticas relacionadas a las expo ferias conjuntamente con los GAD's parroquiales en la participación de ferias.	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X
A3. Coordinar la participación de la provincia en Expo-Ferias inter parroquiales, cantonales e internacionales de Turismo	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X
A1. Actualización del plan de marketing e información de los productos turísticos antiguos y nuevos en las parroquias	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X X X X X X X X X X X
A2. Diseñar nuevas estrategias de marketing para el reposicionamiento Turístico de las parroquias involucradas en la estrategia de turismo	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X
A3. Diseñar e implementar una campaña de promoción y difusión para Posicionamiento de la Marca Turística	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X X X X X X X X X X X
A4. Crear material audiovisual de los productos turísticos de las parroquias e integrarlos en medios digitales de promoción	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X X X X X X X X X X X
A5. Diseñar, Rediseñar, Imprimir, reimprimir y reproducir material de promoción turística.	GAD's Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X X X X X X X X X X X
R3. Se cuenta con Información Estadística de Turismo de la Provincia.	A1 Coordinar con la Comisión de Gestión Política las especificaciones Técnicas para contar con Estadísticas de Turismo de la Parroquia Comisión de Gestión Pública, HGPT y CONAGOPARE	X X X X X X X X X X X X X

	A2. Contratar entidades que elaboren, recojan, analicen la Información Estadística de Turismo de la Parroquia, creen ordenanzas que permitan el desarrollo a futuro de la parroquia	Centro de Fomento e Innovación Turística y CONAGOPARE	X X X X X X X X X X X X X
LINEA 3. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN TURÍSTICA.			
R1. Prestadores de servicios turísticos mejorando sus capacidades laborales.	A1.Coordinar con los GADs Municipales, Asociaciones, Servidores Turísticos, Cámara de Turismo la identificación de necesidades, para capacitar a los prestadores de servicios turísticos y ciudadanía en general.	GAD´s Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X
	A2. Iniciar la sistematización de las necesidades de capacitación,	GAD´s Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X
	A3. Iniciar el proceso de contratación e implementación con los GADs Municipales, Asociaciones, Servidores Turísticos y Cámara de Turismo el programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos.	GAD´s Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X
	A4. Monitorear y evaluar implementación de las capacitaciones para los prestadores de servicios turísticos y ciudadanía en general.	GAD´s Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X
R2. Se continúa con la campaña “CONOCE TU PROVINCIA VIVE TUNGURAHUA”.	A1. Coordinar con los Municipios, Academia, Ministerio de Educación, CONAGOPARE y Unidades Educativas la implementación de la campaña	GAD´s Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X X X X X X X X X X X
	A2. Apoyar los eventos programados por los niños que han recibido esta campaña en la escuela.	GAD´s Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X X X X X X X X X X X X
R3. Se realizan procesos de sensibilización turística a prestadores de servicios	A1. Coordinar con los GAD´s Cantonales, Prestadores de Servicios y ciudadanía en general el proceso de sensibilización Turística sobre productos turísticos existentes.	GAD´s Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X
	A2. Implementar los talleres de sensibilización turística a Prestadores de Servicios Turísticos y ciudadanía en general.	GAD´s Parroquiales, HGPT y CONAGOPARE	X X

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abellán, F. C., Ruiz, M. del C. C., Climent, M. P. S., Abellán, A. C., Rubio, M. V., Fernández, D. M. Balbellido, S. S. (2008). *Turismo rural y desarrollo local* (Primera). Sevilla/Cuenca: Universidad de Castilla La Mancha.
- Acerenza, M. Á. (2008). *Gestión municipal del turismo* (Primera). México DF: Trillas.
- Badillo, J., & Rodríguez, H. (2015). *Consejo Parroquial De Planificación*. 118.
- Boullón, R. C. (2009). *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista*. Trillas.
- Brazales, D. (2018). *Indicadores para un Observatorio Turístico*. . Latacunga- Ecuador: Editorial Académica Española.
- Casalis, A. (2009). *¿Qué es el desarrollo local y para qué sirve?* (2457), 3.
- Casanueva Rocha, C., & Gallego Águeda, M. Á. (2012). *Dirección estratégica de organizaciones turísticas*. España: Pirámide.
- Censos, I. N. de E. y. (s. f.). *Proyecciones Poblacionales*. Recuperado 16 de mayo de 2019, de Instituto Nacional de Estadística y Censos website: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Centro Internacional de Formación de la OIT. (2004). *Turismo y desarrollo local sostenible: elementos para un debate*. 87.
- CONAGOPARE TUNGURAHUA. (2015a). *GADPR Atahualpa*. Recuperado 16 de mayo de 2019, de CONAGOPARE Tungurahua website: <http://www.conagoparetungurahua.gob.ec/>

- CONAGOPARE TUNGURAHUA. (2015d). GADPR Pinguili. Recuperado 3 de mayo de 2019, de CONAGOPARE TUNGURAHUA website: <http://www.conagoparetungurahua.gob.ec/>
- CONAGOPARE TUNGURAHUA. (2015b). Parroquia San Miguelito. Recuperado 3 de mayo de 2019, de CONAGOPARE TUNGURAHUA website: <http://www.conagoparetungurahua.gob.ec/>
- CONAGOPARE TUNGURAHUA. (2015c, mayo 26). GADPR Emilio María Terán. Recuperado 16 de mayo de 2019, de CONAGOPARE TUNGURAHUA website: <http://www.conagoparetungurahua.gob.ec/>
- CONAGOPARE TUNGURAHUA. (2015e, mayo 26). GADPR Presidente Urbina. Recuperado 16 de mayo de 2019, de CONAGOPARE TUNGURAHUA website: <http://www.conagoparetungurahua.gob.ec/>
- CONAGOPARE TUNGURAHUA. (2019). GADPR San Bartolomé de Pinllo. Recuperado 16 de mayo de 2019, de CONAGOPARE TUNGURAHUA website: <http://www.conagoparetungurahua.gob.ec/>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado 16 de octubre de 2018, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Consultor Tourism & Leisure – Europraxis, M. de T. de E. (2007, septiembre 26). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR “PLANDETUR 2020”*.
- Dr. C. Ramón González Fontes. (2015). Implementación de la estrategia de desarrollo municipal, eje articulador del sistema de gestión del desarrollo local. Recuperado 16 de

mayo de 2019, de Scielo website:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-

91552015000100006&fbclid=IwAR0T7d3Pb77CODo_XHfZwamISfos0Q1AsY9BrBfNf
7etTKd_QUSDzpQxKMU

- Editorial Vértice. (2007). *Marketing turístico*. España: Editorial Vértice.
- *El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos*. (s. f.). 30.
- EPYPSA. (2008). *Estrategia de Desarrollo Turístico*. 62.
- Francisco Javier de la Banilla Bailla. (2017). *Marketing turístico aplicado* (Primera). Madrid: ESIC Editorial.
- GAD Parroquial Rural ULBA. (2019). GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUILA DE ULBA. Recuperado 16 de mayo de 2019, de <https://www.gadulba.gob.ec/>
- GAD Río Verde. (2013, 2028). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA RÍO VERDE. Recuperado 16 de mayo de 2019, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1865016320001_PDOT%20COMPLETO%202015%20SIGAD_15-05-2015_15-06-00.pdf
- GAD SAN ANTONIO DE PASA. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de San Antonio de Pasa. Recuperado 16 de mayo de 2019, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1865019180001_Diagn%C3%B3stico%20PDOT%20Pasa%202015_30-10-2015_14-28-20.pdf

- GAD Sucre. (2015). Parroquia Sucre Historia. Recuperado 3 de mayo de 2019, de Parroquia Sucre website: <http://parroquiasucre.gob.ec/historia>
- GADPR El Triunfo. (2015). PARROQUIA EL TRIUNFO. Recuperado 3 de mayo de 2019, de <http://www.gadeltriunfo.gob.ec/parroquia/historia-y-cultura.html>
- GADPR Los Andes. (2016). Los Andes – Parroquia «Los Andes». Recuperado 3 de mayo de 2019, de <http://parroquialosandes.gob.ec/site/index.php/los-andes-2/>
- GADPR UNAMUNCHO. (2015). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA UNAMUNCHO. Recuperado 3 de mayo de 2019, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1865015940001_GADPR%20UNAMUNCHO%202015-2019_15-05-2015_15-14-26.pdf
- Gobierno Autónomo Municipal de Baños de Agua Santa. (2018). Río Negro. Recuperado 3 de mayo de 2019, de GoRaymi website: <https://banos-ecuador.com/es/rio-negro-afe3df107>
- Idalberto Chiavenato. (2011). *Planeación estratégica FUNDAMENTOS Y APLICACIONES* (02 ed.). MC GRAW HILL.
- Kotler, P. (2011). *Marketing turístico*. Recuperado de http://ZV4FY5PR5L.search.serialssolutions.com/?V=1.0&L=ZV4FY5PR5L&S=JCs&C=TC_024200295&T=marc&tab=BOOKS
- Lalama, F. N. (2014). Estrategia de Turismo de la Provincia de Tungurahua. Ambato: virtualdesign.
- Leiva, V. (1997). *Manual de Turismo y gestión municipal*. Santiago, Chile: Asociación Chilena de Municipalidades.

- *Los componentes del desarrollo local Bitar.pdf*. (s. f.).
- Martínez Godoy, D., & Clark, P. (2015). *Desarrollo Territorial en Ecuador* (Primera). Recuperado de <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Desarrollo-Territorial-.pdf>
- Mintzberg, H. (1987). The Strategy Concept I: Five Ps for Strategy. *California Management Review*, 30(1), 11-24. <https://doi.org/10.2307/41165263>
- Ministerio de Turismo . (12 de Junio de 2017). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de servicios.turismo.gob.ec: <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/formatos-para-presentacion-de-propuestas/Ficha-Diagnostico-Destinos.xls>
- Ministerio de Turismo. (3 de Junio de 2017). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de servicios.turismo.gob.ec: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte2_GuiaLevantamientoDeAtractivosTuristicos2017_2daEd.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (1999). *Agenda para planificadores locales: turismo sostenible y gestión municipal: edición para América Latina y el Caribe*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2010). *CÓDIGO ORGÁNICO ORGANIZACIÓN TERRITORIAL AUTONOMÍA DESCENTRALIZACIÓN.pdf*. Lexis.
- Ramírez, B. P., & Benito, E. C. (2000). *Desarrollo local: manual de uso*. ESIC Editorial.
- Rivero, H., & Blanco, M. (2003). *El Agroturismo, Una Alternativa Para Revalorizar la Agroindustria Rural Como Mecanismo de Desarrollo Local*. Lima, Peru: Bib. Orton IICA / CATIE.

- Saavedra Elizabeth. (2004). *Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca*. FUNDACION PIEB.
- Serrano, P. V. (2011). *Fomento turístico provincial: diagnóstico competencial, experiencias exitosas y propuesta de fortalecimiento institucional*. 189.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador . (12 de enero de 2017). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Sistema Integrado de Conocimiento y Estadística Social del Ecuador* . Obtenido de [conocimientosocial.gob.ec](http://www.conocimientosocial.gob.ec): <http://www.conocimientosocial.gob.ec/pages/EstadisticaSocial/herramientas.jsf>
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local*. 208.
- Villar, A. (2011). Desarrollo y gestión de destinos turísticos. Recuperado 16 de octubre de 2018, de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-05/semana2/VILLAR.pdf>
- *VILLAR.pdf*. (s. f.). Recuperado de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-05/semana2/VILLAR.pdf>

ANEXOS



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

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue realizado por las Srtas: **PAUCAR LALALEO DORIS ESTEFANIA** y **YACELGA CAIZALUISA ALEXANDRA MARIBEL**.

En la ciudad de Latacunga a los **10 días del mes de Junio del 2019**.

Aprobado por:

Econ. Diego Brazales MSC.

DIRECTOR DEL PROYECTO

Ing. Carlos Alban

DIRECTOR DE LA CARRERA

Dr. Fredy Jaramillo

SECRETARIO ACADÉMICO