

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO

TEMA: “ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PARROQUIA RURAL SAN PEDRO DE LICÁN DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

Trabajo de Investigación

Previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Gerencia de Proyectos de Ecoturismo

Autor: Ing. Javier Gonzalo Barahona Ibarra

Director: Dr. Mg. Guillermo Rosero

Ambato-Ecuador

2013

Al Consejo de Posgrado de la UTA

El tribunal receptor de la defensa del trabajo de investigación con el tema: **“Elaboración del Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo”**, presentado por: Ing. Javier Barahona Ibarra y con formado por Dr. Mg. Marcelo Núñez Espinoza, Ing. Mg. Diego Melo Fiallos, y Lcda. Mg. Noemy Gaviño Ortiz Miembros del Tribunal, Dr. Mg. Guillermo Rosero, Director del Trabajo de Investigación y presidido por el Dr. José Romero Presidente del Tribunal; Ing. Mg. Juan Garcés Chávez, Director del CEPOS-UTA, una vez escuchada la defensa oral el tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Dr. José Romero
Presidente del Tribunal de Defensa

Ing. Mg. Juan Garcés Chávez
DIRECTOR CEPOS

Dr. Mg. Luis Guillermo Rosero
Director del Trabajo de
Investigación

Dr. Mg. Marcelo Núñez Espinoza
Miembro del Tribunal

Ing. Mg. Diego Melo Fiallos
Miembro del Tribunal

Lcda. Mg. Noemy Gaviño Ortiz
Miembro del Tribunal

AUTORÍA DE LA IN-VESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema: **“Elaboración del Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo”**,, nos corresponde exclusivamente a: Ing. Javier Gonzalo Barahona Ibarra, Autor y Dr. Mg. Guillermo Rosero, Director del Trabajo de investigación; y el patrimonio del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Javier Gonzalo Barahona Ibarra
Autor

Dr. Mg. Luis Guillermo Rosero
Director

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Ing. Javier Gonzalo Barahona Ibarra

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado para todas aquellas personas que nunca dejaron de creer en la iniciativa, el talento y los deseos de superación de este ser humano, que con todos sus errores y aciertos tiene muchos anhelos y planes de vida que cumplir.

A Dios, por permitirme una oportunidad nueva para superarme, a mis padres por darme ese apoyo incondicional, a mis hermanos por exigir de mi excelencia y superación, a mis amigos y compañeros de maestría por compartir sueños, experiencias y anhelos.

Por último al pujante pueblo de San Pedro de Licán de donde soy y me siento muy orgulloso de serlo, a sus autoridades que con la guía de Dios, sabrán dar el mejor uso a este trabajo de investigación.

Javier Barahona Ibarra

AGRADECIMIENTO

La vida nos tiene preparados muchos retos, muchas veces con dificultades, sinsabores, pero también con éxitos reconfortantes, este paso en mi vida personal y profesional que hoy lo doy como un peldaño más en busca de la excelencia, se debe a muchas personas a quienes quiero agradecer desde las fibras más íntimas de mi ser.

Como pilar fundamental del ser humano y de mi vida, quiero agradecer primeramente a Dios por concederme la vida y la oportunidad de tener una familia ejemplar, unida y solidaria, quienes han sido mi soporte. A mi padre por inculcar en mí los principios éticos y morales de la vida, a mi madre por su apoyo y confianza para culminar con éxito esta nueva etapa de mi vida profesional.

A mis maestros, quienes con su guía, consejos y experiencia moldearon con éxito mi formación profesional.

A la Universidad Técnica de Ambato, al Centro de Estudios de Posgrado, sus autoridades y catedráticos quienes son los responsables de moldear juventudes, potenciar capacidades y descubrir talentos académicos para forjar día con día un Ecuador diferente.

Javier Gonzalo Barahona Ibarra

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PRELIMINARES

Al consejo de posgrado de la uta -----	I
Autoría de la investigación -----	III
Derechos de autor -----	IV
Dedicatoria -----	V
Agradecimiento -----	VI
Indice general -----	VII
Indice de tablas -----	X
Indice de gráficos -----	XIII
Introducción -----	1

CAPITULO I EL PROBLEMA

1.1	Tema: elaboración del plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible de la parroquia rural san pedro de licán del cantón riobamba provincia de chimborazo -----	3
1.2	Planteamiento del problema -----	3
1.2.1	Contextualización -----	3
1.2.2	Análisis crítico -----	5
1.2.3	Prognosis -----	7
1.2.4	Formulación del problema -----	8
1.2.5	Preguntas directrices -----	8
1.2.6	Delimitación del problema -----	8
1.3	Justificación del proyecto -----	9
1.4	Objetivos -----	10
1.4.1	General -----	10
1.4.2	Específicos -----	10

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1	Investigaciones Previas -----	11
2.2	Fundamentación Filosófica -----	14
2.3	Fundamentación Epistemológica -----	15
2.4	Fundamentación Ontológica -----	15
2.5	Fundamentación Axiológica -----	15
2.6	Fundamentación Social -----	16
2.7	Fundamentación Legal -----	16

2.8	Categorías Fundamentales-----	24
2.9	Hipótesis -----	52
2.9	Señalamiento de Variables de la Hipótesis -----	52
2.9.1	Variable independiente: Plan Estratégico-----	52
2.9.2	Variable dependiente: Turismo Sostenible -----	52

CAPITULO III METODOLOGÍA

3.1	Enfoque-----	53
3.2	Modalidad Básica de la Investigación-----	53
3.3	Nivel o Tipo de Investigación -----	54
3.4	Población y Muestra-----	55
3.4.1	Población-----	55
3.4.2	Muestra -----	55
3.5	Operacionalización de variables -----	57
3.6	Plan de Recolección de la Información-----	59
3.7	Plan de Procesamiento y Análisis de la Información -----	59
3.7.1	Plan para el procesamiento de la Información -----	59
3.7.2	Análisis e interpretación de resultados -----	60

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1	Resultado N° 01 -----	61
4.2	Resultado N° 02-----	72
4.3	Planteamiento de la Hipótesis -----	105
4.3.1	Hipótesis nula -----	105
4.3.2	Hipótesis alternante -----	105
4.3.3	Especificaciones estadísticas -----	105
4.3.4	Especificaciones de las regiones de aceptación y rechazo -----	106
4.3.5	Representación grafica gl (X^2)-----	107
4.3.6	Recolección de datos y cálculo de los estadísticos -----	107
4.3.7	Calculo de x^2 -----	111
4.3.8	Verificación de la hipótesis -----	111

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Conclusiones-----	112
5.2	Recomendaciones -----	115

CAPÍTULO VI LA PROPUESTA

6.1	Datos Informativos -----	117
6.2	Antecedentes de la Propuesta-----	118
6.3	Justificación -----	118
6.4	Objetivos de la Propuesta -----	119
6.5	Análisis de Factibilidad -----	120
6.5.1	Factibilidad Operativa-----	120
6.5.2	Factibilidad Económica-----	121
6.6	Fundamentación -----	121
6.6.1	Diseño de la visión a futuro-----	121
6.6.2	Misión de la Organización -----	123
6.6.3	Verificación de Valores -----	124
6.6.4	Verificación de Principios -----	126
6.6.5	Objetivos Estratégicos -----	127
6.6.6	Momento Estratégico -----	131
6.6.7	Estrategias-----	133
6.6.8	Etapas de Decisión -----	142
6.6.8.1	Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica -----	142
6.6.8.2	Matriz de resumen de Valoración de Estrategias-----	143
6.6.9	Políticas -----	144
6.7	Modelo Operativo -----	146
6.7.1	Momento Táctico Operacional-----	146
6.7.2	Programación sostenible integrada -----	147
6.7.2.1	Programación General-----	147
6.7.3	Identificación de programas y proyectos -----	148
6.7.4	Identificación de Proyectos -----	153
6.7.5	Plan Operativo Anual -----	163
6.8	Administración -----	167
6.9	Previsión de la Evaluación-----	167
6.9.1	Matriz de Seguimiento y Evaluación (Modelo) -----	168
Materiales de referencia -----		169
Bibliografía -----		169
Anexos -----		176
Anexo n° 01. cuestionario para aplicación de encuestas -----		176

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 01: Determinación de Muestra	56
TABLA 02: Operacionalización Variable Independiente	57
TABLA 03: Operacionalización Variable Dependiente	58
TABLA 04: Plan de Recolección de Información.....	59
TABLA 05: Metodología de aplicación de encuestas	61
TABLA 06: Tabulación Encuesta Pregunta 01	62
TABLA 07: Tabulación Encuesta Pregunta 02	63
TABLA 08: Tabulación Encuesta Pregunta 03	64
TABLA 09: Tabulación Encuesta Pregunta 04	65
TABLA 10: Tabulación Encuesta Pregunta 05	66
TABLA 11: Tabulación Encuesta Pregunta 06	67
TABLA 12: Tabulación Encuesta Pregunta 07	68
TABLA 13: Tabulación Encuesta Pregunta 08	69
TABLA 14: Tabulación Encuesta Pregunta 09	70
TABLA 15: Tabulación Encuesta Pregunta 10	71
TABLA 16: Producto Nacional Bruto Turismo en Chimborazo	74
TABLA 17: Integrantes GAD Parroquial Licán	84
TABLA 18: Comisiones de Gestión GAD Parroquial Licán.....	85
TABLA 19: Preferencia Turística Receptiva	87
TABLA 20: Preferencia Turística Nacional	88
TABLA 21: Oferta Turística Nacional	88
TABLA 22: Proyección de Crecimiento Turismo Comunitario Ecuador	89
TABLA 23: Proyección de Crecimiento Turismo Comunitario Receptivo.....	90
TABLA 24: Proyección de Crecimiento Turismo Comunitario en Licán	91
TABLA 25: Proyección de Crecimiento Turismo Comunitario CORDTUCH .	91
TABLA 26: Proyección de Crecimiento Turismo Comunitario Palacio Real .	92
TABLA 27: Proyección Ventas BIANUAL Turismo Comunitario Licán	93
TABLA 28: Proyección Ventas a 5 años	94

TABLA 29: Matriz de Fortalezas	95
TABLA 30: Matriz de Debilidades	96
TABLA 31: Matriz de Evaluación de Factores Internos	97
TABLA 32: Matriz de Amenazas	98
TABLA 33: Matriz de Oportunidades	99
TABLA 34: Matriz de Evaluación de Factores Externos	100
TABLA 35: Matriz de Perfil Competitivo	102
TABLA 36: Especificaciones de Regiones de Aceptación y Rechazo	106
TABLA 37: Especificaciones de Regiones de Aceptación y Rechazo	108
TABLA 38: Frecuencias Observadas	109
TABLA 39: Frecuencias Esperadas	110
TABLA 40: Cálculo de Ji cuadrada	111
TABLA 41: Factibilidad Económica de la Propuesta	121
TABLA 42: Lineamientos para elaborar la Visión	122
TABLA 43: Lineamientos para elaborar la Misión	123
TABLA 44: Marco Analítico para Formular Estrategias	132
TABLA 45: Matriz DOFA.....	133
TABLA 46: Identificación de Estrategias en base de Matriz DOFA	137
TABLA 47: Matriz de Planificación Estratégica y Evaluación de Acción.....	138
TABLA 48: Estrategias Alternativas Competitivas.....	140
TABLA 49: Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica.....	142
TABLA 50: Matriz Resumen de valoración de estrategias	143
TABLA 51: Políticas Generales.....	144
TABLA 52: Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica.....	145
TABLA 54: Programación General.....	147
TABLA 55: Programación General.....	148
TABLA 56: Programación General.....	149
TABLA 57: Programas y Proyectos Propuestos.....	150
TABLA 58: Programas y Proyectos Propuestos.....	152
TABLA 59: Detalle de Proyectos 1	153

TABLA 60: Detalle de Proyectos 2.....	154
TABLA 61: Detalle de Proyectos 3.....	155
TABLA 62: Detalle de Proyectos 4.....	157
TABLA 63: Detalle de Proyectos 5.....	159
TABLA 64: Detalle de Proyectos 6.....	161
TABLA 65: Detalle de Proyectos 7.....	162
TABLA 66: Plan Operativo Anual 2012.....	163
TABLA 67: Plan Operativo Anual 2013.01.....	164
TABLA 68: Plan Operativo Anual 2013.02.....	166
TABLA 69: Matriz Modelo de Seguimiento y Evaluación de Proyectos	168

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 Árbol de Problemas	5
GRÁFICO 02 Red de Inclusiones	21
GRÁFICO 03 Constelación de Ideas-Variable Independiente	22
GRÁFICO 04 Constelación de Ideas-Variable Dependiente	23
GRÁFICO 05: Encuesta Pregunta 01	62
GRÁFICO 06: Encuesta Pregunta 02	63
GRÁFICO 07: Encuesta Pregunta 03	64
GRÁFICO 08: Encuesta Pregunta 04	65
GRÁFICO 09: Encuesta Pregunta 05	66
GRÁFICO 10: Encuesta Pregunta 06	67
GRÁFICO 11: Encuesta Pregunta 07	68
GRÁFICO 12: Encuesta Pregunta 08	69
GRÁFICO 13: Encuesta Pregunta 09	70
GRÁFICO 14: Encuesta Pregunta 10	71
GRÁFICO 15: Esquema de Planificación Estratégica	72
GRÁFICO 16: Esquema de Diagnóstico de la Situación Actual	73
GRÁFICO 17: Divisas Turísticas Ingresos Ecuador	73
GRÁFICO 18: PEA Turismo Chimborazo	75
GRÁFICO 19: Estadísticas Culturales Provincia de Chimborazo	81
GRÁFICO 20: Sistema Físico/Ambiental Provincial	82
GRÁFICO 21: Representación Gráfica Aceptación de Hipótesis	107
GRÁFICO 22: Verificación de Valores GAD Parroquial Licán	125
GRÁFICO 23: Verificación de Principios GAD Parroquial Licán	126
GRÁFICO 24: Porcentaje de Estrategias Identificadas	137
GRÁFICO 25: Perfiles de Estrategias a Adoptar	139

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO**

TEMA:“ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PARROQUIA RURAL SAN PEDRO DE LICÁN DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

Autor: Ing. Javier Gonzalo Barahona Ibarra

Director: Dr. Mg.Luis Guillermo Rosero

Fecha: 17 de Enero de 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo de un pueblo se evidencia a partir de cuatro momentos que son, la voluntad de sus autoridades para planificar, la participación de la ciudadanía para aportar y controlar los procesos públicos y privados y finalmente el presupuesto sumado a la capacidad de gestión. Si bien es cierto se considera que el turismo es una actividad que se desarrolló a partir de la segunda guerra mundial y que a partir de 1992 se adoptan criterios de sostenibilidad, se debe mencionar que Ecuador es el país más megadiverso del mundo en función de su superficie, entre otras características que le denotan un valor comparativo a otros destinos turísticos. Localmente, surge la necesidad de planificar el desarrollo turístico de una manera sostenible, pues en la Parroquia Licán hay condiciones turísticas importantes y otras que mejorar, deben manejarse criterios técnicos, turísticos, sostenibles, para que a través de esta herramienta se pueda conseguir la sostenibilidad y el buen vivir.

Descriptor del trabajo de grado: (Planificación estratégica, desarrollo turístico, participación ciudadana, destino turístico, sostenibilidad, buen vivir)

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
GRADUATE STUDIES CENTER
FACULTY OF HUMANITIES AND EDUCATION
MASTER IN MANAGEMENT OF ECOTOURISM PROJECTS

THEM:"STRATEGIC PLAN FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN THE RURAL PARISH SAINT PETER OF LICÁN IN RIOBAMBA CITY CHIMBORAZO PROVINCE"

Author:Eng. Javier Gonzalo Barahona Ibarra

Director:Dr. Mg. Luis Guillermo Rosero

Date: January 23 of 2013

SUMMARY

Executive Summary: The development of a people is evidence from four moments are, the will of the authorities to plan, the participation of citizens to provide and manage public and private processes and finally added to the budget management capacity. Although it is considered that tourism is an activity that grew out of the Second World War and after 1992 are adopted sustainability criteria, it should be mentioned that Ecuador is the world's mega-diverse country in terms of its surface, among other features that denote a comparative value to other destinations. Locally, the need to plan for tourism development in a sustainable manner, as in the Parish Lican's major tourist and other conditions that improve technical criteria should be handled, tourism, sustainable, so that through this tool can achieve sustainability and good living.

Descriptors (Strategic, planning, tourism, development, citizen participation, tourist, destination, sustainability, good living)

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, es una herramienta de planificación para el desarrollo turístico, surgida de la necesidad de los actores turísticos locales y autoridades de la Parroquia Licán.

La actividad turística, se ha ido incrementando progresivamente de tal manera que se ha convertido en un elemento de desarrollo indiscutible, esto supone oportunidades y riesgos, en cuanto que el turismo es una actividad ambivalente que puede servir para activar, dignificar y reconocer el valor de la cultura local.

El Capítulo I, identifica la **problemática turística** del territorio, pero también delimita y plantea preguntas directrices y conceptos básicos que dirigen la investigación. La necesidad de construir espacios participativos para promover acuerdos, compromisos y acciones a partir de la voluntad política, la organización comunitaria y el control social, sin embargo parte la problemática surge de la falta de criterios técnicos, de decisiones acertadas y nulo asesoramiento para planificar adecuadamente la actividad turística.

En el Capítulo II, se plantean aportes investigativos que aportarán al trabajo de investigación, aspectos filosóficos, axiológicos, sociales, ontológicos, descriptivos y legales que permiten que la investigación se fundamente en criterios y requerimientos de una investigación propiamente dicha.

El Capítulo III, determina la **metodología** a seguir para la investigación, instrumentos, herramientas y lineamientos para la **planificación estratégica**. En sí la propuesta para el desarrollo de la investigación,

adoptando estrategias, herramientas tecnológicas e instrumentos estadísticos, para definir condiciones y diagnósticos territoriales.

En el Capítulo IV, la información se presenta en la **representación de manera tabular y gráfica**. El análisis e interpretación de resultados están basados en el marco teórico y orientado a la comprobación de la hipótesis.

En el Capítulo V contiene las **conclusiones y recomendaciones**, las mismas que serán socializadas y aplicadas para la sostenibilidad de la propuesta.

En el Capítulo VI, se determina **la propuesta**, es decir para esta investigación planificación estratégica, en donde se determina la visión, misión, valores, principios, objetivos específicos de la investigación, políticas y estrategias del plan. Utilizando matrices de planificación se obtiene definir la Programación Sostenible Integrada, se determina la Planificación operativa Anual y por último los mecanismos de control y evaluación.

El presente trabajo de investigación, busca aterrizar en el territorio las políticas y estrategias adecuadas para fomentar, fortalecer y desarrollar el turismo en la Parroquia San Pedro de Licán del Cantón Riobamba.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA: ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE DE LA PARROQUIA RURAL SAN PEDRO DE LICÁN DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización

En la actualidad, algunas entidades se han planteado otra forma de planificar, incorporando a los métodos habituales la participación de todos los actores interesados y consolidando una cultura de colaboración entre las diversas instituciones, entidades sociales y agentes económicos que estén implicados en el proyecto.

El Ecuador, es sin duda es el país de la mega diversidad y posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. Dentro de este territorio y en su geografía andina se encuentra la Provincia de Chimborazo, en la cual se puede disfrutar en 3 horas una variedad de climas desde el nivel en las nieves del coloso nevado Chimborazo, pasando por la

llanura de Tapi Riobamba, pasando por los páramos de Navag llegando al subtrópico de Pallatanga y entrando al trópico en Cumandá, cada una de estas microgeografías con sus características propias.

Riobamba es la capital de la Provincia de Chimborazo, la conforman 5 parroquias urbanas y 11 parroquias rurales, una de ellas la Parroquia Rural San Pedro de Licán. Riobamba es el punto de encuentro del turista que viaja al litoral, amazonia y serranía ecuatoriana, la ubicación estratégica geográfica es una fortaleza, además hay que considerar tres de los más importantes atractivos turísticos del país, están en la provincia de Chimborazo, como son ferrocarril, nevado Chimborazo y Parque Nacional Sangay; a partir de aquí inicia el desarrollo turístico provincial.

Licán es una parroquia llena de historia, cultura y naturaleza es una de las más antiguas del Ecuador, con casi 152 años de parroquialización, es un territorio de gente amable, trabajadora y con un gran espíritu de pujanza y servicio.

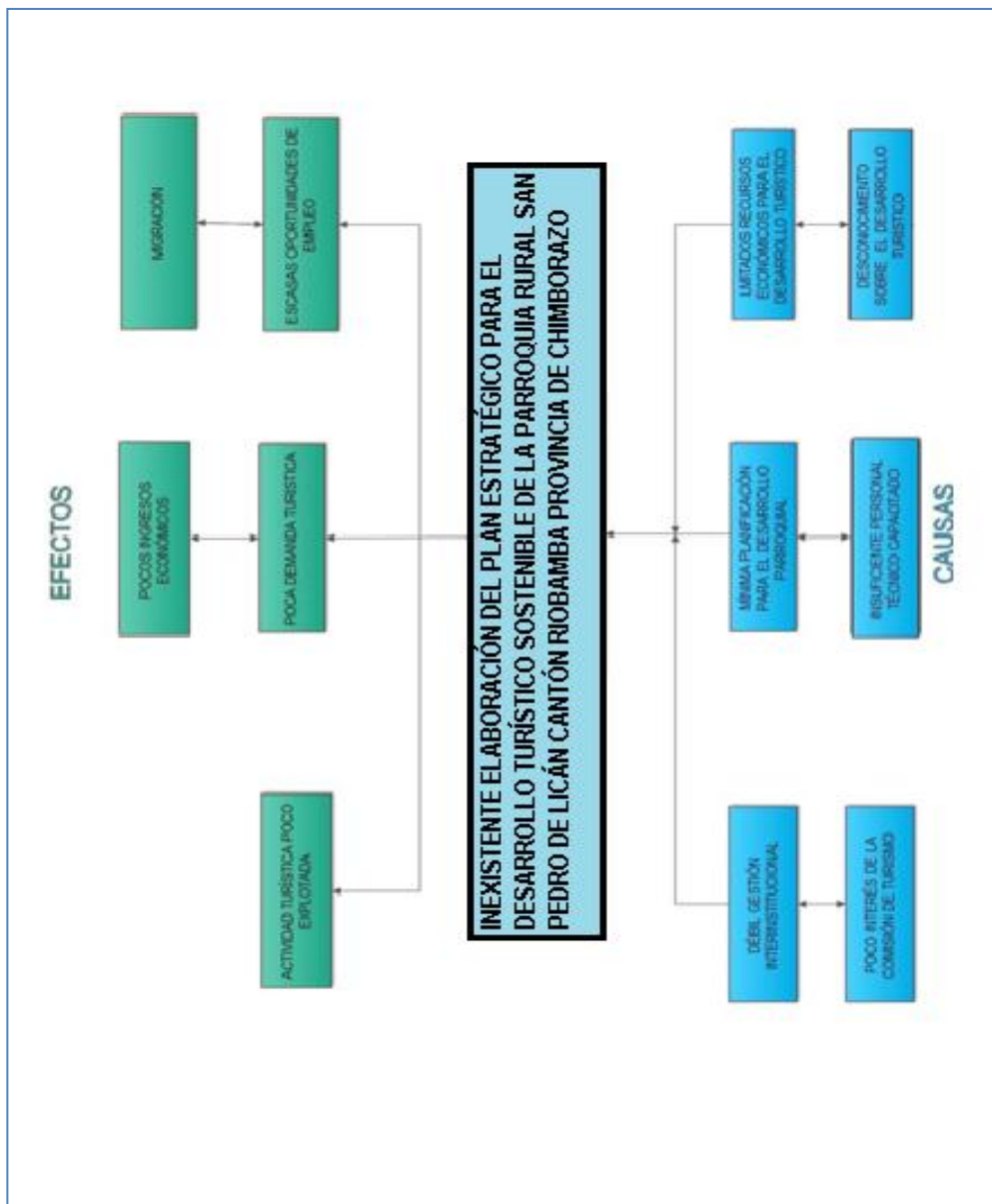
Licán se constituyó como parroquia el 29 de mayo de 1861, situada a 6 kilómetros de Riobamba, al noreste de la ciudad, todo su territorio está atravesado por el río Chibunga afluente del Chambo. En la actualidad son las parroquias, más que los estados nacionales, las protagonistas de una nueva forma de articulación entre la esfera pública y la esfera privada, entre el Estado y la sociedad civil.

Actualmente la Parroquia Rural San Pedro de Licán que hasta el año anterior no poseía un Plan de Desarrollo, ahora se está culminando este proceso que permite sin duda definir los ejes estratégicos para el desarrollo local, su acción se desarrolla no sólo en todo el territorio, sino para todo el territorio.

1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO

ÁRBOL DE PROBLEMAS

GRÁFICO N° 01 Árbol de Problemas



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

La inexistencia de un Plan Estratégico de Turismo Sostenible, se presenta como el principal problema, en donde se identifican tres causas básicas una planificación parroquial mínima considerando que las administraciones parroquiales manejaban otros criterios de desarrollo local, que no han sido técnicos ni evaluados, aquí una de las subcausas, deficiente personal técnico que brinde el apoyo y asesoramiento adecuados.

En las últimas tres décadas las administraciones de la Parroquia Licán, han sufrido una incertidumbre permanente, como es la falta de presupuesto, mismo que se ve compensado con algo de autogestión; no es sino hasta el año 2010 cuando se percibe como institución un recurso económico para inversión local, sin embargo esto no ha sido adecuadamente asignado y menos para el área turística, por la falta de planificación y el manejo clientelar que se mantiene.

El que ahora, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Licán cuenta con presupuesto anual, no ha asegurado un real proceso de cambio a corto, mediano y largo plazo, esto se debe a que no existe una capacidad de gestión interinstitucional cuyo efecto más notorio es que la actividad turística no ha sido explotada en beneficio de la población.

Sin embargo pese a los esfuerzos limitados, hay poca demanda turística, esto implica poco dinero circulante en el territorio además que no se crean fuentes de empleo, creando un efecto negativo como es la migración.

La falta de conocimiento y mucho más de aplicación de técnicas y estrategias de planificación turística relegan e el desarrollo turístico de este territorio.

Así, se ven disminuidas las oportunidades de desarrollo de la comunidad, esto a su vez implica que no exista un crecimiento económico, una recuperación socio cultural turística y ambiental en el territorio.

La sostenibilidad no es un tema que solo pasa por el aspecto ambiental, sobretodo se enfoca a un proceso de perpetuidad, de mantenerse en el tiempo sobre todo con el apoyo financiero, permitiendo mejorar la calidad de vida de su gente, promoviendo el cuidado ambiental y las buenas prácticas turísticas.

1.2.3 PROGNOSIS

La planificación no es únicamente un proceso fríamente técnico y probabilístico de prever el futuro, sino también un proceso humano de expectativas, fe y compromisos basados en la intuición e instinto socio personal.

Esta parte intuitiva no debe ser subestimada, ya que durante el proceso de planificación muchas personas poseen capacidades extraordinarias para plantearse y plantear apuestas en futuro que son capaces de ofrecer resultados y estrategias brillantes. La inaplicabilidad de esta herramienta causará un efecto negativo en la administración parroquial, tanto como en el desarrollo turístico local, impediría necesariamente el crecimiento turístico, el apoyo a iniciativas locales y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de este territorio que se dedican a esta actividad y actividades indirectas relacionadas con el turismo.

1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la elaboración del Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo?

1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES

1. ¿Considera que el Plan Estratégico influye en el Desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán?
2. ¿Cree que la Planificación Estratégica preparará a la administración parroquial para enfrentar situaciones futuras?
3. ¿Cómo se podría alcanzar el Desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán?
4. ¿A través de la aplicación del Plan Estratégico se podría alcanzar un desarrollo turístico sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán?

1.2.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

A. CONTENIDO

1. **CAMPO:** Planificación Turística Sostenible
2. **ÁREA:** Turismo
3. **ASPECTO:** Planificación Estratégica

B. ESPACIAL

1. **PROVINCIA:** Chimborazo

2. CANTON: Riobamba

3. PARROQUIA: San Pedro de Licán

C. TEMPORALIDAD

Octubre 2011 a Julio 2012

1.3 Justificación del Proyecto

Según la disposición de la Constitución Política de la República del Ecuador aprobada en el año 2008, dispuso que dentro del ordenamiento territorial nacional, las parroquias pasaran a ser Gobiernos Autónomos Descentralizados, quienes para dar cumplimiento al Plan Nacional del Buen Vivir, debían elaborar su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

La Parroquia Licán ha elaborado este documento en donde las actividades productivas toman importancia, sin embargo dicha planificación parroquial no muestra un verdadero enfoque de desarrollo turístico para el territorio.

De ahí la importancia de planificar el desarrollo turístico que busque dinamizar la economía local, apoyar a los emprendedores, jóvenes, mujeres, asociaciones comunitarias y privadas, artesanos y prestadores de servicios turísticos y así poco a poco cumplir los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo que busca el Sumak Kausay.

Este trabajo de investigación que se propone, busca ser una herramienta válida de aplicación permanente que organice el turismo local, implementando políticas y estrategias adecuadas a la realidad. Además sea,

participativa, sostenible y cuya factibilidad tenga respaldo con autogestión, presupuesto, participación ciudadana y control social.

Este primer Plan Estratégico de Turismo Sostenible debe servir como una guía para los sucesivos gobiernos de la Parroquia, a fin de orientar su acción cotidiana al horizonte común allí establecido, esto permitirá sin duda que los procesos de gestión y planificación turística realmente respondan a las necesidades de los sectores público, privado y comunitario.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Elaborar el Plan Estratégico para el desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo

1.4.2 Especifico

1. Establecer técnicamente las directrices del Plan Estratégico y el Desarrollo Turístico Sostenible.
2. Identificar los mecanismos para el desarrollo turístico de la Parroquia San Pedro de Licán.
3. Determinar las capacidades locales para el Desarrollo Turístico Sostenible.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Investigaciones Previas

Revisados los textos de investigación del Centro Documental de la Biblioteca de la Facultad de Ciencia Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, se encontraron los siguientes trabajos de investigación:

Autor: Ing. Diego Ramiro Barba Bayas

Tema: La Gestión estratégica y su incidencia en el desarrollo del turismo comunitario de las termas de San Francisco de Chambo, Cantón Chambo, Provincia de Chimborazo, periodo Enero junio 2011

Conclusiones:

- ✓ En relación a los temas estratégicos, más de la mitad conocen como se administra el complejo, conocen los planes de trabajo e inversión de los administradores que dan cuenta de su cumplimiento a la asamblea, en donde además participan en lo que ellos conocen como planificación de las actividades y toma de decisiones alrededor de ellas.
- ✓ La gran mayoría si cree que el complejo debe ser una empresa administrada con criterio estratégico para no confundirla con la administración de otros negocios comunitarios.

- ✓ La gran mayoría de turistas por falta de alternativas de distracción adicional a la tradicional, solamente permaneces de 1 a 5 horas en el complejo.

Autor: Montenegro Jácome Daniela Carolina

Tema: La planificación estratégica en el hotel turístico Patate y su incidencia en el desarrollo organizacional de la institución en el periodo noviembre 2010 - junio 2011

Conclusiones:

- ✓ La planificación estratégica del turismo en el cantón Patate, está encaminándose correctamente y la estrategia de turismo de la provincia de Tungurahua, así como los miembros del comité de coordinación provincial de turismo, son los responsables.
- ✓ El turismo cultural y religioso es el más practicado en el cantón Patate muchas personas conocen la iglesia del señor del terremoto, como el museo que esta al interior de la misma, es un lugar visitado por familias e institutos educativos.
- ✓ El Gobierno Municipal de Patate, no puede administrar directamente el hotel turístico Patate, por prohibición explícita de la ley de Turismo, en su art. 60, en donde se señala que(No podrán realizar servicios turísticos o actividades conexas con fines de lucro, las Fuerzas Armadas y las entidades del sector público).

Autor: Ing. Roberto Carlos Chérrez Bahamonde

Tema:La actividad turística y su influencia en el desarrollo socio-económico del Cantón Morona Provincia de Morona Santiago

Conclusiones:

- ✓ De acuerdo con los resultados obtenidos se evidencia que el cantón cuenta con todos los elementos necesarios para convertirse en un eje turístico de la provincia.
- ✓ Se pudo dar cuenta que la mayoría de personas que visitan el Cantón Morona lo hacen con la finalidad de hacer turismo, pero lamentablemente no existen lugares donde se pueda obtener el servicio de interpretación de las culturas de mismo, y existe muy pocas facilidades para poder acceder a los atractivos, por tal razón el tiempo de estadía es de máximo dos días en la ciudad.
- ✓ La actividad turística en los últimos años se ha venido desarrollando de una manera poco organizada, no se trabaja en proyectos turísticos, se promociona solo recursos turísticos y no se trabaja en hacerles atractivos turísticos, en la actualidad existen muchos lugares de interés turístico los cuales no poseen una buena promoción.

Estos tres trabajos de investigación, han manejado criterios similares en su desarrollo, iniciando con un proceso de diagnóstico situacional, estudio de mercado y propuestas de desarrollo turístico para cada localidad.

La metodología utilizada es Participativa con los actores turísticos y coordinada con los gobiernos locales, definiendo misión, visión, políticas y estrategias para el desarrollo turístico y proponiendo acciones de

fortalecimiento turístico, mejoramiento de la oferta turística y consolidación de la oferta a nivel nacional.

Seguidamente se expone cual sería el aporte de estas investigaciones citadas al trabajo de investigación que se desarrolla:

Dos de las tres investigaciones, se desarrollan para Gobiernos Autónomos Descentralizados como Patate y Morona, así se puede deducir la mecánica de planificación en base a las necesidades, así como las estrategias y políticas aplicadas, mismas que podrían ser un modelo a aplicar en esta investigación.

Una de las investigaciones, se refiere al proceso de planificación turística participativa, fortaleciendo el núcleo comunitario, mejorando la oferta turística y administrando adecuadamente los recursos naturales, humanos y económicos, determinando un manejo sostenible del emprendimiento; principio y lineamientos que podrían ser fundamentados localmente en la Parroquia Licán, para su implementación posterior.

2.2 Fundamentación Filosófica

El Plan Estratégico de una localidad, es un proceso flexible destinado a dotar a ésta de una estrategia consistente, que proporcione notoriedad y singularidad y sobre todo, que logre implicar a sus principales actores, es decir, a aquellos que presentan la capacidad efectiva para transformarla.

La investigación está enmarcada en un paradigma crítico propositivo, constructivista social, que pretende generar una sociedad con conciencia participativa, con una visión de sostenibilidad y sustentabilidad de las

actividades turísticas que participen inclusiva y activamente en la planificación y el desarrollo social, económico y humano de su territorio.

2.3 Fundamentación Epistemológica

Considerando que el objeto de estudio es la Planificación Estratégica, la investigación se fundamenta en la aplicación de metodologías para su aplicación respondiendo a la realidad local, la aplicación de instrumentos que permitan medir los niveles organizativos del territorio, las necesidades, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, así se esta manera desarrollar estructuras de análisis que permitan que las hipótesis presentadas puedan ser comprobadas y la investigación aplicada.

2.4 Fundamentación Ontológica

No se puede imaginar el desarrollo sin planificación, considerando que la globalización requiere de toma de decisiones de peña a gran escala para una afectación de corto a largo plazo. Esta investigación pretende fortalecer la relación adecuada entre planificación estratégica y desarrollo turístico a través de una propuesta seria, técnica y participativa, considerando tres enfoques de desarrollo, el primero el social (Humano) el segundo Natural (Ambiente) y el tercero y no menos importante el económico. Buscando un equilibrio de las fuerzas para no alterar los espacios de acción de cada componente.

2.5 Fundamentación Axiológica

La investigación que se plantea desde el punto de vista de su desarrollo implica que el investigador asume la auto responsabilidad, adoptando valores racionalidad, autocrítica, iniciativa, apertura y creatividad. Asumiendo una

posición constructiva, técnica, profesional, ética, moral, de respeto y tolerancia ante la problemática presente en el territorio.

2.6 Fundamentación Social

Es importante considerar que la investigación se desarrolla en un territorio en donde los procesos de planificación son incipientes, demasiadamente básicos como para determinar mejoras significativas en las condiciones de vida de los pobladores.

Planificar adecuadamente el turismo local con enfoque de sostenibilidad es una necesidad inmediata del territorio, es por eso que para su elaboración será la población, autoridades, involucrados turísticos quienes deberán coadyuvar para el éxito de la propuesta, a la vez que durante el proceso son ellos los que se convierten en parte del mismo y se empoderan, facilitando así el proceso de sostenibilidad.

2.7 Fundamentación Legal

Según manifiesta la Constitución Política de la República del Ecuador:(Ecuador A. N., 2008)

Art. 279.- El sistema nacional descentralizado de planificación participativa organizará la planificación para el desarrollo. El sistema se conformará por un Consejo Nacional de Planificación, que integrará a los distintos niveles de gobierno, con participación ciudadana, y tendrá una secretaría técnica, que lo coordinará. Este consejo tendrá por objetivo dictar los lineamientos y las políticas que orienten al sistema y aprobar el Plan Nacional de Desarrollo, y será presidido por la Presidenta o Presidente de la República. Los consejos de planificación en los gobiernos autónomos descentralizados estarán

presididos por sus máximos representantes e integrados de acuerdo con la ley. Los consejos ciudadanos serán instancias de deliberación y generación de lineamientos y consensos estratégicos de largo plazo, que orientarán el desarrollo nacional.

Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados.

Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

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.

La Ley de Turismo del Ecuador determina que:

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: (Nacional, 1998)

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

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

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

Art. 58.- Los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

El Plan Nacional del Buen Vivir determina entre sus objetivos: (Desarrollo S. N., 2007)

Objetivo 3: MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LA POBLACIÓN.

“Buscamos condiciones para la vida satisfactoria y saludable de todas las personas, familias y colectividades respetando su diversidad. Fortalecemos la capacidad pública y social para lograr una atención equilibrada, sustentada y creativa de las necesidades de ciudadanas y ciudadanos”.

Objetivo 4: GARANTIZAR LOS DERECHOS DE LA NATURALEZA Y PROMOVER UN AMBIENTE SANO Y SUSTENTABLE.

“Promovemos el respeto a los derechos de la naturaleza. La Pacha Mama nos da el sustento, nos da agua y aire puro. Debemos convivir con ella, respetando sus plantas, animales, ríos, mares y montañas para garantizar un buen vivir para las siguientes generaciones”

Objetivo 11. ESTABLECER UN SISTEMA ECONÓMICO SOCIAL, SOLIDARIO Y SOSTENIBLE.

“Construimos un sistema económico cuyo fin sea el ser humano y su buen vivir. Buscamos equilibrios de vida en condiciones de justicia y soberanía. Reconocemos la diversidad económica, la recuperación de lo público y la transformación efectiva del Estado”.

Red de Inclusiones

GRÁFICO N° 02 Red de Inclusiones



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Constelación de Ideas

VARIABLE INDEPENDIENTE

GRÁFICO N° 03 Constelación de Ideas-Variable Independiente



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

VARIABLE DEPENDIENTE

GRÁFICO N° 04 Constelación de Ideas-Variable Dependiente



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

2.8 Categorías Fundamentales

PLAN ESTRATÉGICO

El Plan Estratégico es el resultado de la aplicación de metodologías en la planificación estratégica, de aquí se presentan algunas definiciones importantes:

El Plan Estratégico es un documento que recoge las principales líneas de acción, es decir, la estrategia, que una organización se propone seguir en el corto y medio plazo. Así, el Plan Estratégico se redacta en función de los principales objetivos que la organización pretende y en él se especifican las políticas y líneas de actuación concretas orientadas a la consecución de los objetivos y los intervalos de tiempo precisos que deben ser cumplidos para cada una de las acciones propuestas. (UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, 2008)

El Plan Estratégico es un documento en el que los máximos responsables de una empresa o institución establecen la estrategia a seguir en un periodo plurianual a través de unas líneas de actuación que sirvan de base para la gestión eficaz y eficiente de la organización. En el Plan Estratégico cada línea de actuación debe estar asignada a un responsable de alcanzar los objetivos establecidos con una serie de acciones específicas, así como el tiempo adecuado para llevarla a cabo. (UNIVERSIDAD MIGUEL HERNANDEZ DE ELCHE, 2009)

El plan estratégico es un documento oficial en el que los responsables de una organización (empresarial, institucional, no gubernamental...) reflejan cual será la estrategia a seguir por su compañía en el medio plazo. Por ello, un plan estratégico se establece generalmente con una vigencia que oscila entre 1 y 5 años. (AGLOOB, 2009).

Sin embargo es necesario conocer conceptos relevantes sobre planificación estratégica y otros criterios importantes para llevar un proceso adecuado.

La Planificación Estratégica, es el conjunto de acciones formalmente establecidas cuyo seguimiento permite a las organizaciones diseñar y desarrollar una o varias estrategias para realizar su misión, alcanzar su visión y cumplir sus objetivos, de acuerdo con los principios de eficiencia y calidad. (Maldonado, 2004)

Sun Tzú, el más antiguo de los estrategas modernos (siglo IV A.C) y que durante 25 siglos ha influido el pensamiento militar del mundo no conoció el término planeación estratégica, él hablaba de la estrategia ofensiva. En el Capítulo VIII (Las Nueve Variables), versículo 9, de su libro El Arte de la Guerra, dice: "El general (strategos) debe estar seguro de poder explotar la situación en su provecho, según lo exijan las circunstancias. No está vinculado a procedimientos determinados." (Amadis, 2009).

Como lo manifestaba (Baidaba, 1995)escribía sobre las tres cosas en que debía concentrarse la atención del gobernante: 1)"...analizar cuidadosamente los hechos pasados y las razones de su fracaso, hacer un balance de los beneficios y perjuicios que le han traído.." ; 2)"Otra reside en el estudio cuidadoso de la situación en su hora presente y de sus aspectos buenos y malos, explotar las buenas oportunidades en tanto pueda, y evitar todo lo que pueda causar pérdidas y fracasos" y 3)"La tercera de estas cosas reside en el estudio del futuro y de los éxitos o fracasos que a su juicio le reserva, preparase bien para aprovechar las buenas oportunidades y estar atento contra todo lo que teme". (Amador Posadas, 2002)

Más tarde, Nicolás Maquiavelo en su libro El Príncipe también explica la necesidad de la planeación para la realización de un buen gobierno. Aunque

hay diversos ejemplos a través de la historia, los precedentes son una muestra representativa acerca de cómo se desarrollaba el pensamiento estratégico.

En la época moderna, al finalizar la segunda guerra mundial, las empresas comenzaron a darse cuenta de algunos aspectos que no eran controlables: la incertidumbre, el riesgo, la inestabilidad y un ambiente cambiante. Surgió, entonces, la necesidad de tener control relativo sobre los cambios rápidos. Como respuesta a tales circunstancias los gerentes comienzan a utilizar la planificación (planeación) estratégica. (Yeidy, 2007)

A. Definiciones

- La planificación estratégica puede definirse como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones en una organización.
- Planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación. (Ruiz, 2007)
- La planeación estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo (Kotler, 1990).
- La planeación estratégica es engañosamente sencilla: analiza la situación actual y la que se espera para el futuro, determina la dirección de la empresa y desarrolla medios para lograr la misión. En realidad, este es un proceso muy complejo que requiere de un

enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a la organización y confrontarlos con las capacidades de la empresa (Koontz y Weihrich, 1994).(Cohuo, José, 2006)

B. Elementos

La planeación estratégica se realiza a nivel de la organización, es decir, considera un enfoque global de la empresa, como todo planeamiento se hace en una ambiente de incertidumbre es móvil y flexible, cada cierto tiempo se debe analizar y hacer los cambios que fueran necesarios. Asimismo, es un proceso interactivo que involucra a todos los miembros de la empresa, los cuales deben estar comprometidos con ella y motivados en alcanzar los objetivos.

- Declaración de la visión
- Declaración de la misión y establecimiento de valores
- Análisis externo de la empresa
- Análisis interno de la empresa
- Establecimiento de los objetivos generales
- Diseño, evaluación y selección de estrategias
- Diseño de planes estratégicos

C. Etapas

Formulación de las Estrategias: incluye el desarrollo de la misión del negocio, la identificación de las oportunidades y amenazas externas a la organización, la determinación de las fuerzas y debilidades internas, el

establecimiento de objetivos a largo plazo, la generación de estrategias alternativas, y la selección de estrategias específicas a llevarse a cabo.

Implantación de Estrategias: requiere que la empresa establezca objetivos anuales, proyecte políticas, motive empleados, y asigne recursos de manera que las estrategias formuladas se puedan llevar a cabo; incluye el desarrollo de una cultura que soporte las estrategias, la creación de una estructura organizacional efectiva, mercadotecnia, presupuestos, sistemas de información y motivación a la acción.

Evaluación de Estrategias: (a) revisar los factores internos y externos que fundamentan las estrategias actuales; (b) medir el desempeño, y (c) tomar acciones correctivas. Todas las estrategias están sujetas a cambio. (Carreto, Planeación Estratégica, 2008)

D. Estrategia

Así determina (Carreto, Planeación Estratégica, 2009) que la estrategia es el único camino por el cual la organización genera valor. Menos del 10% de los planes estratégicos tienen éxito. En el 70% de los casos, el problema se debe a una mala estrategia o a una mala ejecución. Las estrategias pueden variar pero no las herramientas para su medición. Se estima que el equipo gerencial ocupa menos de una hora al mes a la estrategia.

La palabra estrategia se ha utilizado de muchas maneras y en diferentes contextos a lo largo de los años. Su uso más frecuente ha sido en el ámbito militar, donde el concepto ha sido utilizado durante siglos. El término estrategia viene del griego *strategos* que significa “un general”. A su vez, esta palabra proviene de raíces que significan “ejercito” y “acaudillar”. El

verbo griego, stratego significa “planificar la destrucción de los enemigos en razón del uso eficaz de los recursos”

En el caso de los empresarios modernos con inclinación competitiva, las raíces del concepto de estrategias se presentan con un atractivo evidente. Aunque los estrategas de las empresas no proyectan la destrucción de sus competidores en el mercado, sí tratan de vender más que sus rivales y obtener más y mejores resultados que ellos.(Carreto, Planeación Estratégica, 2008)

Dentro de los diferentes puntos de vista tenemos que los primeros estudiosos que ligaron el concepto de estrategia a los negocios fueron Von Neumann y Morgenstern, en su obra la teoría del juego. Allí definieron la estrategia como la serie de actos que ejecuta una empresa, los cuales son seleccionados de acuerdo con una situación concreta.

Peter Drucker, en su libro *The Practice of Management* (1954), afirmaba que la estrategia requiere que los gerentes analicen su situación presente y que la cambien si es necesario. Parte de su definición partía de la idea que los gerentes deberían saber qué recursos tenía su empresa y cuáles debería tener.

Alfred Chandler definió estrategia empresarial, en su obra *Strategy and Structure* (1962), basado en su análisis de cuatro grandes de la industria estadounidense, a principios del siglo XX: DuPont, Estándar Oil of New Jersey, General Motor y Sears Roebuck. Chandler definió la estrategia como el elemento que determinaba las metas básicas de una empresa, a largo plazo, así como la adopción de cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para alcanzar estas metas.

Kenneth Andrews, colega de Chandler en Harvard, ofreció una definición similar, “La estrategia representa un patrón de objetivos, propósitos o metas, así como las políticas y los planes principales para alcanzar estas metas, presentándolos de tal manera que permiten definir la actividad a la que se dedica la empresa, o la cual se dedicará, así como el tipo de empresa que es o será”(Pimentel, 1999).

PLANIFICACIÓN

“La planificación es una disciplina metodológica como un proceso de reflexión y acción racional que permite determinar lo que se ha de hacer en el presente o en el futuro para lograr los objetivos proyectados. En fin, es la previsión de las actividades y de los recursos, tanto humanos como materiales para el logro de los objetivos que se desean alcanzar, es un proceso para determinar a donde ir de la manera más eficiente y económica posible”.(Bonilla, 2006)

También, “la planificación es un proceso para la toma de decisiones en cuanto a mantener o transformar realidades, reflexionando sobre el presente pero con la mirada puesta en el futuro, usando los recursos necesarios”. (Bonilla, 2006).

Entonces, “la planificación es un proceso que nos lleva a prever el futuro de cualquier organización”. (Bonilla, 2006).

La planificación cumple dos propósitos principales en las organizaciones: el protector y el afirmativo. El propósito protector consiste en minimizar el riesgo reduciendo la incertidumbre que rodea al mundo de los negocios y definiendo las consecuencias de una acción administrativa determinada. El propósito

afirmativo de la planificación consiste en elevar el nivel de éxito organizacional.

Un propósito adicional de la planificación consiste en coordinar los esfuerzos y los recursos dentro de las organizaciones. Se ha dicho que la planificación es como una locomotora que arrastra el tren de las actividades de la organización, la dirección y el control.(ECURED, 2007)

Por otro lado, se puede considerar a la planificación como el tronco fundamental de un árbol imponente, del que crecen las ramas de la organización, la dirección y el control. Sin embargo, el propósito fundamental es facilitar el logro de los objetivos de la empresa. Implica tomar en cuenta la naturaleza del ámbito futuro en el cual deberán ejecutarse las acciones planificadas.

La planificación es un proceso continuo que refleja los cambios del ambiente en torno a cada organización y busca adaptarse a ellos.

Uno de los resultados más significativos del proceso de planificación es una estrategia para la organización.

En prácticamente todas las anteriores definiciones es posible hallar algunos elementos comunes importantes: el establecimiento de objetivos o metas, y la elección de los medios más convenientes para alcanzarlos (planes y programas).

Implica además un proceso de toma de decisiones, un proceso de previsión (anticipación), visualización (representación del futuro deseado) y de predeterminación (tomar acciones para lograr el concepto de adivinar el futuro). Todo plan tiene tres características: primero, debe referirse al futuro,

segundo, debe indicar acciones, tercero, existe un elemento de causalidad personal u organizacional: futurismo, acción y causalidad personal u organizacional son elementos necesarios de todo plan. Se trata de construir un futuro deseado, no de adivinarlo.

Existen diversas clasificaciones acerca de la planificación. Según Stoner, los gerentes usan dos tipos básicos de planificación. La planificación estratégica y la planificación operativa. La planificación estratégica está diseñada para satisfacer las metas generales de la organización, mientras la planificación operativa muestra cómo se pueden aplicar los planes estratégicos en el quehacer diario.

Los planes estratégicos y los planes operativos están vinculados a la definición de la misión de una organización, la meta general que justifica la existencia de una organización. Los planes estratégicos difieren de los planes operativos en cuanto a su horizonte de tiempo, alcance y grado de detalle. (Armas & Fernández, 2006)

En cualquier caso, con la planificación, lo que se pretende es prevenir el futuro en términos cualitativos y cuantitativos, de forma tal que podamos establecer la plantilla ideal indicándonos las categorías excedentes, los puestos deficitarios, así como los criterios orientadores necesarios para la acción.

Lo mismo hay que prever la mano de obra necesaria para los momentos de expansión, como evitar la improvisación en circunstancias en que, por disminuir el volumen de actividad de la empresa, quede desocupado un contingente importante de personas que no conviene o no se puede despedir. En definitiva, la planificación permite la adecuada adaptación de la empresa a las necesidades de cada momento.

El concepto de la planificación recoge, además de la planificación de plantillas, la planificación de las necesidades de personal, es decir, las características de la plantilla futura, que implicaría un análisis previo y la correspondiente valoración de los puestos de trabajo, así como un estudio de la estructura organizativa de la empresa actual y futura.

Para planificar el administrador debe escudriñar en un futuro caracterizado por la incertidumbre, a fin de obtener un conocimiento o una visión lo más aproximada posible de lo que sucederá en ese futuro, para luego definir los planes de acción que sean necesarios para alcanzar los resultados que se desean. (Riquelme, 2005)

La planificación implica un proceso consciente de estudio y selección del mejor curso de acción a seguir, frente a una variedad de alternativas posibles y factibles de acuerdo a los recursos disponibles.

La actividad de planificar abarca un amplio campo de decisiones que incluye: la definición de un objetivo, la materialización de un plan y programa, la fijación de políticas, la determinación de normas y procedimientos, todos necesarios para el desarrollo eficiente de las operaciones de la empresa y del logro de sus objetivos, en consecuencia se puede definir la planificación como la concepción anticipada de una actividad de acuerdo a una evaluación racional entre fines y medios. Se dice también, que la planificación es prever el futuro.

La planificación tiene como objetivo o fin último la eliminación al máximo de los imprevistos, es decir, lograr los objetivos y metas de la empresa con el máximo de ventajas, el mínimo de desventajas, el mínimo de riesgos y optimizando al máximo el uso de los recursos humanos, materiales y financieros con que cuenta la empresa. (Sanhueza, 2007).

DESARROLLO LOCAL

Un buen número de estudios sobre el tema utilizan este concepto en forma intercambiable con expresiones como desarrollo regional, desarrollo comunitario o incluso desarrollo rural para referirse a fenómenos que, con algunas variantes, se refieren a asuntos seleccionados con el desarrollo económico de unidades territoriales subnacionales de características diversas, en otros casos se conceptualiza de acuerdo con parámetros que expresan un mejor o peor desempeño de la economía subnacional, típicamente medido según:

- ✓ Medidas de productividad como el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita o el valor agregado bruto en la manufactura por empleado.
- ✓ Los niveles, cambios, y/o duración del empleo o del desempleo.
- ✓ Algunas variables demográficas como el cambio en población o el nivel de inmigración neta. Algunos indicadores del mercado de bienes raíces tales como el ritmo de crecimiento de las solicitudes de construcción o los precios promedio de las casas-habitación. (Unidad de Desarrollo Local Universidad de Granada, 2008)

El Banco Mundial, define al desarrollo local como un fenómeno “relacionado con personas trabajando juntas para alcanzar un crecimiento económico sustentable que traiga beneficios económicos y mejoras en calidad de vida para todas en la comunidad”. (Emprendedores, 2011)

La **comunidad** se define aquí como una ciudad, pueblo, área metropolitana o región subnacional.”

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) sugiere que el desarrollo local puede ser visto “como un proceso por medio del cual un cierto número de instituciones y/o personas locales se movilizan en una localidad determinada con el fin de crear, reforzar y estabilizar actividades utilizando de la mejor manera posible los recursos del territorio.” (Internacional, 2010)

“El objetivo del desarrollo se relaciona con la valuación de las libertades reales que disfruta la gente en una población determinada...La discusión sobre los medios y los fines del desarrollo nos llama a colocar la perspectiva de la libertad en el centro del escenario. Las personas deben ser vistas, bajo este enfoque, como agentes activamente involucrados dada la oportunidad en la construcción de su propio destino y no solamente como receptores pasivos del fruto de ingeniosos programas de desarrollo”. (Internacional, 2010).

Así, definiciones más amplias incluyen aspectos como las necesidades culturales y la identidad de la comunidad, así como la toma de decisiones políticas y la participación de grupos de individuos en la construcción de las políticas públicas.

Según manifiesta (Pérez, 2005) Región o localidad: “Es una población (de seres humanos) en proximidad territorial que se encuentra ligada por necesidad histórica o por elección a una ubicación geográfica particular”.

El ámbito del desarrollo sostenible puede dividirse conceptualmente en tres partes: ambiental, económica y social. Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la bonanza económica. El triple resultado es un conjunto de indicadores de desempeño de una organización en las tres áreas.

Deben satisfacerse las necesidades de la sociedad como alimentación, ropa, vivienda y trabajo, pues si la pobreza es habitual, el mundo estará encaminado a catástrofes de varios tipos, incluidas las ecológicas. Asimismo, el desarrollo y el bienestar social, están limitados por el nivel tecnológico, los recursos del medio ambiente y la capacidad del medio ambiente para absorber los efectos de la actividad humana.

Ante esta situación, se plantea la posibilidad de mejorar la tecnología y la organización social de forma que el medio ambiente pueda recuperarse al mismo ritmo que es afectado por la actividad humana. (Desarrollo C. d., 1992)

TURISMO SOSTENIBLE

Los datos acerca de las consecuencias del turismo son contradictorios, por una parte tenemos claras repercusiones positivas: creación de empleo, incremento de ingresos económicos, evitación de migraciones por falta de trabajo, mejora del nivel cultural de la población local y apertura a costumbres más libres, intercambios culturales en ambos sentidos, de modos de vida, sensibilización de turistas y población local hacia el medio ambiente, etc.

Por otra parte están las consecuencias negativas, tan importantes como las anteriores: incremento en el consumo de suelo, agua, energía, destrucción de paisajes, aumento de la producción de residuos y aguas residuales, alteración de los ecosistemas, introducción de especies exóticas de animales y plantas, inducción de flujos de población hacia poblaciones turísticas, aumento de incendios forestales, tráfico de personas y drogas, etc.

Se hacen necesarias medidas efectivas para lograr que, como reclama Naciones Unidas, las actividades turísticas se organicen en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y paisajes receptores, de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica y, debemos añadir, cultural. (Vilches, 2011)

"El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida".(Unidas, 2011)

Esta definición de turismo sostenible (turismo responsable, ecoturismo, turismo "slow"...), se ha traducido en la consideración de una serie de requisitos que la OMT (1994) considera fundamentales para la implantación de la Agenda 21 en los centros turísticos:

- La minimización de los residuos.
- Conservación y gestión de la energía.
- Gestión del recurso agua.
- Control de las sustancias peligrosas.
- Transportes.
- Planeamiento urbanístico y gestión del suelo.
- Compromiso medioambiental de los políticos y de los ciudadanos.

- Diseño de programas para la sostenibilidad.
- Colaboración para el desarrollo turístico sostenible.

Se hacen necesarias medidas efectivas para lograr que, como reclama Naciones Unidas, las actividades turísticas se organicen “en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y paisajes receptores (...) de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica” (Hickman, 2007) y, habría que añadir, cultural. (LLerena, 2008)

Según la OMT(Unidas, 2011), los principios que definen el turismo sostenible son:

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características hacen al turismo sostenible una herramienta estrategia de desarrollo económico local. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica. A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más

oportunidades para el surgimiento de empresas locales (hay que tener en cuenta que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por PYME). Y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes.

Las previsiones de los economistas internacionales son el continuo turismo y el crecimiento, que oscila entre tres y seis por ciento anual, dependiendo de la ubicación. Como uno de los más grandes del mundo y de industrias de más rápido crecimiento, este crecimiento continuo pondrá gran énfasis en la diversidad biológica resto de los hábitats y las culturas indígenas, que a menudo se utilizan para apoyar el turismo de masas.

Los turistas que promover el turismo sostenible son sensibles a estos peligros y tratar de proteger a los destinos turísticos, y para proteger el turismo como una industria. Turismo sostenible puede reducir el impacto del turismo en muchas maneras, incluyendo:

- Informar a sí mismos de la cultura, la política y la economía de las comunidades visitadas;
- La anticipación y el respeto de las culturas locales las expectativas y los supuestos;
- contribuir a la comprensión intercultural y la tolerancia;
- El apoyo a la integridad de las culturas locales en favor de las empresas que conservar el patrimonio cultural y los valores tradicionales.

- Apoyar las economías locales mediante la compra de productos locales y la participación con los pequeños, las empresas locales.
- La conservación de los recursos por la búsqueda de empresas que sean ambientalmente conscientes, y utilizando la menor cantidad posible de recurso no renovables.

Impactos económicos

El turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales. Antes de la década de 1970, asumidas estas premisas y con el turismo internacional de masas recién estrenado, pocos investigadores se habían parado a estudiar los costes económicos que suponía para las sociedades anfitrionas esta actividad. Pero en esa década empezaron a ser evidentes.

Así, es cierto que el turismo genera empleo, pero en muchas ocasiones para la población local es un empleo estacional y poco cualificado. Además, suele tratarse de un empleo inestable: el turismo es un sector con grandes vaivenes, y las zonas de destino se tienen que enfrentar con la competencia de otras nuevas que surgen gracias al desarrollo de los medios de transporte.

También es verdad que se modernizan las infraestructuras, pero según las prioridades turísticas y no según un desarrollo endógeno y equilibrado con las otras actividades productivas.

La revalorización de los recursos autóctonos se materializa muchas veces en procesos inflacionarios, derivados de un aumento de la demanda de la tierra,

el agua o los alimentos; el resultado es el encarecimiento de la canasta familiar, la dificultad de acceder a una vivienda o la expulsión de campesinos por el aumento de las rentas agrarias. El turismo impulsa algunas actividades productivas, como la construcción, pero también pone en peligro otras tradicionales, como hemos visto en el caso de la agricultura.

Igualmente, es discutible la capacidad del turismo de generar ingresos en los países de destino, ya que son los países de origen los que más se benefician de esta actividad: compañías de vuelo y grandes establecimientos hoteleros suelen pertenecer a multinacionales del Norte, además de que los operadores de estos países tienen capacidad de imponer precios a sus “socios” del Sur.(AGENDA DE LAS MUJERES, 2005)

Ernest Cañada, miembro de Sodepau-ACASC, comenta que, a modo de ejemplo de estos procesos, nos podemos referir a primigenias zonas de atracción turística como las Antillas o Hawái en la década de 1960 y principios de la siguiente. El desarrollo turístico llevó a sustituir tierra agrícola por tierra urbanizable, y al campesino por el obrero de la construcción o el trabajador del sector servicios. En pocos años, se redujo la soberanía alimentaria y fue necesaria la importación de los alimentos, más caros y a los que sólo se podía acceder en el mercado. Finalmente, cabe señalar que en determinadas zonas donde se ha hecho una apuesta por el turismo como principal medio de desarrollo, se ha observado que genera problemas semejantes a los de economías basadas en la agricultura de monocultivo para la exportación, tales como la dependencia de los precios del mercado internacional, muy fluctuantes, o un alto nivel de riesgo derivado de la escasa diversificación.(Wikipedia Enciclopedia Libre, 2012).

Impactos medio ambientales

Curiosamente, uno de los factores que favorece la aparición del turismo en una zona, el paisaje, suele mostrarse especialmente frágil con su desarrollo. Ya hemos visto como la llegada de turistas tiende a cambiar el uso de los recursos naturales. Pero más allá de ello, muchas veces tiende a sobreexplotarlos.

El turismo de masas se ha mostrado especialmente violento con el medio ambiente: urbanización de zonas naturales o no integrada en el paisaje, sobreutilización del recurso del agua, problemas relacionados con el tratamiento de las basuras, contaminación del agua por los residuos líquidos, destrucción de monumentos históricos, contaminación del aire por el uso de vehículos y calefacción, cambios en el paisaje para favorecer actividades de ocio como el golf o el esquí, etc.

Estos procesos son más incisivos en los países del Sur, donde las normativas medio ambientales suelen ser más laxas para favorecer la industria turística y los recursos naturales son presa fácil de la especulación. Como ejemplo se puede señalar la crisis ecológica que está padeciendo la costa de Quintana Roo, en México, a causa del desmedido desarrollo de centros turísticos como Cancún o Cozumel.(Wikipedia Enciclopedia Libre, 2012).

Pero no sólo el turismo de masas incide sobre el medio ambiente. Formas de turismo alternativo también pueden hacer un uso no sostenible de los recursos. Bajo el concepto “turismo alternativo” se agrupan diversas formas de turismo que, a veces, buscan un desarrollo sostenible de la actividad, pero otras sólo expresan la contraposición al turismo de masas. No obstante, aunque sea sólo porque se trata de turismo a pequeña escala, las formas

alternativas de turismo suelen conllevar mucha menos alteración en el paisaje.

Por el contrario hay ocasiones, cuando el paisaje es el principal valor turístico, que las instituciones públicas llegan a establecer normas conservacionistas extremas, hasta el punto de impedir el desarrollo normal de actividades tradicionales y sin entender que el ser humano tiene también un papel en el ecosistema.(Wikipedia Enciclopedia Libre, 2012).

Impactos socioculturales

En ocasiones se ha señalado que el turismo puede tener beneficios positivos al permitir la interrelación entre culturas diferentes. No obstante, los impactos socioculturales detectados suelen ser negativos para la sociedad anfitriona. Uno de los aspectos más destacados es la tendencia a acelerar cambios culturales que despojan de su significado a los elementos culturales para dejarlos sólo en lo epifenoménico, lo “visible”, que es tratado como una mercancía más. En Kenia, uno de los países africanos más turísticos, es común que etnias autóctonas representen danzas y rituales como atracción para los turistas fuera de su contexto cultural. (Wikipedia Enciclopedia Libre, 2012).

La artesanía es un ámbito en el que estos procesos se dan con asiduidad: además de cambiar de finalidad (de bien de uso a mercancía), los modelos artesanales se homogeneizan según los supuestos gustos occidentales.

El desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social. Y es que los beneficios que se quedan en la zona de destino no se suelen repartir

uniformemente, sino que tienden a ser monopolizados por un sector minoritario de la población. (AGENDA DE LAS MUJERES, 2005)

Ante esta situación, el turismo responsable no aparece como un tipo o modelo de turismo específico, sino como un movimiento:

Que busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales;

Que denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer;

Que valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

Desde esta forma de entender el turismo responsable, el problema no consiste, solamente, en considerar que el turismo pueda ser un motor de desarrollo al que hay que ponerle algunos mecanismos correctores ante los riesgos que entraña.

Para Jordi Gascón, miembro de la Xarxa de Consum Solidari, se trata de una cuestión de perspectiva previa: el turismo, como cualquier otro nuevo recurso que genera beneficios, se convierte en un espacio de confrontación social. Un recurso en el que los distintos sectores sociales implicados no necesariamente tienen los mismos intereses, sino que muchas veces, al contrario, tienen posiciones claramente opuestas.(Wikipedia Enciclopedia Libre, 2012).

De esta forma, a pesar de que el turismo internacional en los países del Sur generalmente supone un aumento de los problemas para la mayor parte de la población, también puede implicar un potencial de desarrollo de sectores marginados de esas mismas zonas.

Gobierno y Ciudadanía ante el Turismo Sostenible

El Gobierno de España parece que está apostando por un turismo sostenible donde no sólo se obtenga beneficio económico sino que, ante todo, se cuide el medio. Poco a poco se está luchando por políticas medioambientales pero aún no se ha llegado a la meta.

Antes eran pocas personas las que conocían la existencia de este tipo de turismo y sin embargo en la actualidad son ya muchas las que lo practican. No obstante, aún debería aumentar este sector aunque cabe señalar que la evolución ha sido favorable ya que no hace tanto que el turismo de naturaleza ha aparecido en las ofertas vacacionales. Por ello, esperemos que el desconocimiento se deba a la juventud del mismo y que de aquí a unos años sean cientos de personas las que viajen de forma responsable. Una buena campaña publicitaria, en la que se mostrasen todos los beneficios, sería un buen comienzo para la proliferación del mismo.

La Sostenibilidad como principio rector del desarrollo turístico implica la necesaria planificación del turismo en el medio natural, lo que significa la utilización de las metodologías de planificación turística, evaluando de forma significativa los impactos sociales y ambientales de los actividades turísticas para que las mismas se adecuen a la filosofía de un turismo sostenible que explote los recursos sin degradarlos.(Calderòn, 2010)

El turismo actual debe focalizar sus esfuerzos en la calidad, puesto que en las coordenadas actuales no puede concebirse un turismo en entornos degradados o masificados, ya que en el peculiar entramado del turismo la motivación fundamental de los flujos de demanda no es otra que el conocimiento, descubrimiento y familiarización con el *genius loci* del territorio entendido este como activo patrimonial en todas sus dimensiones (natural, cultural, étnico, gastronómico, artístico, etc.) de ahí que la calidad ecológica del entorno ambiental sea un factor esencial en la competitividad de un destino turístico, de donde se deriva la necesidad de implantar una estrategia de Sostenibilidad en la implantación y gestión del desarrollo turístico a nivel territorial.(BUENAS TAREAS, 2011)

La OMT, recepcionando y procesando los postulados básicos de la sostenibilidad en su aplicación al campo del turístico, define al desarrollo turístico sostenible como aquel que “atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistema que sostienen la vida” (Unidas, 2011)

SOSTENIBILIDAD

Según manifiesta (Capece, 1997), se define también como "la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación”.

La Carta de Lanzarote (Canarias en 1995), producida por los asistentes a la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, expresa que siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende.(ASO. MONITORES MEDIOAMBIENTALES ALMIJARA, 2008)

Sostenibilidad en el BID significa reducir la pobreza y promover el crecimiento económico que asegura a largo plazo los beneficios sociales, ambientales y económicos aspirados en la creación del BID. El Banco ayuda a los países de América Latina y el Caribe a mantener y realzar su capital natural y social para el desarrollo.

El Banco reconoce que los ecosistemas naturales son críticos para el crecimiento económico y la reducción de pobreza. También reconoce que la inclusión de grupos tradicionalmente excluidos como pueblos indígenas, mujeres, o aquellos con discapacidades es fundamental para el desarrollo significativo. (Desarrollo B. I., 2010)

Las redes de la sostenibilidad se extienden cada día más, para fortuna del turismo y la naturaleza; y, en los últimos dos años un importante grupo de empresas turísticas ecuatorianas se han sumado a ellas.

La decisión les abrió la posibilidad de recibir asistencia en el manejo de operaciones social y ambientalmente responsables, como parte del Programa de Buenas Prácticas y Certificación Turística Sostenible.

El apoyo para la implementación de las buenas prácticas lo reciben de la organización conservacionista internacional Rainforest Alliance (Alianza para Bosques), gracias al respaldo financiero del Fondo Multilateral de Inversiones

del Banco Interamericano de Desarrollo, la Fundación Overbrook, Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, el Fondo para el Medio Ambiente Mundial/Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, la Fundación Citigroup y la Asociación de Tour Operadores Internacionales de Galápagos.

El turismo es uno de los sectores más dinámicos de la economía a nivel mundial, por lo que se pretende que su desarrollo en el contexto actual sea económicamente viable, socialmente compatible y que ocasione el menor daño posible de los recursos de la zona donde tiene lugar. Esto no es más que garantizar que esta actividad sea sostenible. Para ello, el desarrollo de un sistema de indicadores que permitan gestionar la sostenibilidad sobresale como una de las principales opciones a tener en cuenta.(DIARIO HOY ONLINE, 2010).

Principios Básicos de Sostenibilidad

Toda actividad turística que realmente pretenda definirse como sostenible debe considera los siguientes aspectos:

- Uso adecuado de los recursos naturales
- Respeto por la diversidad Socio-Cultural
- Asegurar prácticas empresariales adecuadas

(Moreira, 2011)

TURISMO

Según manifiesta OMT. ONU (Unidas, 2011)“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado”.

Impacto económico del turismo

El turismo es una actividad cuyo crecimiento progresivo tiene impactos cada vez más importantes en el ámbito cultural, social y económico de un país. Esto es así porque produce efectos en la balanza de pagos, en las inversiones y en la construcción, y en el mejoramiento del transporte, lo que a su vez repercute en el empleo y en definitiva, en el bienestar de los miembros de una comunidad.

Abordaje estadístico del turismo

El abordaje estadístico del fenómeno “turismo” en su aspecto económico puede hacerse desde el punto de vista de la demanda o desde el punto de vista de la oferta.

La demanda se define en función de:

- Perfil de los visitantes (sexo, edad, nivel educativo, nivel de ingresos, etc)
- Medio de transporte utilizado

- Tipo de alojamiento utilizado
- Destinos elegidos
- Período y duración de la estadía
- Finalidad o motivo del viaje
- Actividades desarrolladas en el lugar visitado
- Su impacto económico en las diferentes ramas de actividad, en la ocupación y en las inversiones.
- La oferta, se define en función de las ramas de actividad relacionadas con la satisfacción del consumo turístico:
- Hoteles y establecimientos similares
- Inmuebles en alquiler para el turismo
- Restaurantes, cafés
- Transportes
- Agencias de viaje y operadores de turismo.

El turismo es considerado como potencial patrón de especialización competitiva para los países de la región. En este contexto, la focalización en los trabajadores, en su educación y formación para el trabajo así como en sus condiciones laborales, aparecen como claves para lograr especialización y competitividad. En efecto, las condiciones del recurso humano y la calidad del empleo condicionan la calidad de los servicios turísticos. Dentro del

recurso humano las mujeres están ampliamente representadas. Sin embargo, enfrentan peores condiciones laborales que los varones.

En los últimos años se ha observado que el sector turismo tiene un inmenso potencial para ayudar en la lucha contra la pobreza en Ecuador. Es el sector que mayores oportunidades brindan para crear nuevos puestos de empleo tanto en el área urbana como rural; tiene posibilidades de incorporar a actividades del sector moderno e informal de la economía, así como a personas con alta, media y baja calificación; tiene un potencial notable para generar comercio e inversiones directamente en el plano local y puede proteger las tradiciones culturales y el patrimonio del país.

En Ecuador, los altos índices de pobreza y el desempleo que se registran en varios de los cantones con vocación turística, obligan a los gobiernos locales a promover el desarrollo económico del sector e impulsar políticas que favorezcan la generación de empleo e ingresos como parte de una estrategia multidimensional de combate a la pobreza. La creación de plazas de trabajo en el turismo es más efectiva si se vinculan los procesos de planificación y gestión sectorial con las políticas de empleo y las políticas de género, por lo que este trabajo pretende ser un aporte en este sentido.

El turismo es una actividad productiva y no extractiva que aglutina a una amplia gama de sectores y de servicios: alojamiento, restaurantes, transporte, abastecimiento de alimentos y de insumos, recreación, operadores de tours, agencias y producción artesanal. Además, la actividad turística se encuentra relacionada con otras ramas como la construcción, telecomunicación, manufactura y comercio y por lo tanto es un sector privilegiado para generar empleo.

En consecuencia, el sector ofrece empleos en toda la gama de calificación laboral; abarca tanto grandes cadenas multinacionales como pequeñas y microempresas; en él coexiste el sector moderno de la economía con el sector informal; demanda mano de obra local y se realiza tanto a nivel urbano como rural, permitiendo distribuir el empleo geográficamente (Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 2000). Esto último posibilita una redistribución territorial de las oportunidades de acceder a ingresos.

En el mismo sentido se destaca que los empleos y negocios turísticos pueden crearse en las zonas menos desarrolladas de un país, lo que incentiva la permanencia de los habitantes en la zona rural y por tanto contribuye a evitar la migración a las ciudades con mayor población, lo que muchas veces incrementa la pobreza en las áreas urbanas (Ordoñez, 2005)

2.9 HIPÓTESIS

La elaboración del Plan Estratégico incidirá en el desarrollo turístico sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

2.9 Señalamiento de Variables de la Hipótesis

2.9.1 VARIABLE INDEPENDIENTE: Plan Estratégico

2.9.2 VARIABLE DEPENDIENTE: Turismo Sostenible

CAPITULO III

METODOLOGÍA

La siguiente investigación se desarrollará en su proceso metodológico según lo detallamos a continuación:

3.1 Enfoque

El enfoque de la metodología se desarrollará en torno a un trabajo de campo estrictamente en una primera fase (**cualitativa**), para verificar la situación actual de la actividad turística en el territorio. de la localidad, así como tomar las coordenadas geográficas de los atractivos. Este proceso será participativo por la inclusión de los actores turísticos, públicos, privados y comunitarios de la localidad.

Será necesaria la aplicación de instrumentos de investigación (**cuantitativa**) que nos permitan identificar las necesidades y potencialidades del entorno. La información primaria obtenida, así como los instrumentos aplicados, nos permitirán contar con resultados serios, mismos que serán interpretados de manera real y técnica.

3.2 Modalidad Básica de la Investigación

La investigación estará apoyada en información secundaria, **documental** de experiencias anteriores, de proyectos e iniciativas similares referentes al tema de investigación;

La investigación también será **de campo**, pues será necesario conocer el territorio, los atractivos turísticos para analizar los enfoques de desarrollo.

Una tercera modalidad no menos importante y necesaria para la investigación es la de **Intervención Social**; pues los análisis, definiciones y propuestas deben ser construidas de manera participativa con los actores turísticos de la sociedad civil. Es importante aclarar que el ámbito participativo que es la parte medular de esta investigación, misma que se ejecutará a través de talleres, que sin duda permitirá tener resultados o indicadores importantes mediante la aplicación de los instrumentos de investigación definidos para su efecto

3.3 Nivel o Tipo de Investigación

Por sus objetivos es **aplicada**, ya que puede aplicarse su estudio en la institución ejecutora, para resolver problemas del entorno turístico local.

Es **explicativa**, pues pretende buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de **relaciones causa-efecto**. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas, como de los efectos, mediante la **prueba de hipótesis**. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

Por su alcance es **descriptiva** porque se va a narrar lo que acontece en la institución ejecutora y en el medio externo. Por su lugar es **de campo**-lugar de los hechos y por su naturaleza es **de acción**, ya que se aplicará inmediatamente para solucionar los problemas que existen en el desarrollo de la actividad turística.

Se buscará determinar el grado de relación y semejanza que pueda existir entre las dos variables determinadas en la investigación por ello es **correlacional** y no pretende establecer una explicación completa de la causa – efecto de lo ocurrido, solo aporta indicios sobre las posibles causas de un acontecimiento.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

El concepto de población en estadística va más allá de lo que comúnmente se conoce como tal. "Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones". Levin & Rubin (1996)

Para la investigación a realizar se define así la población: La Parroquia Rural San Pedro de Licán del Cantón Riobamba tiene una población de 7887 habitantes.

3.4.2 Muestra

La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudiamos las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global.

"Una muestra es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todos". Levin & Rubin (1996).

Para efectos de la presente investigación se considerará como muestra a todos los prestadores de servicios turísticos de la parroquia, autoridades e instituciones parroquiales, según el siguiente cuadro:

TABLA 01: Determinación de Muestra

ENCUESTADOS	TOTAL
AUTORIDADES PARROQUIALES	5
REGISTRO CIVIL	1
TENENCIA POLÍTICA	2
LIGA DEPORTIVA PARROQUIAL	1
REPRESENTANTES DE LA IGLESIA Y ANEXOS	2
POLICÍA NACIONAL	1
BARRIOS Y COMUNIDADES	35
SERVIDORES TURISTICOS (RESTAURANTES, CENTROS DE RECREACIÓN, TRANSPORTES)	15
ARTESANOS	5
ORGANIZACIONES COMUNITARIAS	3
TOTAL	70

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing. Javier Barahona Ibarra

No se ha aplicado la fórmula, ya que se han aplicado las encuestas al 100% de la muestra que para el caso de estudio es menor a 100 individuos, que es el total de la población turística del territorio.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TABLA 02: Operacionalización Variable Independiente

PLAN ESTRATÉGICO				
CONCEPTUALIZAR	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS E
				INSTRUMENTOS
<p><u>Herramienta</u> de diagnóstico, análisis, reflexión y <u>toma de decisiones colectivas</u>, en torno al quehacer actual y al <u>camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones</u>, para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr su viabilidad. La planificación estratégica debe ser entendida como un <u>proceso participativo</u>, que no va a resolver todas las incertidumbres, pero que permitirá trazar una línea de propósitos para actuar en consecuencia.</p>	HERRAMIENTA	Aplicación de Metodologías	¿Qué metodologías se aplican en la Planificación Estratégica?	Encuesta (Cuestionario Estructurado)
	TOMA DE DECISIONES COLECTIVAS	Posicionamiento y Credibilidad	¿Cómo incide la Planificación estratégica en el posicionamiento y credibilidad de la organización?	Entrevista
	ORGANIZACIONES	Nivel de Participación	¿Qué importancia tiene la Planificación estratégica en el futuro de la organización?	Entrevista (Preguntas pre-elaboradas)
	PROCESO PARTICIPATIVO	Inclusión Social	¿Qué actores sociales deben participar en el proceso de planificación?	Encuesta (Cuestionario Estructurado)

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 03: Operacionalización Variable Dependiente

TURISMO SOSTENIBLE				
CONCEPTUALIZAR	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS E
				INSTRUMENTOS
<p>Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa</p>	ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Incremento de Turistas	¿Qué oferta turística ha definido la Parroquia Licán?	Observación (Ficha)
	INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS	Nivel de Satisfacción	¿Cómo se evalúa el nivel de satisfacción del visitante y el residente?	Análisis Estadísticos
	JUSTICIA Y EQUIDAD	Mejoramiento de la Calidad de Vida del residente	¿Qué parámetros socio-económicos de la localidad podrían mejorar con un turismo sostenible?	Análisis Estadísticos

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

3.6 Plan de Recolección de la Información

La recolección de datos para esta investigación se realizará en función de la siguiente matriz:

TABLA 04: Plan de Recolección de Información

Preguntas básicas	Explicación
¿Para qué?	Para lograr los objetivos de la presente investigación
¿De qué personas u objetos?	Actores sociales y turísticos con influencia territorial
¿Sobre qué aspectos?	Plan Estratégico y Turismo Sostenible
¿Quién o quiénes?	Investigador
¿Cuándo?	2012
¿Dónde?	Parroquia Rural San Pedro de Licán
¿Cuántas veces?	Una vez
¿Qué técnicas de recolección?	Entrevista, encuesta, observación
¿Con qué?	Cuestionario estructurado
¿En qué situación?	Con apertura, sensibilidad, flexibilidad

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

3.7 Plan de Procesamiento y Análisis de la Información

3.7.1 Plan para el procesamiento de la Información

- ✓ Revisión crítica de la información recogida, es decir limpieza de la información recogida contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- ✓ Repetición de recolección en ciertos casos individuales para corregir fallas de contestación
- ✓ Tabulación de la información recogida

3.7.2 Análisis e interpretación de resultados

- ✓ Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis
- ✓ Interpretación de los resultados
- ✓ Comprobación de la hipótesis o pregunta directriz
- ✓ Establecimiento de las conclusiones y recomendaciones

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 RESULTADO N° 01

Diagnóstico de las condiciones actuales de planificación turística en la Parroquia Rural San Pedro de Licán, desde el Gobierno Autónomo Descentralizado local.

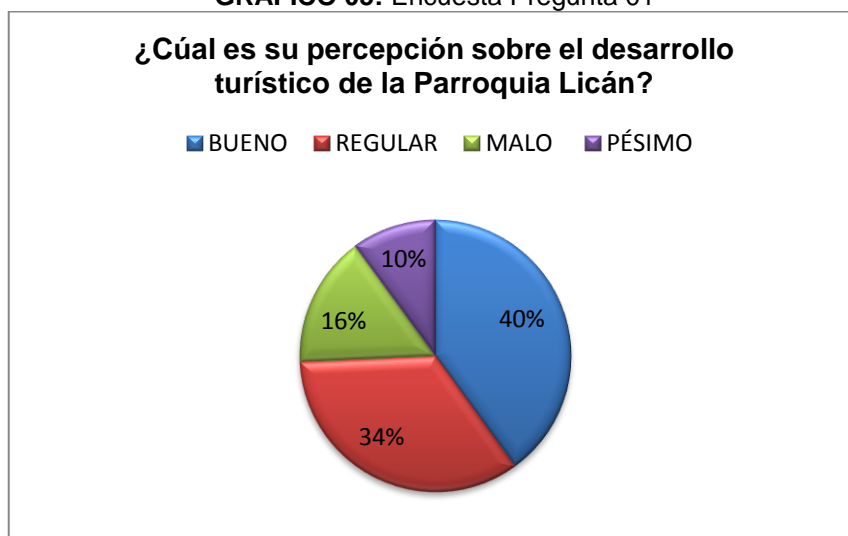
TABLA 05: Metodología de aplicación de encuestas

INSTRUMENTO UTILIZADO: ENCUESTA	
Duración de la encuesta	30 minutos
Nombre del entrevistador	Javier Gonzalo Barahona Ibarra
Muestreo de entrevistados	Autoridades Parroquiales, Deportivas, eclesiásticas, de Seguridad ciudadana, prestadores de servicios turísticos y dirigentes barriales y comunitarios.
Total de encuestados	70
Tipo de encuesta	Formal, personal
Materiales y equipos	Esferográficos, encuesta, encuesta.
Modalidad de la encuesta	Preguntas y respuestas previa presentación, conceptualizaciones generales y explicación de motivos para aplicación del instrumento

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

GRÁFICO 05: Encuesta Pregunta 01



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 06: Tabulación Encuesta Pregunta 01

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
BUENO	28	40
REGULAR	24	34
MALO	11	16
PÉSIMO	7	10
TOTAL	70	100

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

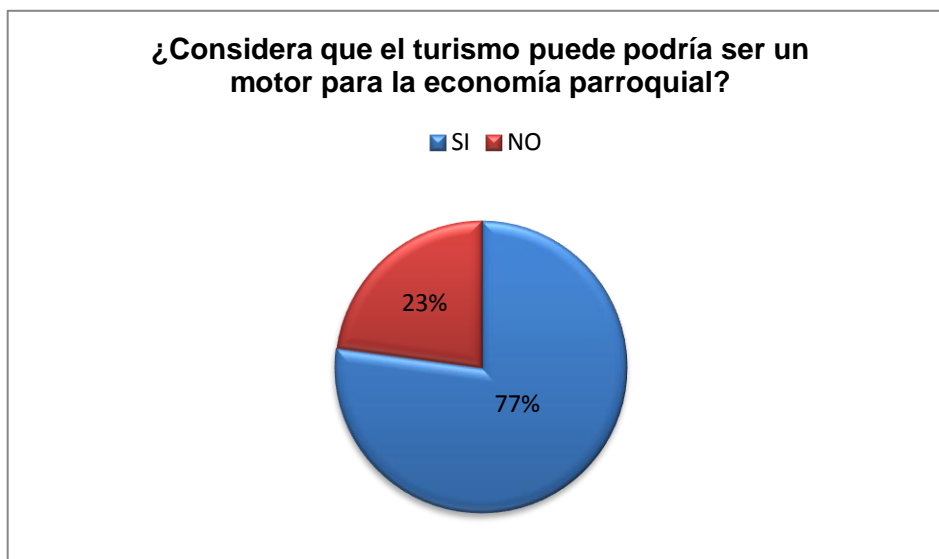
Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: del total de 70 encuestados, 28 tienen una percepción buena, 24 regular, 11 mala y 7 pésima sobre referente al desarrollo turístico de la parroquia.

Interpretación: Se determina que en porcentaje positivo el 74% de los encuestados manifiestan una percepción favorable sobre el desarrollo turístico del territorio.

Sin embargo, una percepción negativa del 26% entre malo y pésimo, por consideraciones presupuestarias y organizativas..

GRÁFICO 06: Encuesta Pregunta 02



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 07: Tabulación Encuesta Pregunta 02

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	54	77
NO	16	23
TOTAL	70	100

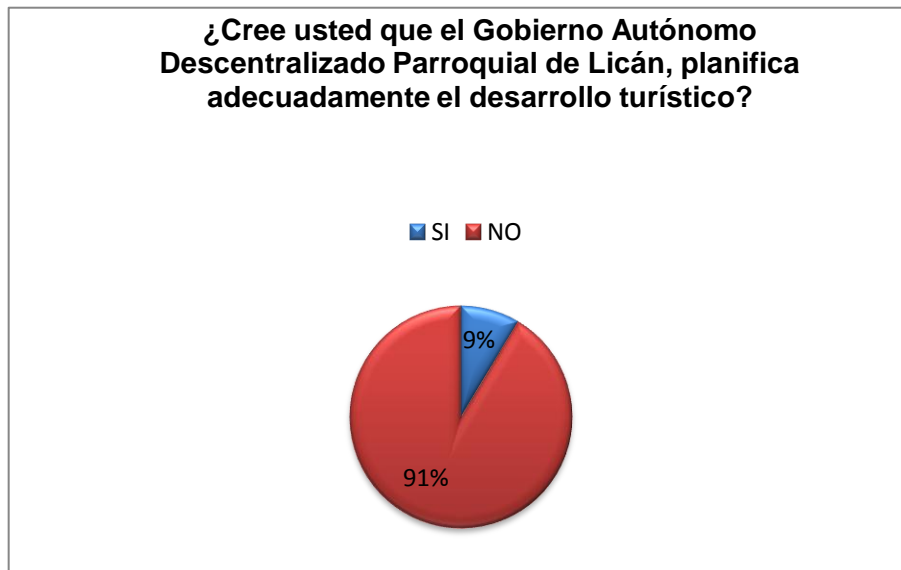
Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: del total de 70 encuestados, 54 manifiestan que el turismo podría ser un eje motor para la economía local, mientras que 16 consideran que no lo es.

Interpretación:Un porcentaje del 77% de los encuestados considera que existen las fortalezas que permiten que el turismo sea un motor dinamizador de la economía. El 23 % de encuestados sostiene que el turismo no será un dinamizador económico, pues actividades productivas y artesanales están a la vanguardia.

GRÁFICO 07: Encuesta Pregunta 03



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 08: Tabulación Encuesta Pregunta 03

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	6	9
NO	64	91
TOTAL	70	100

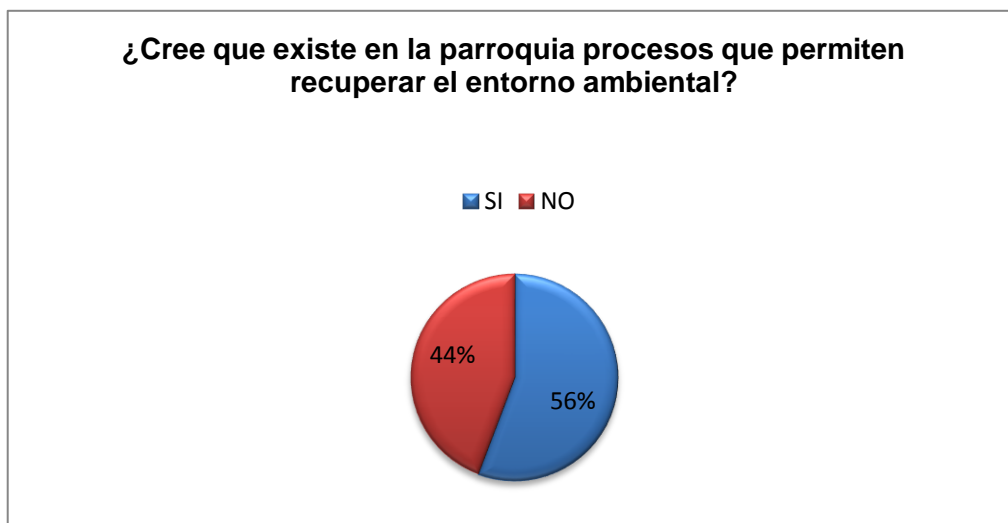
Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: De los 70 encuestados 6 manifiestan que el GAD Parroquial sí planifica adecuadamente el desarrollo turístico, mientras que 64 indican que no.

Interpretación: Apenas el 9% de los encuestados indican que si existe una planificación por parte de las autoridades; sin embargo el 91% de los encuestados quienes manifiestan que apenas existe una planificación parroquial escueta, mucho menos una específica y técnica para el desarrollo turístico del territorio.

GRÁFICO 08: Encuesta Pregunta 04



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 09: Tabulación Encuesta Pregunta 04

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	39	56
NO	31	44
TOTAL	70	100

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: De los 70 encuestados 39 indican que en la parroquia si existen procesos de recuperación ambiental, mientras que 31 indican que no.

Interpretación: El 56% de los encuestados indican que si existen procesos de recuperación del entorno ambiental parroquial; sin embargo una estadística comprometedora la manifiestan el 44% de encuestados, pues la falta de atención integral para la recolección de desechos sólidos, un proceso de reforestación poco agresivo y la ausencia de programas de capacitación ciudadana, son algunos de los parámetros manifestados.

GRÁFICO 09: Encuesta Pregunta 05



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 10: Tabulación Encuesta Pregunta 05

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	58	83
NO	12	17
TOTAL	70	100

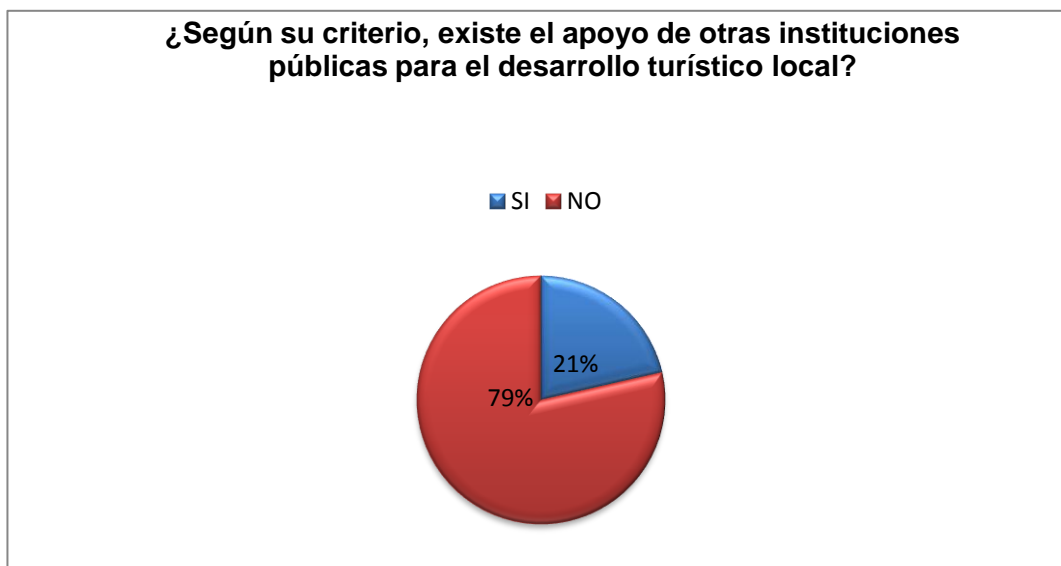
Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: De los 70 encuestados, 58 manifiestan que si se debe planificar participativamente el desarrollo turístico, mientras que 12 indican que no.

Interpretación: Los encuestados en un porcentaje de 83 puntos está de acuerdo con la planificación participativa en el área turística y en el desarrollo parroquia, de una manera técnica ya que las autoridades no tienen los conocimientos específicos en esta temática. Un porcentaje de 17 puntos de encuestados manifiesta que no hay necesidad de una planificación específica para turismo, ya que las autoridades deben asumir la responsabilidad en el desarrollo parroquial.

GRÁFICO 10: Encuesta Pregunta 06



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 11: Tabulación Encuesta Pregunta 06

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	15	21
NO	55	79
TOTAL	70	100

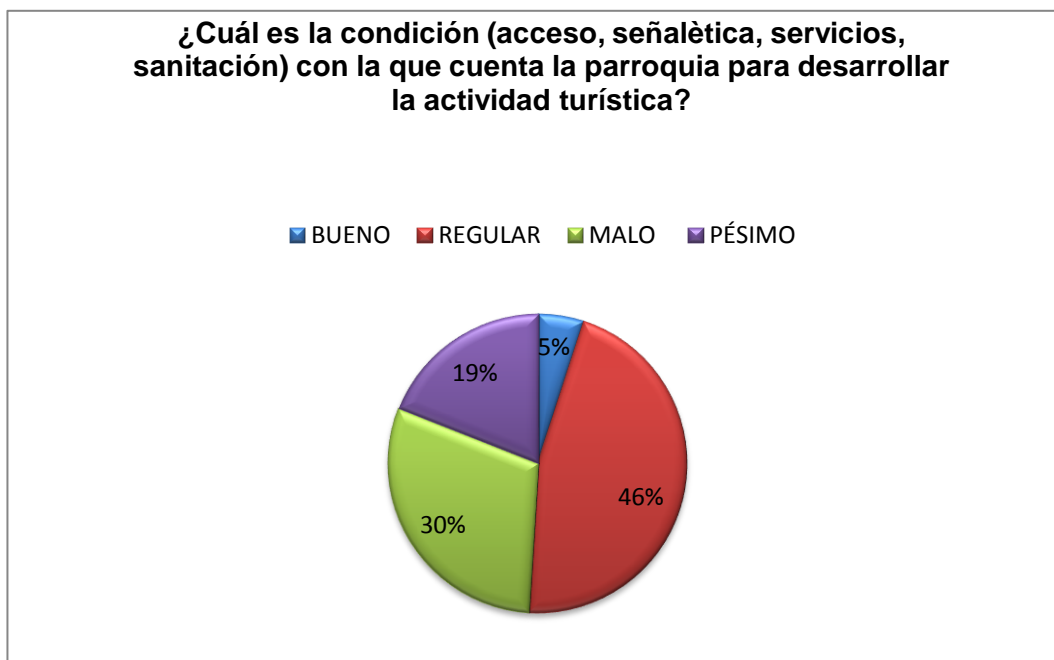
Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: 15 de los 70 encuestados indican que si existe el apoyo de otras instituciones para el desarrollo turístico local, mientras que 55 manifiestan que no existe dicho apoyo.

Interpretación: El 21% de los resultados de las encuestas indica que si existe apoyo de otras instituciones, sobre todo públicas para el desarrollo turístico local. Mientras que el 79% manifiesta que no existe ese apoyo, pues no se refleja en facilidades turísticas, capacitaciones, proyectos y otras actividades tendientes a fortalecer el turismo local; es obvio pensar que si no existe una planificación turística, no existirá apoyo interinstitucional pues no existen tampoco proyectos que validen dicho apoyo y financiamiento.

GRÁFICO 11: Encuesta Pregunta 07



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 12: Tabulación Encuesta Pregunta 07

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
BUENO	4	5
REGULAR	32	46
MALO	21	30
PÉSIMO	13	19
TOTAL	70	100

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: Respecto a las condiciones (facilidades turísticas) con que cuenta la parroquia para desarrollar la actividad turística, de los 70 encuestados 4 piensan que es buena, 32, regular, 21 malo y 13 pésimo.

Interpretación: Las facilidades turísticas corresponden a los servicios básicos y complementarios que componen un producto, en referencia a esto, el 51% de los encuestados mantienen un criterio positivo, mientras que el 49% manifiesta que las condiciones son malos y pésimos; este indicador debe ser analizado con detenimiento.

GRÁFICO 12: Encuesta Pregunta 08



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 13: Tabulación Encuesta Pregunta 08

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	55	79
NO	15	21
TOTAL	70	100

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

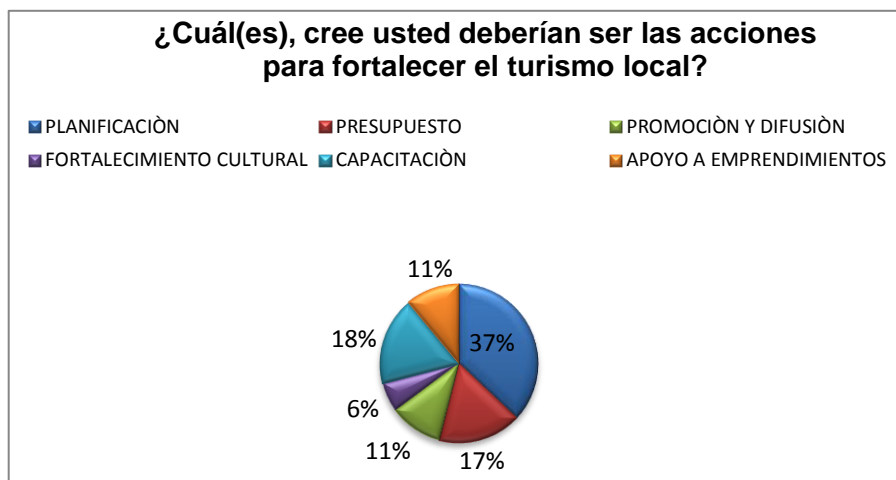
Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: De los 70 encuestados, 55 manifiestan en la necesidad de organización barrial y comunitaria para apoyar y desarrollar el turismo local, mientras que 15 manifiestan que no es necesario hacerlo.

Interpretación: Un porcentaje del 79% de encuestados indican que el desarrollo parroquial debe ser manejado de manera técnica y participativa, por lo que indican que el desarrollo turístico no se puede quedar relegado, considerando que es una actividad productiva importante y que dinamiza la economía local.

El 21% de encuestados manifiesta que la organización barrial y comunitaria no es necesaria ya que la responsabilidad del desarrollo parroquial, recae sobre las autoridades del GAD Parroquial.

GRÁFICO 13: Encuesta Pregunta 09



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 14: Tabulación Encuesta Pregunta 09

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
PLANIFICACIÓN	26	37
PRESUPUESTO	12	17
PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN	8	11
FORTALECIMIENTO CULTURAL	4	6
CAPACITACIÓN	12	18
APOYO A EMPRENDIMIENTOS	8	11
TOTAL	70	100

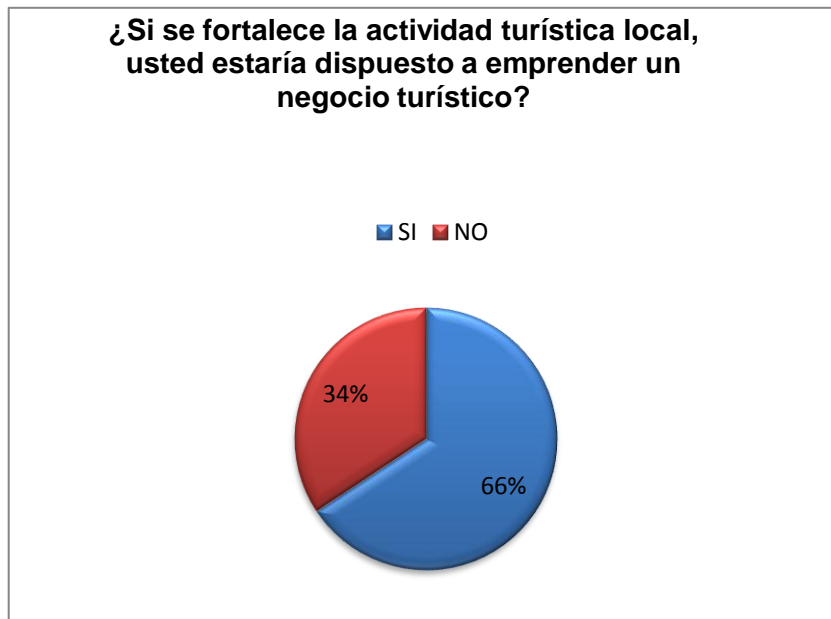
Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: de los 70 encuestados manifiestan que las acciones a emprender para fortalecer el turismo local serían; 26 planificación, 12 presupuesto, 8 promoción y difusión, 4 fortalecimiento cultural, 12 capacitación y 8 apoyo a emprendimientos.

Interpretación: El 54% de encuestados concuerda con que la planificación es un proceso participativo y que necesita de presupuesto para su cumplimiento. El 29% corresponde a un criterio compartido entre capacitación y apoyo a emprendimientos, el 6% manifiesta que es importante fortalecer el área, la promoción y difusión la oferta turística local, como lo manifiesta el 11% de los entrevistados.

GRÁFICO 14: Encuesta Pregunta 10



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 15: Tabulación Encuesta Pregunta 10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	46	66
NO	24	34
TOTAL	70	100

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

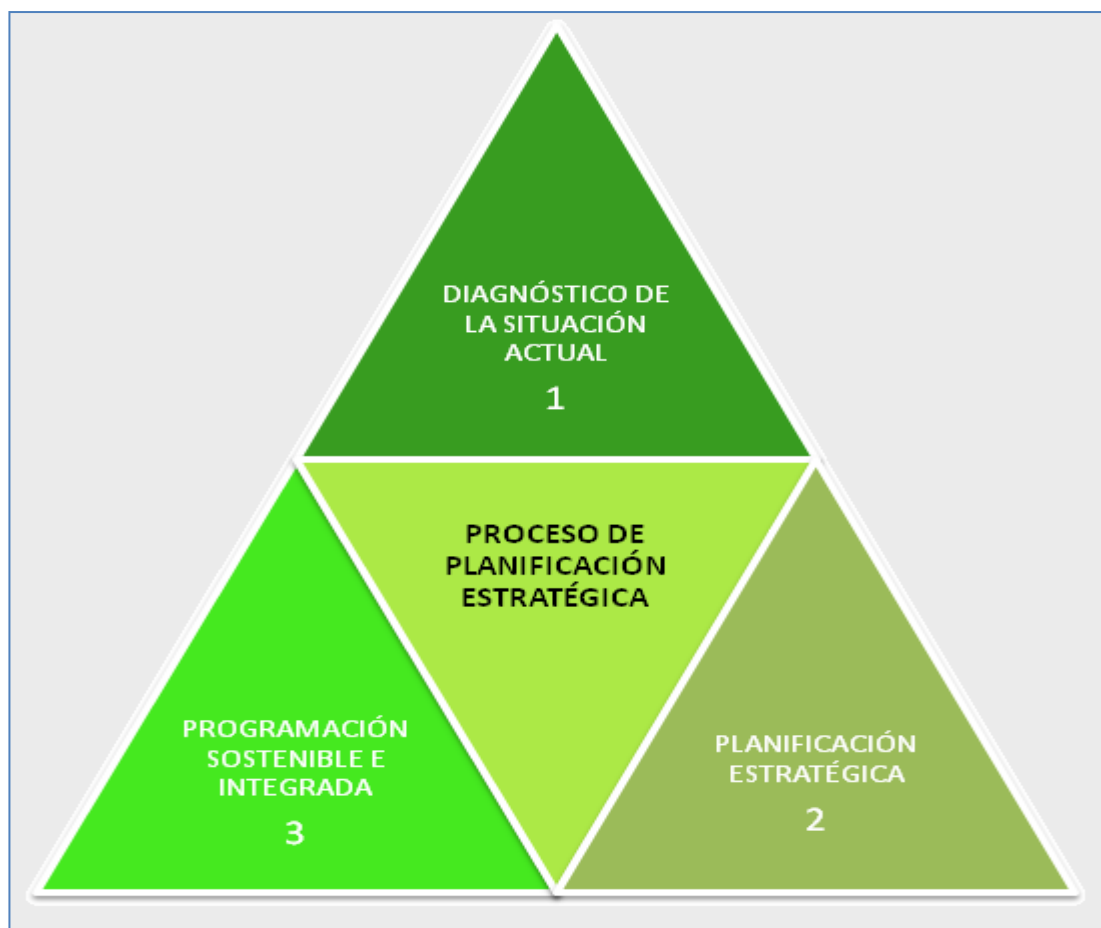
Análisis: De los 70 encuestados, 46 manifiestan que si emprenderían un negocio turístico si la actividad se fortalece en el territorio. Mientras tanto 24 encuestados no emprenderían turísticamente.

Interpretación: El 66% de los encuestados encontrarían en la actividad turística una fuente de mejoramiento socio económico familiar siempre que el turismo se fortalezca en el territorio y se cuente con el apoyo interinstitucional. El 34% de la muestra indica que no emprenderían en actividades turísticas por factores de tiempo, economía y apoyo gubernamental.

4.2 Resultado N° 02

Análisis de Proceso de Planificación Estratégica

GRÁFICO 15: Esquema de Planificación Estratégica



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Módulo Planificación Estratégica Maestría UTA 2010

Para iniciar la fase de análisis e interpretación del segundo resultado de la investigación, es importante mencionar que dentro del proceso de Planificación Estratégica se deben considerar 3 fases importantes e inevitables, que son: Diagnóstico de la situación actual, la Planificación Estratégica Propiamente dicha y la Programación sostenible e integrada. Para el presente análisis, consideramos las dos fases mencionadas como parte de la propuesta estratégica.

Resultado 2.1

Diagnóstico de la Situación Actual

GRÁFICO 16: Esquema de Diagnóstico de la Situación Actual



Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

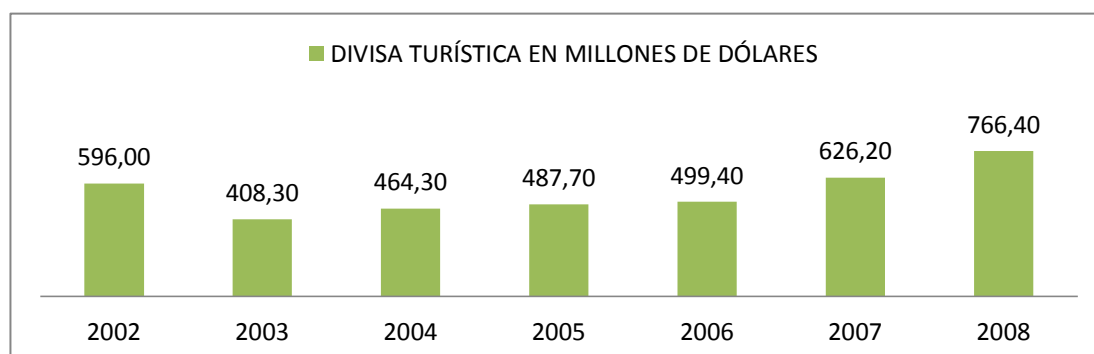
Fuente: Módulo Planificación Estratégica Maestría UTA 2010

A) Identificación de Escenarios Externos

✓ Aspecto Económico

Ingreso de Divisas

GRÁFICO 17: Divisas Turísticas Ingresos Ecuador



Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: IICA 2012

Análisis: La estadística proporcionada por la Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional, refiere que desde el año 2002 hasta el 2008, las divisas totales que ingresaron en millones de dólares al país fueron: 596,00-408,30-464,30-487,70-499,40-626,20 y 766,40 respectivamente.

Interpretación: En el período de 7 años el país recibió como divisas de turismo un total de 3848,30 millones de dólares, de los cuales durante 3 años 2002, 2007, 2008 mostraron los picos más altos en divisas de ingreso, mismos que llegan a 1988,6 millones de dólares es decir un 52% del total en 7 años. Demostrando satisfactoriamente un crecimiento positivo, manifestando una tasa de crecimiento anual en los ingresos de divisas por turismo al Ecuador durante 2002- 2008 en 0.7%.

Producto Nacional Bruto Sectorial de Chimborazo

TABLA 16: Producto Nacional Bruto Turismo en Chimborazo

UBICACIÓN	PNB CHIMBORAZO	MILLONES DE DÓLARES	APORTE %
1	Comercio al por mayor y menor	118239	18%
2	Industrias manufactureras	116836	18%
3	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	94393	15%
9	Intermediación financiera	14691	2%
10	Hoteles y restaurantes	14504	2%

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Agenda para la transformación productiva territorial, 2007

Análisis: Para el año 2007, el sector de Hoteles y restaurantes se encuentra en el decimo lugar con 14,5 millones de dólares a la provincia, es decir el 2% del PNB Provincial, lo que representa que el turismo una de las diez actividades productivas principales de la Provincia de Chimborazo.

Interpretación: Según la Agenda de Transformación productiva territorial de Chimborazo, se identifica que de la 10 actividades productivas más importantes analizadas corresponden al 51% el comercio, las manufacturas y la ganadería que en miles de dólares corresponden a 329 468 millones de dólares. Pese a que el turismo como actividad productiva representa apenas el 2% del total provincial, los 14,5 millones de dólares no dejan de ser un monto importante que dinamiza la economía de las familias, considerando que es una actividad que ha recibido un apoyo incipiente en 30 años.

Población Económicamente Activa en Chimborazo

GRÁFICO 18:PEA Turismo Chimborazo



Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: IICA 2012

Análisis: Según los datos del catastro del Ministerio de Turismo en la provincia de Chimborazo se han registrado 2324 personas que se dedican a la actividad turística de las cuales el 63% corresponde a alimentos y bebidas, el 27% al alojamiento, seguido de la diversión y esparcimiento con el 5% y finalmente la operación turística con el 4% y el transporte turístico con el 1%.

Interpretación: El catastro ministerial permite interpretar que los servicios turísticos que demuestran mayor emprendimiento corresponden a alimentos/ bebidas y Alojamiento, llegando a un total porcentual de 90 puntos. Mientras que los emprendimientos de menor impacto son los centros de diversión y entretenimiento, la operación turística y el transporte turístico, representando un 10%.

Influencia de Variables Macroeconómicas en el desarrollo Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán

Dos variables Macroeconómicas a considerar su incidencia en el territorio motivo de investigación, son:

El **PIB** (Producto Interno Bruto) o PNB (Producto Nacional Bruto) Sectorial provincial, nos permite conocer el aporte económico de la actividad en el territorio incidiendo de manera positiva en la investigación, pues una planificación adecuada podrá sustentar procesos de otras variables macroeconómicas como empleo, población económicamente activa y otras sociales como disminuir los índices de migración, pobreza, desempleo entre otras.

La **PEA**(Población Económicamente Activa) tiene una incidencia directa sobre el territorio pues está ligada a la creación de fuentes de empleo como al desarrollo de emprendimientos turísticos; es importante afirmar que según la OMT(Organización Mundial de Turismo) señala que por cada persona empleada de forma directa, existirían al menos 7 personas ocupadas de forma indirecta, lo que correspondería a un estimado Provincial de 16268 personas ocupadas en la provincia de Chimborazo directa e indirectamente a lo largo de la cadena de valor del turismo correspondiente al 3,5% de la población total. Entonces la planificación estratégica se dirigirá a cumplir los Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir y a largo plazo los Objetivos del Milenio.

✓ **Aspecto Social**

El análisis socio cultural de la provincia de Chimborazo comprende el tratamiento y análisis de diversas áreas temáticas, entre ellas: La estructura poblacional, movilidad humana, sistema educativo, sistema de salud, organización social, cultura y patrimonio.

Según se confirma en el Portal de Estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2011) en base a los indicadores socio demográficos, la provincia en el año 2001 contaba con una población de 403.632 habitantes, para el año 2010 la población es de 458.581 habitantes, con una tasa de crecimiento anual del 1,42%, la provincia alberga el 3.2% del total de la población nacional. Dentro de la estructura poblacional podemos visualizar que las personas se encuentran distribuidas mayoritariamente en el sector rural, esta tendencia se ha mantenido en el intervalo de tiempo del 2001 al 2010, seis de cada diez personas residen en el sector rural y el 78% del total de la población urbana reside en la ciudad de Riobamba.

Según se confirma en el PD-OT Chimborazo 2011 (Chimborazo, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2011), la provincia de Chimborazo se caracteriza por ser milenaria e intercultural, históricamente hemos convivido con distintas culturas, producto de la diversidad étnica cultural y la presencia de pueblos originarios, indígenas, mestizos, blancos, montubios y afro-ecuatorianos, con distintas formas de ver y entender el mundo, visiones que han permitido mantener una lucha constante logrando diseñar políticas públicas con el fin de rescatar y alcanzar el reconocimiento, el respeto a la diversidad cultural, a los conocimientos y saberes ancestrales en los diversos campos del desarrollo siendo un aporte valioso a la economía, la política y la dinámica social que han permitido reivindicar los derechos sociales, políticos, ambientales, mejorando las condiciones de vida y el acceso equitativo a las oportunidades.

Influencia del Aspecto Social en el desarrollo Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán

La investigación se realizará en un medio social con características particulares, a las que la planificación debe responder a estas condiciones para fortalecer la propuesta; indicadores como migración, analfabetismo, calidad de educación, interculturalidad, sistema de salud, crecimiento poblacional, entre otras; servirán para considerar estrategias y políticas que permitan contrarrestar los índices negativos del territorio y revertirlos en oportunidades para mejorar las condiciones de vida de la población.

Licán se caracteriza por sus festividades religiosas, deportivas, culturales y gastronómicas, con éstas fortalezas aún no explotadas sosteniblemente y adecuadamente el impacto del proceso de planificación turística, será una herramienta para potenciar las actividades económicas locales así como una oferta turística diferente y creativa.

✓ Aspecto Político

El desarrollo sostenible no puede existir como un estado de equilibrio estático que puede regularse con referencia a límites constantes y a un concepto simple de equilibrio entre las varias dimensiones. En consecuencia el concepto de desarrollo sostenible no puede significar simplemente la perpetuación de la condición actual.

Bajo esta consideración el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial, herramienta de planificación, que es mandatorio desde la aprobación de la Constitución política del Ecuador, aterrizando en el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización.

Si se determina la jerarquía de las normativas estatales, tenemos el cumplimiento de los objetivos de desarrollo nacional en los siguientes documentos:

- ✓ Plan Nacional del Buen Vivir
- ✓ Constitución Política de la República del Ecuador
- ✓ Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización.
- ✓ Plan de Gobierno Provincial Minga por Chimborazo 2
- ✓ Plan de Desarrollo Cantonal
- ✓ Planes de trabajo parroquiales

Si se desea territorializar la actividad turística local, tomando en consideración las jerarquías anteriores, necesariamente se deberán adecuar estas políticas turísticas como nuevas estrategias de desarrollo turístico territorial en la investigación propuesta.

Influencia del Aspecto Político en el desarrollo Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán

Si se considera que la planificación estratégica permite que la empresa o institución se prepare para situaciones futuras, el aspecto político incide en la investigación en el nivel de coherencia y coordinación del Plan estratégico con las normativas turísticas así como los niveles de autogestión para organizar, coordinar e implementar los procesos turísticos por parte de las autoridades locales.

✓ Aspecto Espiritual

Nuestro país, la Provincia de Chimborazo y la Parroquia San Pedro de Licán, son territorios llenos de contrastes y de una tradición que sigue latente por años, esto se debe principalmente al sincretismo, que logró juntar dos culturas completamente diferentes, adoptando elementos de cada una. Aquí se puede ver el sincretismo en muchas tradiciones y costumbres de las personas así como también en los procesos de desarrollo en donde el mestizaje y el indigenismo deben confluir para llegar a acuerdos mínimos de convivencia.

Si hablamos del ser humano como un todo e integralidad con el entorno su actuación estará en función de las creencias también sustentadas en cosmovisión andina de los pueblos, así se puede comprender que el ser humano debe ser parte del desarrollo social en todos sus aspectos.

La cosmovisión es el concepto o interpretación que una cultura tiene acerca del mundo que le rodea. En el caso andino, esta tiene rasgos particulares en materia de tiempo y espacio. En el mundo andino, el tiempo era concebido de manera cíclica, en una sucesión constante de períodos de caos (o desorden) y de cosmos (orden) del mundo.

El caos se originaba cuando dos divinidades luchaban entre sí, y empezaba el ordenamiento del mundo cuando una de ellas resultaba victoriosa. El espacio andino era concebido en dos niveles diferentes: horizontal y vertical.

En el plano horizontal, los incas veían el mundo de manera dual: hanan y hurin (arriba y abajo). Estas dos mitades eran divididas, a su vez, en otras dos, dando origen a la cuatripartición. Esta división era entendida como complementariedad, oposición y reciprocidad.

Mientras que, a nivel vertical, el espacio estaba dividido en tres planos: I) el hanan pacha (mundo de arriba), que era el lugar donde habitaban los dioses, II) el kay pacha, que era el lugar del encuentro, donde habitaban los hombres, y III) el ucu pacha (mundo de abajo), que era el mundo subterráneo donde vivían los muertos. El término pacha puede significar a la vez tiempo y espacio (mundo, tierra y lugar).(Santillana, 2006)

Influencia del Aspecto Espiritual en el desarrollo Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán

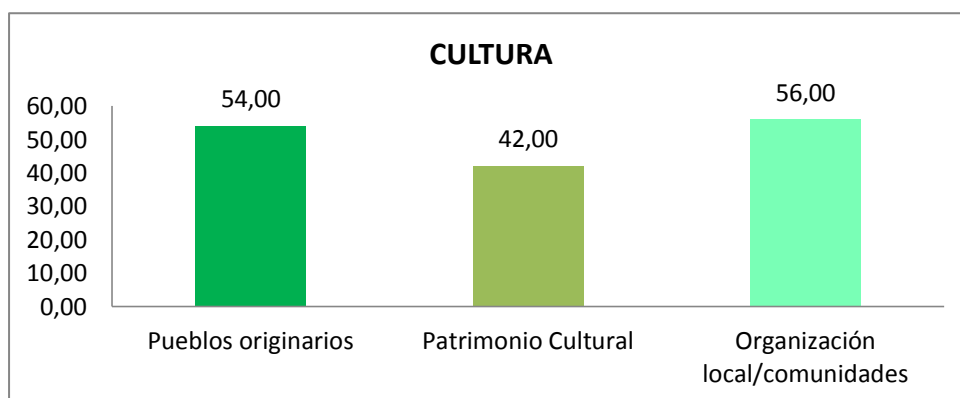
Este aspecto hace referencia al desarrollo del ser humano como tal, dentro de la sociedad y como aporta a ella, para desarrollar este aspecto,

el Plan Estratégico que se propone, conseguirá el éxito deseado, siempre y cuando la comunidad se empodere, tanto desde el proceso de construcción como en la aplicación y cumplimiento; se tiene claro que el proceso no es fácil, más bien es eso, un proceso que busca cambiar la manera de realizar la actividad turística local pasar del empirismo a la planificación y a los resultados con un enfoque de sostenibilidad considerando que el investigador debe respetar las características peculiares del territorio y su gente.

✓ **Aspecto Cultural**

Chimborazo es una provincia que cuenta con una riqueza en su patrimonio cultural tangible e intangible producto de la diversidad cultural que vincula sus atractivos culturales con los naturales, en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida con expresiones artísticas y culturales que generan un potencial turístico que aún no se encuentra posicionado.

GRÁFICO 19: Estadísticas Culturales Provincia de Chimborazo



Elaborado por: Javier Barahona Ibarra
Fuente:PD/OT Chimborazo 2011

En párrafos anteriores se había desarrollado la temática del sincretismo local, ahora al aterrizarlo en el territorio de Licán, es importante mencionar que es una parroquia con un bagaje cultural enraizado en sus antepasados y fomentado en las generaciones actuales, sin embargo hay que mencionar que el paso del tiempo y la llegada de tecnologías de

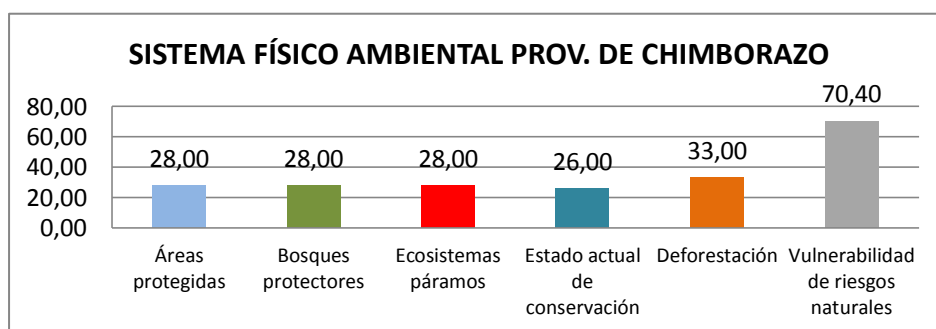
comunicación y otras en su estilo han hecho que estas raíces culturales se modifiquen con el pasar del tiempo.

Influencia del Aspecto Cultural en el desarrollo Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán

La Cultura es un proceso vinculado al desarrollo de los pueblos y la Parroquia de Licán, se ha caracterizado sobre todo por su cultura basada en la Fe (Turismo Religioso), el deporte es fundamental en esta localidad (Turismo deportivo) el desarrollo de actividades turísticas al aire libre (Turismo de naturaleza y Vivencial) la rica gastronomía (Turismo gastronómico) son un potencial dinamizador de la economía local. Estas condiciones culturales, aportan positivamente a la investigación ya que este abanico de posibilidades culturales es una oportunidad para dinamizar la oferta turística y brindar oportunidades de empleo a la población.

✓ **Aspecto Ecológico**

GRÁFICO 20: Sistema Físico/Ambiental Provincial



Elaborado por: Javier Barahona Ibarra
Fuente: PD/OT Chimborazo 2011

Análisis: Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial, la provincia de Chimborazo presenta los siguientes índices ambientales: 28% de Áreas Protegidas, 28% de Bosques Protectores, 28% de

Ecosistemas de Páramo, presenta un estado de conservación de 26%, 33% de deforestación y 70,44% de vulnerabilidad de riesgos naturales.

Interpretación:La Provincia de Chimborazo es apta para desarrollar actividades turísticas con enfoque sostenible, de respeto al entorno y promoviendo la conservación. Actividades en Áreas Protegidas, Bosques Protectores y Páramos, sobresalen en la estadística, esto puede incidir en la oferta turística dependiendo del perfil del turista.

Influencia del Aspecto Ecológico en el desarrollo Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán

El objetivo de la investigación es desarrollar turísticamente al territorio con un enfoque sostenible, para ello la investigación debe sustentar estrategias y políticas en función del entorno considerando que las actividades turísticas deben desarrollarse en el marco del respeto a los seres humanos y de manera especial al ambiente, pues éste es el medio que nos permite disfrutar de paisajes, flora, fauna, en sí de la vida misma.

B) Identificación de Escenarios Internos

✓ Gerencia

Las Autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Licán, se convierten en función de sus competencias determinadas en la Constitución Política del Ecuador, en los responsables de desarrollar la actividad turística en el territorio. Para ello, existe una estructura Organizacional interna que se determina a continuación y a partir de la cual se articula el desarrollo parroquial, considerando la responsabilidad de cada autoridad a través de su participación en una comisión la cual son presiden o varias comisiones de la que son miembros:

TABLA 17: Integrantes GAD Parroquial Licán

NOMBRES	APELLIDOS	CARGO
PEDRO LEONARDO	BRITO BENALCÁZAR	PRESIDENTE
MARCO CRISTÓBAL	YAULEMA YAULEMA	VICEPRESIDENTE
HUGO REINALDO	COELLO	PRIMER VOCAL
MARÍA FERNANDA	URQUIZO	SEGUNDO VOCAL
ÁNGEL ALCIDES	PALA SALGUERO	TERCER VOCAL
MARÍA MARGOTH	HUARACA	SECRETARIA

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente:Secretaría GAD Parroquial Licán

TABLA 18: Comisiones de Gestión GAD Parroquial Licán

COMISIONES	VOCAL RESPONSABLE	COMPETENCIAS
SALUD AMBIENTE Y RECURSOS HÍDRICOS	SR. PEDRO BRITO	Sistema de salud
		Salud preventiva
		Forestación y Reforestación
		Seguridad ambiental
		Agua de riego
		Cuencas hidrográficas
EDUCACIÓN CULTURA Y DEPORTES	LCDO. MARCO YAULEMA	Fomento educativo
		Capacitación y transferencia de tecnologías
		Revitalización cultural
		Fomento deportivo
GRUPOS VULNERABLES Y SEGURIDAD CIUDADANA	SR. HUGO COELLO	Bienestar social
		Desarrollo organizacional
		Seguridad Ciudadana
FOMENTO PRODUCCIÓN PARTICIPACIÓN CIUDADANA	TLGA. MARÍA FERNANDA URQUIZO	Cadenas productivas
		Asociatividad productiva
		Emprendimientos productivos
		Turismo
		Celebraciones
		Participación ciudadana
OBRAS PÚBLICAS	SR. ÁNGEL PALA	Vialidad
		Infraestructura
		Servicios básicos

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Secretaría GAD Parroquial Licán

✓ **Producción**

La actividad turística forma parte de los procesos de desarrollo productivo y según el COOTAD (Ecuador A. N., 2008), manifiesta que el turismo es una actividad concurrente de los gobiernos autónomos descentralizados, lo que implica que todos ellos en coordinación pueden apoyar el desarrollo en los territorios; en el caso explícito de Licán, en el año 2007, el GAD provincial de Chimborazo, desarrolló una oferta turística comunitaria, formando una serie de circuitos turísticos que pretendían dinamizar la economía local; lastimosamente, no se ubicaron recursos económicos y esta iniciativa se quedó como un simple estudio, situación que no es ajena a lo que siempre sucede en las instituciones del sector público.

En la actualidad, la actividad turística se desarrolla básicamente alrededor de un turismo religioso, pues no se aprovechan todos los atractivos turísticos que se presentan en el territorio.

✓ **Mercadeo**

En referencia al proyecto de circuitos turísticos (Rodríguez, 2007), es importante manejar estadísticas del mercado turístico actualizadas y que respondan a las reales necesidades del turista y tendencias del desarrollo del mercado turístico, para crear una oferta turística adecuada y sostenible. Sin embargo vamos a detallar estadísticas turísticas al año 2011.

En el año 2011, el Ministerio de Turismo, a través del departamento de estadísticas turísticas, presenta como dato de ingreso de turistas extranjeros al Ecuador 1 140 978 visitantes. Según (Argüello, 2011), llegaron a la ciudad de Riobamba, 9384 turistas extranjeros, lo que representa el 0,82% del total nacional.

Sin embargo, según el PLANDETUR 2020, en la proyección de demanda turística interna, se movilizan 1 355 543 y a su vez a Riobamba llegaron 2 346 turistas, lo que representa 0,17% del total nacional. Riobamba, durante el año 2011, recibió el 20% de turistas nacionales y el 80% de turistas extranjeros. (Ecuador M. d., 2008)

✓ **Investigación y desarrollo**

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural San Pedro de Licán, cuenta con una limitada estadística turística, sin embargo el MINTUR presenta estadísticas generales que se presentan a continuación:

TABLA 19: Preferencia Turística Receptiva

ACTIVIDADES PREFERIDAS POR EL TURISTA EXTRANJERO	EXTRANJEROS	
	Frecuencia	%
Viaje en Tren	50	21,27
Caminatas	35	14,89
Cabalgatas	27	11,48
Pesca	22	9,36
Avistamiento de Flora y Fauna	21	8,93
Tradiciones y Cultura Andina	21	8,93
Bicicleta	15	6,38
Kayak	14	5,95
Ferías/Comunidades Andinas	13	5,53
Arqueología	11	4,68
Agroturismo	6	2,55

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: PLANDETUR 2020-2008

Análisis: Es importante conocer las actividades preferidas por el turista, así el Plandetur 2020 determina la siguiente estadística según los entrevistados: viaje en tren 50, Cabalgatas 27, Pesca 22, Avistamiento de flora y fauna 21, Tradiciones y cultura andina 15, Kayak 14, Ferias-Comunidades Andinas 13, Arqueología 11, Agroturismo 6.

Interpretación: Tres actividades destacan como las preferidas por los turistas extranjeros, en conjunto representan el 48% y son viaje en tren,

caminata y cabalgata; estos datos permiten que se pueda mejorar la oferta turística en función de los gustos y preferencias del turista.

TABLA 20: Preferencia Turística Nacional

ACTIVIDADES PREFERIDAS POR EL TURISTA NACIONAL	TOTAL VISITANTES	%
Diversión	1.214.990	45,6
Visitar naturaleza o áreas protegidas	695.169	26,1
Practicar deportes	326.317	12,2
Gastronomía	170.882	6,4

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra
Fuente:PLANDETUR 2020

Análisis: el turismo interno se distribuye en actividades preferenciales diversión a 1214990, visita a naturaleza o áreas protegidas a 695 169, práctica de deportes a 326 317, gastronomía a 170 882.

Interpretación: Las principales actividades representan los 72% de preferencias en el mercado nacional, indicadores que determinan que la oferta debe ser adecuada al turista. El 18% de preferencia se basa en práctica de deportes y gastronomía, esta oferta puede ser mejorada o complementaria para mejorar la oferta y aprovechar los recursos naturales y culturales.

TABLA 21: Oferta Turística Nacional

ATRACTIVO VISITADO	TOTAL DE VISITANTES	%
Sitios naturales	786 718	29,5
Playas	775 756	29,1
Balnearios Termales	404 860	15,2
Sitios de Diversión	221 414	8,3
Sitios de Comida	144 161	5,4
Fiestas y Mercados	102 281	3,8
Fiestas religiosa	65 396	2,5
Otros	56 460	2,1
Parque nacional	40 147	1,5
Museos	34 267	1,3
Zonas históricas	26 988	1
Sitios arqueológicos	7 867	0,3
TOTAL UNIVERSO	2 666 315	100

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra
Fuente:PLANDETUR 2020

Análisis: del 100% de los encuestados se reflejan los siguientes porcentajes sobre las actividades preferidas del turista nacional: sitios naturales 29,5%, playas 29,1%, Balnearios termales 15,2%, sitios de diversión 8,3%, sitios de comida 5,4%, fiestas y mercados 3,8%, fiestas religiosas 2,5%, otros 2,1%, parque nacional 1,5%, museos 1,3%, zonas históricas 1%, sitios arqueológicos 0,3%.

Interpretación: El 74% de las preferencias turísticas del visitante, se enmarcan en tres principales actividades, de ello cabe destacar que para el desarrollo del turismo sostenible es importante que el 29% de preferencia turística sea las actividades en sitios naturales, la visita a las playas han sido un referente de destino turístico nacional con el 29,1%; en relación al turismo que se practica en la parroquia, el porcentaje relacionado con esta estadística llega a 14%, que es un porcentaje importante.

C) Estructuración de la base de datos

La estructuración de la Base de datos, permitirá tener indicadores básicos del desarrollo turístico parroquial, que sustentarán la planificación turística propuesta.

✓ Base de Datos Visitantes

TABLA 22: Proyección de Crecimiento Turismo Comunitario Ecuador

CRECIMIENTO TURISMO COMUNITARIO INTERNO ECUADOR								
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
5851	5939	6030	6122	6215	6309	6405	6503	6602

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra
Fuente: PLANDETUR 2020

Análisis: Considerando datos históricos, se ha proyectado el índice de crecimiento en referencia al crecimiento del turismo comunitario en Ecuador, así se tiene que desde el año 2009 hasta 2017 la visita turística es de: 5851, 5939, 6030, 6215, 6309, 6405, 6503, 6602 respectivamente.

Interpretación: Considerando un histórico de 3 años (2009-2012) se registra en referencia al turismo comunitario 17 820 visitantes de aquí, se proyecta un crecimiento quinquenal para el turismo comunitario en el Ecuador a 38 156 visitas, esto implica una tasa de crecimiento anual del 14%. Este dato es un aporte importante en la investigación, debido a que el turismo se desarrolla en las comunidades de la zona rural de la parroquia.

TABLA 23: Proyección de Crecimiento Turismo Comunitario Receptivo

CRECIMIENTO TURISMO COMUNITARIO EXTRANJERO								
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
10018	10170	10325	10482	10641	10803	10967	11134	11303

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra
Fuente: PLANDETUR 2020

Análisis: Considerando datos históricos, se ha proyectado el índice de crecimiento en referencia al crecimiento del turismo comunitario receptivo (Internacional), así se tiene que desde el año 2009 hasta 2017 la visita turística es de: 10 118, 10 170, 10 325, 10 482, 10 641, 10 803, 10 967, 11 134, 11 303 respectivamente.

Interpretación: Considerando un histórico de 3 años (2009-2012) se registra en referencia al turismo comunitario receptivo 30 513 visitantes de aquí, se proyecta un crecimiento quinquenal para el turismo comunitario en el Ecuador a 65 330 visitas, esto implica una tasa de crecimiento anual del 12%. Este dato es un aporte importante en la investigación, debido a que el turismo se desarrolla en las comunidades y esta es una de las actividades turísticas que gusta al visitante extranjero.

Si se analizan estos dos porcentajes se puede determinar que las actividades de turismo comunitario en el Ecuador, están en crecimiento; es importante mencionar que los procesos turísticos son a mediano y

largo plazo, mucho dependerá de la oferta y posicionamiento de los productos turísticos comunitarios en el mercado nacional y extranjero.

TABLA 24: Proyección de Crecimiento Turismo Comunitario en Licán

CRECIMIENTO TURISMO COMUNITARIO LICÁN								
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
246	250	254	257	261	265	269	273	278

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Servidores turísticos locales

Análisis: Considerando datos históricos, se ha proyectado el índice de crecimiento en referencia al crecimiento del turismo comunitario en la Parroquia Licán, así se tiene que desde el año 2009 hasta 2017 la visita turística es de: 246, 250, 254, 257, 261, 265, 259, 2,73, 278 respectivamente.

Interpretación: Considerando un histórico de 3 años (2009-2012) se registra en referencia al turismo comunitario local 250 visitantes de aquí, se proyecta un crecimiento quinquenal para el turismo comunitario en la Parroquia Licán a 1325 visitas, esto implica una tasa de crecimiento anual del 12%. Sin embargo hay que considerar que se deberán mejorar los servicios turísticos, el fortalecimiento comunitario y el posicionamiento en el mercado para conseguir que el crecimiento sea mejor y responda a las necesidades locales en ingresos económicos.

TABLA 25: Proyección de Crecimiento Turismo Comunitario CORDTUCH

CRECIMIENTO TURISMO COMUNITARIO CORDTUCH								
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
970	985	1000	1015	1030	1046	1062	1078	1094

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Estadísticas CORDTUCH/Ing. Ximena Valdivieso

Análisis: Considerando datos históricos de la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo, se ha proyectado el índice de crecimiento de la actividad turística en este entorno, así se tiene que desde el año 2009 hasta 2017 la visita turística es de: 970, 985, 1000, 1015, 1030, 1046, 1062, 1078, 1094 respectivamente.

Interpretación: Considerando un histórico de 3 años (2009-2012) se registra en referencia al turismo comunitario en la provincia 2955 visitantes de aquí, se proyecta un crecimiento quinquenal para el turismo comunitario en la Provincia a 6325 visitas, esto implica una tasa de crecimiento anual del 15%. se puede determinar un crecimiento mayor en 3 puntos porcentuales a la Parroquia de Licán que trabaja individualmente. Se debe tomar en consideración la posibilidad de asociarse para mejorar tanto la oferta como la demanda y permitir se pueda alcanzar la sostenibilidad de los procesos.

TABLA 26: Proyección de Crecimiento Turismo Comunitario
Palacio Real

CRECIMIENTO TURISMO COMUNITARIO PALACIO REAL								
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
270	274	278	283	287	291	296	300	305

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Estadísticas CORDTUCH/Ing. Ximena Valdivieso

Análisis: Considerando datos históricos de la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo, se ha proyectado el índice de crecimiento de la actividad turística en este entorno, así se tiene que desde el año 2009 hasta 2017 la visita turística es de: 270, 274, 278, 283, 287, 291, 296, 300, 305 respectivamente.

Interpretación: Considerando un histórico de 3 años (2009-2012) se registra en referencia al turismo comunitario en la parroquia rural Calpi del

Cantón Riobamba 822 visitantes de aquí, se proyecta un crecimiento quinquenal para el turismo comunitario en el Proyecto turístico comunitario Palacio Real a 1762 visitas, este proyecto comunitario pese a ser parte de los proyectos turísticos de CORDTUCH, presenta un porcentaje de crecimiento anual del 12%; demostrando el mismo crecimiento que el turismo comunitario en la Parroquia de Licán; esto sugiere que la competencia presenta debilidades que reflejan un crecimiento no fortalecido al formar parte de una agremiación turística que apoya y maneja criterios de turismo receptivo

Base de Datos Ventas

TABLA 27: Proyección Ventas Bianual Turismo Comunitario Licán

VARIABLE	2009	2010	VAR.	% VAR.	2010	2011	VAR.	% VAR.	PROM. % VAR
VENTAS	3250	3971	721	18	3971	4700	729	16	17
COSTOS DE PRODUCCIÓN	1068	1114	46	4	1114	1121	7	1	2
GASTOS ADMINISTRATIVOS	160	188	28	15	188	215	27	13	14
UTILIDAD	2022	2669	647	24	2669	3364	695	21	22

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Estadísticas Prestadores de servicios turísticos Licán

Análisis: Considerando las variables de ventas y Utilidad bianual, se tiene como promedios de variación 17% y 22% respecto al turismo comunitario en la parroquia Licán.

Interpretación: En función de las estadísticas proyectadas sobre los costos de producción, se determina que la utilidad del emprendimiento demuestra un decrecimiento de 3 puntos porcentuales en relación al primer año que fue mejor. Sin embargo bianualmente se presenta un promedio de crecimiento en porcentaje de 22 puntos, este crecimiento demuestra que hay desarrollo turístico y debe ser mejorado.

TABLA 28: Proyección Ventas a 5 años
Turismo Comunitario Licán

VARIABLE	2011	PROM. % VAR.	VARIABLE DE PROYECCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017
VENTAS	4700	17	799	5499	6298	7097	7896	8695	9494
COSTOS DE PRODUCCIÓN	1121	2	22,42	1143,42	1165,84	1188,26	1210,68	1233,1	1255,52
GASTOS ADMINISTRATIVOS	215	14	30,1	245,1	275,2	305,3	335,4	365,5	395,6
UTILIDAD	3364	22	740,08	4104,08	4844,16	5584,24	6324,32	7064,4	7804,48

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Estadísticas Prestadores de servicios turísticos Licán

Análisis: Se considera una utilidad anual histórica a 2011 de 3364 dólares que proyectada desde el año 2012 hasta el año 2017 se tiene un valor en dólares igual a 4104,08-4844,16-5584,24-6324,32-7064,40-7804,48 respectivamente.

Interpretación: de 3364 dólares que fue la utilidad en el año 2011, Se demuestran datos positivos de crecimiento en las utilidades hasta el 2017 que llegan a 7804,48 dólares en 5 años. Estas proyecciones a partir de estos datos podrían ser indicadores para evaluar posteriormente las estrategias asumidas en base al plan estratégico planteado.

D) Análisis de la Organización - Fortalezas y Debilidades

✓ Matriz de Fortalezas

TABLA 29: Matriz de Fortalezas

Aspectos Internos	Fortalezas	Fuentes de Verificación
Gerencia	Aceptable interacción del Administrador con la Comisión de Turismo y miembros del Gobierno parroquial	Informes de Presidentes de cada Comisión del Gobierno Parroquial
Producción	Implementación de programas de fortalecimiento productivo-turístico	Banco de Proyectos Nómina de Proyectos en ejecución Registros de asistencia a talleres de capacitación
Mercadeo	Coordinación con la empresa privada para desarrollar una oferta turística adecuada a la realidad del territorio	Folletería Afiches Mapas turísticos Trípticos promocionales Agenda de Medios
Finanzas	Manejo responsable de los recursos financieros	Libros diarios Balances contables Cédulas Presupuestarias
Investigación y Desarrollo	Se aplican metodologías y acciones tendientes a desarrollar participativamente el estudio de mercado turístico parroquial para consolidar la oferta turística	Banco de proyectos Gestión de proyectos Documentos Guías Estudios de mercado

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

✓ **Matriz de Debilidades**

TABLA 30: Matriz de Debilidades

Aspectos Internos	Debilidades	Fuentes de Verificación
Gerencia	Débil proceso de Gestión Turística	Informes Anuales del Presidente Informes permanentes de la Comisión de Turismo
Producción	Débil Aplicabilidad de las Tecnologías de la Información y Comunicación	Inventario de bienes de la Institución
Mercadeo	Personal Técnico Limitado	Nómina de personal
Finanzas	No hay un proceso de autogestión financiera	Informes económicos y financieros
Investigación y Desarrollo	Falta de presupuesto para investigación y desarrollo de proyectos	Plan Operativo Anual

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

✓ **Matriz de Evaluación de Factores Internos**

TABLA 31: Matriz de Evaluación de Factores Internos

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS- EFI			
FACTOR INTERNO CLAVE	Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado
Aceptable interacción del Administrador con la Comisión de Turismo y miembros del Gobierno parroquial	0,2	3	0,6
Implementación de programas de fortalecimiento productivo-turístico interinstitucionales	0,1	3	0,3
Coordinación con la empresa privada para desarrollar una oferta turística adecuada a la realidad del territorio	0,05	3	0,15
Manejo responsable de los recursos financieros	0,15	4	0,6
Se aplican metodologías y acciones tendientes a desarrollar participativamente el estudio de mercado turístico parroquial para consolidar la oferta turística	0,05	3	0,15
Débil proceso de Gestión Turística	0,15	1	0,15
Débil Aplicabilidad de las Tecnologías de la Información y Comunicación	0,05	1	0,05
Personal Técnico Limitado	0,1	1	0,1
No hay un proceso de autogestión financiera	0,05	2	0,1
Falta de presupuesto para investigación y desarrollo de proyectos	0,1	1	0,1
TOTAL	1		2,3

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: Para desarrollar la Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI), se requiere confrontar y valorar las matrices de fortalezas y debilidades considerando las 10 variables identificadas como Factores Internos Clave.

Interpretación: Se conoce que la media de ponderación es 2.5; el resultado de ponderación EFI es igual a 2,3. Esto implica que el GAD Parroquial San Pedro de Licán se encuentra bajo la media, así presenta más debilidades que fortalezas para encontrar un desarrollo adecuado en el medio interno. Por lo tanto debe superar las debilidades y

transformarlas en fortalezas solamente así podrá mejorar la su capacidad de gestión y administración, promoviendo para ello mecanismos operativos y logísticos mejorados, eficientes y eficaces para alcanzar los resultados.

E) Análisis del Entorno-Amenazas y Oportunidades

✓ Matriz de Amenazas

TABLA 32: Matriz de Amenazas

Aspectos Externos	Amenazas	Fuentes de Verificación
Gerencia	No se exige la aplicación de las políticas públicas de turismo a todos los actores turísticos	Registro de sanciones a empresa privada en el Ministerio de Turismo del Ecuador
Producción	Los operadores y mayoristas turísticos no se interesan en vender productos turísticos rurales	Detalle de ventas de las Operadoras y de Turismo de Riobamba y Centro del país
Mercadeo	Localidades cercanas elaboren con la empresa privada una oferta turística en mejores condiciones Desarrollen productos turísticos competitivos	Oferta turística (Paquetes Turísticos) comunitaria de la Corporación para el desarrollo para el Turismo Comunitario de Chimborazo
Finanzas	La dolarización encarece el producto turístico convirtiendo al Ecuador en uno de los países más caros de Sur América, haciéndolo poco competitivo turísticamente.	Estadísticas macroeconómicas Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010
Investigación y desarrollo	La demanda turística cambie su interés en visitar el país y altere las líneas estratégicas de turismo modificando la oferta turística	Estudios de Mercado Estudios de Perfil del Turista Estadísticas tendenciales de turismo receptivo y local

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

✓ **Matriz de Oportunidades**

TABLA 33: Matriz de Oportunidades

Aspectos Internos	Oportunidades	Fuentes de verificación
Gerencia	Gobierno promueve el fortalecimiento de capacidades locales en el ámbito turístico, empresarial y productivo	Registro de programas de capacitación y fortalecimiento de competencias en el Ministerio de Turismo del Ecuador.
Producción	Interés de los operadores por nuevos destinos y productos turísticos	Estudio de mercado para la venta de servicios turísticos de la CODECH 2006
	Priorización de contribuciones presupuestarias para el desarrollo de productos eco turísticos y circuitos locales	Plan Integral de Marketing Turístico para el Turismo Interno de Ecuador MINTUR 2010
Mercadeo	Tendencia creciente de los segmentos de naturaleza, cultura y aventura	Incremento anual del 8.58% de turismo nacional en áreas naturales. PLANDETUR-MINTUR 2010
Finanzas	Apoyo crediticio a iniciativas de desarrollo turístico privadas y comunitarias	Programa de crédito para el sector turístico y comunitario del MINTUR 2011 Registro de créditos Corporación Financiera Nacional 2011 Emprendimientos turísticos
Investigación y desarrollo	Establecimiento de Políticas Nacionales para la implementación de sistema dinámico de tecnologías limpias	Artículo 86 de la Constitución Política de la República del Ecuador
		Artículo 80 de la Ley de Ciencia y Tecnología
		Artículo 5 literal c) del Decreto Ejecutivo N° 166 sobre la creación del Consejo Nacional de Competitividad
		Artículo N° 2 de la ley de Gestión Ambiental

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

✓ **Matriz de Evaluación de Factores Externos**

TABLA 34: Matriz de Evaluación de Factores Externos

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS- EFE			
FACTOR EXTERNO CLAVE	Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado
No se exige la aplicación de las políticas públicas de turismo a todos los actores turísticos	0,15	1	0,15
Los operadores y mayoristas turísticos no se interesan en vender productos turísticos rurales	0,1	1	0,1
Localidades cercanas elaboren con la empresa privada productos turísticos competitivos	0,1	2	0,2
La dolarización encarece el producto turístico convirtiendo al Ecuador en uno de los países más caros de Sur América, haciéndolo poco competitivo turísticamente.	0,05	3	0,15
La demanda turística cambie su interés en visitar el país y altere las líneas estratégicas de turismo modificando la oferta turística	0,05	2	0,1
Gobierno promueve el fortalecimiento en capacitación de gobiernos locales	0,15	4	0,6
Interés de los operadores por nuevos destinos y productos turísticos	0,1	3	0,3
Priorización de contribuciones presupuestarias para el desarrollo de productos eco turísticos y circuitos locales en un 29%	0,05	3	0,15
Tendencia creciente de los segmentos de mercado de naturaleza, cultura y aventura	0,15	4	0,6
Apoyo crediticio a iniciativas de desarrollo turístico privadas y comunitarias	0,15	3	0,45
Establecimiento de Políticas Nacionales para la conformación de un sistema dinámico de fomento a un desarrollo limpio y sano del país	0,1	3	0,3
TOTAL	1		2,95

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis: Para desarrollar la Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE), se requiere confrontar y valorar las matrices de oportunidades y amenazas considerando las 10 variables identificadas como Factores Externos Clave.

Interpretación: De la tabla se puede analizar que el promedio ponderado EFE es de 2.95 que está sobre la media de 2,5 lo que significa que la empresa tiene mayores oportunidades que amenazas para poder

desarrollarse en el medio externo y eso significa que aprovechando correctamente sus oportunidades podría posicionar sus productos a nivel local y nacional gracias al apoyo significativo del medio externo.

✓ **Matriz de Perfil Competitivo**

TABLA 35: Matriz de Perfil Competitivo

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD	PARROQUIAL LICÁN			PARROQUIA CALPI		PARROQUIA SAN JUAN	
	CTC LICÁN			CTC PALACIO REAL		CTC CASA CÓNDOR	
Factor clave de éxito	Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado
Aceptable interacción del Administrador con la Comisión de Turismo y miembros del Gobierno parroquial	0,2	3	0,6	2	0,4	3	0,6
Implementación de programas de fortalecimiento productivo-turístico interinstitucionales	0,1	3	0,3	2	0,2	3	0,3
Coordinación con la empresa privada para desarrollar una oferta turística adecuada a la realidad del territorio	0,05	3	0,15	4	0,2	3	0,15
Manejo responsable de los recursos financieros	0,15	4	0,6	2	0,3	3	0,45

Se aplican metodologías y acciones tendientes a desarrollar participativamente el estudio de mercado turístico parroquial para consolidar la oferta turística	0,05	3	0,15	2	0,1	3	0,15
Débil proceso de Gestión Turística	0,15	1	0,15	2	0,3	2	0,3
Débil Aplicabilidad de las Tecnologías de la Información y Comunicación	0,05	1	0,05	2	0,1	2	0,1
Personal Técnico Limitado	0,1	1	0,1	1	0,1	3	0,3
No hay un proceso de autogestión financiera	0,05	2	0,1	3	0,15	2	0,1
Falta de presupuesto para investigación y desarrollo de proyectos	0,1	1	0,1	3	0,3	2	0,2
TOTAL	1		2,3		2,15		2,65

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Análisis:La MPC (Matriz de Perfil Competitivo) se desarrolla a partir del análisis y ponderación de los factores claves de éxito tomados de las matrices de análisis interno y externo analizadas anteriormente, considerando los competidores que dentro del campo de investigación y de influencia de territorio existan.

Interpretación: Como se observan los resultados de la matriz de perfil competitivo se han identificado dos competidores directos, la Parroquia Santiago de Calpi a través de su CTC “Palacio Real” y la Parroquia San Juan, a través de su CTC “Casa Cóndor”.El análisis de competencia realizado con esta matriz presenta la ubicación siguiente en función del resultado ponderado:

Centro de Turismo Comunitario CASA CÓNDOR con 2,65.

Centro de Turismo Comunitario LICÁN con 2,30.

Centro de Turismo Comunitario PALACIO REAL con 2,15.

Así se determina que el CTC Casa Cóndor, se presenta como el competidor más fuerte pues ha logrado consolidar de mejor manera sus fortalezas ubicándose sobre el CTC “Licán”, que aunque esta no muy lejos del umbral ponderado debe superar las debilidades.

4.3 Planteamiento de la Hipótesis

4.3.1 HIPÓTESIS NULA

H.0: La elaboración del Plan Estratégico **no** incide en el Desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

4.3.2 HIPÓTESIS ALTERNANTE

H.1: La elaboración del Plan Estratégico **sí** incide en el Desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

SELECCIÓN DEL NIVEL DE SIGNIFICACIÓN

El nivel de significación que se utilizará es el siguiente: $\alpha = 0,01$

DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN

Para la comprobación de la hipótesis de la investigación, se ha considerado como valor estadístico el total de la muestra, misma que representa a autoridades parroquiales, prestadoras de servicios turísticos, instituciones parroquiales y dirigentes barriales y comunitarios, son los involucrados directos en el proceso y desarrollo turístico de la parroquia.

4.3.3 ESPECIFICACIONES ESTADÍSTICAS

De acuerdo a la tabla de contingencia de 5x2 utilizaremos la fórmula:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Dónde:

χ^2 = Chi cuadrado o ji cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencias observadas

E = Frecuencias esperadas.

4.3.4 ESPECIFICACIONES DE LAS REGIONES DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO

Para decidir sobre estas regiones primeramente determinamos los grados de libertad (gl) conociendo que el cuadro está conformado por 5 filas y 2 columnas.

TABLA 36: Especificaciones de Regiones de Aceptación y Rechazo

PREGUNTAS	CATEGORIAS	
	SI	NO
¿Considera que el turismo puede podría ser un motor para la economía parroquial?	54	16
¿Cree usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Licán, planifica adecuadamente el desarrollo turístico?	6	64
¿Cree que existe en la parroquia procesos que permiten recuperar el entorno ambiental?	39	31
¿Considera que los barrios y comunidades de la parroquia deberían organizarse para apoyar y planificar el desarrollo turístico local?	55	15
¿Si se fortalece la actividad turística local, usted estaría dispuesto a emprender un negocio turístico?	46	24
TOTAL	200	150

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

Entonces:

$$gl = (f - 1) (c - 1)$$

$$gl = (5 - 1) (2 - 1)$$

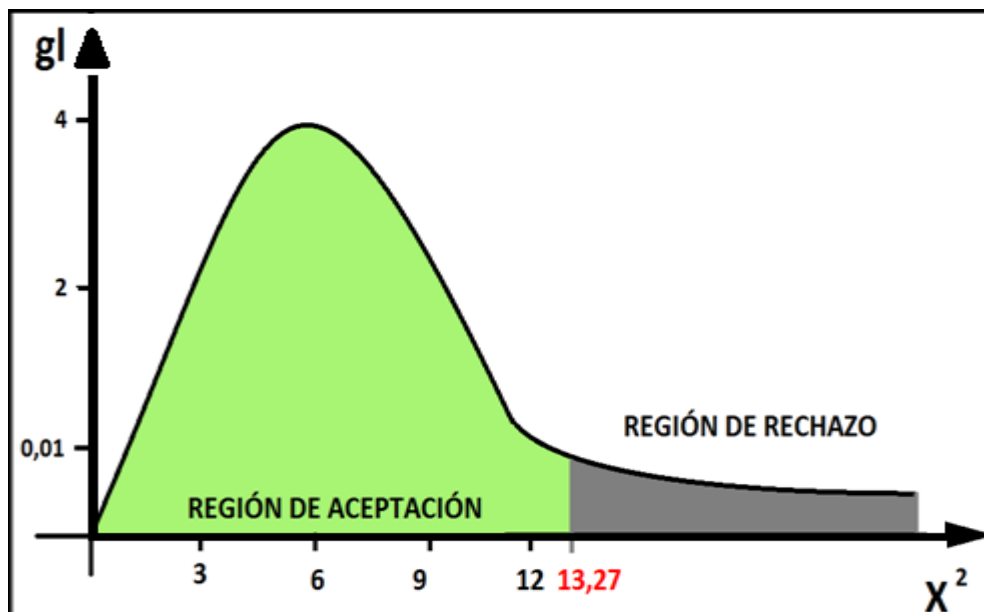
$$gl = 4 \times 1$$

$$gl = 4$$

Entonces con 4 gl y un nivel de $\alpha = 0,01$ tenemos en la tabla de X^2 el valor de 13,2767; por consiguiente se acepta la hipótesis nula para todo valor de Ji cuadrado que se encuentre hasta el valor de 13,2767 y se rechaza la hipótesis nula cuando los valores calculados son mayores de 13,2767.

4.3.5 REPRESENTACIÓN GRAFICA gl (X^2)

GRÁFICO 21: Representación Gráfica Aceptación de Hipótesis



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

4.3.6 RECOLECCIÓN DE DATOS Y CÁLCULO DE LOS ESTADÍSTICOS

TABLA 37: Especificaciones de Regiones de Aceptación y Rechazo

PREGUNTAS	CATEGORIAS	
	SI	NO
¿Considera que el turismo puede podría ser un motor para la economía parroquial?	54	16
¿Cree usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Licán, planifica adecuadamente el desarrollo turístico?	6	64
¿Cree que existe en la parroquia procesos que permiten recuperar el entorno ambiental?	39	31
¿Considera que los barrios y comunidades de la parroquia deberían organizarse para apoyar y planificar el desarrollo turístico local?	55	15
¿Si se fortalece la actividad turística local, usted estaría dispuesto a emprender un negocio turístico?	46	24
TOTAL	200	150

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 38: Frecuencias Observadas

PREGUNTAS	FRECUENCIAS OBSERVADAS		
	CATEGORIAS		SUBTOTAL
	SI	NO	
¿Considera que el turismo puede podría ser un motor para la economía parroquial?	54	16	70
¿Cree usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Licán, planifica adecuadamente el desarrollo turístico?	6	64	70
¿Cree que existe en la parroquia procesos que permiten recuperar el entorno ambiental?	39	31	70
¿Considera que los barrios y comunidades de la parroquia deberían organizarse para apoyar y planificar el desarrollo turístico local?	55	15	70
¿Si se fortalece la actividad turística local, usted estaría dispuesto a emprender un negocio turístico?	46	24	70
TOTAL	200	150	350

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 39: Frecuencias Esperadas

PREGUNTAS	FRECUENCIAS ESPERADAS		
	CATEGORIAS		SUBTOTAL
	SI	NO	
¿Considera que el turismo puede podría ser un motor para la economía parroquial?	40	30	70
¿Cree usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Licán, planifica adecuadamente el desarrollo turístico?	40	30	70
¿Cree que existe en la parroquia procesos que permiten recuperar el entorno ambiental?	40	30	70
¿Considera que los barrios y comunidades de la parroquia deberían organizarse para apoyar y planificar el desarrollo turístico local?	40	30	70
¿Si se fortalece la actividad turística local, usted estaría dispuesto a emprender un negocio turístico?	40	30	70
TOTAL	200	150	350

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

4.3.7 CALCULO DE X²

TABLA 40: Cálculo de Ji cuadrada

FRECUENCIAS OBSERVADAS	FRECUENCIAS ESPERADAS	O - E	(O - E) ²	(O - E) ² /E
O	E			
54	40	14	196	4,9
16	30	-14	196	6,533333
6	40	-34	1156	28,9
64	30	34	1156	38,53333
39	40	-1	1	0,025
31	30	1	1	0,033333
55	40	15	225	5,625
15	30	-15	225	7,5
46	40	6	36	0,9
24	30	-6	36	1,2
350	350		X ² =	94,15

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

4.3.8 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DEL CÁLCULO DEL X²

Para 4 grados de libertad a un nivel de $\alpha = 0,01$ se obtiene en la tabla de distribución de $X^2=13,2767$ y como el valor de X^2 calculado es 94,15; es mayor al valor de X^2 , entonces se rechaza la hipótesis nula, pues el valor calculado no es menor ni igual a 13,2767; por lo que se acepta la hipótesis alternante que dice: **La elaboración del Plan Estratégico sí incide en el Desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.**

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

En referencia a las conclusiones, antes de detallarlas es importante mencionar que se desarrollarán en función de dos momentos que son: resultado de las encuestas y referente al proceso de planificación estratégica.

- ✓ Las personas encuestadas, mantienen una percepción positiva referente a que el turismo podría ser motor de la economía local, así como que existirían posibilidades de desarrollo turístico, esto gracias a las fortalezas que presenta el territorio, sobre todo su cercanía a la ciudad, más del 70% de encuestados manifiestan este criterio.
- ✓ Se concluye que no existe un proceso de planificación serio en el territorio tampoco procesos específicos como en el área turística, los procesos de planificación son escuetos y no participativos, tampoco responden a las necesidades del territorio.
- ✓ Pese a que hay las facilidades turísticas en la Parroquia, la percepción ciudadana presenta un indicador porcentual de 49 puntos que hace referencia a que debe existir una mejora en la calidad de los servicios turísticos así como en las facilidades.
- ✓ El desarrollo parroquial es un proceso que debe ser llevado de manera técnica, planificada y sobre todo participativa.
- ✓ Un criterio compartido entre los encuestados es la necesidad de emprender procesos de capacitación y apoyo a emprendimientos.

- ✓ El 66% de los encuestados encontrarían en la actividad turística una fuente de mejoramiento socio económico familiar siempre que el turismo se fortalezca en el territorio y se cuente con el apoyo interinstitucional.
- ✓ El presente trabajo de investigación, determina las Líneas Estratégicas, estas a su vez se convierten en las grandes directrices o caminos para alcanzar los propósitos de la investigación, se mencionan entre estas Investigación y Desarrollo, Mercadeo, Finanzas y Gestión. Obviamente la Visión, Misión, Valores y Principios, constituyen el camino a seguir, el cómo llegar, además determinan las conductas parte de este proceso. La concreción de estos propósitos en cada momento va a depender de muchas circunstancias, tanto internas como provenientes del entorno. En función de estas circunstancias en cada momento convendrá establecer unos objetivos u otros, que en el estudio propuesto son 10.

Para construir un proceso de Planificación estratégica es importante asumir una metodología seria, sobre la cual se van a emitir algunas conclusiones:

- ✓ El diagnóstico de la situación actual es el punto de partida para el desarrollo de la planificación estratégica, es concluyente que el medio externo a la institución incide en su manejo, los aspectos económicos, políticos, culturales, sociales, ecológicos, entre otros, con respecto al turismo presentan indicadores positivos, sin embargo hay procesos que deben fortalecerse para cumplir lineamientos estatales y objetivos institucionales.
- ✓ El escenario interno de la institución presenta condiciones interesantes, pese a que es un gobierno autónomo descentralizado, poseer una Comisión de Turismo, regirse bajo normativas estatales como el COOTAD, fortalecer procesos

productivos como los más importantes, aún no se ha logrado sintonizar en una planificación las verdaderas necesidades para el desarrollo turístico; no se ha podido mejorar la oferta turística ni ubicar presupuestos para desarrollar investigaciones referentes.

- ✓ Como parte de los resultados la investigación ha recogido una base de datos importante que posteriormente pueden ser medios de comprobación para las estrategias y políticas a implementar en el territorio, datos en función de turismo comunitario, turismo rural y afluencia turística han permitido llegar a conclusiones valiosas sobre las oportunidades que se presentan para la parroquia en base a un trabajo serio y planificado.
- ✓ Concluyendo respecto a la organización, a través de la aplicación de matrices se tiene como resultado de la evaluación de factores internos (EFI) que existen más debilidades que fortalezas, sin embargo se deben superar las debilidades y transformarlas en fortalezas, solamente así podrá mejorar la su capacidad de gestión y administración, promoviendo para ello mecanismos operativos y logísticos mejorados, eficientes y eficaces para alcanzar los resultados.
- ✓ En referencia a la evaluación de factores externos (EFE), la organización presenta mayores oportunidades que amenazas para poder desarrollarse en el medio externo y eso significa que aprovechando correctamente sus oportunidades podría posicionar sus productos a nivel local y nacional gracias al apoyo significativo del medio externo.
- ✓ Una de las más importantes matrices en la planificación es la Matriz de Perfil competitivo, esta permite que se pueda analizar a la competencia y confrontarla con la propia empresa, así se puede saber en qué condiciones se puede desarrollar el proceso de planificación, para el caso de esta investigación la organización debe fortalecerse más, pues un emprendimiento turístico de un

Gobierno Autónomo Parroquial cercano, presenta mejores condiciones y por ende oportunidades de crecimiento.

- ✓ La presente investigación durante el proceso de elaboración, a través del uso de herramientas de planificación como son las matrices FODA, de competitividad, Evaluación de Factores Internos, Evaluación de Factores externos, Cuantitativa de Evaluación de acción, entre otras, ha determinado las capacidades locales para el éxito de la planificación. Iniciando con procesos organizativos comunitarios, apoyados en el interés de la institución rectora de fortalecer la actividad turística, la presencia de servidores turísticos y una oferta turística, son indicadores de fomento para el desarrollo; sin embargo este estudio da las directrices para mejorar los procesos de planificación, así como el desarrollo del territorio en base a la actividad turística.

5.2 RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda que la institución parroquial, desarrolle espacios de liderazgo y participación dirigencial a talentos humanos de barrios y comunidades, de manera tal que entre sociedad civil y autoridades exista una coordinación y apoyo mutuo sobre las decisiones de trascendencia del territorio.
- ✓ Los procesos participativos deben ser llevados conforme lo manifiesta la constitución y pensando siempre que la verdadera planificación empieza con la organización, el compromiso y la participación ciudadana.
- ✓ Las Autoridades parroquiales deben potenciar las capacidades de sus miembros para poder fortalecer la capacidad de gestión, autogestión y apoyo interinstitucional para cumplir los objetivos de la planificación que se propone en esta investigación.

- ✓ Se recomienda que anualmente se actualicen los indicadores de evaluación para medir el cumplimiento del plan estratégico así como medir el nivel de mejoramiento en los parámetros de las matrices de evaluación interna y externa.
- ✓ Esta herramienta debe ser socializada con otras instancias de gobierno, sea municipio consejo provincial, ministerios de turismo, cultura, competitividad, ONGs y actores de desarrollo que puedan a través de una coordinación adecuada tanto logística como financiera, coadyuvar al cumplimiento de la Planificación Estratégica propuesta.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

Título

Diseño del Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo

6.1 Datos Informativos

Institución Ejecutora: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Licán

Beneficiarios:

- ✓ **Directos:** 70 familias
- ✓ **Indirectos:** 11 544 habitantes

Ubicación:

- ✓ **Provincia:** Chimborazo
- ✓ **Cantón:** Riobamba
- ✓ **Parroquia:** San Pedro de Licán
- ✓ **Dirección:** Plaza Central

6.2 Antecedentes de la Propuesta

La actividad turística, es una de las principales Fuentes dinamizadora de la economía nacional; si bien es cierto que en el último lustro se ha visto un crecimiento importante de turistas que visitan el Ecuador, hay que considerar que Riobamba por su ubicación geográfica estratégica se convierte en un espacio turístico lleno de fortalezas.

A partir de la aprobación del Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y descentralización en el año 2008; las parroquias rurales del país, pasan a convertirse en Gobiernos Autónomos Descentralizados, y junto a esto el requerimiento de construir el Plan de Ordenamiento Territorial, como una herramienta de desarrollo local.

Para fortalecer el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial, que menciona la necesidad de crear ejes de desarrollo que permitan mejorar las condiciones de vida de los habitantes del territorio, se hace imprescindible que el Plan Estratégico de Turismo Sostenible que se propone, sea una herramienta más de desarrollo que incida directamente en los índices de mejoramiento de la calidad de vida, así como también que permita cumplir los Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo del Buen vivir.

6.3 Justificación

Tras un proceso previo de análisis fue posible determinar que uno de los problemas principales para el turismo en la Parroquia de Licán, es la inexistencia de un Plan Estratégico de Turismo, limitando las alternativas para ofertar ante una demanda cada día más exigente

Como se había mencionado, la planificación, es un proceso participativo, en donde la sociedad civil y autoridades comparten ideas, sueños, propósitos, que podrán ser cumplidos en base a trabajo conjunto,

seguimiento, control y otros mecanismos ciudadanos que puedan vigilar el cumplimiento de los objetivos trazados; por otro lado la responsabilidad de las autoridades locales para crear espacios de desarrollo socioeconómico en base a la producción como lo es la actividad turística.

Según el artículo 135 del COOTAD, manifiesta “El fomento de la actividad productiva y agropecuaria debe estar orientada al acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual los diferentes niveles de gobierno evitarán la concentración o acaparamiento de estos recursos productivos; impulsarán la eliminación de privilegios o desigualdades en el acceso a ellos; y, desarrollarán políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras. **El turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.**”

El trabajo debe ser coordinado con los demás niveles de gobierno, de tal manera que no se dupliquen los esfuerzos ni presupuesto y esto permita ir creando espacios de desarrollo con enfoque sostenible.

Por este motivo es pertinente la elaboración de este Plan Estratégico, así como la puesta en ejecución, es fundamental tomar en consideración que los beneficios e impacto de la actividad turística se medirá a mediano y largo plazo.

6.4 Objetivos de la Propuesta

GENERAL

Diseñar el Plan Estratégico para el desarrollo Turístico Sostenible de la Parroquia Rural San Pedro de Licán del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo

ESPECÍFICOS

- ✓ Determinar la Misión y Visión Institucional
- ✓ Definir las Políticas y estrategias a implementarse en el territorio
- ✓ Determinar los valores y principios institucionales
- ✓ Realizar el Análisis FODA
- ✓ Identificar las Estrategias Competitivas
- ✓ Detallar la Programación General y Plan Operativo anual

6.5 Análisis de Factibilidad

6.5.1 Factibilidad Operativa

La implementación del Plan Estratégico, en su totalidad será manejado, coordinado y evaluado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia San Pedro de Licán, con el presupuesto que otorga el estado, el Ministerio de Turismo para proyectos turísticos, y el Ministerio de Cultura con la finalidad de rescatar el eje cultural local, con el presupuesto que asignan el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo y del Cantón Riobamba, así como por la autogestión con el apoyo internacional, estas consideraciones vuelven a la propuesta factible.

Será necesario que en acuerdos interinstitucionales se proceda a definir condiciones de monitoreo, seguimiento y evaluación de los programas y proyectos propuestos. Hay que considerar que las normas legales vigentes dan a la ciudadanía poderes de control y vigilancia, razón por la cual es necesario que todos los procesos sean participativos.

6.5.2 Factibilidad Económica

TABLA 41: Factibilidad Económica de la Propuesta

INDICADOR	Escala				
	1	2	3	4	5
1. Aporte de organismos estatales y seccionales					X
2. Aporte de otros al proyecto (ONG`s)			X		
3. Suficiencia del conjunto de recursos (organización y otros) para financiar las actividades de la propuesta.				X	
4. Sostenibilidad del proyecto durante la etapa de operación				X	
5. Tendencia actual de apoyo económico a este tipo de emprendimientos.					X
Resultado: La presente propuesta tendrá altas posibilidades de respaldo financiero de diversas fuentes debido a su naturaleza comunitaria.					

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

6.6 Fundamentación

6.6.1 Diseño de la visión a futuro

Para el presente trabajo de investigación y en función de los lineamientos generales para determinar la Visión de la organización se presenta a continuación una matriz básica que ha apoyado a construir esta visión:

TABLA 42: Lineamientos para elaborar la Visión

LINEAMIENTOS PARA CONSTRUIR LA VISIÓN		
DEFINICIÓN	ELEMENTOS	PREGUNTAS DIRECTRICES
Define donde quiero llegar en 3, 4,5 o más años. Estado ideal. Fuerza motivante. Rectifica, modifica o cambia la orientación de la organización	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organización en perspectiva a largo plazo ✓ Mercado ✓ Tecnología ✓ Infraestructura ✓ Servicio ✓ Intenciones ✓ Desarrollo Humano 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cómo será la empresa en 5-10 años? ✓ Qué logros se pretenden? ✓ Qué avances tecnológicos? ✓ Qué otros mercados? ✓ Qué otros servicios? ✓ Con qué talentos humanos?

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: MóduloPlaneación Estratégica UTA 2010

El procedimiento realizado para determinar la misión de la organización, fue a través de un proceso participativo, en donde estuvieron presentes:

- ✓ Presidentes de los barrios y comunidades de la parroquia
- ✓ Representantes de las instituciones educativas
- ✓ Profesionales de la parroquia
- ✓ Autoridades.

Mismos que a través de la metodología lluvia de ideas y análisis de los lineamientos propuestos se obtuvo el siguiente resultado.

VISIÓN ORGANIZACIONAL

“Posicionar local, regional y nacionalmente a la Parroquia San Pedro de Licán a través de su Centro de Turismo Comunitario en los próximos 10 años, como estrategia para el desarrollo de la localidad y fuente de

bienestar para la región, generando beneficios económicos, sociales y ambientales, utilizando infraestructuras turísticas que promuevan energías alternativas que no alteren al ambiente”.

6.6.2 Misión de la Organización

Para el presente trabajo de investigación y en función de los lineamientos generales para determinar la Misión de la organización se presenta a continuación una matriz básica que ha apoyado a construir esta misión:

TABLA 43: Lineamientos para elaborar la Misión

LINEAMIENTOS PARA CONSTRUIR LA MISIÓN		
DEFINICIÓN	ELEMENTOS	PREGUNTAS DIRECTRICES
Define la razón de ser. Para que existimos. Esencial para formular objetivos y estrategias	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Clientes ✓ Productos o servicios ✓ Mercados ✓ Tecnología ✓ Interés por la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad ✓ Filosofía ✓ Concepto de sí misma ✓ Interés por la imagen pública ✓ Interés por los empleados 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Quiénes son los clientes? ✓ Cuáles son los principales productos o servicios? ✓ Dónde compite la empresa? ✓ Es la tecnología un interés primordial? ✓ Trata la empresa de alcanzar objetivos económicos? ✓ Cuáles son las creencias, aspiraciones y prioridades filosóficas fundamentales? ✓Cuál es la competencia distintiva o su principal ventaja competitiva ✓ Se preocupa la empresa por aspectos sociales, comunitarios y ambientales? ✓ Se considera que los empleados son un activo valioso?

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Módulo Planeación Estratégica UTA 2010

El procedimiento realizado para determinar la misión de la organización, fue a través de un proceso participativo, en donde estuvieron presentes:

- ✓ Presidentes de los barrios y comunidades de la parroquia
- ✓ Representantes de las instituciones educativas
- ✓ Profesionales de la parroquia
- ✓ Autoridades.

Mismos que a través de la metodología lluvia de ideas y análisis de los lineamientos propuestos se obtuvo el siguiente resultado.

MISIÓN ORGANIZACIONAL

“Desarrollar la actividad turística sostenible, a través del aprovechamiento de los recursos naturales e histórico culturales a nivel local, provincial, regional y nacional, ofertando productos y servicios turísticos de alojamiento, alimentación y recreación, respetando las necesidades de la demanda nacional e internacional, promoviendo las creencias locales; aprovechando el apoyo estatal con el propósito de apoyar el desarrollo socioeconómico, fortaleciendo las capacidades locales para el uso de tecnologías alternativas, la tecnificación producción y mercadeo, mitigando el impacto ambiental, con la finalidad de brindar al turista y visitante una experiencia única”.

6.6.3 Verificación de Valores

Dentro de una institución u organización deben mantenerse parámetros que permitan que el usuario o cliente, descubra la cultura e imagen que se desea proyectar y ofrecer; son fundamentales para impulsar a la institución u organización en la dirección adecuada. Los valores que la Junta parroquial de Licán debe proyectar en su gestión son:

GRÁFICO 22: Verificación de Valores GAD Parroquial Licán



Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra
Fuente: Módulo Planeación Estratégica UTA 2010

Competitividad.- Demostrando siempre eficacia, eficiencia y compromiso de servicio adecuado y de calidad, que permita competir en el mercado a través del Centro de Turismo Comunitario Local.

Generación de Desarrollo Sustentable.- Con un enfoque integral de desarrollo, permitiendo dinamizar la economía local conservando y recuperando el ambiente.

Liderazgo.- para buscar de manera participativa, democrática y autónoma las decisiones adecuadas para el desarrollo.

Honestidad.- para la gestión pública, para el trabajo interinstitucional y el servicio a la comunidad, así en unidad alcanzar las metas de desarrollo parroquial.

Respeto.- al usuario, cliente y ciudadanía para fortalecer la gestión pública local.

Solidaridad.- permitiendo que los beneficios sean de alto impacto y cediendo a los intereses sociales y ambientales así como siendo corresponsables del desarrollo del territorio.

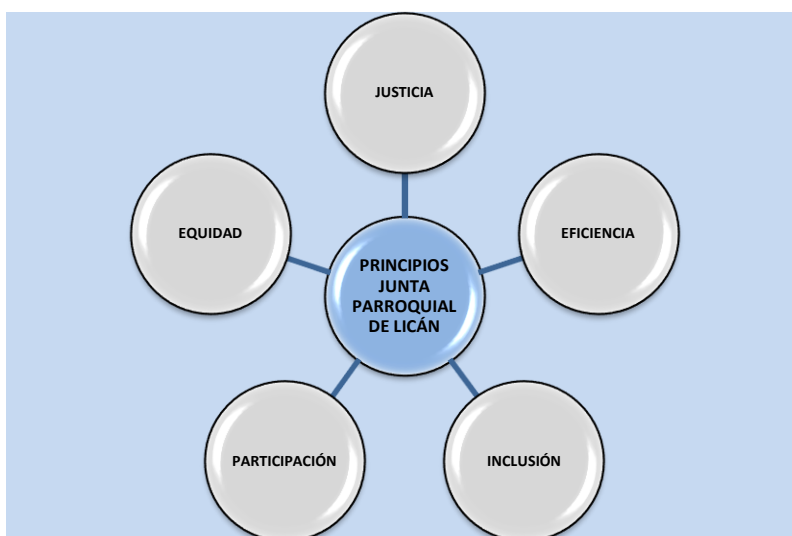
Responsabilidad.- como un puntal fundamental para desarrollo socioeconómico, el manejo financiero como la responsabilidad social y comprometida con el ambiente.

Trabajo en Equipo.- para fomentar la unidad institucional, la corresponsabilidad en el territorio y el trabajo mancomunado y compartido.

6.6.4 Verificación de Principios

Los principios de la Junta Parroquial de Licán son:

GRÁFICO 23: Verificación de Principios GAD Parroquial Licán



Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Módulo Planeación Estratégica UTA 2010

Justicia.- basada en la ética la moral y la responsabilidad social.

Eficiencia.- como un pilar para agilizar los procesos de desarrollo en la administración y gestión pública.

Inclusión.- para que la población alcance los beneficios de la gestión pública en todo aspecto.

Participación.- para transparentar la gestión y encaminar el desarrollo a través de estrategias y políticas construidas por los pobladores, autoridades y actores sociales.

Equidad.- ya que la igualdad de oportunidades y de beneficios permiten el cumplimiento de los objetivos en función de la participación.

6.6.5 Objetivos Estratégicos

Este plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible de la parroquia rural san Pedro de Licán, se desarrolla alrededor de tres objetivos estratégicos, que aterrizan en la política nacional de turismo definida en el PLANDETUR 2020, así se tiene los siguientes objetivos estratégicos:

- A. Generar un proceso orientador** que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en la dinamización del territorio y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión adecuada.

Objetivo Específico 1

Realizar el diagnóstico turístico de la Parroquia Rural San Pedro de Licán

Meta 1

Para el 2012, se tiene un diagnóstico turístico real de la localidad.

Objetivo Específico 2

Crear una oferta turística adecuada a las necesidades de la demanda, especialmente dirigido a los segmentos de naturaleza, aventura y turismo comunitario

Meta 2

Hasta el 2013, se construyen 5 paquetes turísticos sostenibles y específicos para la demanda local, nacional e internacional.

Objetivo Específico 3

Levantar el catastro de servidores turísticos del territorio utilizando los Sistemas de Información Geográfica (SIG)

Meta 3

En el 2014, la parroquia tiene levantado y georeferenciado la totalidad del catastro de servidores turísticos.

B. Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía local, buscando mejorar la calidad

de vida de la población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando las condiciones endógenas y exógenas del territorio.

Objetivo Específico 4

Actualizar el Inventario de atractivos Turísticos naturales e históricos culturales de la Parroquia Rural San Pedro de Licán.

Meta 4

El 2013 se tiene actualizado el inventario de atractivos turísticos, históricos y culturales de la Parroquia San Pedro de Licán.

Objetivo Específico 5

Capacitar a los prestadores de servicios turísticos locales, para fortalecer la red de turismo parroquial.

Meta 5

Hasta el año 2016, se capacita a la totalidad de prestadores de servicios turísticos de la Parroquia San Pedro de Licán.

Objetivo Específico 6

Elaborar un Plan de Revitalización Cultural, para la recuperación de la identidad parroquial.

Meta 6

Al 2015, se cuenta con un Plan de Revitalización Cultural listo para su ejecución programática.

C. Insertar al turismo sostenible como una política parroquial que dentro del marco del proceso de planificación, busque el desarrollo integral de la actividad turística, a través de la coordinación interinstitucional.

Objetivo Específico 7

Crear políticas públicas locales que regulen y fortalezcan las actividades de turismo sostenible en el territorio.

Meta 7

Hasta el 2014, se dictan 3 políticas públicas de incidencia turística en el territorio.

Objetivo Específico 8

Crear políticas públicas locales que regulen, controlen y sancionen las afectaciones ambientales como efectos de la actividad humana.

Meta 8

Hasta el 2014, se dictan 5 políticas públicas de incidencia ambiental en el territorio.

Objetivo Específico 9

Fortalecer el Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia San Pedro de Licán

Meta 9

Hasta finales del 2014 se cuenta con un Centro de Turismo Comunitario fortalecido y en crecimiento.

Objetivo Específico 10

Establecer una política local para la promoción y difusión turística del territorio.

Meta 10

En el 2013, se promueve la Parroquia San Pedro de Licán en 2 Ferias de Turismo y difunde a través de distintos medios de comunicación social nacional, las riquezas turísticas históricas y culturales.

6.6.6 MomentoEstratégico

Las matrices EFE, EFI y de Perfil Competitivo, presentadas anteriormente proporcionan información que sirve que sirven de insumo básico para las matrices de adecuación y decisión.

“La etapa para la adecuación del marco para formular estrategias consta de 5 técnicas que se pueden utilizar en secuencia cualquiera y dependiendo de la necesidad del investigador; así tenemos las matrices ADOF, PEYEA, BCG, IE, y la matriz de la Gran Estrategia. Estos instrumentos dependen de la información derivada de la etapa de insumos para ajustar las oportunidades y amenazas externas con las fortalezas y debilidades internas. Ajustar los factores internos y externos críticos determinantes para el éxito resulta fundamental para generar buenas estrategias alternativas viables”.(David, 2003)

TABLA 44: Marco Analítico para Formular Estrategias

MARCO ANALÍTICO PARA FORMULAR ESTRATEGIAS				
ETAPA 1: Etapa de los Insumos				
Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)		Matriz de Perfil Competitivo	Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)	
ETAPA 2: Etapa de la Adecuación				
Matriz de las Amenazas-Oportunidades Debilidades-Fuerzas (AODF)	Matriz de la Posición Estratégica y la Evaluación de la Acción (PEYEA)	Matriz del Boston Consulting Group (BCG)	Matriz Interna-Externa (IE)	Matriz de la Gran Estrategia
ETAPA 3: Etapa de la Decisión				
Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica (MCPE)				

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Principios de Planificación Estratégica 2006

6.6.7 Estrategias

1. Matriz DOFA

TABLA 45: Matriz DOFA

	FORTALEZAS – F	DEBILIDADES-D
	<p>1. Aceptable interacción del Administrador con la Comisión de Turismo y miembros del Gobierno parroquial</p> <p>2. Implementación de programas de fortalecimiento productivo-turístico</p> <p>3. Coordinación con la empresa privada para desarrollar una oferta turística adecuada a la realidad del territorio</p> <p>4. Manejo responsable de los recursos financieros</p> <p>5. Se aplican metodologías y acciones tendientes a desarrollar participativamente el estudio de mercado turístico parroquial para consolidar la oferta turística</p>	<p>1. Débil proceso de Gestión Turística</p> <p>2. Débil Aplicabilidad de las Tecnologías de la Información y Comunicación</p> <p>3. Personal Técnico Limitado</p> <p>4. No hay un proceso de autogestión financiera</p> <p>5. Falta de presupuesto para investigación y desarrollo de proyectos</p>

OPORTUNIDADES-O	ESTRATEGIAS-FO	ESTRATEGIAS-DO
<p>1. Gobierno promueve el fortalecimiento de capacidades locales en el ámbito turístico, empresarial y productivo</p> <p>2. Interés de los operadores por nuevos destinos y productos turísticos</p> <p>3. Priorización de contribuciones presupuestarias para el desarrollo de productos eco turísticos y circuitos locales</p> <p>4. Tendencia creciente de los segmentos de naturaleza, cultura y aventura</p>	<p>ESTRATEGIA 1</p> <p>(F2/O1):</p> <p>Aplicar programas permanentes de capacitación a funcionarios</p> <p>ESTRATEGIA 2</p> <p>(F3-F5/O2-O4-O5): Creación e implementación de un Plan de Marketing Turístico para la Parroquia San Pedro de Licán</p> <p>ESTRATEGIA 3</p> <p>(F5/O4):</p> <p>Desarrollo de Oferta turística especializada en turismo de naturaleza, cultura y aventura</p>	<p>ESTRATEGIA 4</p> <p>(D1-D5/O3-O5):</p> <p>Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados</p> <p>ESTRATEGIA 5</p> <p>(D5/O5- O6):</p> <p>Potenciar estudios e investigaciones para el desarrollo de energías alternativas en la planta turística local</p>

<p>5. Apoyo crediticio a iniciativas de desarrollo turístico privadas y comunitarias.</p> <p>6. Establecimiento de Políticas Nacionales para la implementación de sistema dinámico de tecnologías limpias</p>		
<p>AMENAZAS-A</p> <p>1. No se exige la aplicación de las políticas públicas de turismo a todos los actores turísticos</p> <p>2. Los operadores y mayoristas turísticos no se interesan en vender productos turísticos rurales</p> <p>3. Localidades cercanas elaboren con la empresa</p>	<p>ESTRATEGIAS-FA</p> <p>ESTRATEGIA 6</p> <p>(F3-F5/A3-A5):</p> <p>Creación de productos turísticos sostenibles</p> <p>ESTRATEGIA 7</p> <p>(F3-F5/A2-A3):</p> <p>Fortalecer la promoción Turística en los ITUR de</p>	<p>ESTRATEGIAS-DA</p> <p>ESTRATEGIA 8</p> <p>(D1-D4/A1):</p> <p>Fomentar Alianzas estratégicas con la empresa privada para la difusión y venta de la oferta turística local</p>

<p>privada una oferta turística en mejores condiciones y desarrollen productos turísticos competitivos</p> <p>4. La dolarización encarece el producto turístico convirtiendo al Ecuador en uno de los países más caros de Sur América, haciéndolo poco competitivo turísticamente.</p> <p>5. La demanda turística cambie su interés en visitar el país y altere las líneas estratégicas de turismo modificando la oferta turística</p>	<p>la provincia de Chimborazo</p>	
--	-----------------------------------	--

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

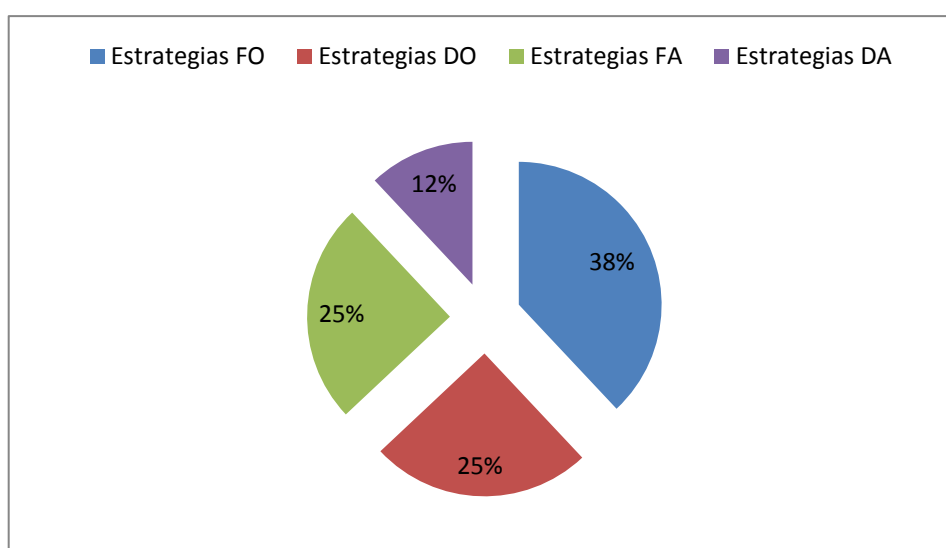
TABLA 46: Identificación de Estrategias en base de Matriz DOFA

IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS EN BASE A LA MATRIZ DOFA	
ESTRATEGIAS FO	
1	Aplicar programas permanentes de capacitación a funcionarios
2	Creación e implementación de un Plan de Marketing Turístico para la Parroquia San Pedro de Licán
3	Desarrollo de Oferta turística especializada en turismo de naturaleza, cultura y aventura
ESTRATEGIAS DO	
1	Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados
2	Potenciar estudios e investigaciones para el desarrollo de energías alternativas en la planta turística local
ESTRATEGIAS FA	
1	Creación de productos turísticos sostenibles
2	Fortalecer la promoción Turística en los ITUR de la provincia de Chimborazo
ESTRATEGIAS DA	
1	Fomentar Alianzas estratégicas con la empresa privada para la difusión y venta de la oferta turística local

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

GRÁFICO 24: Porcentaje de Estrategias Identificadas



Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

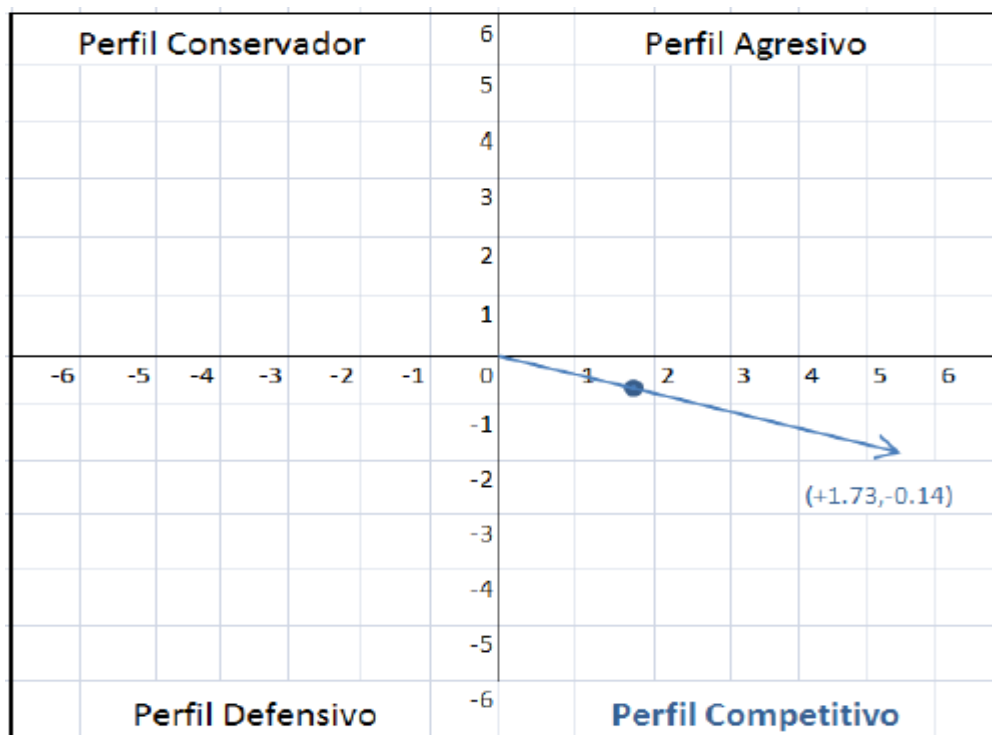
TABLA 47: Matriz de Planificación Estratégica y Evaluación de Acción

MATRIZ PEYEA				
POSICIÓN INTERNA	ESTRATÉGICA	CALIF.	POSICIÓN ESTRATÉGICA EXTERNA	CALIF.
FUERZA FINANCIERA (FF)		ESTABILIDAD DEL AMBIENTE (EA)		
Rendimiento sobre la inversión	5		Oferta turística adecuada al mercado	-2
Apalancamiento	4		Bajo porcentaje de confianza del turista	-3
Liquidez	3		Tasa de Inflación	-3
Capital de trabajo	3		Gran cantidad de competidores	-4
Flujos de efectivo favorables	3		Barreras de entrada	-4
Barreras de salida	2		Acceso a las Tecnologías de la Información	-2
Riesgos del negocio	3		Elasticidad de la demanda	-6
TOTAL	23		TOTAL	-24
VENTAJA COMPETITIVA (VC)		FUERZA DE LA INDUSTRIA (FI)		
Participación en el mercado	-5		Industria turística en crecimiento	6
Calidad en los servicios y productos turísticos	-2		Estabilidad financiera	5
Diferenciación en el servicio turístico	-1		Facilidad para ingresar en el mercado	3
Lealtad y confianza de los clientes	-3		Aprovechamiento de los recursos	4
Sostenibilidad	-2		Intensidad de capital	4
Responsabilidad Social	-3			
TOTAL	-16		TOTAL	22
CONCLUSIÓN				
PROMEDIO EA	-	3,43	PROMEDIO FI	4,4
PROMEDIO VC	-	2,67	PROMEDIO FF	3,29
EL VECTOR DIRECCIONAL COORDINA:			EJE X	1,73
			EJE Y	-0,14

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Módulo Planeación Estratégica UTA 2010

GRÁFICO 25: Perfiles de Estrategias a Adoptar



Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra
Fuente: Módulo Planeación Estratégica UTA 2010

Según los resultados mostrados en la MPEYEA, la organización debe adoptar un perfil de estrategia competitivo, en donde pueda aprovechar que la industria turística se encuentra en franco crecimiento y pueda poner en evidencia la organización todas sus ventajas competitivas.

El vector direccional en nuestro análisis está situado en la parte inferior derecha o **CUADRANTE COMPETITIVO** de la matriz PEYEA, que indica estrategias competitivas. Las estrategias competitivas incluyen:

- ✓ Integración hacia atrás
- ✓ Integración hacia delante
- ✓ Integración horizontal
- ✓ Penetración en el mercado
- ✓ Desarrollo del mercado
- ✓ Desarrollo del producto

A continuación se proponen las **ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS COMPETITIVAS** aplicables a la Organización:

TABLA 48: Estrategias Alternativas Competitivas

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS ALTERNATIVAS		
ESTRATEGIA	APLICACIÓN	JUSTIFICACIÓN
Integración hacia atrás	SI	Dentro del mercado turístico los proveedores son un factor determinante para una adecuada prestación de servicios, no siempre serán los mismo y esto implica que habrán para la organización oportunidades de mejorar a través de ellos, pues estos deben ajustarse a las necesidades de la organización y esta a la de los turistas, nada es dinámico
Integración hacia adelante	NO	La aplicación de esta estrategia no es conveniente por el momento, pues implica que la organización deberá prestar en su totalidad los servicios turísticos y la capacidad aún no se presta para esta estrategia

Integración horizontal	SI	Esta estrategia implica buscar el crecimiento de la organización de tal manera que es viable su aplicación
Penetración en el mercado	SI	La organización puede promover un aumento en el mercado, intentando establecer mecanismos eficientes de promoción, publicidad, e incluso alianzas estratégicas
Desarrollo del mercado	NO	No es recomendable esta estrategia ya que desarrollar el mercado implica altos costos así como contar con talento humano necesario para poder alcanzar niveles eficientes de operatividad
Desarrollo del producto	SI	La organización debe invertir en investigación y desarrollo pues el desarrollo turístico es una competencia concurrente, además promover servicios de calidad permitirá fidelizar clientes y aumentar ventas

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: MóduloPlaneación Estratégica UTA 2010

6.6.8 Etapa de Decisión

6.6.8.1 Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica

TABLA 49: Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica

MATRIZ CUANTITATIVA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA																	
FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	PESO	E1		E2		E3		E4		E5		E6		E7		E8	
		CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
OPORTUNIDADES																	
Gobierno promueve el fortalecimiento de capacidades locales en el ámbito turístico, empresarial y productivo	0,15	4	0,60	1	0,15	3	0,45	4	0,60	3	0,45	3	0,45	2	0,30	2	0,30
Interés de los operadores por nuevos destinos y productos turísticos	0,10	1	0,10	4	0,40	3	0,30	2	0,20	2	0,20	3	0,30	3	0,30	4	0,40
Priorización de contribuciones presupuestarias para el desarrollo de productos eco turísticos y circuitos locales	0,05	1	0,05	3	0,15	1	0,05	2	0,10	2	0,10	1	0,05	2	0,10	1	0,05
Tendencia creciente de los segmentos de naturaleza, cultura y aventura	0,15	1	0,15	3	0,45	4	0,60	2	0,30	3	0,45	2	0,30	3	0,45	2	0,30
Apoyo crediticio a iniciativas de desarrollo turístico privadas y comunitarias	0,15	3	0,45	2	0,30	2	0,30	4	0,60	3	0,45	3	0,45	2	0,30	2	0,30
Establecimiento de Políticas Nacionales para la implementación de sistema dinámico de tecnologías limpias	0,10	2	0,20	1	0,10	2	0,20	3	0,30	4	0,40	2	0,20	2	0,20	2	0,20
AMENAZAS																	
No se exige la aplicación de las políticas públicas de turismo a todos los actores turísticos	0,15	2	0,30	1	0,15	2	0,30	3	0,45	2	0,30	1	0,15	2	0,30	2	0,30
Los operadores y mayoristas turísticos no se interesan en vender productos turísticos rurales	0,10	1	0,10	4	0,40	2	0,20	2	0,20	2	0,20	2	0,20	3	0,30	4	0,40
Localidades cercanas elaboren con la empresa privada una oferta turística en mejores condiciones Desarrollen productos turísticos competitivos	0,10	1	0,10	4	0,40	2	0,20	3	0,30	2	0,20	3	0,30	3	0,30	4	0,40
La dolarización encarece el producto turístico convirtiendo al Ecuador en uno de los países más caros de Sur América, haciéndolo poco competitivo turísticamente.	0,05	2	0,10	2	0,10	1	0,05	2	0,10	2	0,10	1	0,05	2	0,10	2	0,10
La demanda turística cambie su interés en visitar el país y altere las líneas estratégicas de turismo modificando la oferta turística	0,05	1	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,10	2	0,10	1	0,05	2	0,10	2	0,10
FORTALEZAS																	
Aceptable interacción del Administrador con la Comisión de Turismo y miembros del Gobierno parroquial	0,20	2	0,40	2	0,40	2	0,40	3	0,60	3	0,60	1	0,20	3	0,60	3	0,60
Implementación de programas de fortalecimiento productivo-turístico	0,10	4	0,40	2	0,20	3	0,30	4	0,40	3	0,30	2	0,20	2	0,20	3	0,30
Coordinación con la empresa privada para desarrollar una oferta turística adecuada a la realidad del territorio	0,05	1	0,05	3	0,15	4	0,20	2	0,10	2	0,10	3	0,15	3	0,15	4	0,20
Manejo responsable de los recursos financieros	0,15	2	0,30	3	0,45	2	0,30	3	0,45	3	0,45	2	0,30	3	0,45	3	0,45
Se aplican metodologías y acciones tendientes a desarrollar participativamente el estudio de mercado turístico parroquial para consolidar la oferta turística	0,05	1	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,10	3	0,15	3	0,15	3	0,15	2	0,10
DEBILIDADES																	
Débil proceso de Gestión Turística	0,15	3	0,45	2	0,30	2	0,30	2	0,30	1	0,15	1	0,15	2	0,30	1	0,15
Débil Aplicabilidad de las Tecnologías de la Información y Comunicación	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,10	3	0,15	2	0,10	1	0,05	4	0,20	2	0,10
Personal Técnico Limitado	0,10	2	0,20	1	0,10	3	0,30	2	0,20	1	0,10	1	0,10	2	0,20	1	0,10
No hay un proceso de autogestión financiera	0,05	2	0,10	1	0,05	2	0,10	2	0,10	3	0,15	1	0,05	3	0,15	2	0,10
Falta de presupuesto para investigación y desarrollo de proyectos	0,10	2	0,20	2	0,20	3	0,30	3	0,30	4	0,40	3	0,30	4	0,40	1	0,10
TOTAL			4,50		4,90		5,25		5,95		5,45		4,15		5,55		5,05

CALIFICACIÓN DEL ATRACTIVO: 1= No es atractiva, 2= Algo atractiva, 3= Bastante atractiva, 4= Muy atractiva

SIMBOLOGÍA: E: Estrategia CA: Calificación del atractivo TCA: Total Calificación del atractivo

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra
Fuente: Módulo Planeación Estratégica UTA 2010

6.6.8.2 Matriz de resumen de Valoración de Estrategias

TABLA 50: Matriz Resumen de valoración de estrategias

MATRIZ RESUMEN DE VALORACIÓN DE ESTRATEGIAS-MCPE			
TIPO DE ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN DE ESTRATEGIA	PUNTUACIÓN MCPE	JERARQUIZACIÓN
F-O	Aplicar programas permanentes de capacitación a funcionarios	4,5	7
F-O	Creación e implementación de un Plan de Marketing Turístico para la empresa	4,9	6
F-O	Desarrollo de Oferta turística especializada en turismo de naturaleza, cultura y aventura	5,25	4
D-O	Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados	5,95	1
D-O	Potenciar estudios e investigaciones para el desarrollo de energías alternativas en la planta turística local	5,45	3
F-A	Creación de productos turísticos sostenibles	4,15	8
F-A	Fortalecer la promoción Turística en los ITUR de la provincia de Chimborazo	5,55	2
D-A	Fomentar Alianzas estratégicas con la empresa privada para la difusión y venta de la oferta turística local	5,05	5

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Módulo Planeación Estratégica UTA 2010

Análisis

Se han determinado 8 estrategias en base a la Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica (MCPE), de éstas, el 37% son estrategias **F-O**, el 25% son estrategias **D-O**, el 25% estrategias **F-A** y finalmente el 13% corresponde a las estrategias **D-A**. De acuerdo a las ponderaciones obtenidas en la Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica (MCPE), del 100% de estrategias propuestas, se propone implementar 4 principales estrategias; el 50% de estrategias **D-O**, el 13% de estrategias **F-O** y el 13% de estrategias **F-A**, las estrategias a aplicar se detallan en la matriz resumen de valoración de estrategias.

6.6.9 Políticas

Las políticas que se aplicarán en el presente Plan Estratégico, involucran la integralidad para el desarrollo, fomentando para ello las prácticas sostenibles para este fin. Promoviendo la necesidad de regular la actividad y crear espacios participativos para la construcción de iniciativas sociales que dinamicen la economía del territorio

Las políticas propuestas son las siguientes:

Políticas Generales

TABLA 51: Políticas Generales

GESTIÓN	Los procesos de desarrollo turístico deberán estar alineados con el Plan de Desarrollo Turístico Nacional y el Plan Nacional de Marketing Turístico.
SOCIOCULTURAL	Toda actividad turística deberá tener como enfoque la riqueza cultural del territorio. Los operadores de turismo deberán coordinar la prestación de servicios turísticos con los proveedores locales
AMBIENTAL	La actividad turística en el territorio, promoverá la práctica turística sostenible y sustentable, recuperando y conservando el ecosistema, aplicando normas básicas de control ambiental y buenas prácticas ambientales, exigiendo responsabilidad social ambiental ante la intervención de inversión exógena y endógena.

Elaborado por: Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing. Javier Barahona Ibarra

Políticas Específicas

TABLA 52: Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica

PLANIFICACIÓN	La planificación sostenible del turismo parroquial deberá ser participativa, comprometida y regulada desde el GAD Autónomo Descentralizado Parroquial de Licán, según lineamientos del Ministerio de Turismo
FINANCIERA	Los emprendimientos turísticos locales deberán a su implementación contar con un sistema de Cajas comunitarias que permitan dar sostenibilidad a los procesos de desarrollo local.
TALENTO HUMANO	Dentro de la organización deberán laborar según disposiciones legales, fuera de la organización podrán ser parte activa del desarrollo turístico local.
MERCADEO	El impulso turístico será desarrollado mediante mecanismos promocionales y de difusión que aseguren que la oferta turística tenga cabida en el mercado y el turista encuentre satisfacción en ella.

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

6.7 Modelo Operativo

6.7.1 Momento Táctico Operacional

Para este análisis se definirán los conceptos de momento táctico y momento operativo.

Momento Táctico.- Es el conjunto de acciones y métodos que se requieren para alcanzar los objetivos planteados, es decir los planes de acción con metas establecidas.

Momento Operativo.- Definición de los medios específicos que deben ser utilizados para llevar a cabo los planes de acción y así, alcanzar las metas inmediatas o resultados específicos.

En esta investigación el momento táctico operacional se lo va a definir a través de matrices en donde se podrá visibilizar el plan, la programación general y los proyectos y subproyectos a emprender.

6.7.2 PROGRAMACIÓN SOSTENIBLE INTEGRADA

6.7.2.1 Programación General

De acuerdo a los resultados arrojados en la Matriz DAFO, tenemos que la programación general, está definida por:

TABLA 54: Programación General

PROGRAMACIÓN GENERAL		
Institución: Gobierno Autónomo Descentralizado Rural San Pedro de Licán GAD.RSPL		
ÁREAS DE GESTIÓN	N° PROGRAMAS	N° PROYECTOS
Investigación y desarrollo	1	1
Mercadeo	3	3
Finanzas	1	1
Gestión	2	2

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

El detalle de los programas y proyectos se encuentra determinado en la Tabla N° 56

Sin embargo una vez desarrollada la Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica (MCPE) SE DEFINEN 4 ESTRATEGIA FUNDAMENTALES, que se las detalla a continuación:

TABLA 55: Programación General

ESTRATEGIAS PRIORIZADAS MCPE			
F-O	Desarrollo de Oferta turística especializada en turismo de naturaleza, cultura y aventura	5,25	4
D-O	Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados	5,95	1
D-O	Potenciar estudios e investigaciones para el desarrollo de energías alternativas en la planta turística local	5,45	3
F-A	Fortalecer la promoción Turística en los ITUR de la provincia de Chimborazo	5,55	2

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

6.7.3 Identificación de programas y proyectos

Para la investigación presente, dentro de la planificación estratégica se ha construido una matriz general, la misma que toma en cuenta:

- ✓ 4 Áreas de Gestión
- ✓ 8 Programas
- ✓ 9 Proyectos

Más es importante que el resultado de la MCPE que presenta 4 proyectos se ubiquen en los programas que tengan coherencia para su ejecución, de esta manera tenemos:

TABLA 56: Programación General

IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS		
TIPO DE ESTRATEGIA	PROYECTO	PROGRAMA
F-O	Desarrollo de Oferta turística especializada en turismo de naturaleza, cultura y aventura	INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS
D-O	Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados	PROGRAMA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL APOYO FINANCIERO A INICIATIVAS TURÍSTICAS LOCALES
D-O	Potenciar estudios e investigaciones para el desarrollo de energías alternativas en la planta turística local	PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS
F-A	Fortalecer la promoción Turística en los ITUR de la provincia de Chimborazo	PROGRAMA DE MARKETING TURÍSTICO

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 57: Programas y Proyectos Propuestos

PROGRAMACIÓN GENERAL		
ÁREAS DE GESTIÓN	PROGRAMAS	PROYECTOS
Investigación y desarrollo	1. PROGRAMA DE ACTUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL	1.1. Diagnóstico y Análisis Situacional Turístico Sostenible de la Parroquia San Pedro de Licán
	2. PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS	1.2 Desarrollo de energías alternativas en la planta turística local
Mercadeo	3. PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	2.1 Desarrollo de Paquetes turísticos sostenibles para el territorio
	4. PROGRAMA DE MARKETING TURÍSTICO PARROQUIAL	3.1 Proyecto de Promoción Difusión y Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán
	5. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES PARA EL TALENTO HUMANO	4.1 Proyecto de Formación de emprendedores turísticos

	6. PROGRAMA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL	5.1 Proyecto de implementación del Banco de Iniciativas Turísticas Sostenibles para la Parroquia San
	APOYO FINANCIERO A INICIATIVAS TURÍSTICAS LOCALES	Pedro de Licán
		5.2 Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados para la Parroquia San Pedro de Licán
	7. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PARROQUIAL INSTITUCIONAL.	6.1. Plan de revitalización Cultural para la Parroquia San Pedro de Licán
8. PROGRAMA DE CREACIÓN DE GOBERNANZA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL TERRITORIO	7.1 Creación de Políticas Públicas Turísticas y Ambientales Sostenibles para el territorio	

Elaborado por: Ing.Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing.Javier Barahona Ibarra

TABLA 58: Programas y Proyectos Propuestos

FINANCIAMIENTO PROGRAMACIÓN GENERAL PRIORIZADA DESDE LA MCPE					
Institución: Gobierno Autónomo Descentralizado Rural San Pedro de Licán GAD.RSPL					
ÁREAS DE GESTIÓN	PROGRAMAS	PROYECTOS	INVERSIÓN	AÑOS	TOTAL
Investigación y desarrollo	2. PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS	1.2 Desarrollo de energías alternativas en la planta turística local	10000	2	10000
Mercadeo	3. PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	2.1 Desarrollo de Paquetes turísticos sostenibles para el territorio (OFERTA)	8670	1	8670
	4. PROGRAMA DE MARKETING TURÍSTICO PARROQUIAL	3.1 Proyecto de Promoción Difusión y Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán	23250	4	93000
Finanzas	6. PROGRAMA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL APOYO FINANCIERO A INICIATIVAS TURÍSTICAS LOCALES	5.2 Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados para la Parroquia San Pedro de Licán	4000	2	8000
TOTAL	119670,00				

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra **Elaborado por:** Ing. Javier Barahona Ibarra

Fuente: Ing. Javier Barahona Ibarra

6.7.4 Identificación de Proyectos

TABLA 59: Detalle de Proyectos 1

Área: Mercadeo																
Programa: PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS																
Objetivo: Crear una oferta turística adecuada a las necesidades de la demanda, especialmente dirigido a los segmentos de naturaleza, aventura y turismo comunitario																
Proyecto: Desarrollo de Paquetes turísticos sostenibles para el territorio																
Plazo: Corto plazo de 1 a 2 años																
ACTIVIDADES	RESPONSABLES	CRONOGRAMA												FINANCIACIÓN	PRESUPUESTO	FUENTE DE VERIFICACIÓN
		2013														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Elaboración de la Propuesta	Comisión de Turismo GADR SPL													GADR San Pedro de Licán	50	Propuesta entregada y aprobada por el pleno parroquial
Socialización de la propuesta con actores turísticos y población local	Comisión de Turismo GADR SPL													GADR San Pedro de Licán	200	Registros de Asistencia, Resumen ejecutivo de propuesta
Elaboración de Términos de Referencia y Pliegos para contratación de Consultoría	Comisión de Turismo GADR SPL													GADR San Pedro de Licán	100	Pliegos subidos al portal de compras públicas
Contratación de la Consultoría	Comisión de Turismo GADR SPL													Ministerio de Turismo del Ecuador	8000	Contrato firmado
Monitoreo y seguimiento del proceso	Comisión Mixta Junta Parroquial GADR SPL													GADR San Pedro de Licán	320	Actas de seguimiento y avance de proceso, informes mensuales
TOTAL															8670,00	

TABLA 60: Detalle de Proyectos 2

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE PROYECTOS																	
Área: Investigación y Desarrollo																	
Programa: PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE TECNOLOGÍAS																	
Objetivo: Realizar un diagnóstico turístico de la Parroquia Rural San Pedro de Licán																	
Proyecto: Desarrollo de energías alternativas en la planta turística local																	
Plazo: Corto plazo de 1 a 2 años																	
ACTIVIDADES	RESPONSABLES	CRONOGRAMA												FINANCIACIÓN	PRESUPUESTO	FUENTE DE VERIFICACIÓN	
		2012				2013											
		9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8				
Elaboración de la Propuesta	Comisión de Turismo GADRSP														GADR San Pedro de Licán	50	Propuesta entregada y aprobada por el pleno parroquial
Socialización de la propuesta con actores turísticos y población local	Comisión de Turismo GADRSP														GADR San Pedro de Licán	200	Registros de Asistencia, Resumen ejecutivo de propuesta
Elaboración de Términos de Referencia y Pliegos para contratación de Consultoría	Comisión de Turismo GADRSP														GADR San Pedro de Licán	100	Pliegos subidos al portal de compras públicas
Contratación de la Consultoría	Comisión de Turismo GADRSP														Ministerio de Turismo del Ecuador	9000	Contrato firmado
Monitoreo y seguimiento del proceso	Comisión Mixta Junta Parroquial GADRSP														GADR San Pedro de Licán	650	Actas de seguimiento y avance de proceso, informes mensuales
TOTAL															10000,00		

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra

TABLA 61: Detalle de Proyectos 3

Área: Mercadeo																	
Programa: PROGRAMA MARKETING TURÍSTICO LOCAL																	
Objetivo: Establecer una política local para la promoción y difusión turística del territorio.																	
Proyecto: Proyecto de Promoción Difusión y Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán																	
Plazo: Largo plazo de 3 a 5 años																	
ACTIVIDADES	RESPONSABLES	CRONOGRAMA												FINANCIACIÓN	PRESUPUESTO	FUENTE DE VERIFICACIÓN	
		2013															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
Elaboración de la Propuesta	Comisión de Turismo GADRSPL														GADR San Pedro de Licán	50	Propuesta entregada y aprobada por el pleno parroquial
Socialización de la propuesta con actores turísticos y población local	Comisión de Turismo GADRSPL														GADR San Pedro de Licán	200	Registros de Asistencia, Resumen ejecutivo de propuesta
Elaboración de Material Turístico promocional divulgativo	Comisión de Turismo GADRSPL														Ministerio de Turismo del Ecuador GADR San Pedro de Licán	6000	Acta de entrega recepción de material

Elaboración de Material Turístico promocional interpretativo	Comisión de Turismo GADRSPL														Ministerio de Turismo del Ecuador GADR San Pedro de Licán	7000	Acta de entrega recepción de material
Elaboración de video turístico parroquial	Comisión Mixta Junta Parroquial GADRSPL														Ministerio de Turismo del Ecuador	4000	Acta de entrega recepción de video
Participación en ferias de Turismo nacional	Comisión Mixta Junta Parroquial GADRSPL														Ministerio de Turismo del Ecuador	3000	Invitación de participación, archivo fotográfico, factura de servicios
Plan de difusión promocional en medios de comunicación	Comisión Mixta Junta Parroquial GADRSPL														Ministerio de Turismo del Ecuador GADR San Pedro de Licán	3000	Contratos con medios de comunicación
TOTAL	23250,00																

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra

TABLA 62: Detalle de Proyectos 4

Área: Finanzas																
Programa: PROGRAMA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL APOYO FINANCIERO A INICIATIVAS TURÍSTICAS LOCALES																
Objetivo: Fortalecer el Centro de Turismo Comunitario de la Parroquia San Pedro de Licán mediante la cooperación internacional																
Proyecto: Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados para la Parroquia San Pedro de Licán																
Plazo: Corto plazo de 1 a 2 años																
ACTIVIDADES	RESPONSABLES	CRONOGRAMA												FINANCIACIÓN	PRESUPUESTO	FUENTE DE VERIFICACIÓN
		2013														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Firma de convenios interinstitucionales con universidades	Presidente GADRSPL													GADR San Pedro de Licán	100	Convenios firmados
Identificación de emprendimientos	Comisión Mixta Junta Parroquial GADRSPL													GADR San Pedro de Licán	1000	Reuniones de trabajo comunitarias, fotografías actas
Elaboración de proyectos comunitarios	GADRSPL y Ministerio de Turismo del Ecuador													GADR San Pedro de Licán	2200	Acta de reunión interinstitucional, cronograma de talleres, nómina de participantes

Presentación de proyectos de financiamiento	Comisión Mixta Junta Parroquial GADR SPL Ministerio de Turismo del Ecuador																	GADR San Pedro de Licán	500	Proyectos
Monitoreo y seguimiento del proceso	Comisión Mixta Junta Parroquial GADR SPL																	GADR San Pedro de Licán	200	Actas de seguimiento y avance de proceso, informes mensuales, Fotografías
TOTAL	4000,00																			

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra

TABLA 63: Detalle de Proyectos 5

FINANCIAMIENTO PROGRAMACIÓN GENERAL					
Institución: Gobierno Autónomo Descentralizado Rural San Pedro de Licán GAD.RSPL					
ÁREAS DE GESTIÓN	PROGRAMAS	PROYECTOS	INVERSIÓN	AÑOS	TOTAL
Investigación y desarrollo	1. PROGRAMA DE ACTUALIZACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA LOCAL	1.1. Diagnóstico y Análisis Situacional Turístico Sostenible de la Parroquia San Pedro de Licán	7630,00	1	7630,00
	2. PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS	1.2 Desarrollo de energías alternativas en la planta turística local	10000,00	2	10000,00
Mercadeo	3. PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	2.1 Desarrollo de Paquetes turísticos sostenibles para el territorio	8670,00	1	8670,00
	4. PROGRAMA DE MARKETING TURÍSTICO PARROQUIAL	3.1 Proyecto de Promoción Difusión y Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán	23250,00	5	93000,00
	5. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES PARA EL TALENTO HUMANO	4.1 Proyecto de Formación de emprendedores turísticos	7560,00	4	30240,00

Finanzas	6. PROGRAMA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL APOYO FINANCIERO A INICIATIVAS TURÍSTICAS LOCALES	5.1 Proyecto de implementación del Banco de Iniciativas Turísticas Sostenibles para la Parroquia San Pedro de Licán	4000,00	1	4000,00
		5.2 Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados para la Parroquia San Pedro de Licán	4000,00	2	8000,00
Gestión	7. PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PARROQUIAL INSTITUCIONAL.	6.1. Plan de revitalización Cultural para la Parroquia San Pedro de Licán	10750,00	1	10750,00
	8. PROGRAMA DE CREACIÓN DE GOBERNANZA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL TERRITORIO	7.1 Creación de Políticas Públicas Turísticas y Ambientales Sostenibles para el territorio	8600,00	2	17200,00
TOTAL	189490,00				

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra

TABLA 64: Detalle de Proyectos 6

FINANCIAMIENTO PROGRAMACIÓN GENERAL PRIORIZADA DESDE LA MCPE						
Institución: Gobierno Autónomo Descentralizado Rural San Pedro de Licán GADPL						
ÁREAS DE GESTIÓN	PROGRAMAS	PROYECTOS	INVERSIÓN	AÑOS	TOTAL	
Investigación y desarrollo	2. PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS	1.2 Desarrollo de energías alternativas en la planta turística local	10000,00	2	10000,00	
Mercadeo	3. PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	2.1 Desarrollo de Paquetes turísticos sostenibles para el territorio (OFERTA)	8670,00	1	8670,00	
	4. PROGRAMA DE MARKETING TURÍSTICO PARROQUIAL	3.1 Proyecto de Promoción Difusión y Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán	23250,00	5	93000,00	
Finanzas	6. PROGRAMA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL APOYO FINANCIERO A INICIATIVAS TURÍSTICAS LOCALES	5.2 Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados para la Parroquia San Pedro de Licán	4000,00	2	8000,00	
TOTAL						119670,00

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra

TABLA 65: Detalle de Proyectos 7

PROYECTOS Y PLAZOS DE EJECUCIÓN							
Institución: Gobierno Autónomo Descentralizado Rural San Pedro de Licán GAD.RSPL							
ÁREAS DE GESTIÓN	PROGRAMAS	PROYECTOS	AÑOS DE EJECUCIÓN				
			2012	2013	2014	2015	2016
Investigación y desarrollo	2. PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS	1.2 Desarrollo de energías alternativas en la planta turística local					
Mercadeo	3. PROGRAMA DE INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	2.1 Desarrollo de Paquetes turísticos sostenibles para el territorio (OFERTA)					
	4. PROGRAMA DE MARKETING TURÍSTICO PARROQUIAL	3.1 Proyecto de Promoción Difusión y Turístico de la Parroquia San Pedro de Licán					
Finanzas	6. PROGRAMA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL APOYO FINANCIERO A INICIATIVAS TURÍSTICAS LOCALES	5.2 Gestión para la obtención de crédito para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados para la Parroquia San Pedro de Licán					

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra

6.7.5 Plan Operativo Anual

TABLA 66: Plan Operativo Anual 2012

PLAN OPERATIVO ANUAL 2012													
Línea de Agenda Gubernamental: MERCADEO													
Objetivo(s) Específico(s)													
Desarrollar paquetes turísticos sostenibles para la Parroquia Rural San Pedro de Licán													
Indicador(es) de Objetivo(s)													
Para finales del 2012 la Parroquia de Licán cuenta con 5 Paquetes turísticos sostenibles													
Meta(s) del Objetivo(s)													
Fortalecer la oferta turística local													
CÓDIGO ACTIV.	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD				META ANUAL	METAS CUATRIMES TRALES %			TOTAL ANUAL	I	II	III	MEDIO DE VERIFICACIÓN
	Planes/Programas/Productos					I	II	III					
	PROYECTO												
T	L	0	1	Elaboración de la Propuesta	Se ha fortalecido la oferta turística local			5	8670,00			8670,00	Propuesta y Socialización del Proyecto
0	0	0	1	Elaboración de la Propuesta				1				50	Propuesta entregada y aprobada por el pleno parroquial
0	0	0	2	Socialización de la propuesta con actores turísticos y población local				1				200	Registros de Asistencia, Resumen ejecutivo de propuesta, fotografías
0	0	0	3	Elaboración de Términos de Referencia y Pliegos para contratación de Consultoría				1				100	Documentos habilitantes
0	0	0	4	Contratación de la Consultoría				1				8000	Contrato
0	0	0	5	Monitoreo y seguimiento del proceso				1				320	Informes

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra

TABLA 67: Plan Operativo Anual 2013.01

PLAN OPERATIVO ANUAL 2013													
Línea de Agenda Gubernamental: MERCADEO													
Objetivo(s) Específico(s)													
Desarrollar paquetes turísticos sostenibles para la Parroquia Rural San Pedro de Licán													
Indicador(es) de Objetivo(s)													
Para finales del 2012 la Parroquia de Licán cuenta con 5 Paquetes turísticos sostenibles													
Meta(s) del Objetivo(s)													
Fortalecer la oferta turística local													
CÓDIGO ACTIV.	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD				META ANUAL	METAS CUATRIMESTRALES %			TOTAL ANUAL	I	II	III	MEDIO DE VERIFICACIÓN
						I	II	III					
	Planes/Programas/Productos												
PROYECTO													
T	L	0	2	PROMOCIÓN TURÍSTICA	Se ha difundido la oferta local en el mercado turístico nacional	3	1	3	23250,00	6250,00	7000,00	10000,00	Propuesta y Socialización del Proyecto
0	0	0	1	Elaboración de la Propuesta		1				50,00			Propuesta entregada y aprobada por el pleno parroquial
0	0	0	2	Socialización de la propuesta con actores turísticos y población local		1				200,00			Registros de Asistencia, Resumen ejecutivo de propuesta, fotografías
0	0	0	3	Elaboración de Material Turístico promocional divulgativo		1				6000,00			Documentos habilitantes

0	0	0	4	Elaboración de Material Turístico promocional interpretativo			1			7000		Contrato
0	0	0	5	Elaboración de video turístico parroquial				1			4000	Informes
0	0	0	6	Participación en ferias de Turismo nacional				1			3000	Invitación, fotografías, registros de entrega de material turístico
0	0	0	7	Plan de difusión promocional en medios de comunicación				1			3000	Agenda de medios, grabación de publicidad y entrevistas

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra

TABLA 68: Plan Operativo Anual 2013.02

PLAN OPERATIVO ANUAL 2013													
Línea de Agenda Gubernamental: FINANZAS													
Objetivo(s) Específico(s)													
Gestionar créditos para la inversión en el mejoramiento de los servicios turísticos ofertados para la Parroquia San Pedro de Licán													
Indicador(es) de Objetivo(s)													
Para finales del 2013 la Parroquia de Licán cuenta con por lo menos 5 créditos efectivos para emprendedores turísticos													
Meta(s) del Objetivo(s)													
Se mejora la calidad de servicios turísticos a través de la implementación de emprendimientos turísticos comunitarios													
CÓDIGO ACTIV.	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD				META ANUAL	METAS CUATRIMESTRALES %			TOTAL ANUAL	I	II	III	MEDIO DE VERIFICACIÓN
	Planes/Programas/Productos					I	II	III					
	PROYECTO												
T	L	0	3	GESTIÓN CRÉDITOS	Se ha mejorado la prestación de servicios turísticos en el territorio	2	2	3	4000	1100		2900	Propuesta y Socialización del Proyecto
0	0	0	1	Firma de convenios interinstitucionales con universidades		1	1			100			Propuesta entregada y aprobada por el pleno parroquial para firmar convenio
0	0	0	2	Identificación de emprendimientos		1	1			1000			Nóminas, registros
0	0	0	3	Elaboración de proyectos comunitarios				1				2200	Documentos habilitantes
0	0	0	4	Presentación de proyectos para financiamiento				1				500	Proyectos, documentación habilitante
0	0	0	5	Monitoreo y seguimiento del proceso				1				200	Informes

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra

6.8 Administración

La Ejecución del Plan Estratégico estará a cargo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia San Pedro de Licán, más considerando que los programas presentados tienen varios proyectos y que requieren del cofinanciamiento, las instituciones públicas, privadas, comunitarias y apoyo internacional que intervenga, tendrán la libertad de determinar a los profesionales responsables de la administración de cada contrato, velando siempre por el cumplimiento de este Plan Estratégico.

Conforme manifiesta la Constitución Política de la República del Ecuador los actos y contratos con recursos públicos deberán ser de conocimiento de la ciudadanía para su veeduría y control social.

6.9 Previsión de la Evaluación

La Evaluación de la propuesta manejará 3 enfoques:

- ✓ Público
- ✓ Profesional Proponente
- ✓ Control Social

Sin embargo para medir el grado de cumplimiento y avance del Plan Estratégico, se propone la utilización de la siguiente matriz:

6.9.1 Matriz de Seguimiento y Evaluación (MODELO)

TABLA 69: Matriz Modelo de Seguimiento y Evaluación de Proyectos

MATRIZ ANUAL DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN AL PLAN OPERATIVO 2012											
INSTITUCIÓN											
LÍNEA(S) DE AGENDA GUBERNAMENTAL											
Objetivo(s) Específico (s)											
Indicador (s) del Objetivo(s)											
Meta(s) del Objetivo(s)											
CÓD. ACT	PLANES PROGRAMAS Y ACTIVIDADES	METAS		TIEMPO(Meses)		GASTO POR FUENTES (usd)		INDICADORES			OBSERVACIONES
		Programadas	Ejecutadas	Planeado	Ejecutado	Programado	Utilizado	Efectividad %	Eficacia %	Eficiencia %	
		A	b	C	d	e	F	$g=b/a*100$	$h=g*c/d$	$i=h*e/f$	
Subtotal Gastos (A)											
CÓD. PROJ	PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA O ACTIVIDADES QUE CONSTAN EN EL PAI	A	b	C	d	e	f	$g=b/a*100$	$h=g*c/d$	$i=h*e/f$	OBSERVACIONES
Subtotal Gastos (B)											
Total Programación Objetivo (A+B)											
Total Gasto Entidad								Promedio	Promedio	Promedio	

Elaborado por: Javier Barahona Ibarra

MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFÍA

AGENDA DE LAS MUJERES. (13 de Abril de 2005). *Turismo Responsable-Agenda de las Mujeres*. Recuperado el 26 de Abril de 2012, de <http://agendadelasmujeres.com.ar/notadesplegada.php?id=2095>

AGLOOB. (2009). Recuperado el 23 de Abril de 2012, de <http://www.agloob.com/articulos/queesunplanestrategico.html>

Amadis, M. (2009). *UNIVERSIDAD YACAMBÚ*. Recuperado el 16 de Abril de 2012, de <http://www.oocities.org/es/amadisemorales/PLANIFICACION/T1/T1.htm>

Amador Posadas, F. (Abril de 2002). *PLANEACIÒN ESTRATÈGICA-GESTIOPOLIS*. Recuperado el 20 de Abril de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/pefja.htm>

Argüello, C. S. (2011). *Estadísticas Turísticas Riobamba*. Riobamba.

Armas, R., & Fernández, E. (21 de Abril de 2006). *Monografías*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos34/planificacion/planificacion.shtml>

ASO. MONITORES MEDIOAMBIENTALES ALMIJARA. (2008). *Definición de Turismo Sostenible*. Recuperado el 27 de Abril de 2012, de <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

Baidaba. (1995). *Calila y Dimna*. Bihar: Cala Guptha.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. (2012). *BID Sostenibilidad*. Recuperado el 27 de Abril de 2012, de <http://www.iadb.org/es/temas/sostenibilidad/sostenibilidad,1510.html>

Barona, J. (2008). *Abc*. Riobamba: Selecta.

Bonilla, M. M. (14 de Mayo de 2006). *Planificaciòn: Concepto e Importancia*. Recuperado el 24 de Abril de 2012, de <http://frankmorales.webcindario.com/trabajos/planificacion.html>

BUENAS TAREAS. (Octubre de 2011). *Interacciones entre Sostenibilidad y Actividad Turística*. Recuperado el 27 de Abril de 2012, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Interacciones-Entre-Sostenibilidad-y-Actividad-Turistica/2839210.html>

Calderòn, F. (Junio de 2010). *Sostenibilidad y Planificaciòn*. Recuperado el 27 de Abril de 2012, de <http://www.eumed.net/rev/delos/08/fjcv.htm>

Capece, G. (1997). *Definición de turismo Sostenible*. Recuperado el Octubre de 2011, de <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

Carreto, J. (2008). *Planeaciòn Estratégica*. Recuperado el 23 de Abril de 2012, de <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/search?updated-min=2008-01-01T00:00:00-06:00&updated-max=2009-01-01T00:00:00-06:00&max-results=42>

Carreto, J. (2009). *Planeación Estratégica*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2011, de <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/>

Chimborazo, E. T. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Riobamba: Interamericana.

Chimborazo, E. T. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Sistema Ambiental. En E. T. Chimborazo. Riobamba: Interamericana.

Cohuo, José. (2006). *Naturaleza e Importancia de la Planeación Estratégica ITESCAM*. Recuperado el 23 de Abril de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos82/estrategia-empresarial/estrategia-empresarial2.shtml>

David, F. (2003). Conceptos de Administración Estratégica. En F. David. Madrid: Pearson Educación.

Desarrollo, B. I. (2010). *Sostenibilidad en el BID*. Recuperado el 2011, de <http://www.iadb.org/es/temas/sostenibilidad/sostenibilidad,1510.html>

Desarrollo, C. d. (14 de Junio de 1992). *Conferencia de Rio de Janeiro*. Recuperado el 12 de Agosto de 2012, de http://www.bioculturaldiversity.net/Downloads/Papers/Rio_declaration_Spanish.pdf

Desarrollo, S. N. (2007). Plan Nacional del Buen Vivir. Quito: República.

DIARIO HOY ONLINE. (04 de Julio de 2010). *El Turismo Ecuatoriano responde al reto de la Sostenibilidad*. Recuperado el 27 de Abril de 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-turismo-ecuatoriano-responde-al-reto-de-la-sostenibilidad-416926.html>

Ecuador, A. N. (2008). *Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización*. Quito: República.

Ecuador, A. N. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: República.

Ecuador, M. d. (2008). *PLANDETUR 2020*. Quito: República.

ECURED. (2007). *Planificaciòn y Control en la Gestìon de Proyectos*. Recuperado el 24 de Abril de 2012, de http://www.ecured.cu/index.php/Planificaci%C3%B3n_y_Control_en_la_Gesti%C3%B3n_de_Proyectos

Emprendedores, R. (2011). *Desarrollo y Economía Nacional*. *Emprendedores Ecuador*, 15.

INEC. (2011). *Portal de Estadísticas INEC*. Recuperado el Octubre 2011, de <http://www.inec.gob.ec/home/>

Internacional, C. d. (05 de Agosto de 2010). *Comunidad y Desarrollo Local*. Recuperado el 17 de julio de 2012, de <http://www.oecd.org/cfe/leed/45868827.pdf>

LLerena, R. M. (11 de Diciembre de 2008). *Derecho Ecològico Ambiental*. Recuperado el 25 de Abril de 2012, de www.blogger-index.com/feed.php?id=379277

Maldonado, O. (23 de Agosto de 2004). *La Planificaciòn Estratègica-Conceptos y Alcances*. Recuperado el 23 de Abril de 2012, de http://administraciondepersonal.files.wordpress.com/2009/08/2-maldonado_la-planificacion-estrategica_conceptos-y-alcances.pdf

Moreira, H. (2011). *Tesis Recopilaciòn Final*. Recuperado el 27 de Abril de 2012, de <http://www.google.com.ec/search?hl=es-419&noj=1&biw=1024&bih=497&q=Toda+actividad+tur%C3%ADstica+que+realmente+pretenda+definirse+como+sostenible+debe+considera+los+siguientes+aspectos%3A&oq=Toda+actividad+tur%C3%ADstica+que+realmente+pretenda+definirse+c>

Nacional, C. (1998). Ley de Turismo del Ecuador. Quito: República.

Ordoñez, M. F. (2005). *Políticas de empleo en la Planificación Turística*. Recuperado el 27 de Abril de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=ZCgA7Z3lnAEC&pg=PA9&lpg=PA9&dq=En+los+%C3%BAltimos+a%C3%B1os+se+ha+observado+que+el+sector+turismo+tiene+un+inmenso+potencial+para+ayudar+en+la+lucha+contra+la+pobreza+en+Ecuador.+Es+el+sector+que+mayores+oportunidades>

Pérez, M. I. (2005). *Desarrollo Local una Alternativa Inaplazable*. Recuperado el 05 de Agosto de 2012, de <http://www.cedem.uh.cu/sites/default/files/13.%20Desarrollo%20local....pdf>

Pimentel, L. (Septiembre de 1999). *Introducción al concepto de Planificación Estratégica*. Recuperado el 24 de Abril de 2012, de http://www.google.com.ec/search?complete/search?client=serp&hl=es-419&gs_rn=5&gs_ri=serp&pq=google&cp=385&gs_id=2s&xhr=t&q=Kenne+th%20Andrews%2C%20colega%20de%20Chandler%20en%20Harvard%2C%20ofreci%C3%B3%20una%20definici%C3%B3n%20similar%2C%20%E2%80%9CLa%20

Riquelme, M. (04 de Octubre de 2005). *Planificación*. Recuperado el 24 de Abril de 2012, de <http://www.emagister.com/curso-administracion-empresas/que-es-planificacion>

Rodriguez, P. J. (2007). *Circuitos Turísticos Comunitarios para el Cantón Riobamba*. Riobamba.

Ruiz, L. E. (2007). Gerencia de Mercadeo. *El pensamiento Estratégico de las Empresas 1970,200* . Madrid, España.

Sanhueza, P. (2007). *Principios Básicos de Planificación*. Recuperado el Septiembre de 2011, de https://www.u-cursos.cl/ieb/2007/1/0714/207801/material_docente/previsualizar?id_material=496512

Santillana, K. (2006). *La Religión Cosmovisión y Divinidades*. Recuperado el Octubre de 2011, de http://ec.kalipedia.com/historia-peru/tema/peru-incaico/cosmovision-andina.html?x=20080606klphishpe_29.Kes&ap=0

Unidad de Desarrollo Local Universidad de Granada. (2008). *Unidad de Desarrollo Local-Universidad de Granada*. Recuperado el 24 de Abril de 2012, de <http://dcab.ugr.es/unidaddesarrollolocal/>

Unidas, O. M. (Febrero de 2011). *Definiciones de Turismo de Naciones Unidas*. Recuperado el Septiembre de 2011, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Definiciones-Del-Turismo-De-Naciones-Unidas/1511785.html>

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA. (2008). *Plan Estratégico*. Recuperado el 23 de Abril de 2012, de <http://www.infouma.uma.es/planestrategico/que.htm>

UNIVERSIDAD MIGUEL HERNANDEZ DE ELCHE. (2009). *Definición de conceptos en el Plan Estratégico*. Recuperado el 23 de Abril de 2012, de <http://www.umh.es/plan-estrategico/data/es/definicion.html>

Velasco, J. d. (1799). Historia de Riobamba. En J. d. Velasco. Quito: Episcopal Quito.

Vilches, A. G. (2011). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 24 de Abril de 2012, de <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=09>

Wikipedia Enciclopedia Libre. (26 de Abril de 2012). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 26 de Abril de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible

Yeidy, C. J. (2007). *Planeaciòn Estratègica Henry Mintzberg Junior*. Recuperado el 23 de Abril de 2012, de http://www.docentes.unal.edu.co/catellocca/docs/Fundamentos/Segundo_Parcial/conten.pdf

ANEXOS

ANEXO N°01. CUESTIONARIO PARA APLICACIÓN DE ENCUESTAS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN CENTRO DE POSGRADO

Encuesta aplicada a los actores turísticos de la Parroquia San Pedro de Licán del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

Objetivo: Diagnosticar las condiciones actuales de planificación turística en la Parroquia Rural San Pedro de Licán, desde el Gobierno Autónomo Descentralizado local.

Instructivo: Estimado (a) autoridad parroquial, dirigente barrial, prestador (a) de servicios turísticos; lea detenidamente cada pregunta, luego sírvase marcar con una equis (X) en la opción que según su criterio corresponda. Por favor conteste todas las preguntas.

CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es su percepción sobre el desarrollo turístico de la Parroquia Licán?
Bueno Regular Malo Pésimo
2. ¿Considera que el turismo puede ser un motor para la economía parroquial?
Sí No
3. ¿Cree usted que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Licán, planifica adecuadamente el desarrollo turístico?
Sí No
4. ¿Cree que existe en la parroquia procesos que permiten recuperar el entorno ambiental?
Sí No

5. ¿Considera que las autoridades deben planificar la actividad turística de manera participativa?
 Si No
6. ¿Según su criterio, existe el apoyo de otras instituciones públicas para el desarrollo turístico local?
 Si No
7. ¿Cuál es la condición (acceso, señalética, servicios, sanitación) con la que cuenta la parroquia para desarrollar la actividad turística?
 Bueno Regular Malo Pésimo
8. ¿Considera que los barrios y comunidades de la parroquia deberían organizarse para apoyar y planificar el desarrollo turístico local?
 Si No
9. ¿Cuál(es), cree usted deberían ser las acciones para fortalecer el turismo local?
 Planificación Fortalecimiento Cultural
 Presupuesto Capacitación
 Promoción y Difusión Apoyo a emprendimientos
10. ¿Si se fortalece la actividad turística local, usted estaría dispuesto a emprender un negocio turístico?
 Si No

Gracias por su colaboración