



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**“Elaboración de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el
Cantón Pallatanga de La Provincia De Chimborazo”**

AUTORES:

**Campi Nieto, Raquel Alexandra
Mora Barzallo, María de Lourdes**

**Proyecto de Titulación previo a la obtención del Título de:
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.**

TUTORA:

Lic. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Raquel Alexandra Campi Nieto y María de Lourdes Mora Barzallo**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR(A)

Lic. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Raquel Alexandra Campi Nieto

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Elaboración de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el Cantón Pallatanga de la Provincia de Chimborazo** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA

Raquel Alexandra Campi Nieto



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, María de Lourdes Mora Barzallo

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Elaboración de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el Cantón Pallatanga de la Provincia de Chimborazo** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA

María de Lourdes, Mora Barzallo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

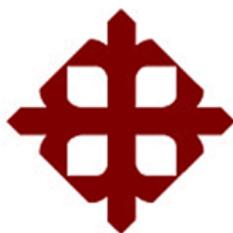
Yo, Raquel Alexandra Campi Nieto

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Elaboración de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el Cantón Pallatanga de la Provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA:

Raquel Alexandra, Campi Nieto



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, María de Lourdes Mora Barzallo

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Elaboración de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el Cantón Pallatanga de la Provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

LA AUTORA:

María de Lourdes, Mora Barzallo

AGRADECIMIENTO

Debo agradecer este gran logro que se da en mi vida como es culminar una etapa tan importante como profesional, a Dios por guiarme espiritualmente, a mis padres por apoyarme en toda mi vida y por haber estado ahí cuando más necesitaba.

Agradezco a mi compañera de tesis María Mora por ser una de las excelentes estudiantes que estuvo apoyándome incondicionalmente en todo este largo trayecto.

A mis amigos por ayudarme en todo momento ya sea aportando con información referente al tema a Mario Vásconez por brindarme su paciencia y las explicaciones necesarias, a mi tutora la Lic. Aline Gutiérrez por su gran ayuda, dedicación y constancia.

RAQUEL ALEXANDRA CAMPI NIETO

DEDICATORIA

Dedico este triunfo a Dios y mis padres Oscar Campi García y Rosa Nieto Cruz ya que ellos fueron mi fuente de inspiración para seguir adelante con mis metas.

RAQUEL ALEXANDRA CAMPI NIETO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la Virgencita del Cisne por todas las bendiciones recibidas a lo largo de mis estudios, por ser mi fortaleza espiritual, por ser la voz de mi conciencia y permitirme mostrarme a los demás tal y como soy, por escucharme y alentarme y por haberme permitido conocer a muchas personas que supieron darme mucho cariño y respeto a lo largo de este recorrido.

Agradezco a mi padre por sus consejos y todo el esfuerzo que ha hecho para que lograra terminar mi carrera, a mi madre porque ella fue el pilar fundamental que a través de su amor, su paciencia, su preocupación y sus rezos, me ayudo a seguir creciendo como persona y sobre todo por todas las bendiciones que me daba antes de salir de casa, las mismas que me protegieron y así mismo las llevo en mi corazón y a mis hermanos porque ellos fueron parte importante de este recorrido y me brindaron su ayuda siempre que la necesitaba.

Agradezco a todos aquellos profesores que formaron parte de este sueño hecho realidad, por transmitirme sus conocimientos y dejar de ser mis profesores para ser mis amigos, les agradezco porque de todos recibí mucho cariño, siempre los voy a llevar en mi corazón.

De corazón, gracias por todo....

MARÍA DE LOURDES MORA BARZALLO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios y a la Virgencita del Cisne por ser los pilares fundamentales para mi formación espiritual, por ayudarme a hacer las cosas con humildad y fortalecerme en los momentos de dificultad, por darme el regalo más hermoso que tengo, que es mi familia.

Dedico también este esfuerzo a mis padres, Genaro Mora y Rosa Barzallo por enseñarme a esforzarme por todo lo que quiero, por enseñarme a ser fuerte y responsable y por los valores inculcados y a mis hermanos Paul e Israel por cuidarme siempre y acompañarme en mis desvelos.

Familia, misión cumplida...

MARÍA DE LOURDES MORA BARZALLO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Campi Nieto, Raquel Alexandra	
Mora Barzallo, María de Lourdes	

**Lic. Aline Gutiérrez Northía, Mgs
PROFESOR GUÍA O TUTOR**

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
Formulación del problema:	3
JUSTIFICACIÓN	3
OBJETIVOS DEL ESTUDIO	4
Objetivo General:	4
Objetivos Específicos:	4
ANTECEDENTES	5
CAPITULO I	7
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
1.1 MARCO TEÓRICO	7
1.2 MARCO REFERENCIAL	9
1.3 MARCO CONCEPTUAL	10
CAPÍTULO II	13
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	13
2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.	13
2.1.2 Investigación (descriptiva)	13
2.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	14
2.2.1 Método De Investigación Deductivo	14
2.3 ENFOQUE	14
2.3.1 Modelo de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo)	14
2.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN A EFECTUAR.	15
2.4.1 Universo o Población de estudio.	15
2.4.2 Procedimiento de muestreo (Tamaño de la muestra y tipo de muestreo).	15
2.5. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	17
2.5.1. Encuesta	17
CAPITULO III	18
3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL CANTÓN PALLATANGA	18

3.1 GOBERNANZA-----	19
3.1.1 Programas y proyectos turísticos-----	21
3.2 COMUNIDAD RECEPTORA -----	25
3.2.1 Acciones inadecuadas de la ciudadanía -----	28
3.2.2 Porcentaje de tradiciones que se conservan-----	29
3.2.3 Participación ciudadana -----	29
3.2.4 Niveles de escolaridad -----	30
3.2.5 Conocimiento del turismo por la comunidad. -----	31
3.3 ATRACTIVOS TURÍSTICOS -----	31
3.4 OFERTA DE SERVICIOS-----	34
3.4.1 Establecimientos de alojamiento en el Cantón Pallatanga-----	34
3.4.2 Servicio de Restauración -----	36
3.5 INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS-----	39
3.5.1 Transporte y accesibilidad-----	39
3.5.2 Principales vías de acceso a la comunidad-----	40
3.5.3 Señalización -----	41
3.5.4 Transporte Público -----	42
3.5.5 Comunicaciones -----	43
3.5.6 Comunicación y Conectividad.-----	44
3.5.7 Fuentes principales de abastecimiento de agua y tipo de agua que consume la población.-----	45
3.5.8 Sistema de alcantarillado en la comunidad. -----	46
3.5.9 Eliminación de la basura de la población. -----	47
3.5.10 Salud -----	48
CAPÍTULO IV -----	51
4. ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO REAL Y POTENCIAL-----	51
4.1 DEMANDA -----	51
4.1.1 Mercado Turístico Cantonal -----	52
4.1.2 Oferta turística -----	53
4.2 PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN EL CANTÓN DE PALLATANGA. -----	55

4.2.1 Ciudad de residencia actual -----	55
4.2.2 Sitios turísticos que se visitan en Pallatanga -----	56
4.2.3 Motivos al visitar Pallatanga. -----	57
4.2.4 Con quien usualmente viaja a Pallatanga.-----	58
4.2.5 Actividades que les gustaría realizar en Pallatanga. -----	59
4.2.6 Servicios que requiere durante la estadía en Pallatanga. -----	60
4.2.7 Duración del viaje a Pallatanga. -----	61
4.2.8 Gasto diario en Pallatanga. -----	62
4.2.9 Medios donde se recaba información para viajar a Pallatanga. -----	63
4.3 ANÁLISIS FODA-----	64
CAPITULO V -----	66
5. PROPUESTA ESTRATÉGICA DE INTERVENCIÓN -----	66
5.1 MISIÓN-----	66
5.2 VISIÓN -----	66
5.3 LÍNEA ESTRATÉGICA -----	66
5.4 META PRINCIPAL-----	67
5.5 PROGRAMACIÓN DE LA PROPUESTA -----	67
5.6 DETALLE DE LOS PROYECTOS CREADOS DE ACUERDO AL PROGRAMA AL QUE PERTENECEN. -----	70
5.6.1 PROGRAMA N. 1: MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.-----	70
PROYECTO N. 1: Transferencia de conocimientos para la calidad del servicio turístico.-----	71
PROYECTO N. 2: Capacitación a las cooperativas de transporte urbano. -----	72
5.6.2 PROGRAMA N. 2: IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS-----	73
PROYECTO N. 1: Mantenimiento de los senderos ecológicos. -----	74
PROYECTO N. 2: Implementación de ecosanitarios y vestidores ecológicos en las rutas turísticas. -----	75
PROYECTO N. 3: Señalización turística urbana. -----	76
PROYECTO N. 4: Estudio para la construcción de un parque acuático. -----	77

PROYECTO N. 5: Implementar el equipamiento técnico para la práctica de deportes extremos. -----	78
5.6.3 PROGRAMA N. 3: PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA -----	79
PROYECTO N. 1: Adecuación de un ITUR. -----	80
PROYECTO N. 2: Elaboración de folletos turísticos. -----	81
PROYECTO N. 3: Promoción de los atractivos y actividades del cantón en ferias. -----	82
PROYECTO N. 4: Creación de una página web de promoción turística. -----	83
CAPITULO VI -----	84
6. ESQUEMA FINANCIERO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO -----	84
6.1 CRONOGRAMA CON PRESUPUESTO ESTIMADO. -----	84
6.2 DETALLE DE LOS VALORES FINALES POR CADA PROGRAMA -----	85
6.3 IMPACTOS DE LA ELABORACIÓN DEL PEDT PARA EL CANTÓN PALLATANGA -----	86
6.3.1 Impacto ambiental -----	86
6.3.2 Impacto socio cultural -----	86
6.3.3 Impacto económico -----	87
CONCLUSIÓN -----	88
RECOMENDACIONES -----	89
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS: -----	90
ANEXOS -----	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tamaño de la muestra para los márgenes de error indicados. -----	16
Tabla 2. Entidades reguladoras del desarrollo turístico en Pallatanga.-----	20
Tabla 3. Programas y proyectos 2013-----	21
Tabla 4. Programas y proyectos 2014-----	22
Tabla 5. Programas y proyectos 2015-----	23
Tabla 6. Programas y proyectos 2016 – 2019 -----	24
Tabla 7. Acciones inadecuadas de la ciudadanía -----	28
Tabla 8. Tradiciones que se conservan -----	29
Tabla 9 Atractivos Turísticos -----	33
Tabla 10. Establecimientos de hospedaje en Pallatanga -----	35
Tabla 11. Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pallatanga -----	38
Tabla 12. Distancia de recorrido-----	39
Tabla 13. Costos del pasaje del Bus Interprovincial en Pallatanga. -----	42
Tabla 14. Número de Vehículos Públicos y Privados en el cantón Pallatanga. -----	43
Tabla 15. Eliminación de Aguas Servidas Sector Urbano 2010, cantón Pallatanga.-----	46
Tabla 16. Consumidores de energía eléctrica -----	49
Tabla 17. Análisis FODA-----	65
Tabla 18. Cronograma valorado. -----	84
Tabla 19. Detalle de valores finales por cada programa.-----	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Etnias predominantes del cantón Pallatanga -----	25
Gráfico 2. PEA del cantón de Pallatanga -----	26
Gráfico 3. Principales ramas económicas en Pallatanga.-----	27
Gráfico 4. Vías de acceso -----	40
Gráfico 5. Cobertura Telefónica -----	43
Gráfico 6. Abastecimiento de Agua Potable en el cantón Pallatanga.-----	45
Gráfico 7. Demanda Turística en Pallatanga -----	51
Gráfico 8. Incidencia del Turismo del Cantón Pallatanga-----	52
Gráfico 9. Lugar de Procedencia de los turistas -----	53
Gráfico 10. Ciudad de residencia actual -----	55
Gráfico 11. Sitios Turísticos que ha visitado en Pallatanga. -----	56
Gráfico 12. Motivos al visitar Pallatanga. -----	57
Gráfico 13. Con quien usualmente viaja a Pallatanga.-----	58
Gráfico 14. Actividades en Pallatanga. -----	59
Gráfico 15. Servicios que requiere.-----	60
Gráfico 16. Duración del viaje a Pallatanga. -----	61
Gráfico 17. Gasto diario en Pallatanga. -----	62
Gráfico 18. Medios donde recaba información de Pallatanga. -----	63

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación Geográfica del Cantón Pallatanga -----	6
Ilustración 2. Sistema Turístico-----	18
Ilustración 3. Vías de Acceso Urbano por Jerarquización en el Cantón Pallatanga -----	40
Ilustración 4. Repartición de línea de Telefonía Fija en el Sector Urbano de Pallatanga-----	44
Ilustración 5. Sub Centros de Salud en el cantón Pallatanga. -----	49
Ilustración 6. Sistema de Alumbrado Público del Área Urbana del cantón Pallatanga --	50
Ilustración 7. Mejoramiento de la Calidad de los servicios turísticos. -----	67
Ilustración 8. Implementación de facilidades turísticas. -----	68
Ilustración 9. Promoción y difusión turística.-----	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuestas para determinar la demanda.....	96
Anexo 2. Ficha 1: Caracterización Turística de Comunidades	97
Anexo 3. Ficha 2: Caracterización de la Demanda	106
Anexo 4. Ficha 3. Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos.	108

RESUMEN

El proyecto expuesto tiene como objetivo la creación de un plan estratégico de desarrollo turístico para el cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo, con este proyecto se da a conocer uno de los lugares escondidos que se encuentra en el Ecuador dando a mostrar una alternativa diferente al que el turista pueda llegar.

Este plan consta de VI capítulos: Fundamentación teórica, metodología, diagnóstico, análisis de mercado, propuesta estratégica y esquema financiero. El Capítulo I, consta de las diferentes etapas de fundamentación del plan, se podrá encontrar desde el análisis situacional de la zona, hasta los objetivos, propósitos y metas planteadas.

El Capítulo II, hace referencia a la metodología ya que consta de los procedimientos o pasos a seguir para establecer los diferentes programas y proyectos a realizar.

El Capítulo III, llamada diagnóstico, es un análisis completo y detallado de la oferta que ofrece el destino como tal, sus principales características potenciales y debilidades.

El Capítulo IV, es el análisis del mercado turístico, donde menciona, al segmento que apunta a la zona, diferentes servicios que ofrece y a los programas y proyectos que se realizarán para el mejoramiento del servicio. Hace enfoque a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee el destino (FODA).

El Capítulo V, se presenta la propuesta estratégica de inversión, hace mención al conjunto de proyectos realizados para llevar a cabo el cumplimiento del programa.

El Capítulo VI, presenta el esquema financiero, en el cual detalla la repartición del recurso económico para la realización del plan, evaluando los impactos ambientales generados a partir del proyecto (ambiental, socio-cultural y económico).

En función de aquello la propuesta plantea tres programas de intervención los cuales son: Mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos, Implementación de facilidades turísticas, Promoción y difusión turística. Adicional a esto cada programa cuenta con sus proyectos específicos de intervención.

Estos programas y proyectos se efectuarán en un plazo de cuatro años con la participación de los principales actores que son: GAD Municipalidad de Pallatanga y la Unidad Técnica de Turismo.

Palabras Claves: Turismo, plan estratégico, atractivos turísticos, crecimiento continuo, mercado turístico y facilidades turísticas.

ABSTRACT

The project aims to create a strategic tourism development plan for the Pallatanga canton of the Chimborazo province. With this project one can come to know one of the hiding places located in Ecuador, offering a different alternative that tourists can get to.

This plan consists of VI chapters: theoretical foundations; methodology; diagnosis, market analysis; strategic and proposed financial plan. Chapter I, composed of the different stages of the foundation of the plan, can be seen as the situational analysis of the area, to the objectives, purposes and goals.

Chapter II refers to the methodology, consisting of procedures or steps to establish the various programs and projects to be undertaken.

Chapter III, called diagnosis, is a comprehensive and detailed analysis of supply offered by the destination as such, its main characteristics and potential weaknesses.

Chapter IV is the analysis of the tourism market, which mentions, pointing to the segmented area, different services already offered and programs and projects to be undertaken to improve the service. There is a focus on the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the destination (SWOT).

In Chapter V, the strategic investment proposal is presented, which makes mention of the steps to implement the compliance program.

Chapter VI presents the financial scheme, which details the distribution of economic resources to carry out the plan, assessing the environmental impacts generated from the project (environmental, socio-cultural and economic).

In accordance to the suggestions of the proposal, there are three intervention programs which are: improving the quality of tourism services; implementing tourism facilities; tourism information promotion and dissemination. In addition to this, each program has its own specific intervention projects.

These programs and projects are to be implemented over a period of four years with the participation of the main actors: the Municipality of Pallatanga GAD, and the Technical Unit for Tourism.

Key Words: Tourism, strategic plan, interest, tourist attractions, continued growth, tourism market, and tourism facilities.

INTRODUCCIÓN

El turismo en el Ecuador ha tenido un gran avance en los últimos tiempos, ya que es un instrumento de importancia para el desarrollo social y económico del país a un largo plazo según lo afirma el Ministerio de Turismo del Ecuador.

Ecuador se está convirtiendo en una potencia turística gracias al desarrollo cultural que ha tenido en los últimos años, donde se refleja el crecimiento del turismo a nivel nacional e internacional.

Cabe recalcar que Ecuador como país está en constante crecimiento en entorno al desarrollo turístico para ser una de los principales medios de ingreso del país y así no depender en un futuro solamente del petróleo, ya que con el turismo se espera ganar el doble de riquezas para incrementar la economía del país.

Aunque Ecuador es un país que ha sido seleccionado como uno de los Mejores Destinos gracias a los estudios realizados por expertos en el área de turismo del mundo. (Ministerio de Turismo del Ecuador ,2012). Esto no quiere decir que no haya lugares aun por explorar y conocer, este es el caso de Pallatanga que se ubica como uno de los pocos lugares que no han sido promocionado o aprovechado para el turismo.

Pallatanga es uno de los lugares desconocidos por muchos y escogido por su naturaleza, flora y fauna que habita en el lugar por lo que posee uno de los mejores climas que tiene el Ecuador ya sea en cualquier temporada del año.

El objetivo será incrementar el ingreso económico por turismo en el cantón, al aumentar el número de turistas nacionales e internacionales, e incrementar el nivel de gasto por turista.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cantón Pallatanga forma parte de los 10 cantones de la provincia de Chimborazo ha sido privilegiada por la madre naturaleza en su ubicación geográfica, ya que esta le permite contar con un clima agradable la cual ha hecho de este lugar un punto de atracción turístico. A pesar de ello se estima que la industria del turismo no forma parte de las tres actividades que mueven la economía del cantón, lo que no le permite llegar a su desarrollo dentro de la industria turística, peor aún crecer social y económicamente.

Pallatanga es un lugar escondido o desconocido para muchas personas y esto se debe al bajo índice de promoción turística que posee el cantón, no obstante parte de esto se debe a la corta intervención de las autoridades del lugar y la corta participación ciudadana, ya que muchos mueven la economía de este sitio a través de diferentes ramas económicas ya sea en actividades de agricultura, de ganadería, de pesca, etc.; desconociendo el potencial turístico que posee Pallatanga. Otras de las causas por lo que ocurre esto, es el escaso asesoramiento para quienes llevan en marcha las actividades turísticas, ya que esto les impide proporcionar un buen servicio a los viajeros, produciendo insatisfacción del producto intangible en este caso del servicio que se brinda al turista. Todo esto ocasiona que haya desinterés ciudadano de cumplir con planes dirigidos al crecimiento del turismo de Pallatanga.

Este cantón necesita de la existencia de estrategias para solucionar problemas del servicio turístico, ya que el servicio es uno de los factores claves para que el turista regrese nuevamente, y al no preocuparse por el mismo se podría estar afectando así al crecimiento económico del turismo.

En conclusión se determina que gran parte de esta carencia en el servicio turístico puede ser ocasionada por la falta de un Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo (PEDT), ya que se conoce que muchos cantones que ya han aplicado esta metodología, han logrado un progreso continuo con en la industria del turismo.

Formulación del problema:

¿Cómo influiría en el destino, la elaboración de un plan de desarrollo turístico en el cantón Pallatanga?

JUSTIFICACIÓN

Ecuador es uno de los países de América Latina que goza de múltiples recursos naturales, entre ellos se destaca el cantón Pallatanga. Es por esto que para incentivar a las personas que visiten el cantón Pallatanga se debe realizar una promoción turística informando todos los atractivos que posee, siendo esto lo que ayudará al crecimiento económico del cantón.

El desarrollo de la cultura de servicio es uno de los factores más importantes para el crecimiento turístico en un determinado lugar, dar un buen servicio a las turistas siempre será la clave para el regreso de los mismos; pero esto depende de la aplicación de estrategias que le permitan su desarrollo e innovación en dichos servicios turísticos.

Para que esto sea posible es imprescindible establecer un plan estratégico el cual pueda llevar a cabo esta idea, en un tiempo determinado y valiéndose de los recursos que posee, así como de la ayuda de empresas públicas y privadas con el fin de obtener el desarrollo turístico esperado. Se pretende establecer técnicas de desarrollo turístico en el lugar, para el progreso del sector y su comunidad. Mediante el Plandetur 2020, normas ISO (Responsabilidad Social) se busca técnicas o procedimientos que permitan el desarrollo del sector, de una manera sustentable.

La finalidad del proyecto es lograr el incremento de las divisas, lograr un índice alto en visitas de turistas de este y otros países, y sobre todo una gran promoción turística a nivel nacional e internacional; lo que hará de la comunidad una mejora de estilo de vida, mejoras de infraestructura y nuevas modalidades de recreación para que la economía crezca. Así mismo se espera que con la elaboración de este PEDT se puedan gestionar los conflictos que impiden el progreso turístico del cantón.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Objetivo General:

Elaboración de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico en el cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo.

Objetivos Específicos:

- Realizar el diagnóstico turístico del cantón Pallatanga.
- Elaborar un análisis del mercado turístico real y potencial del cantón Pallatanga.
- Realizar la propuesta estratégica de intervención para el cantón Pallatanga.

ANTECEDENTES

Es en el año de 1986 que bajo la Administración del Ing. León Febres Cordero, se crea el cantón de Pallatanga, dejando de ser parte de la jurisdicción del cantón Colta, y esto se debió al notorio desarrollo económico y cultural que demostró.

Entonces es a partir de lo estipulado en la Constitución de la República del Ecuador donde indica que los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales (GAD) tienen independencia para llevar a cabo sus actividades políticas, económicas y administrativas, en donde pueden gestionar todos los recursos que se encuentren a su alcance para lograr el desarrollo del cantón a su cargo, además deben permitir el crecimiento, el equilibrio y sobretodo la participación ciudadana.

El GAD Municipal de Pallatanga, goza de autonomía para realizar los movimientos que sean necesarios para que logre alcanzar sus objetivos, siempre que cumpla con lo que está estipulado en la Constitución de la República y las leyes establecidas por la misma. Además de constar como persona jurídica, la misma que tiene toda la capacidad para llevar a cabo sus funciones para cumplir sus metas establecidas.

El GAD Municipal de Pallatanga debe siempre cumplir y mantenerse al día, en base a las siguientes leyes o reglamentos de las siguientes instituciones:

- Constitución de la República del Ecuador.
- Código Orgánico Territorial Autónomo Descentralizado.
- Ley Orgánica de Régimen Municipal.
- Ley de Régimen Administrativo.
- Ordenanzas y Reglamentos Municipales, entre otras.

A medida que realiza la planificación, el Municipio de Pallatanga se ha permitido continuara con los principios que le ayudarán a cumplir al pie de la letra lo que señale la Constitución de la República del Ecuador y las leyes que se encuentren vigentes.

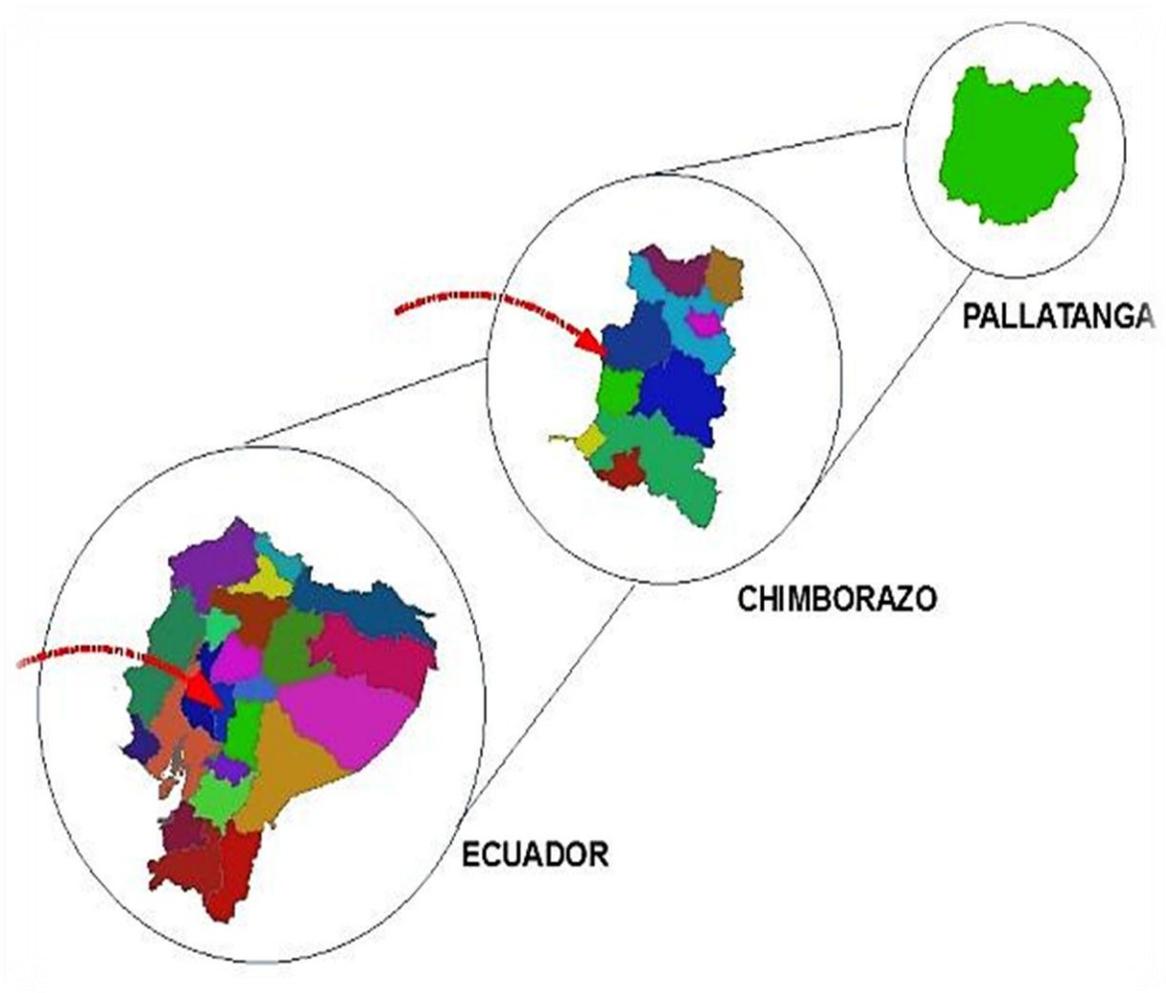


Ilustración 1 Ubicación Geográfica del Cantón Pallatanga

Fuente: Perfil Pallatanga, 2013

CAPITULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 MARCO TEÓRICO

Se considera al turismo como una expresión de los aspectos sociales, culturales y económicos que tienen conexión con los diferentes registros de salidas de personas a distintos lugares, los mismos que no se encuentran en el área habitual en la que reside, realizados por motivos de ocio, personales, por negocios, entre otras. (SENATUR, 2013). Igualmente se refiere a distintas acciones que producen un gasto por turismo. Además de los aspectos ya mencionados, el turismo tiene gran alcance en el sector económico, en el ámbito natural, en las poblaciones locales que son visitadas y en las personas que visitan estos lugares.

Partiendo de lo que dice la Teoría general de los sistemas, el turismo es la permanencia fuera del domicilio ya que es un movimiento de un lugar a otro y una salida del lugar natal en dirección a otros lugares o centros turísticos por un tiempo determinado. (Beni, 2000)

De esta manera aplicando La Teoría General de los Sistemas al sector turístico tenemos a dos grandes autores como Leiper y Boullón (2006) que afirman que el sistema se basa en la conceptualización de las regiones geográficas que forman un modelo mecánico en donde se encuentran tres importantes elementos:

- 1) Región de Origen.- es el territorio del cual provienen las personas nacionales o internacionales denominadas turistas y abre camino a la región de destino.
- 2) Región de Destino.- es el lugar que brinda estadía a las personas nacionales o internacionales llamadas turistas en el cual posee infraestructura necesaria,

personal capacitada, y la población residente del lugar. El lugar debe constar con atractivos turísticos para que sea la razón de ser visitado por los turistas y que tenga una conexión con la región de origen.

- 3) Región de Tránsito.- esta va de la mano con la región de origen y de destino puesto que es necesario para el desplazamiento de personas para la región de destino.

Se han realizado estudios del sistema turístico desde un punto de vista económico donde se visualizan elementos. (Boullón, 2006:31). Dichos elementos son los siguientes:

- Demanda: Dependiendo de la necesidad que requieran las personas al consumir algún producto, en la cual los turistas prefieran adquirir un producto turístico llamativo del lugar.
- Oferta: Son los bienes y servicios que se ofrecen en un mercado, para la satisfacción de los visitantes.
- Planta turística: Son las instalaciones necesarias que se dan para el bienestar del turista ya que conlleva el equipamiento y la infraestructura necesaria para la estadía del mismo, con esto quiere decir el alojamiento, transporte, alimentación, recreación y servicios de apoyo.
- Infraestructura: Es donde se proporcionan todos los servicios o elementos básicos que se encuentran dentro del destino turístico tanto para la comunidad como para las personas que visitan el lugar.
- Superestructura: Es la que comprende entidades y organismos privados y públicos que se encargan de impulsar el desarrollo turístico para que sea una actividad positiva para la zona

- Atractivo turístico: Corresponde a los lugares sucesos, u objetos en que se desarrolla la actividad turística en el cual se puede manifestar de forma natural o cultural dentro del destino visitado.
- Producto turístico: Son los bienes y servicios (tangibles e intangible) ofrecidos por la demanda y la oferta del sector turístico, donde también es la razón de ser por el cual los turistas fueron motivados a visitar aquel lugar ya sea por actividad turística de preferencia.

1.2 MARCO REFERENCIAL

De acuerdo a Erráz y Chipe (2015) el Municipio de Pallatanga trabaja para hacer más promoción turística del cantón, implementando diferentes actividades que les permitan atraer turísticas y les permita desarrollarse en esta industria. Pero a pesar de haber implementado esas actividades no han llegado a convertirse en esa fuente turística de ingresos puesto que no se les ha dado la promoción adecuada a los mismos.

Hoy en día muchos cantones han puesto en marcha la elaboración de planes estratégicos que les permitan desarrollar el turismo y a la vez les ayuda a conseguir que los ciudadanos involucren sus intereses en estos planes, pues terminan comprendiendo el boom que es el turismo y los grandes beneficios que esto puede traer a sus cantones, desde estabilidad económica, reconocimiento nacional e internacional del cantón, exposiciones de los sitios culturales y naturales de la zona, se incrementan las plazas de trabajo, menos ocio y más trabajo, bienestar de los ciudadanos, etc.

Es bueno identificar aquello que ayuda a progresar y sobre todo lo que ayuda a alcanzar estabilidad y satisfacción, es importante reconocer que la creación de estrategias serán las promotoras claves para alcanzar las metas trazadas y dirigir esas metas correctamente para lograr el futuro esperado.

Según Trosch, (2000), una planificación estratégica permite estar alerta a cualquier suceso y llegar a tomar buenas decisiones, además se proyecta hacia el futuro

deseado de acuerdo a las actividades que se hayan realizado en el transcurso del tiempo. No es adivinar el futuro sino saber tomar decisiones que ayuden a que ese futuro suceda. En consecuencia la planificación estratégica no eliminará todo obstáculo de progreso, pero si permitirá estar alerta a toda ocasión de problema, en si la planificación estratégica de acuerdo al autor debe ser entendida como un modelo participativo.

Tal como se menciona, la planificación estratégica se convierte en una de las herramientas claves para la elaboración de un PEDT, puesto que de esta forma y a través de los estudios realizados del lugar al cual se dirige la elaboración del PEDT se puede minimizar errores y lograr alcanzar el futuro deseado, lo que permitirá contar con esa confianza para la puesta en marcha del mismo.

Además es importante tener en cuenta que esta planificación estratégica debe ser tomada como un modelo participativo, es decir que todos los que forman parte de la elaboración del mismo, deben involucrarse para lograr la fase de cambio con la finalidad de dar pequeños pero seguros pasos para alcanzar las metas trazadas al inicio del proceso.

1.3 MARCO CONCEPTUAL

Turismo:

Turismo implica todo tipo de acontecimientos que se dan a los visitantes durante su estadía o permanencia en otro lugar diferente al que vive. (OMT, 2015)

Atractivos turísticos:

Es el sitio, zona o acontecimientos que pueden dar cabida a turistas nacionales o internacionales ya que poseen cualidades que atraen a cualquier visitante a un lugar determinado. (Torrejón, 2012).

Oferta turística:

Es el conglomerado de los atractivos de sitios naturales y culturales y los diferentes servicios que se despliegan a partir de las actividades, que se realicen en estos atractivos, los cuales son presentados a la demanda de turistas. (Torrejón, 2012)

Actividad Turística:

Es el conglomerado de operaciones que permiten de una forma directa o indirectamente, estas operaciones se enlacen con el turismo e intervengan sobre el mismo. Es decir son escenarios específicos que realiza el visitante para que se produzca la actividad turística, ya que, es aquí donde se solicita los servicios. (Torrejón 2012)

Recursos turísticos:

Son todos aquellos bienes tangibles e intangibles, que por la acción de la actividad del hombre y el entorno que lo rodea, permite el desarrollo progresivo del dinamismo turístico para lograr compensar aquellas necesidades que tienen las personas que visitan ciertos puntos turísticos. (SECTUR, 2014)

Comunidad receptora

La comunidad receptora es donde se registran las actividades económicas más rentables desarrolladas en el destino, en el cual se califica el nivel de participación ciudadana, el grado de formación de los habitantes, las habilidades y destrezas para turismo, actitudes con respecto a la actividad y por ultimo problemas sociales que existen en la comunidad. (Ricaurte, 2009)

Infraestructura de servicios básicos.

Es la que consta con los servicios básicos con los que cuenta el destino en el cual son importantes para la producción de los servicios turísticos. Donde tiene identificación de centros turísticos, accesibilidad y vías de acceso al destino ya sea medio, terminales de transporte. (Ricaurte, 2009)

Gobernanza

Es un subsistema regulador, permite tener buenas relaciones sociales, el mismo se manifiesta a través de reuniones entre autoridades que dirigen la actividad turística y la sociedad, para que juntos logren llegar a establecer acuerdos para solucionar problemas y así lograr un correcto desarrollo turístico, además de alcanzar el bienestar de los ciudadanos. (Requena, 2014)

Diagrama de Gantt

El diagrama de Gantt representa a través de un gráfico las diferentes actividades que forman un proyecto, en el mismo se presentan dos ejes fundamentales el primero trata de las tareas que contiene el proyecto y el segundo representa el tiempo en que se debe ejecutar cada tarea del proyecto. (Díaz, 2005).

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se aplicará a esta investigación permitirá recopilar con mayor facilidad la información necesaria para llevar el estudio más adelante, misma que tiene que ser concisa y lo suficiente clara con el fin de brindar una información más detallada en el ámbito del sector turístico del cantón Pallatanga.

La metodología que se aplique a este estudio nos permitirá conocer qué tipo de investigación es la más adecuada para este tema, así mismo se conocerá cual es el enfoque que ayudará a establecer los parámetros de la investigación, con el fin de recolectar datos necesarios que permitan dar una buena información.

2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

2.1.2 Investigación (descriptiva)

Se considera como investigación descriptiva aquella en que, como confirma Salkind (1999), “se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio” (p.11).

Con este tipo de investigación se busca una descripción minuciosa de datos y que estos tengan un impacto positivo en el desarrollo del estudio con el fin de satisfacer a la demanda de turistas.

2.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

2.2.1 Método De Investigación Deductivo

De acuerdo a Bernal (2006), este consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. Se analizan teorías de aprobada validez para determinar posibles soluciones a hechos concretos (p.56).

Se utilizará este método porque la investigación se basará en información de importancia académica para lograr encontrar la solución adecuada al problema presentado, siempre partiendo de lo general para llegar al factor principal del problema planteado en la investigación.

2.3 ENFOQUE

2.3.1 Modelo de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo)

Tal como menciona Gómez (2006) este enfoque “Representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativos y cuantitativos. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas.” (p.63)

A través de este modelo el estudio se puede realizar de manera más configurada de tal forma que al aplicar el enfoque cuantitativo se podrá determinar qué tan aceptable será la elaboración de un PEDT para el cantón de Pallatanga, además este enfoque permitirá conocer los datos estadísticos de la población a través de encuestas para así determinar la demanda turística real que posee la zona. De la misma manera el enfoque cualitativo ayudará a detallar de una mejor forma cada aspecto particular que se encuentre en el recorrido de la investigación. En conclusión se puede decir que esta

combinación de enfoques permitirá que el proceso de estudio tenga una mayor probabilidad de aceptabilidad es decir de confianza.

2.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN A EFECTUAR.

2.4.1 Universo o Población de estudio.

El universo de estudio que se realizará en la presente investigación se dirigirá a todos los turistas que lleguen al cantón de Pallatanga, que constituyen la demanda real, y para la demanda potencial se consideran los habitantes de los principales centros emisores que son Guayaquil, Riobamba entre otros, con la única finalidad de reunir toda la información necesaria y encontrar opiniones diferentes sobre el servicio turístico en general de este cantón.

2.4.2 Procedimiento de muestreo (Tamaño de la muestra y tipo de muestreo).

Para lograr captar el número esperado de turistas encuestados, se decidió meticulosamente cual sería la muestra, la misma debía reflejar la opinión del mercado real y potencial por ello se encuestó tanto en el destino como en uno de sus principales centros emisores de turismo. En conclusión parte de la muestra fue seleccionada en el cantón de Pallatanga y otra parte en las ciudades de Riobamba y Guayaquil.

De acuerdo a información obtenida del PDOT Turismo (2014) una vez que se desarrolla el estudio de Potencial turístico de Pallatanga, en donde con base al año 2010 detectaron entrada de turistas a este cantón era de 10,800 personas, y para el 2013 se obtuvo un incremento de hasta 12,300 turistas.

El mercado seleccionado será entre jóvenes de 20 años hasta adultos de 40 años pues se considera que es un grupo apto para las diferentes actividades que puede ofrecer el cantón de Pallatanga.

Con respecto a la muestra de la población escogida, se detectó que es una población finita, puesto que es menor a 500,000 personas. Para esta clase de población se aplicará el muestreo aleatorio simple.

Para realizar esto se utilizará la metodología de Bigné (2000) para determinar cuántas encuestas son necesarias realizar para esta población, se ha tomado un porcentaje de error del 6%.

Tamaño de la población	Tamaño de la muestra para los márgenes de error indicados					
	+ - 1%	+ - 2%	+ - 3%	+ - 4%	+ - 5%	+ - 6%
500	-	-	-	-	222	83
1.000	-	-	-	385	286	91
1.500	-	-	638	441	316	94
2.000	-	-	714	441	316	95
2.500	-	1.250	769	500	345	96
3.000	-	1.364	811	517	353	97
3.500	-	1.458	843	530	359	97
4.000	-	1.538	870	541	364	98
4.500	-	1.607	891	549	367	98
5.000	-	1.667	909	556	370	98
6.000	-	1.765	938	566	375	98
7.000	-	1.842	959	574	378	99
8.000	-	1.905	975	580	381	99
9.000	-	1.957	989	584	383	99
10.000	5.000	2.000	1.000	588	385	99
15.000	6.000	2.143	1.034	600	390	99
20.000	6.667	2.222	1.053	606	392	100
25.000	7.143	2.273	1.064	610	394	100
50.000	8.333	2.381	1.087	617	397	100
100.000	9.091	2.439	1.099	621	398	100
∞	10.000	25.000	1.111	625	400	100

Tabla 1. Tamaño de la muestra para los márgenes de error indicados.

Fuente: Bigné, E., Font, X. & Andreu, L. (2000).

2.5. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

2.5.1. Encuesta

De acuerdo con Grasso (2006):

La encuesta es un método de investigación importante, es una contribución potencial para el desarrollo del conocimiento propio de distintas ciencias sociales. Permite explorar y obtener información de un número considerable de personas. Hace posible el estudio detallado de datos y estudio de una población (p. 13).

La encuesta es una herramienta que arroja información cualitativa y cuantitativa, permitiendo de tal manera realizar estadísticas para realizar un estudio más detallado. Permite un análisis general de la investigación a través de la opinión de personas que se encuentran dentro del área de estudio.

La encuesta que se realizará tiene la finalidad de recoger información clave que permita el curso correcto de la investigación y lograr estudiar los puntos considerados importantes para el estudio. Otro de los propósitos de la encuestas es lograr definir cuál es el enfoque que debe coger el PEDT.

CAPITULO III

3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL CANTÓN PALLATANGA

El diagnóstico turístico es una herramienta que permite la correcta implementación de un proceso de planificación turística, que ayuda a reconocer con mayor facilidad la oferta y demanda turística del lugar en estudio. Es una etapa en la que se estudia y evalúa la situación actual del destino turístico. A través de ella se puede tomar decisiones acertadas sobre las estrategias que se implementarán en un futuro. Permite establecer una línea de base que compara el estado de situación anterior con la situación actual una vez visto los resultados. (Ricaurte, 2009). En conclusión es el pilar principal para iniciar el proceso de planificación estratégica para el desarrollo turístico del cantón Pallatanga.

Del modelo del diagnóstico turístico local de Ricaurte (2009) en donde se encuentra el Sistema Turístico de Sergio Molina (1997) el cual se tomará como línea de base, puesto que es el único sistema que incluye a la comunidad receptora, además permite conocer las organizaciones que intervienen en el desarrollo de la actividad turística del cantón.

El Sistema Turístico de Sergio Molina contiene seis factores:



Ilustración 2. Sistema Turístico

Fuente: Manual para el Diagnóstico Turístico Local, Ricaurte 2009.

3.1 GOBERNANZA

Tiene la función de orientar la actividad turística, la misma se compone por las instituciones sean estas públicas o privadas y de organizaciones no gubernamentales que actúan para llegar a tomar decisiones que permitan el desarrollo turístico o incidan en el progreso del mismo. A esto se le adjunta los planes de desarrollo, regulaciones, políticas, leyes y proyectos dirigidos al turismo, estos tienen la misma función que las demás organizaciones. (Ricaurte, 2009)

Con respecto a la manera en cómo se organiza Pallatanga , se ha manejado bajo el COOTAD, la Ley Orgánica de Participación Ciudadana, entre otras, quienes establecen que el cantón Pallatanga tiene una administración como Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD's) y que dicha forma de administrar tiene responsabilidades como realizar una buena planificación y organización del perfil territorial de la forma más ordenada posible, los mismos deben estar de acuerdo a lo estipulado en el gobierno y debe estar con acuerdo a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, en donde cuyos artículos mencionan la participación de los GAD`s y la misión que deben cumplir para lograr el desarrollo del lugar. (Perfil Pallatanga, 2013, p. 34)

El cantón Pallatanga cuenta con diferentes entidades reguladoras que han sido un gran apoyo para el progreso local y turístico, sean creadas en el cantón o sean parte de la provincia de la misma, también está la colaboración de las universidades con ideas para el desarrollo local y turístico y así mismo la valiosa intervención de la comunidad que permite una adecuada planificación turística.

Entre los mencionados se encuentran los siguientes:

INSTITUCIÓN	TIPO DE INSTITUCIÓN	COMPETENCIA
Gobierno Autónomo Descentralizado de Pallatanga	Público	Sistematiza el normal y adecuado desarrollo del dinamismo turístico del cantón. Al ser un GAD puede realizar actividades necesarias, pero siguiendo lo estipulado en la Constitución tanto en aspectos políticos, sociales, etc.
Cámara de Turismo de la Provincia de Chimborazo	Privada	Controlar el cumplimiento de las leyes y promueve los mecanismos que ayudan al crecimiento turístico del cantón.
Consejo Provincial de Chimborazo	Público	Regula aspectos institucionales. Coordina con las entidades de control para ser soporte en las actividades turísticas.
Fundación Islas de Paz	ONG	Intervención y formación de la población menos favorecida.
Ministerio de Cultura	Público	Fortalecimiento de la planificación cultural de Pallatanga, garantizando el desarrollo turístico del cantón.
Dirección de Cultura de Chimborazo	Público	Gestiona estrategias de recuperación cultural para el desarrollo local de Pallatanga.
UNACH-Universidad Nacional de Chimborazo	Académico	Realiza estudios de importancia académica para el crecimiento de la actividad turística del cantón.
ESPOCH-Escuela Superior Politécnica de Chimborazo	Académico	Realiza estudios de importancia académica para el crecimiento de la actividad turística del cantón.

Tabla 2. Entidades reguladoras del desarrollo turístico en Pallatanga.
Fuente: Elaboración propia con datos de la Tesis de Chiye y Erráez.

Estas instituciones mencionadas han permitido que el estudio turístico del cantón Pallatanga pueda ir creciendo, así mismo se ha logrado la colaboración ciudadana con el fin de trazar metas y alcanzar logros, permitiendo un progreso tanto en el turismo, economía, sostenibilidad y sobretodo ayuda al bienestar de la sociedad, ya que, son compartidas las iniciativas de desarrollos, las mismas son investigada y al tomar la decisión eligen la que no atasque el desarrollo turístico.

3.1.1 PROGRAMAS Y PROYECTOS TURÍSTICOS

PROGRAMAS Y PROYECTOS 2013

FORTALECIMIENTO DE LA RED SOCIAL DE TURISMO PALLATANGA	
PROGRAMAS Y PROYECTOS	METAS
Proyectos culturales y sociales (carnaval)	Se ha dinamizado la economía local
Fortalecimiento de tradiciones cantonales (cantonización)	Se ha dinamizado la economía local
Implementación de facilidades turísticas (señalética turística urbana)	Implementar 20 señales turísticas en el área urbana durante hasta el mes de diciembre de 2013
Infraestructura y equipamiento de deportes extremos y de aventura	Hasta finales de Octubre de 2013 Pallatanga cuenta con 1 estudio de factibilidad para implementar deportes extremos y de aventura
Elaboración de material turístico y divulgativo	Hasta finales del segundo semestre de 2013, la Unidad de Turismo cuenta con material informativo para atención a visitantes y turistas
Promoción y difusión turística (ferias y eventos especializados)	Hasta finales de noviembre de 2012, Pallatanga se promociona turísticamente en al menos 2 ferias de turismo
Promoción y difusión turística (elaboración y difusión spot turístico cantonal)	Hasta finales del segundo semestre de 2013, Pallatanga se publicita en medios televisivos y radiales
Estudio y diseño de proyectos(estudios ambientales para proyectos turísticos)	Hasta finales del segundo semestre, se cuenta con al menos 3 estudios ambientales para la implementación de proyectos turísticos
Mirador turístico	A finales de 2013, Pallatanga cuenta con 1 mirador turístico
Construcción teleférico	A finales de 2013, Pallatanga cuenta con 1 teleférico para fortalecer la oferta turística cantonal
Actualización catastro turístico cantonal	Hasta finales de diciembre de 2013, Pallatanga cuenta con un catastro turístico actualizado

Tabla 3. Programas y proyectos 2013

Fuente: Elaboración propia con datos POA 2013

PROGRAMAS Y PROYECTOS 2014

FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES LOCALES DE LOS SERVIDORES TURÍSTICOS DEL CANTÓN	
PROGRAMAS Y PROYECTOS	METAS
Gestión de conocimientos y transferencia de tecnologías para el fortalecimiento de las capacidades locales de los servidores turísticos del cantón	Se fortalecen las capacidades del talento humano turístico del cantón para mejorar la calidad de los servicios ofertados
Construir la infraestructura turística y equipamiento para la práctica de deportes extremos	Se impulsa la práctica de deportes extremos para el desarrollo turístico y socioeconómico de la Red Social de Turismo Sostenible del Cantón.
Promoción y difusión turística cantonal	Se fortalecen las capacidades del talento humano turístico del cantón para mejorar la calidad de los servicios ofertados.
Intercambio cultural	Se fortalecen las relaciones interinstitucionales promoviendo el turismo cultural

Tabla 4. Programas y proyectos 2014
Fuente: Elaboración propia con datos del POA 2014

PROGRAMAS Y PROYECTOS 2015

SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA	
PROYECTOS O PROGRAMAS	METAS
Estudio para la Construcción del Parque Acuático	Determinar técnicamente la factibilidad de construcción de infraestructura turística cantonal
Ampliación del mirador de la Loma de Yanayuyo	Dotar de facilidades turísticas para el visitante construcción de graderíos, áreas verdes, jardineras, monumento
Mantenimiento de los senderos ecológicos	Adecuar los senderos ecológicos de las rutas turísticas (Puentes, Techos, protecciones, senderos) de manera tal que se fortalezca la oferta turística cantonal
Adecuación del ITUR	Dotar al cantón de un espacio adecuado que permita brindar una atención eficiente al turista y visitante
Señalización turística urbana	Se desea con esta iniciativa implementar señales turísticas que permitan que el turista pueda ubicarse en el territorio, se cumplirán con los manuales correspondientes para este efecto desde el Ministerio de Turismo del Ecuador.

Tabla 5. Programas y proyectos 2015

Fuente: Elaboración propia con datos de POA 2015

PROGRAMAS Y PROYECTOS TURÍSTICOS FUTUROS

PROGRAMAS Y PROYECTOS 2016 – 2019

SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA	
PROGRAMAS O PROYECTOS	METAS
Implementación de facilidades turísticas en el cantón	Ubicación de señales informativas, descriptivas, de atractivos en el territorio
Construcción del Parque Acuático	Implementar infraestructura turística para fortalecer la oferta de turismo cantonal
Implementación de eco sanitarios y vestidores ecológicos en las rutas turísticas	Implementar facilidades turísticas para el visitante para mejorar la calidad de oferta turística (sanitarios y duchas)
Implementación de 4 centros de degustación gastronómica comunitaria	Fomentar el emprendimiento comunitario en el área gastronómica
Transferencia de conocimientos para la calidad del servicio turístico	Fortalecer las capacidades de los servidores turísticos locales para brindar un servicio de calidad
Construcción de un centro de interpretación turística y cultural cantonal	Fortalecer los espacios públicos turísticos
Promoción y difusión turística	A través de los medios de difusión masiva promocionar el destino turístico Pallatanga
Elaboración de material turístico e interpretativo	Poseer en stock material turístico para promoción
Participación en ferias y eventos turísticos	Presentar a la demanda turística nacional la oferta turística local en ferias y eventos de turismo

Tabla 6. Programas y proyectos 2016 – 2019

Fuente: Elaboración propia con datos de POA 2016 – 2019

3.2 COMUNIDAD RECEPTORA

De acuerdo a las estadísticas el cantón Pallatanga poseen una población de 11.544 habitantes (INEC, 2010) tanto en el área urbana como en la rural. La población urbana cuenta con 3813 habitantes, mientras que el área rural tiene una población de 7731 habitantes.

Con respecto a la tasa de crecimiento poblacional, según las estadísticas se detectó un decrecimiento de la población de un 0,75% (INEC, 2010) este incidente lo relacionan con problemas de migración provocadas por la escases de plazas de trabajo.

Existen muchas etnias predominantes los cuales se demuestra en el siguiente gráfico:

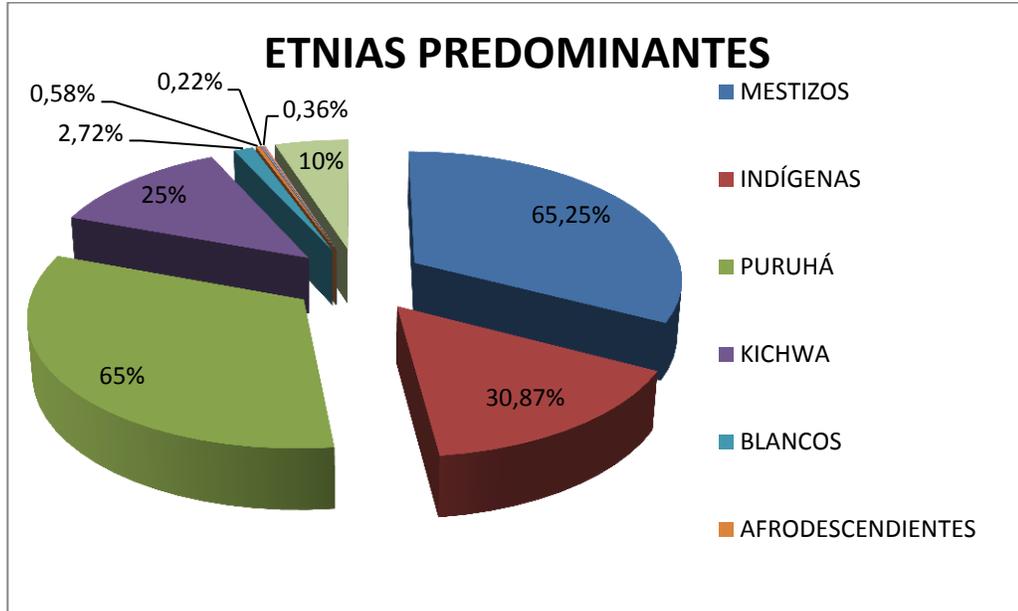


Gráfico 1. Etnias predominantes del cantón Pallatanga
Fuente: Elaboración propia con datos del GADMP Y PDOT 2014

La población económicamente activa (PEA) del cantón Pallatanga está formada por una cantidad de 6.291 personas. En donde los hombres tienen un porcentaje mayor que las mujeres, demostrando que en su mayoría son los hombres quienes llevan el sustento a los hogares. (PDOT, 2014)

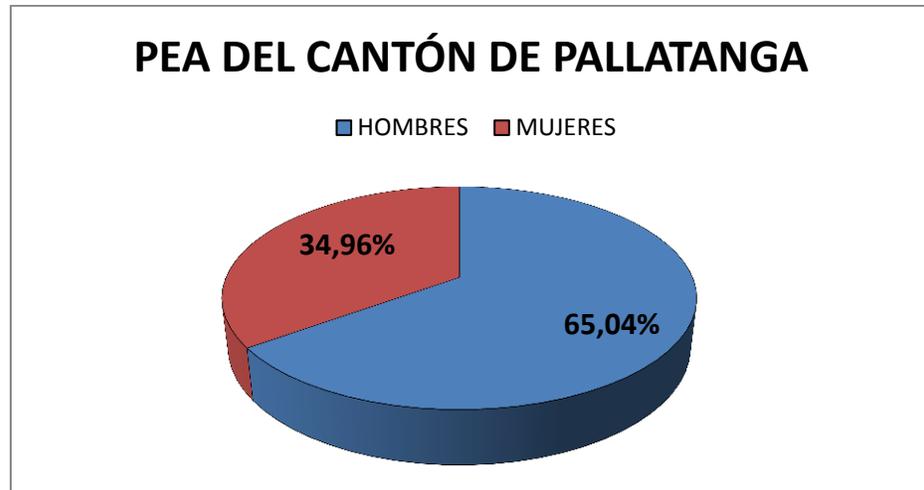


Gráfico 2. PEA del cantón de Pallatanga
Elaborado: Inspiración propia con datos del GADMP Y PDOT 2014

Pallatanga posee algunas ramas de actividades económicas a las que se dedica la población. Como la agricultura, empresas de manufactura, construcciones, ventas al por mayor y al por menor, servicios de hospedaje y de alimentos y bebidas y otras actividades. Muchas de estas actividades son las más realizadas, formando parte de la matriz productiva del cantón, es decir, que son las que influyen en gran parte en el desarrollo del entorno económico del cantón.

De acuerdo a la información adquirida, la población de Pallatanga tiene muchas actividades que realiza la población económicamente activa y quienes desarrollan estas actividades inician desde muy jóvenes entre 15 – 18 años, lo que no es un aspecto positivo debido a que parte de estos jóvenes dejan sus estudios por buscar trabajo. Las actividades agrícolas y ganaderas se las realizan en la zona rural del cantón, mientras que en la zona urbana las actividades que destacan son las de construcción, manufactura, comercio, entre otras.

Un aspecto no tan favorable del cantón, es que el turismo no forma parte de las principales actividades que realizan los pobladores de este cantón.

De acuerdo a lo mencionado son tres las actividades económicas más rentables en el cantón Pallatanga tenemos:

1. La agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 2.394 personas en esta actividad que representa un 38,05%.
2. Comercio al por mayor y menor con 324 personas en esta rama económica y representa el 5,15%.
3. Actividades No Especificadas con una enorme cantidad de 3.017 personas trabajadoras, las mismas que representan el 47,96%.

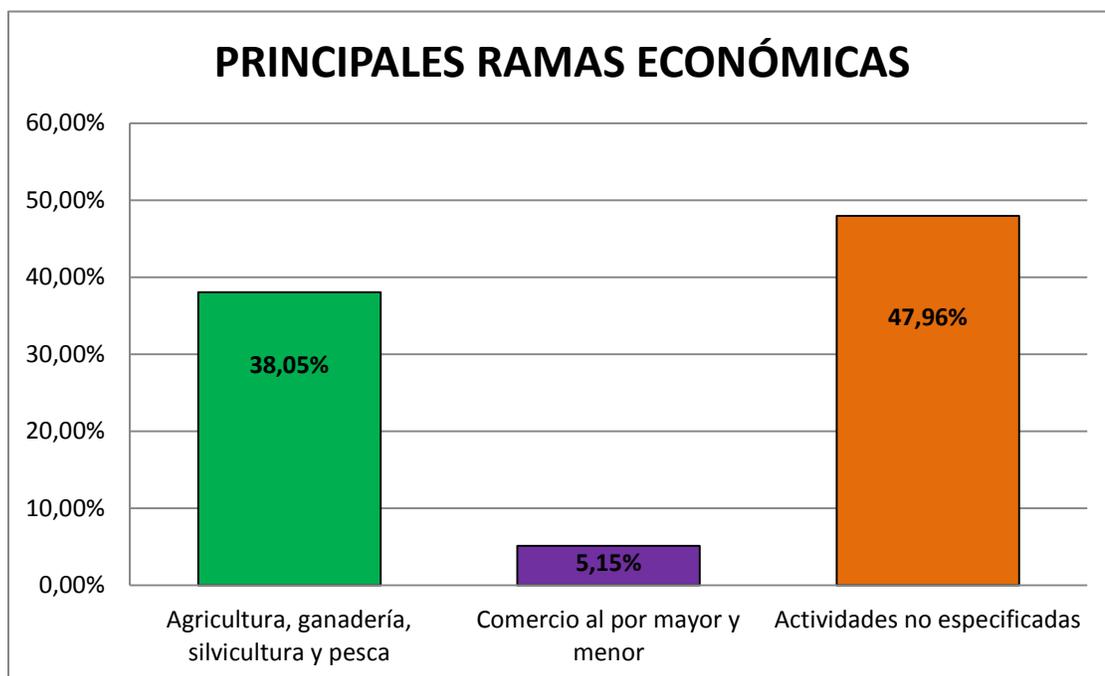


Gráfico 3. Principales ramas económicas en Pallatanga.

Fuente: Elaboración propia con datos del PDOT 2014 e INEC 2010

3.2.1 Acciones inadecuadas de la ciudadanía

La falta de integración y comunicación entre autoridades del municipio de Pallatanga y sus ciudadanos, no ha permitido el progreso del cantón conforme a los reglamentos publicados.

Descripción	Porcentaje
Criadero de porcinos	48%
No utilizan la acera para caminar	45%
Cooperativas de transportes ilegales	43%
Veredas utilizan para fines comerciales	35%
Vendedores ambulantes sin permisos sanitarios y medidas higiénicas.	30%
Motociclistas utilizan cascos	5%
Hosterías actúan como agencias realizando paquetes turísticos	4%

Tabla 7. Acciones inadecuadas de la ciudadanía

Fuente: PDOT - 2014

A pesar que algunas acciones descritas en la tabla no representan el total del turismo, son aspectos indirectos que valen la pena adecuarlas ya que son factores que no permiten el progreso continuo en la industria turística de este cantón.

3.2.2 Porcentaje de tradiciones que se conservan

TRADICIÓN	PORCENTAJE
Siembra, deshierba y cosecha	El 34% de las comunidades realizan sus prácticas tradicionales a través del “cambiamano”.
Mingas	En el 33% de las comunidades las mingas lo realizan solo comuneros.
Construcción y arreglo de casa comunal, escuela, canchas.	El 31% de las comunidades realizan trabajos de construcción comunitaria con mano de obra de los comuneros.
Fundición de loza	La fundición de lozas de las viviendas de los moradores se realiza a través de cambia manos, de las 64 comunidades lo realizan el 11%

Tabla 8. Tradiciones que se conservan

Fuente: PDOT - 2014

Cierto es el porcentaje de la comunidad que participan en diversas actividades, lo cual permite la integración y coordinación de los mismos para conseguir el bienestar de la población, las tradiciones que aún conservan los pobladores permite crear el ambiente esperado para la comunidad y disfrutar de aquello que posee el cantón.

3.2.3 Participación ciudadana

La elaboración de planes estratégicos para el crecimiento turístico, económico y social de la comunidad, siempre involucra a la comunidad, la población actúa de dos formas directa e indirectamente. Una gran parte de la comunidad actúa indirectamente, ya que, la población se agrupa para tomar decisiones al ser detectados algunos problemas o necesidades de la comunidad.

Mientras que otra parte actúa directamente porque una vez conversado el tema en discusión con la mayor parte de la población involucrada, las personas delegadas por los mismos pasan a comunicar y actuar junto a las autoridades del cantón.

La población rural realiza sus reuniones en la casa comunal o utilizan las instituciones educativas o alguna casa de personas interesadas en los asuntos a tratar. Por otro lado la población urbana se divide en distintos barrios y cada uno tiene un representante en donde trabajan conjunto a empresas que prestan servicios a la comunidad en general. (PDOT, 2014, p. 23)

3.2.4 Niveles de escolaridad

La gran parte de la comunidad de Pallatanga han terminado la educación básica, mientras que el porcentaje de quienes terminan el bachillerato y los estudios superiores son muy bajos, lo que permite tener un conocimiento amplio de aquellos que prestan servicios turísticos y conocer si se encuentran capacitados para recibir al turista nacional y sobre todo al extranjero, teniendo en cuenta que necesitan comunicarse con el turista que no habla el mismo idioma que ellos.

No existe un porcentaje adecuado que representa la cantidad de personas aptas para brindar un servicio turístico, sin embargo en la investigación de campo al emplear la observación directa y participativa con los dueños de los hostales y restaurantes recién instalados, es evidente que pocos conocen los atractivos que posee el cantón y son muy pocos los que pueden hablar otro idioma, estos aspectos representan un nivel bajo con respecto al servicio turístico que brinda el cantón.

3.2.5 Conocimiento del turismo por la comunidad.

A pesar que el turismo ha sido una de las mejores estrategias aplicada a lo largo de estos últimos años en muchos países y ha sido utilizado como motor para impulsar el crecimiento económico de ciertos países; a pesar de esto Pallatanga no esta tan conectada con el turismo, ya que, necesita de una intervención urgente, en cuanto a información de los atractivos turísticos que posee el cantón, así como las infinidades de beneficios que la industria turística les puede generar, si le dieran la importancia que esta se merece.

La dedicación al turismo en este cantón se acrecienta solo en las temporadas altas, es decir cuando realizan algunas fiestas de importancia para la comunidad, pero una vez acabada esta temporada la dedicación disminuye, ya que, la mayor parte de los pobladores se dedican a realizar otras actividades.

De acuerdo a la observación directa y participativa a la ciudadanía del cantón de Pallatanga, se detectó que con el pasar de los años ha aumentado el número de personas que brindan los servicios turísticos, sin embargo son pocas las que asisten a las capacitaciones que son anunciadas por el municipio.

3.3 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Entre sus recursos naturales se encuentra una diversidad de cascadas de las cuales la que más resalta entre ellas es conocida como la cascada el Dorado, la cual está a una distancia de 13 kilómetros del cantón Pallatanga y se realiza actividades turísticas como descenso de cascadas lo cual lo hace llamativo para las personas que visitan la zona.

Las cinco cascadas se hallan a 5 Km. de la Hostería El Pedregal tomando un camino de segundo orden el acceso es fácil, esta cascada consta de cinco caídas de agua. La primera es de 4 metros, la segunda de 2 metros, la tercera de un metro, la cuarta de 6 metros y la última de 10 metros actualmente se están construyendo un sendero para acceder hasta la primera caída de agua. (Chimborazo, 2015).

Los atractivos turísticos que se presentan en el cantón Pallatanga, en algunos se puede observar que no hay un pase por los senderos por lo que recién se están construyendo según la iniciativa del Alcalde de la provincia de Chimborazo, puesto que estos no poseen las infraestructuras adecuadas para dar a conocer más de los recursos naturales que posee el lugar.

COMUNIDAD	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA ACTUAL
San Francisco de Trigloma	La Tres Marías	Sitios Naturales	Montaña	Mirador	II
El Zarate	Zarate	Sitios Naturales	Montaña	Mirador	II
Guaro Grande	Guaro Grande	Sitios Naturales	Bosque	Nublado Occidental	II
Yaguarcocha	El Paraíso	Sitios Naturales	Bosque	Nublado Occidental	III
Jalubí	El Corazón	Sitios Naturales	Bosque	Nublado Occidental	III
Santa Ana Norte	*Las Almas *Santa Rosa *Santa Teresita	Sitios Naturales	Río	Cascada	III
Santa Ana Sur	Chazasal	Sitios Naturales	Río	Cascada	II
Balazul	Balazul	Sitios Naturales	Montaña	Mirador	II
San Jorge Alto	San Vicente	Sitios Naturales	Montaña	Mirador	II
San Jorge Bajo	San Jorge	Sitios Naturales	Río	Cascada	II

Sillagoto	Sillagoto (El Dorado)	Sitios Naturales	Río	Cascada	II
Guangashi La Tigrera	Guangashi	Sitios Naturales	Río	Cascada	III
Jalubí	El Corazón	Sitios Naturales	Bosque	Nublado Occidental	II
Yahuarcocha	El Paraíso	Sitios Naturales	Bosque	Nublado Occidental	II
Yahuarcocha	Yahuarcocha	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II
Guaro	Guaro	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II
San Juan de Trigoloma	La Soledad “Virgen San Rafael”	Sitios Naturales	Río	Cascada	II
San Miguel de Jipangoto	San Miguel “Virgen del Agricultor”	Sitios Naturales	Río	Cascada	III
Cabecera Cantonal	Cornelio Dávalos	Manifestaciones Culturales	Histórico	Arquitectura civil	III
Cabecera Cantonal	Gastronomía de Pallatanga	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comida típica	III
Cabecera Cantonal	Producción Agropecuaria	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferias y Mercados	II
El Palacio	Ruinas de Paliahuayco	Manifestaciones Culturales	Histórico	Sitios Arqueológicos	II

Tabla 9 Atractivos Turísticos

Fuente: Tesis Erráez y Chipe (2015)

3.4 OFERTA DE SERVICIOS

3.4.1 Establecimientos de alojamiento en el Cantón Pallatanga

Provincia	Cantón	Actividad Turística	Tipo de Establecimiento	Nombre del Restaurante	Dirección	Categoría	Registro	Numero de Habitaciones
Chimborazo	Pallatanga	Alojamiento	Hostería	Milliguayco	Barrio Las Palmas, Hacienda Milliguayco	Primera	608501002	45
Chimborazo	Pallatanga	Alojamiento	Hostería	Ecovita Organic Camping & Farm	km. 139 via a Riobamba	Primera	608500401	80
Chimborazo	Pallatanga	Alojamiento	Hostería	El Pedregal	km. 1 1/2 via a Pilchipamba	Primera	608500427	32

Provincia	Cantón	Actividad Turística	Tipo de Establecimiento	Nombre del Restaurante	Dirección	Categoría	Registro	Numero de Habitaciones
Chimborazo	Pallatanga	Alojamiento	Hostería	El Valle	vía principal km 2 s	Segunda	60850 0277	90
Chimborazo	Pallatanga	Alojamiento	Hostal	Posada de la Flor	San Vicente Panamericana Sur 12-21 e Hirvin Ayky	Tercera	60850 1183	28
Chimborazo	Pallatanga	Alojamiento	Pensión	Melita	10 de Agosto 114 y Rocafuerte	Tercera	60850 0278	21

Tabla 10. Establecimientos de hospedaje en Pallatanga

Fuente: Tesis Erráez y Chipe (2015)

En el cantón Pallatanga se pueden encontrar hosterías, pensiones, hostales y estaciones para hacer camping. Cuenta con una cantidad de dos hosterías llamadas El Pedregal y Hostería Sillagoto estas hostería tiene una zona en la cual se puede acampar. Tiene 2 pensiones cuyos nombres son Melita y Ximenita. También posee un Hostal llamado Posada de la Flor. Los alojamientos tipo hostería son los más escogidos por los turistas extranjeros que visitan el lugar puesto que tienen piscina, canchas deportivas, atractivos de la zona.

3.4.2 Servicio de Restauración

Según a los datos obtenidos por el catastro del Ministerio de Turismo (2010) el cantón Pallatanga consta por el momento de 20 establecimientos de restauración registrados.

Cabe recalcar que se ha determinado que el 91% de establecimientos que se dedican al servicio de alimentos y bebidas son de tercera y cuarta categoría en el cual el 9% son cafeterías, heladerías, fuente de soda y picanterías. Esto quiere decir que en el cantón Pallatanga no cuenta con establecimientos de primera o segunda categoría debido que aún no hay empresarios que inviertan en el lugar para que se torne turístico

Los establecimientos de restauración como Alexandra, La Fuente, El Criollo, La Fogata, Paraíso, Reina Palla, Volveré, también hay que mencionar las cafeterías llamadas Mini Market Lizbeth, y Las tortillas de la abuela y una fuente de soda llamada Happy Pizza S&F. Estos tipos de establecimientos cuentan con las respectivas normas de sanidad ya que están registrados en el ministerio de Turismo y están aptos para brindar servicio y atención a los clientes nacionales y extranjeros que visitan la zona.

Una de las características de estos tipos de restauración es que se encuentran en la vía principal del cantón Pallatanga, llamada Interprovincial, con el fin de atraer a los viajeros que están de paso para ir a otras zonas cercanas del cantón.

Provincia	Cantón	Actividad Turística	Tipo de Restauración	Nombre Del Restaurante	Dirección	Categoría	Registro
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Restaurante	Reina Palla	Panamericana sur km. 23	Segunda	608500280
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Restaurante	La Fogata	Panamericana sur vía principal	Tercera	608500281
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Restaurante	La Fuente	panamericana sur vía principal	Tercera	608500282
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Restaurante	Paraíso	panamericana sur vía principal	Tercera	608500283
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Restaurante	Volveré	panamericana sur vía principal	Tercera	608500284
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Restaurante	Di Carlo	Barrio el ingenio, vía Guayaquil	Tercera	608501150
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Restaurante	Paradero Sabor Latino	Barrio Santa Ana Panamericana Sur	Cuarta	608501194
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Restaurante	El Macareñito	Velasco Ibarra s/n y 17 de abril	Cuarta	60850
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Restaurante	Paradero El Chinito	Panamericana Sur vía principal	Cuarta	608500434

Provincia	Cantón	Actividad Turística	Tipo de Restauración	Nombre Del Restaurante	Dirección	Categoría	Registro
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Restaurante	Happy Pizza S&F	10 de Agosto y Mariscal Sucre	Tercera	608501198
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Cafetería	Las tortillas de la abuela	Barrio Comunidad San Francisco de Trigoloma	Cuarta	608501201
Chimborazo	Pallatanga	A&B	Cafetería	Mini Market Lizbeth	Panamericana Sur Gasolinera Granja Pallatanga	Tercera	608501193

Tabla 11. Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Pallatanga

Fuente: Tesis Erráez y Chipe 2015

3.5 INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

3.5.1 Transporte y accesibilidad

DISTANCIA DE RECORRIDO			
PUNTOS PRINCIPALES	MEDIO DE TRANSPORTE	TIEMPO ESTIMADO	KM
Guayaquil	Bus	3 horas	118 Km. al noroeste
Riobamba	Bus	1 hora con 35 min	96 Km. al suroeste

Tabla 12. Distancia de recorrido
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la distancia en la que se encuentra el cantón de Pallatanga para sus turistas, se identifica el recorrido que hay desde dos puntos de partida principales de los visitantes, que son la ciudad de Guayaquil y Riobamba. Se determina la distancia en kilómetros y hora de recorrido para que el turista pueda administrar el tiempo a su conveniencia de acuerdo a la manera a la que se dirija al cantón.

Un turista que provenga de la ciudad de Guayaquil y como medio de transporte usa un bus, la distancia que recorre hacia la cabecera parroquial y cantonal son unos 118 Km. al noroeste y el tiempo estimado del recorrido es de 3 horas.

Pero si el turista proviene de un lugar más cercano al cantón como es la ciudad de Riobamba y su medio de transporte es un bus la distancia que recorre en kilómetros hacia la cabecera parroquial y cantonal son unos 96 Km. al suroeste y el tiempo promedio que demora en llegar es de 1 hora con 35 minutos.

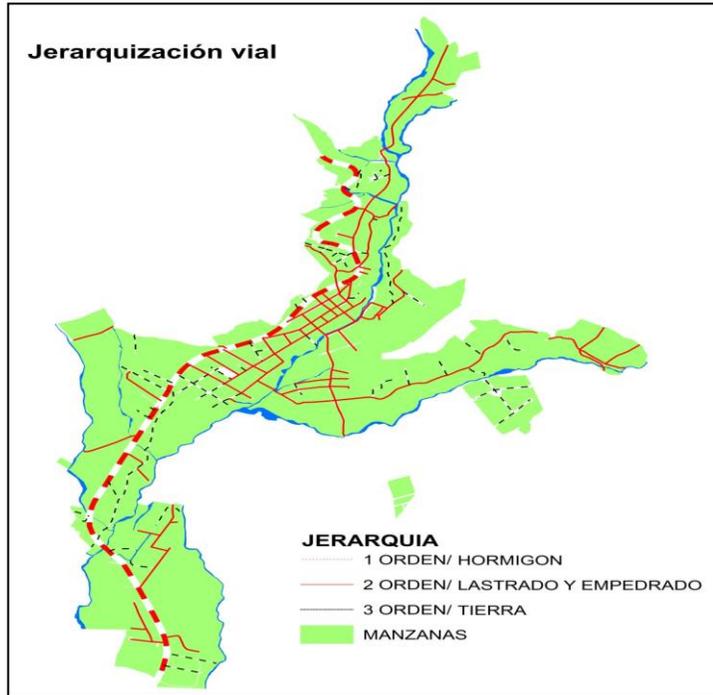


Ilustración 3. Vías de Acceso Urbano por Jerarquización en el Cantón Pallatanga
Fuente: PDOT 2014

3.5.2 Principales vías de acceso a la comunidad

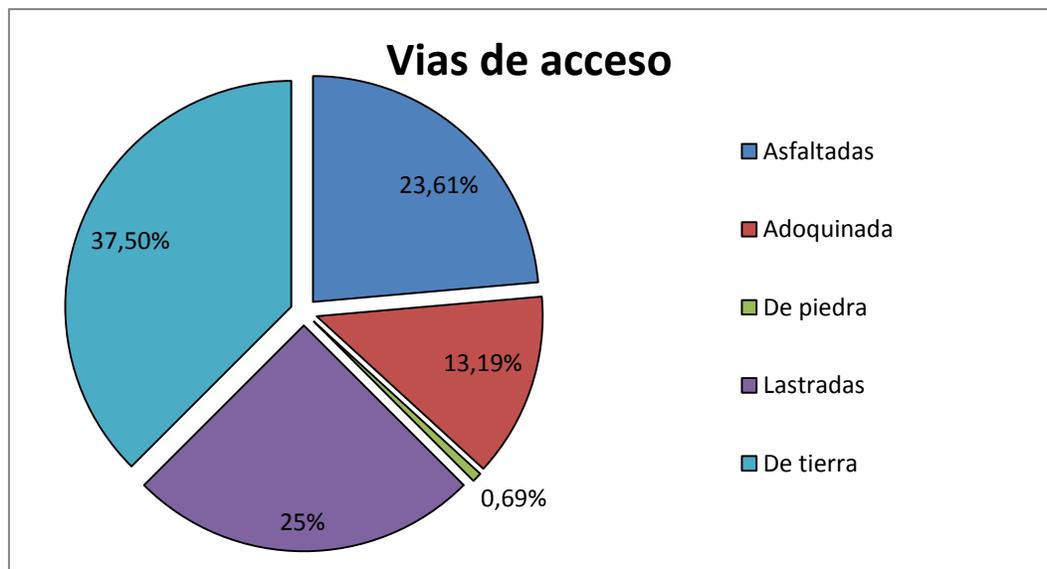


Gráfico 4 Vías de acceso
Fuente: Elaboración propia con datos del Perfil Territorial 2013.

De acuerdo al gráfico la comunidad de Pallatanga cuenta con carreteras pavimentadas pero su porcentaje no es tan alto, pero tampoco impide la accesibilidad de los turistas al cantón, otras partes de las vías se encuentran asfaltadas y lastradas, también posee dentro de su ciudad como cerca del parque o vías alternas que están adoquinadas, solo un mínimo porcentaje de sus vías están con piedras, pero así mismo como cantón en donde se trabaja la tierra hay zonas dentro del cual se encuentran cerca de las haciendas o tierras de cosechas por lo que sus caminos en un porcentaje más alto son de tierra.

3.5.3 Señalización

De acuerdo a la investigación por observación directa se evidencia que el cantón cuenta con un 95% en señalización vial en sus calles lo que se torna un aspecto positivo para la comunidad y para quienes deseen visitarlo, ya que la adecuada señalización vial les permite conseguir una satisfacción completa de las personas que se dirigen al mismo, puesto que, al haber las señaléticas en los puntos claves del lugar permite que no exista demoras para encontrar el sitio, evitando así accidentes de tráfico, desorientación del visitante, entre otras.

De acuerdo a la investigación de campo realizada se observó que hace falta más señalización turística en el cantón. La falta de estas señaléticas impide el desarrollo turístico de la zona, ya que, provoca insatisfacción al turista porque este no puede encontrar el atractivo al que desea llegar.

Para un progreso turístico continuo, el cambio debe darse desde la accesibilidad del turista, tanto para el ingreso al lugar de destino como para los diferentes sitios turísticos y también de las actividades turísticas que se realicen en la zona.

3.5.4 Transporte Público

Para llegar al cantón de Pallatanga es por vía terrestre por la carretera interprovincial la misma que conecta a la provincia de Chimborazo con la provincia del Guayas. El acceso a este lugar se lo puede realizar ya sea por transporte público o privado

Existen algunas cooperativas de transporte que pasan por Pallatanga son:

Trayectos	Lugar de Origen	Lugar de Destino	Medio de Transporte	Costo del Pasaje
Trayecto 1	Cantón Pallatanga	Ciudad de Quito	Bus Interprovincial	5.50
Trayecto 2		Ciudad de Guayaquil		3.50
Trayecto 3		Ciudad Riobamba		1.80
Trayecto 4		Ciudad Ambato		3.50
Trayecto 5		Cantón Cumandá		0.75
Trayecto 6		Cantón Bucay		0.75
Trayecto 7		Cantón El Triunfo		2.50
Trayecto 8		Sto. Domingo de los Tsáchilas		6.80

Tabla 13. Costos del pasaje del Bus Interprovincial en Pallatanga.

Fuente: PDOT 2014

En la comunidad de Pallatanga se hace uso de un total de 351 transportes públicos y privados. Existe un mayor número de camionetas y motocicletas que se movilizan en el lugar. Dentro de la comunidad se hace uso del servicio de transporte en buses y las camionetas forman parte del servicio público, mismos que son utilizados para el transporte de la gente de Pallatanga y de sus turistas.

Autos	Camionetas	Camiones	Volquetas	Motocicletas	Total
57	148	36	3	107	351

Tabla 14. Número de Vehículos Públicos y Privados en el cantón Pallatanga.
Fuente: PDOT 2014

Solo existen 2 cooperativas que prestan servicios públicos las mismas se encuentran legalizadas: la Cooperativa Transpalla y la Cooperativa Pallatanga.

Para los sábados y domingos, existen otras cooperativas que brindan sus servicios a la comunidad así tenemos la cooperativa de transporte Bayushig y Llinllin estas no se encuentran legalizadas, sin embargo operan normalmente para el resto de los habitantes del cantón y así mismo son utilizados como medio de comercio. (Perfil Territorial, 2011, p. 26)

3.5.5 Comunicaciones

Servicio Telefónico

En el cantón de Riobamba se encuentra una oficina matriz de la Corporación Nacional de Telecomunicación (CNT), el estado es quien facilita el servicio de telefonía fija al cantón por medio de CNT.

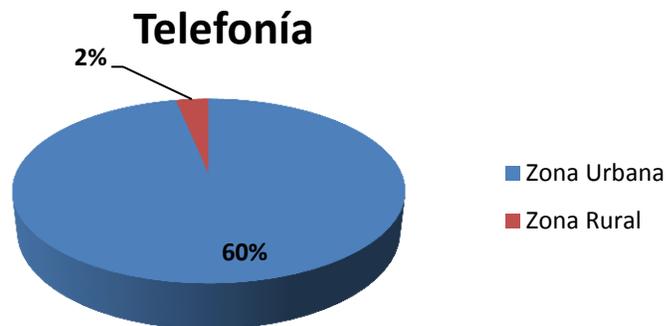


Gráfico 5 Cobertura Telefónica
Fuente: Elaboración propia con datos PDOT 2014

La mayor conectividad de telefonía se encuentra en el área urbana representa un 60% de cobertura para las viviendas que posee, mientras que la zona rural representa tan solo un 2% de cobertura. (PDOT, 2014)

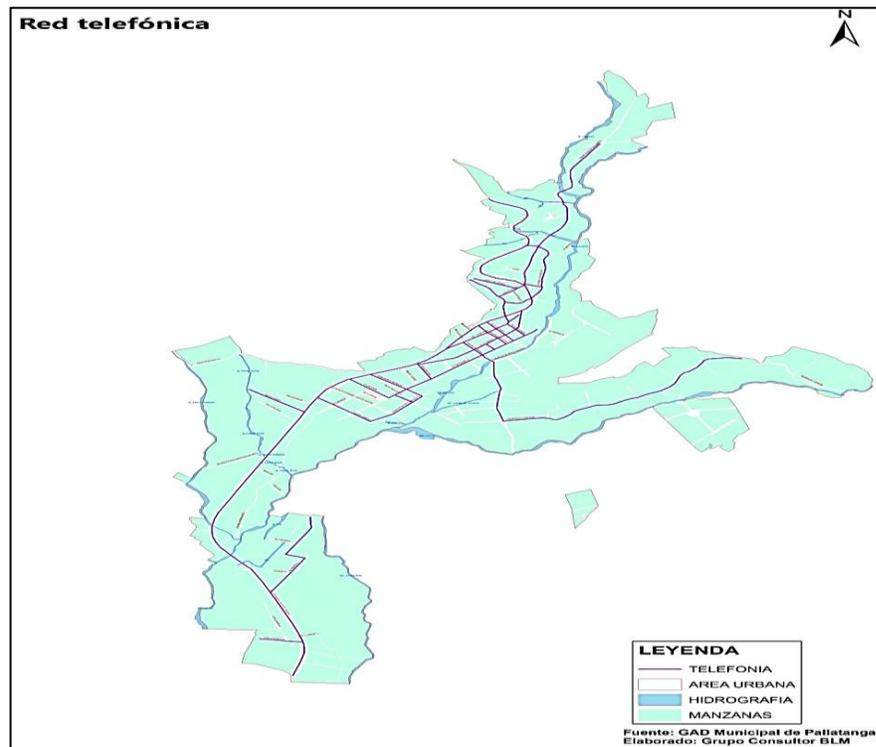


Ilustración 4. Repartición de línea de Telefonía Fija en el Sector Urbano de Pallatanga

Fuente: Catastro-GAD Pallatanga. Perfil Pallatanga, 2013

3.5.6 Comunicación y Conectividad.

Servicio de Telefonía Móvil

Tanto la zona urbana como la rural han tenido un notable crecimiento con respecto al servicio de telefonía móvil, registrando así 1753 líneas. Las señales de operadoras más utilizadas son la de Claro y Movistar, siendo Movistar la que mejor cobertura brinda a la comunidad. (Perfil Pallatanga, 2013)

Servicio de Internet

El cantón brinda servicios de Wifi gratuito para todos los ciudadanos, los mismos que para acceder a dicha señal abierta deben estar a 100m. de distancia entorno al Municipio de Pallatanga el cual se encuentra cerca del parque principal del cantón. CNT brinda un servicio a través de fibra óptica de 2GB, ciertos locales ya se han sumado a este servicio para luego brindárselo a quienes los visiten. La zona urbana es la más beneficiada con este servicio por disponer de la infraestructura adecuada para contar con este servicio, mientras que no corre con la misma suerte la zona rural esto es debido a la distancia y la poca accesibilidad para brindársela. (PD y OT – 2011, Pallatanga)

Sanidad

3.5.7 Fuentes principales de abastecimiento de agua y tipo de agua que consume la población.

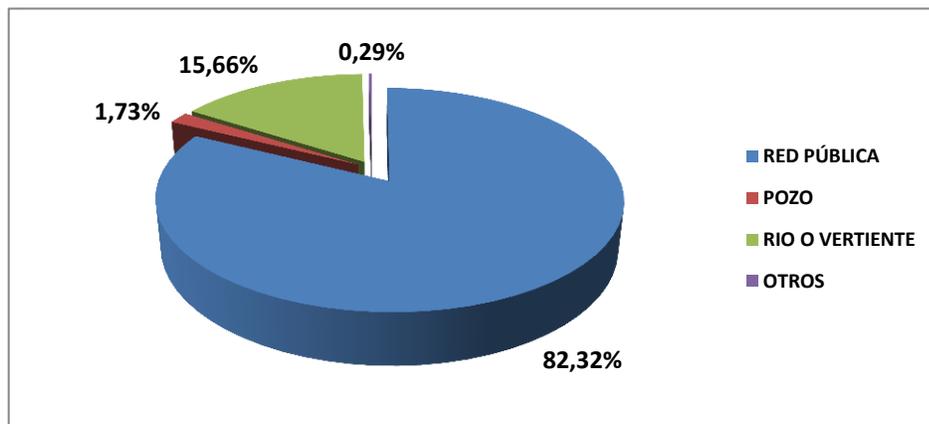


Gráfico 6. Abastecimiento de Agua Potable en el cantón Pallatanga.

Fuente: INEC VII Censo de Población y VI de vivienda 2010

El sector urbano del cantón posee algunas fuentes principales de abastecimiento de agua, este sector con una cantidad total de 1041 casas, de las cuales solo 857 de las mismas tienen la oportunidad de contar con una red pública, es decir que son 82,32% ciudadanos que pueden contar con una red de suministro que garantice la calidad del agua y que cumple con los requerimientos necesarios para el consumo humano.

Otro medio de abastecimiento de agua que consume la gente es a través de pozos, de aquí solo 18 residencias utilizan esta fuente de provisión, lo que representa un 1,73% de la población que consume agua a través de estos pozos.

Los ríos, vertientes, acequia son otras fuentes principales de suministro de agua para quienes se encuentran lejos de los perímetros alcanzables que no permite brindarles el servicio de agua potable. El 15,66% representa la cantidad de viviendas que se valen de este medio. Son tan solo 3 las casas que se abastecen de agua por otros medios, entrando en el 0,29%. (Perfil Territorial, 2013)

3.5.8 Sistema de alcantarillado en la comunidad.

Para el sector urbano existe un 90,49% de la población que cuentan con un sistema de alcantarillado para eliminar las aguas servidas de la comunidad.

Eliminación de aguas servidas.

TOTAL	1.041	100,00%
Red pública de alcantarillado	942	90,49%
Pozo séptico	36	3,46%
Pozo ciego	29	2,79%
Con descarga directa al río, lago o quebrada	14	1,34%
Letrina	1	0,10%
No tiene	19	1,83%

Tabla 15. Eliminación de Aguas Servidas Sector Urbano 2010, cantón Pallatanga.

Fuente: Cañizares, 2013

Existen deferentes maneras para el procedimiento de eliminación de las heces de la mayoría de la comunidad. Entre las que se encuentran los excusados y alcantarillados que son sistemas de eliminación más comunes y usados por la población urbana de Pallatanga la misma que representa un 90,49%.

Los pozos sépticos y los pozos ciegos también se convierten en otra vía de eliminación de desechos humanos, correspondiendo el primero al 3,46% y al segundo al

2,79%. La que causa que estas familias no puedan contar con un sistema de eliminación por alcantarillado es que se encuentran a distancias enormes de la red, o están muy bajas lo que no permitiría una correcta eliminación de los desechos. Es por esa razón que este porcentaje de viviendas ha optado por este medio. (Perfil Territorial, 2013)

Solo una vivienda utiliza la letrina como un conducto para realizar la eliminación de sus desechos, estas letrinas son espacios o cavidades realizadas en un suelo terrazo con la finalidad de efectuar sus descargas en ese lugar. Generalmente este medio se lo utiliza, ya que, el lugar en donde habitan se encuentra lejos como para poder implementar alguna red de alcantarillado. (Perfil Territorial, 2013)

Algo que preocupa mucho a la población es aquella gente que no posee o no cuenta con la posibilidad de formar parte de aquella población que tiene una red de alcantarillado o no tiene la posibilidad de realizar un pozo séptico o un pozo ciego, lo que complica aún más la situación; puesto que a partir de esta problemática, han decidido según ellos que la mejor forma de realizar sus descargas de desechos humanos es por los ríos y vertientes. Esta manera de eliminar los desechos afecta mucho a la población ya que contamina las aguas que muchas personas de bajos recursos pueden utilizar.

3.5.9 Eliminación de la basura de la población.

Los ciudadanos de Pallatanga eliminan de diferentes maneras la basura que ocasionan dentro de sus hogares, de tal forma se ha detectado que la más utilizada es a través de los carros recolectores de basura los mismos que cumplen con la función de recoger estos desperdicios para ayudar a reducir cualquier contaminación ambiental.

Otros han optado por enterrar sus desperdicios, lo que en cierta parte no está mal pero siempre que dichos desechos sean orgánicos es decir que su tiempo de descomposición no supere los 4 meses, tiempo determinado de estos desechos orgánicos. Por otra parte este suceso se transformaría en un impacto negativo para el medio

ambiente ya que al enterrar cualquier otro desecho que no sea orgánico, está ocasionando un gran impacto negativo a la atmosfera del lugar.

A esta problemática también se unen quienes eliminan la basura de sus hogares tirándolas por los terrenos baldíos o quebradas, lo que no solo ocasiona un impacto totalmente negativo al ecosistema de la zona, además de ser molesto para ellos mismos ya que con el tiempo estos desperdicios producen malos olores, además de ello esto provoca una mala imagen del cantón y para el sector turístico no es una buena opción promocionar un lugar que haga sentir incomodidad a sus turistas.

3.5.10 Salud

El cantón Pallatanga cuenta con un sub centro de salud el cual es administrado por el Ministerio de Salud Pública, su horario de atención son los días jueves, viernes, sábados y domingos iniciando a las 8 am y culminando a las 4pm, posee una buena infraestructura pero aún le hace falta equipos para brindar una mejor atención a sus enfermos. Sus áreas de atención van desde Laboratorios, Medicina General, Odontología, habitaciones para los médicos y una despensa.

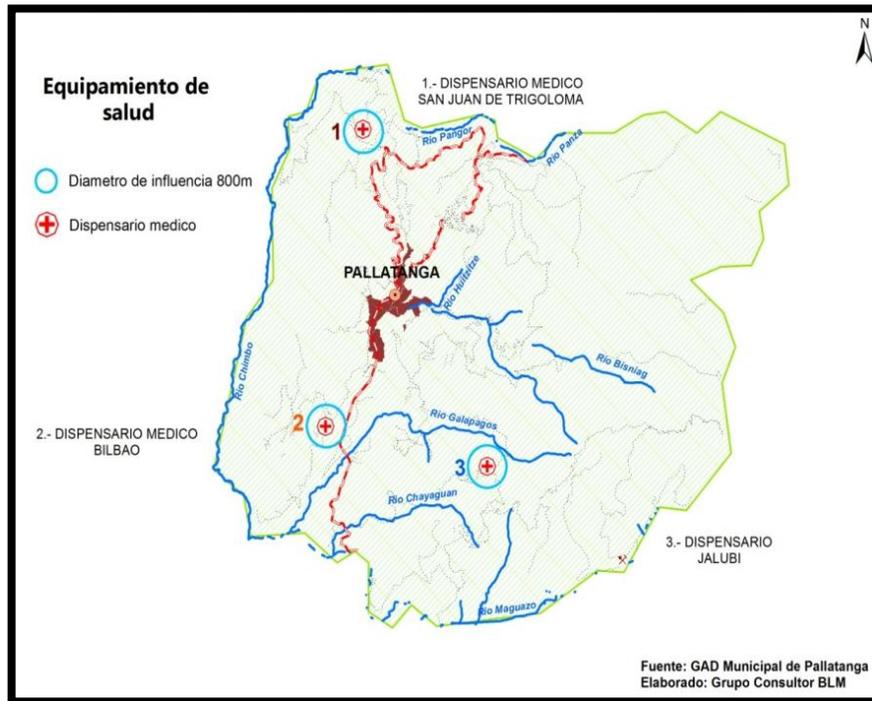


Ilustración 5. Sub Centros de Salud en el cantón Pallatanga.

Fuente: Perfil Pallatanga, 2013

3.5.11 Energía Eléctrica

El cantón de Pallatanga recibe energía de la Empresa Eléctrica Riobamba S.A. Tanto el sector urbano como el sector rural cuentan con este servicio básico pero cada uno lo recibe de una manera diferente.

ENERGÍA ELÉCTRICA			
ÁREA URBANA		ÁREA RURAL	
TIPO	N. CONSUMIDORES	TIPO	N. CONSUMIDORES
Residencial	1276	Residencial	1573
Industriales	9	Industriales	0
Comercial	1	Comercial	0

Tabla 16. Consumidores de energía eléctrica

Fuente: Elaboración propia con datos PDOT -2014

La mayor parte del cantón cuenta con alumbrado público permitiendo transitar con tranquilidad en las noches, el sector urbano es el más beneficiado pues este servicio abarca toda la zona, aunque también existen lugares que aún les hace falta este servicio siendo un aspecto negativo y tornando preocupación a quienes transitan por esas calles sin alumbrado en las noches provocando a su vez poco seguridad de la zona.

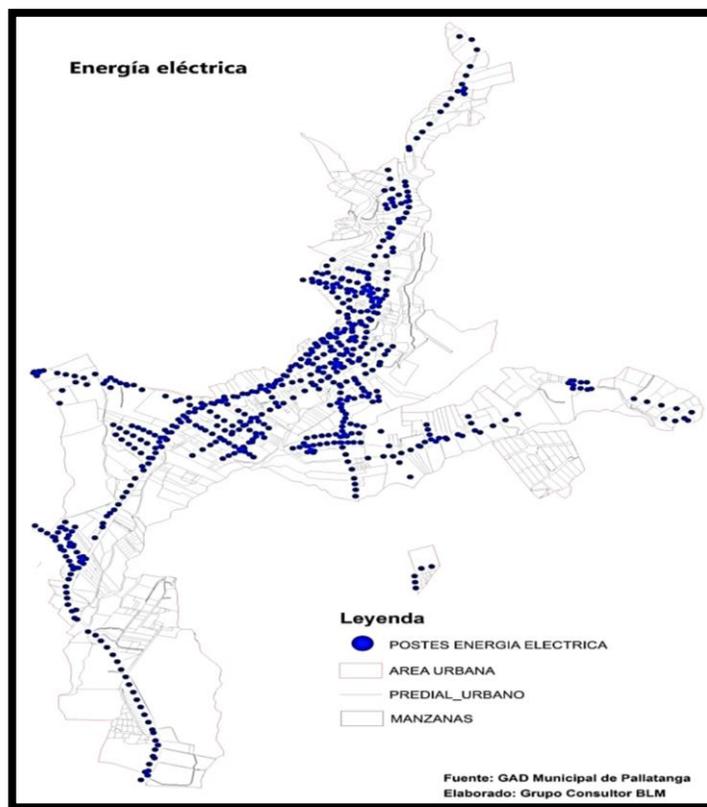


Ilustración 6. Sistema de Alumbrado Público del Área Urbana del cantón Pallatanga

Fuente: Perfil Territorial, 2013

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO REAL Y POTENCIAL

4.1 DEMANDA

En el cantón Pallatanga es un lugar que está en desarrollo turístico es por esto que no se ha observado una fuerte afluencia turística por turistas extranjeros por lo que es un lugar conocido por muchos como un pueblo de paso para ir a la ciudad de Riobamba, es por esto que muchas veces pasa desapercibido como una zona turística del Ecuador. Pero cabe recalcar que acoge a un número de visitantes a nivel regional sobre todo en las fiestas del Cantón o en feriados como Navidad, Año Nuevo y Carnaval.

Según la última información recibida por el PDOT de Pallatanga, los días que más turistas atrae son cuando hay celebraciones por Carnaval y las fiestas religiosas en este caso Semana Santa.

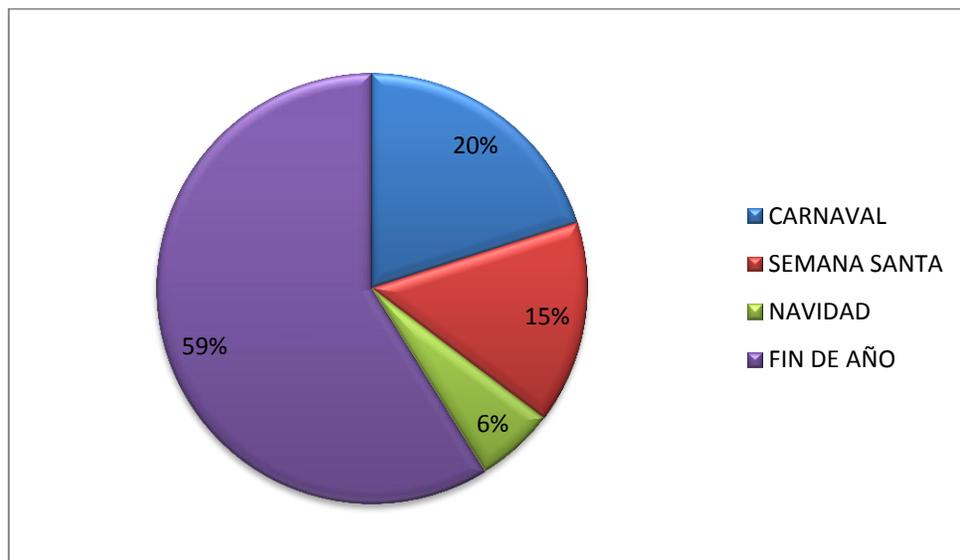


Gráfico 7. Demanda Turística en Pallatanga

Fuente: Elaboración propia con datos de estadísticas MINTUR 2012

4.1.1 Mercado Turístico Cantonal

El Cantón Pallatanga está siendo considerado como un potencial turístico para el Ecuador desde el año 2010, (CODECH) realiza una determinación de estrategia de turismo, a través de la gestión de Corredores de Turismo Sostenible.

Es por esto que el financiamiento de parte de los gobiernos locales o gobernanza es de gran importancia para el desarrollo turístico de la zona ya que como prioridad dar un posicionamiento al cantón como un destino llamativo para el turismo sostenible a nivel nacional e internacional y con esto beneficiara a las comunidades que habitan alrededor de la zona, otorgándole una opción de ingresos económicos y salida de divisas

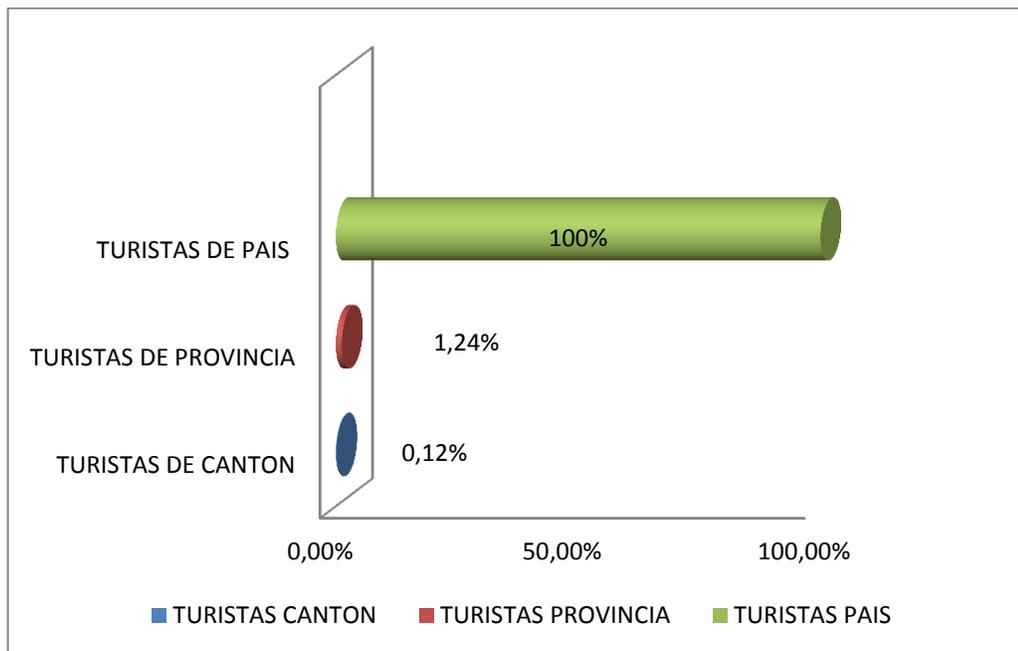


Gráfico 8. Incidencia del Turismo del Cantón Pallatanga

Fuente: Elaboración propia con datos del PDOT 2014

De acuerdo al gráfico expuesto el 0,12% son turistas de cantón, el 1,24% son turistas e provincia y mientras se refleja un 100% turistas de país, esto es una representación del mercado turístico cantonal de Pallatanga.

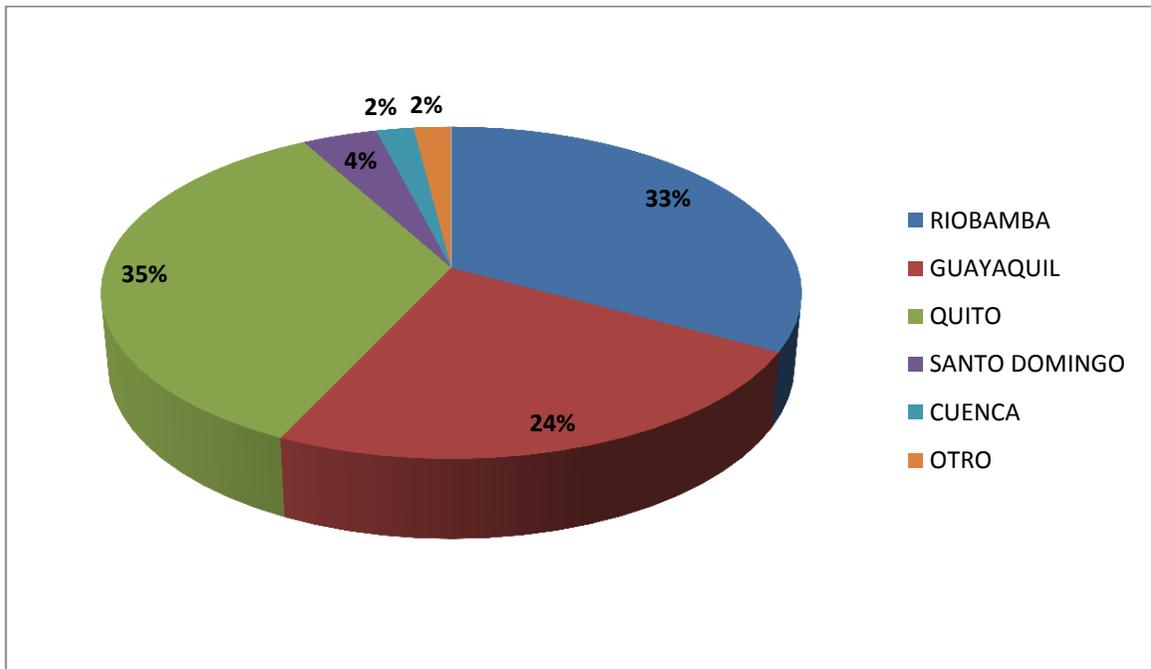


Gráfico 9. Lugar de Procedencia de los turistas
Fuente: Elaboración propia con datos del PDOT 2014

De acuerdo a la gráfica mostrada de los lugares de procedencia de los turistas a nivel nacional que tienen un mayor porcentaje se encuentran Riobamba, Guayaquil y Quito mientras que un nivel bajo están Santo Domingo y Cuenca.

4.1.2 Oferta turística

La oferta turística es el conglomerado de componentes que constituyen el producto turístico, al que se puede incorporar el desarrollo de un esquema de promoción

enfocado a los futuros visitantes, un programa donde se distribuye el producto elaborado por operadores turísticos, determinando un costo adecuado a la demanda turística.

La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación. (Ministerio Central de Turismo Perú, 2014)

Pallatanga es un cantón de la provincia de Chimborazo que posee una variedad de recursos naturales, de las cuales se han transformado con el pasar del tiempo en atractivos turísticos para los turistas, para así implementar nuevas formas de trabajo para la comunidad, en donde se desempeñan como guías de la zona y brindar platos típicos referentes a la cultura que habita en Pallatanga. Pero aún hay fallos en las infraestructuras del cantón.

Según el Gobierno Provincial de Chimborazo (2011):

Con el Gobierno de la Provincia de Chimborazo se firmaron convenios mediante los cuales se hace la transferencia de fondos por un valor de 339 mil 357 dólares a favor del Municipio de Pallatanga para la ejecución del proyecto Construcción de un Mercado de Transferencia de Productos Agrícolas y de 40 mil dólares adicionales para mantenimiento vial.

4.2 PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN EL CANTÓN DE PALLATANGA.

4.2.1 Ciudad de residencia actual

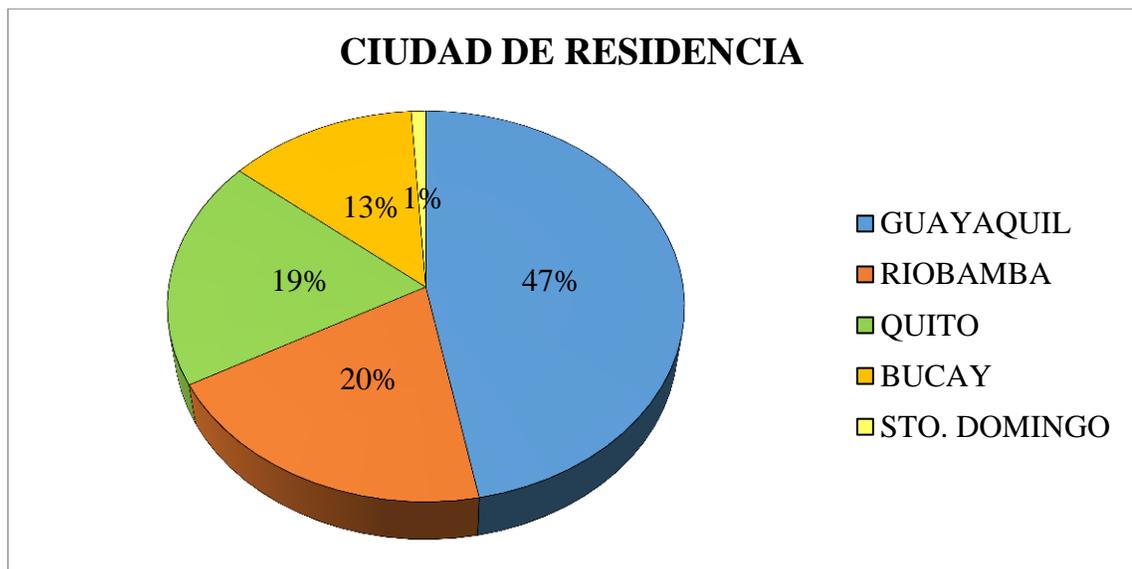


Gráfico 10. Ciudad de residencia actual

Fuentes: Encuestas realizadas en el cantón Pallatanga, Julio 2015

Análisis

Con respecto a la ciudad de residencia actual, Guayaquil sin duda es la ciudad cuyos ciudadanos son la gran parte de los turistas que visitan el cantón Pallatanga siendo el 47% de los encuestados, un 20% representan a los turistas provenientes de Riobamba, los turistas de la ciudad de Quito también forman parte de los encuestados representando el 19%, un 13% son turistas de Bucay este cantón queda a pocas horas de Pallatanga y por último pero no menos importante se encuentra Santo Domingo que representa el 1% de los encuestados.

4.2.2 Sitios turísticos que se visitan en Pallatanga

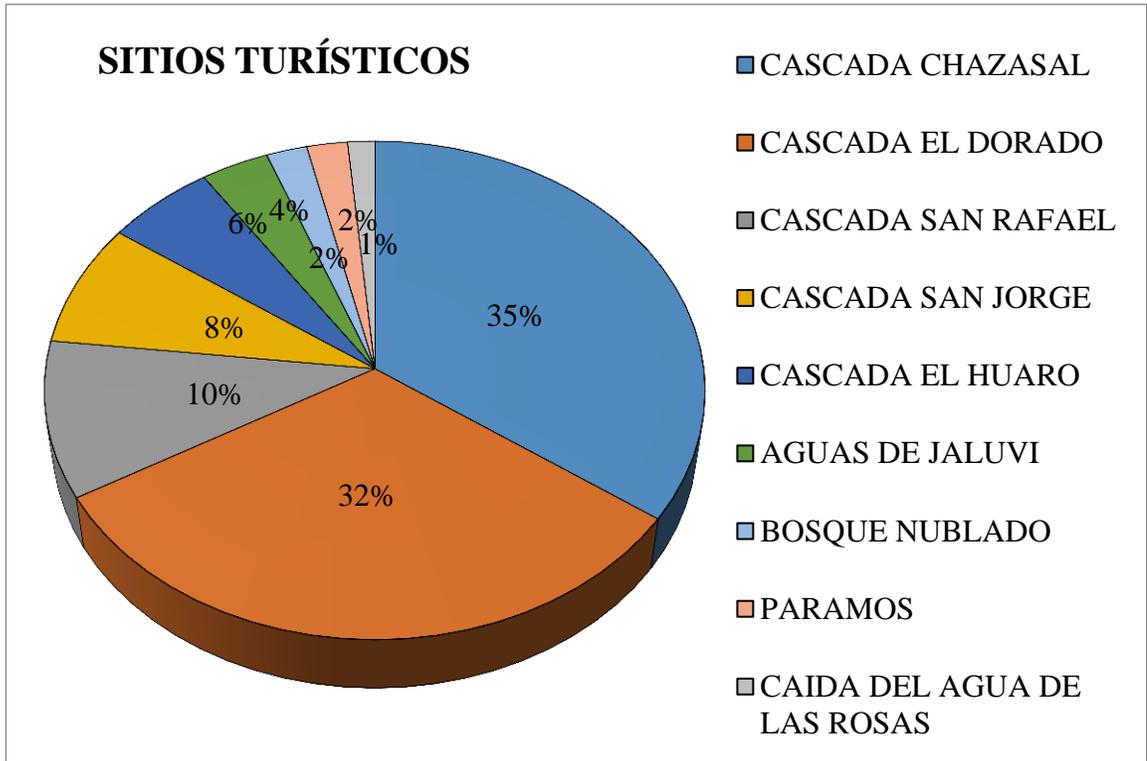


Gráfico 11. Sitios Turísticos que ha visitado en Pallatanga.

Fuentes: Encuestas realizadas en el cantón Pallatanga, Julio 2015

Análisis

En la información recolectado se notó un nivel muy pobre de conocimiento de los sitios turísticos que posee Pallatanga, los sitios con mayor porcentaje de visitas son la Cascada Chazasal con un 35% y el segundo más conocido es la Cascada El Dorado con un 32%, seguidos de la Cascada San Rafael con un 10% de visitas, la Cascada de San Jorge con el 8% , el 6% es para la Cascada El Huaro, el 4% es para Las Aguas de Jaluví, el Bosque Nublado y los Páramos tienen un 2% de visitas y solo con el 1% de visitas esta la Caída del Agua de las Rosas.

4.2.3 Motivos al visitar Pallatanga.

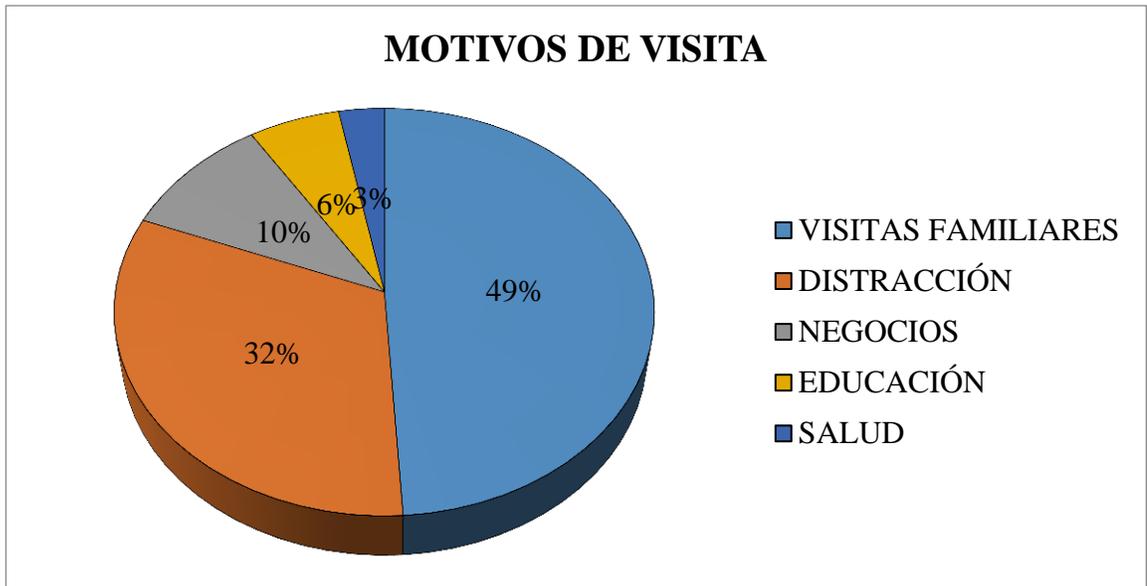


Gráfico 12. Motivos al visitar Pallatanga.

Fuentes: Encuestas realizadas en el cantón Pallatanga, Julio 2015.

Análisis

En la investigación de campo el nivel más alto como motivo de visita a Pallatanga es por visitas a familiares con un 49%, de hecho con la observación directa se puede detectar que los turistas disfrutan realizar sus actividades la mayor parte en familia, el 32% y que va de la mano con la visitas a familiares es la distracción estos dos se combinan, 10% de los que visitan Pallatanga lo hacen por motivos de negocios, un 6% es por educación y un 3% lo hacen por salud ya que Pallatanga es conocida por su buen clima.

4.2.4 Con quien usualmente viaja a Pallatanga.

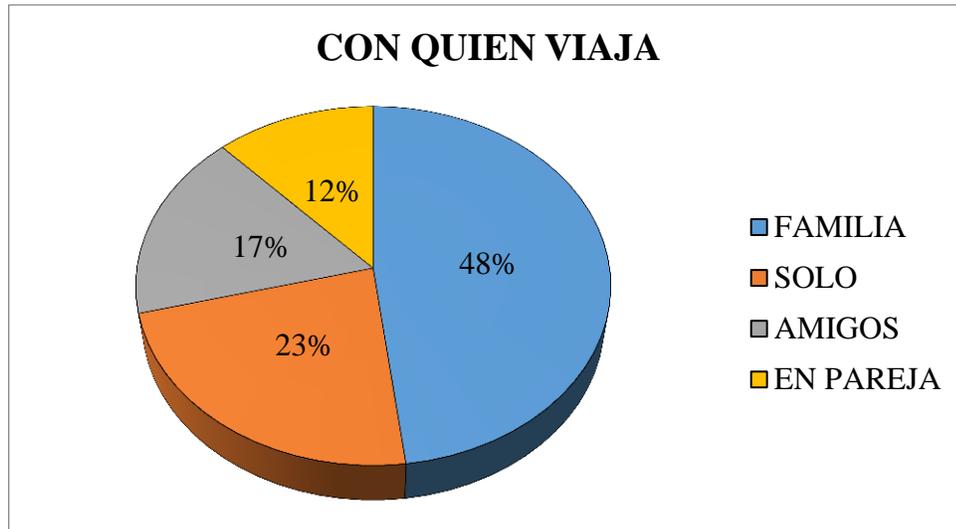


Gráfico 13. Con quien usualmente viaja a Pallatanga.

Fuentes: Encuestas realizadas en el cantón Pallatanga, Julio 2015.

Análisis

Usualmente los turistas que llegan a Pallatanga en su mayoría vienen en familia y esto representa un 48%, también hay turistas que prefieren disfrutar de un viaje solos sin compañía alguna para tener una mejor conexión con el lugar que visita estos representan el 23%, se detectó que hay un 17% que prefieren realizar actividades junto a sus amigos y solo un 12% van en pareja.

4.2.5 Actividades que les gustaría realizar en Pallatanga.

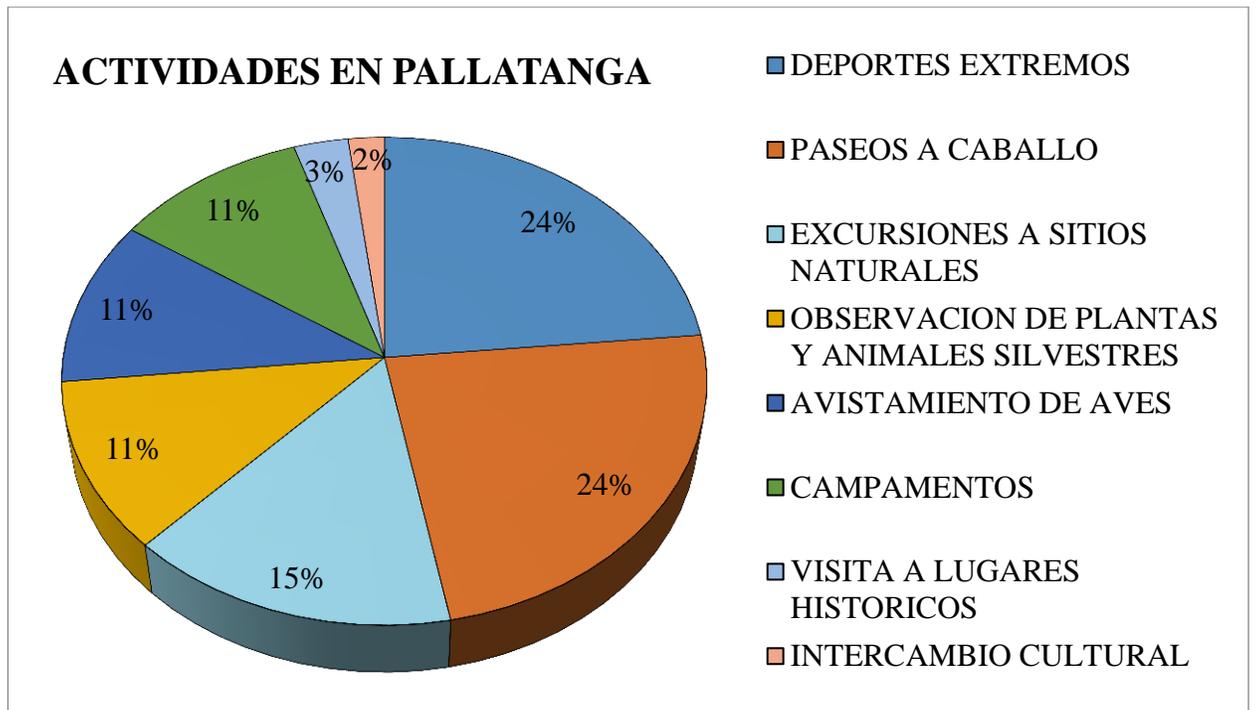


Gráfico 14. Actividades en Pallatanga.

Fuentes: Encuestas realizadas en el cantón Pallatanga, Julio 2015.

Análisis

Con respecto a las actividades que les gustaría a los turistas encontrar cuando visitan Pallatanga; los deportes extremos y los paseos a caballo representan el 24% de las actividades más solicitadas, a esto también se apuntan con un 15% las excursiones a sitios naturales; mientras que las observaciones de plantas y animales silvestres, avistamiento de aves y campamentos llevan el 11% de actividades pedidas, un 3% les gustaría visitar lugares históricos y un 2% están interesados en tener un intercambio cultural.

4.2.6 Servicios que requiere durante la estadía en Pallatanga.

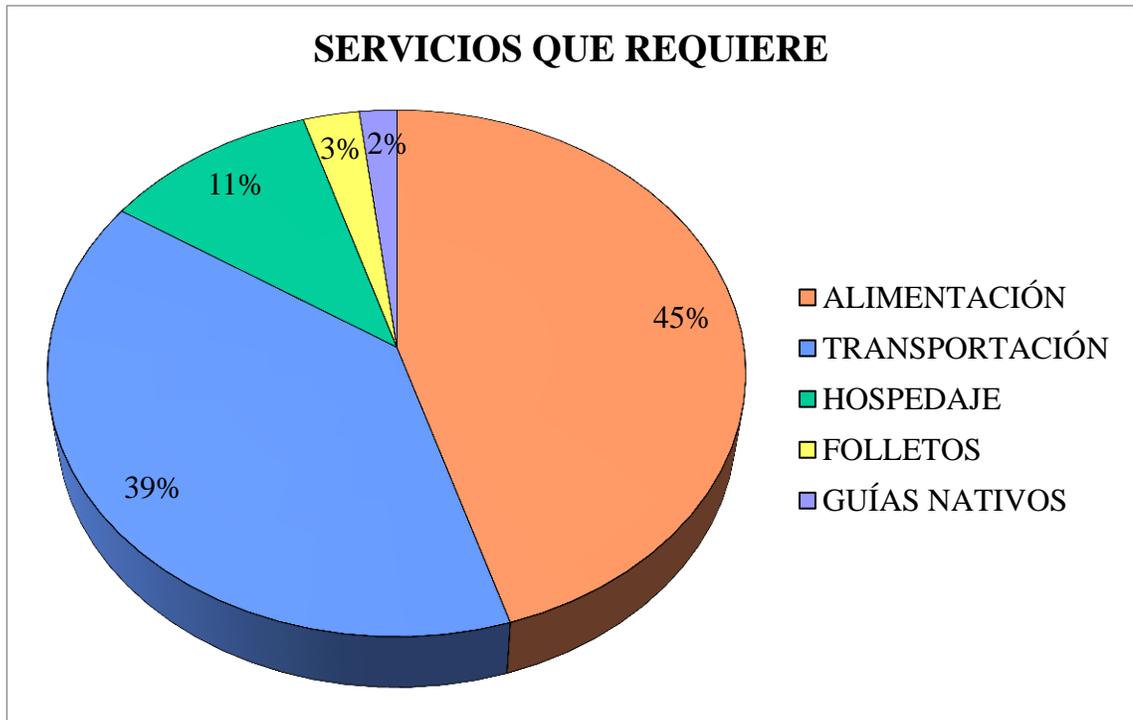


Gráfico 15. Servicios que requiere.

Fuentes: Encuestas realizadas en el cantón Pallatanga, Julio 2015.

Análisis

Los servicios son indispensables para la actividad turística en un lugar, es por eso que al realizar esta investigación de campo se conoció que los servicios con mayor importancia para los turistas de Pallatanga son; la alimentación con el 45% y el transporte con el 39%, a este se suma el 11% que es el hospedaje que es igual de importante y el 3% de ellos requieren de información turística es decir de folletos que permitan ampliar el conocimiento de lo que pueden hacer en el cantón y solo un 2% requiere de guías nativos.

4.2.7 Duración del viaje a Pallatanga.

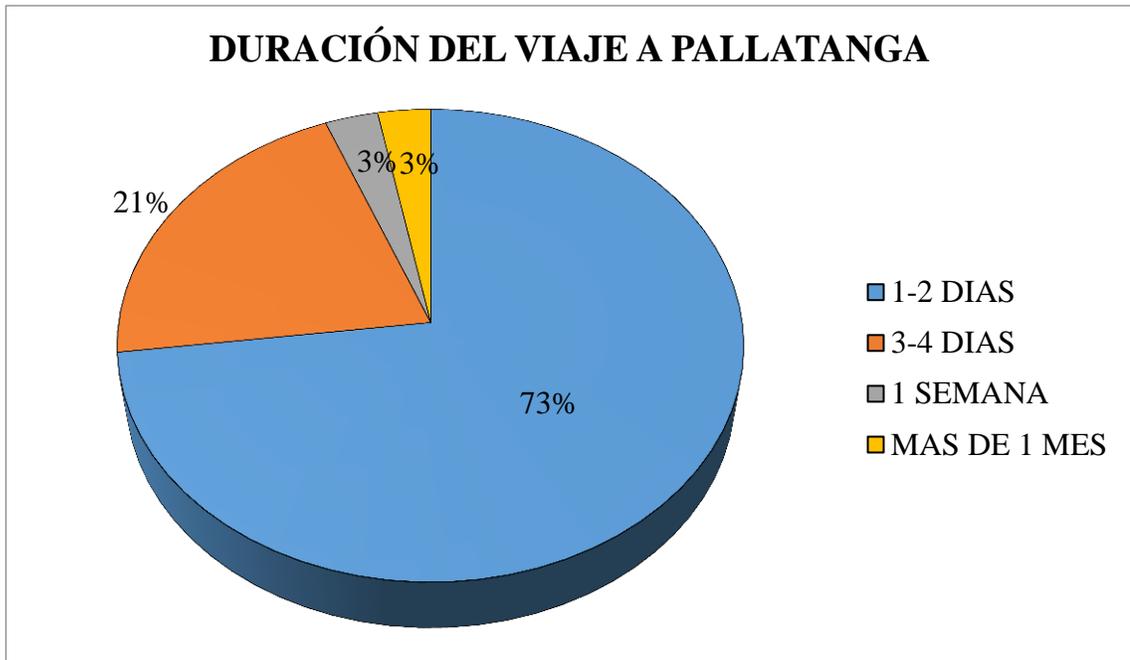


Gráfico 16. Duración del viaje a Pallatanga.

Fuentes: Encuestas realizadas en el cantón Pallatanga, Julio 2015.

Análisis

En esta respuesta se encuentra que un 73% de los turistas solo visitan a Pallatanga por un corto tiempo, durando así su estadía tan solo 2 días, un 21% si se queda por unos días más es decir unos 3 a 4 días y solo un 3% se quedan en Pallatanga por una semana a un mes.

4.2.8 Gasto diario en Pallatanga.

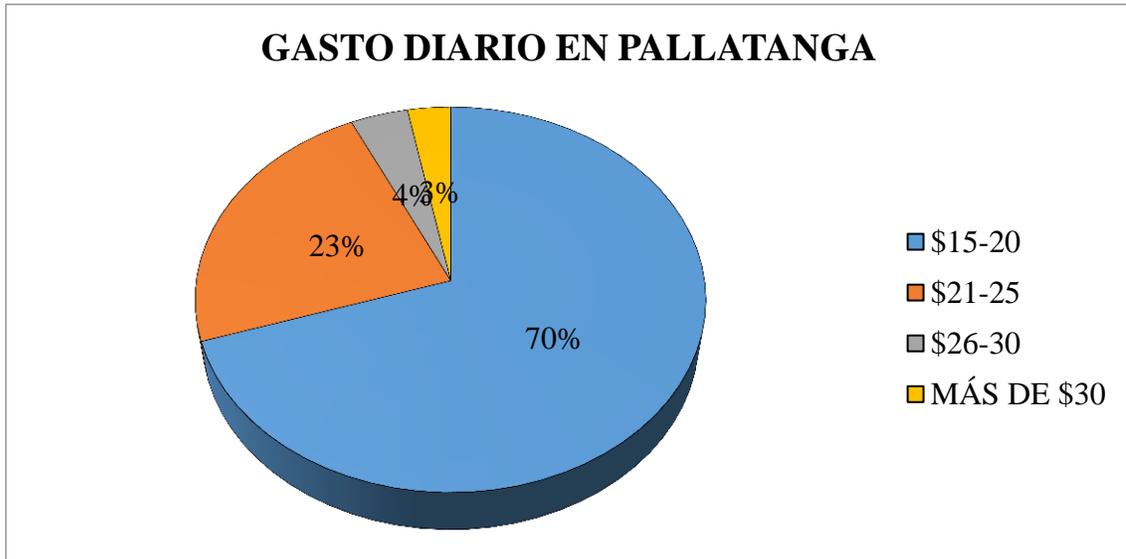


Gráfico 17. Gasto diario en Pallatanga.

Fuentes: Encuestas realizadas en el cantón Pallatanga, Julio 2015

Análisis

El nivel más alto de gasto diario que realizan los turistas que visitan Pallatanga es tan solo de \$15 a \$20 estos representan el 70% de los encuestados, un 23% gastan de \$21 a \$25, el 4% de ellos gasta un poco más, entre \$26 a \$30 y solo el 3% de los encuestados responden que el gasto diario de ellos al visitar el cantón es más de \$30

11. Medio por el cual realizan el viaje a Pallatanga.

En esta pregunta se detecta que no existe alguna agencia de turismo que envíe turistas a este cantón, ya que, de acuerdo a las respuestas de los encuestados ellos realizan de forma independiente sus viajes a Pallatanga, esto representa el 100%.

4.2.9 Medios donde se recaba información para viajar a Pallatanga.

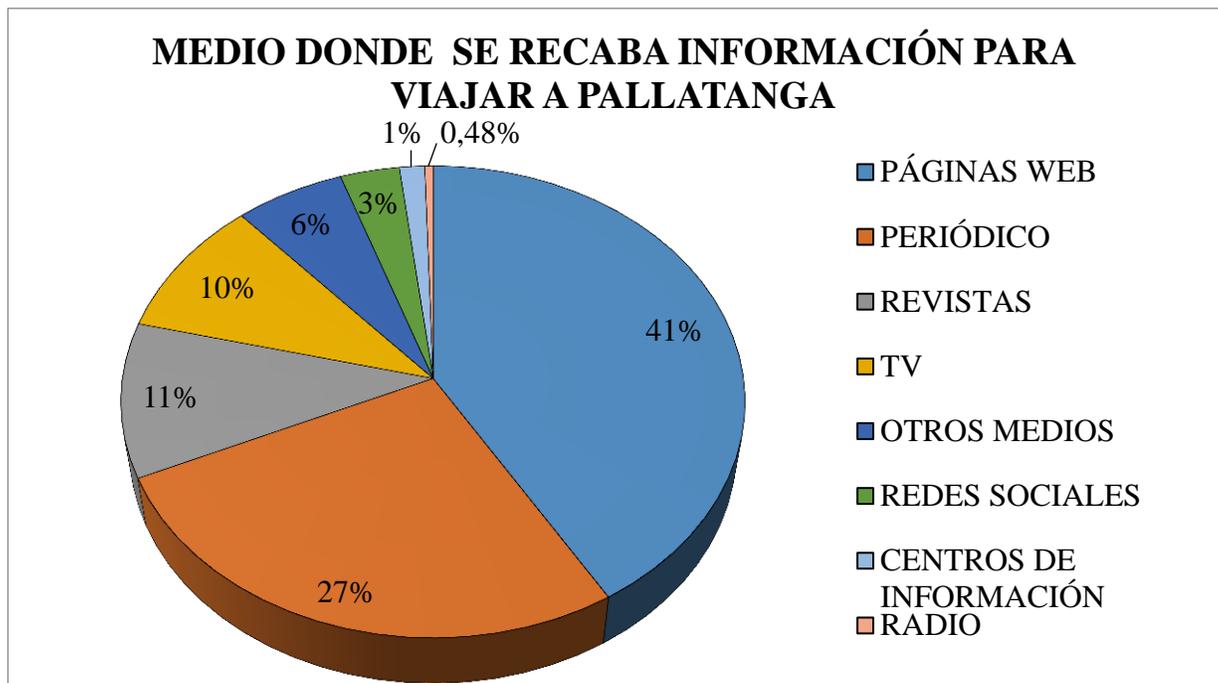


Gráfico 18. Medios donde recaba información de Pallatanga.

Fuentes: Encuestas realizadas en el cantón Pallatanga, Julio 2015

Análisis

La gente que visita Pallatanga encuentra la información sobre Pallatanga, en mayor parte en diferentes páginas web representando el 41% de los encuestados, el 27% de ellos se informan a través de periódicos, las revistas ocupan el 11%, la televisión solo forma el 10% del medio por el cual se informan sobre este cantón, un 6% de los turistas aseguran que se informan de otras formas por ejemplo cuando conversan con sus amigos o familiares, el 3% de los encuestados lo hace por medio de las redes sociales a pesar de que debería ser mayor el porcentaje teniendo en cuenta que son las que mueven en la actualidad el turismo, así mismo tenemos a los centros de información que poseen el 1% y la radio que tiene un 0,48%.

4.3 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocido por tener un clima agradable, asemejándose al de Vilcabamba. 2. Sus principales vías de acceso están en buenas condiciones. 3. Posee una tierra muy fértil. 4. Su gente es amable. 5. Cercana a los puntos principales de la demanda potencial. 6. Cuenta con 18 sitios naturales y 4 manifestaciones culturales, registrados en el inventario turístico. 7. Posee un nivel de seguridad relativamente alto. 8. Capacitación turística a las personas que realizan actividades turísticas. 9. Con calles muy limpias. 10. Cuenta con un 80% en servicios turístico los cuales son Hospedaje y Alimentación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posee suficiente espacio territorial para la creación de nuevas facilidades e instalaciones turísticas. 2. Cuenta con nuevos proyectos para el progreso turístico del cantón. 3. Con el desarrollo de la actividad turística, el cantón puede crecer económicamente. 4. Se acrecienta las plazas de trabajo a través de la puesta en marcha de los proyectos. 5. Índice alto de afluencia de turistas, principalmente los fines de semana y en épocas de fiestas. 6. Proyección futura de publicidad turística competente. 7. Interés en turistas extranjeros especialmente los que les gusta los deportes extremos. 8. Mayor inversión en capacitación a la gente que se dedica a la actividad turística. 9. Posibilidad de enfocarse en el turismo agroturismo, por contar con una tierra fértil.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Descuido de colocar una oficina propia dirigida al turismo. 2. Carente de comunicación entre autoridades y habitantes del cantón. 3. Bajo índice de difusión e información del potencial turístico de Pallatanga. 4. Insuficiente señalización turística. 5. Ausencia de un paradero turístico. 6. No posee transporte turístico. 7. No hay un control del costo que cobran los taxistas por dirigir a los turistas hacia los atractivos de sitios naturales. 8. Insuficiente desarrollo en innovación de servicios turísticos. 9. Descuido en mejorar los procesos de servicios turísticos, tanto en hoteles y establecimientos de A&B. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las temporadas de lluvias ocasionan daños a los senderos de los atractivos turísticos, impidiendo la facilidad de ingreso a estos lugares. 2. No hay continuidad de la actividad turística. 3. Cerca del cantón, hay lugares con un potencial turístico muy fuerte.

Tabla 17. Análisis FODA

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO V

5. PROPUESTA ESTRATÉGICA DE INTERVENCIÓN

5.1 MISIÓN

Contribuir con el desarrollo y crecimiento del sector turístico del Cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo enfocado principalmente en brindar un servicio óptimo a los turistas a través de los recurso que posee el lugar, además de una participación por parte de las autoridades y pobladores del cantón, con el fin de impulsar el turismo de la zona a nivel nacional e internacional y lograr que se convierta en una cantón económicamente rentable y ambientalmente sano para el bienestar de sus pobladores y visitantes.

5.2 VISIÓN

Contar que para el año 2018 el cantón Pallatanga tenga un número elevado de visitas de turistas tanto nacionales como extranjeros, de tal manera que se hayan cumplido las estrategias planteadas de la propuesta, así mismo se desea manejar criterios de concientización ambiental y responsabilidad ciudadana, con el fin de conservar y proteger el patrimonio natural y cultural del cantón.

5.3 LÍNEA ESTRATÉGICA

Los programas y proyectos se basarán en la siguiente línea estratégica extraída del POA del GAD Municipalidad de Pallatanga (2013) el cual es de importancia como es:

- Desarrollar la actividad del turismo en el Cantón Pallatanga.

5.4 META PRINCIPAL

Esta propuesta tiene como objetivo principal fortalecer los productos turísticos del cantón para generar un mayor número de visitantes y un mayor gasto por visitante.

Así mismo se busca crear a través de esta propuesta, los programas y proyectos necesarios que permitan un cambio de la matriz productiva del cantón, priorizando la industria turística como una actividad económicamente rentable, manejando los criterios de sostenibilidad, para el progreso continuo del cantón y así mismo brindar una mejora en la calidad de vida de su gente.

5.5 PROGRAMACIÓN DE LA PROPUESTA

PROGRAMA N. 1:

MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

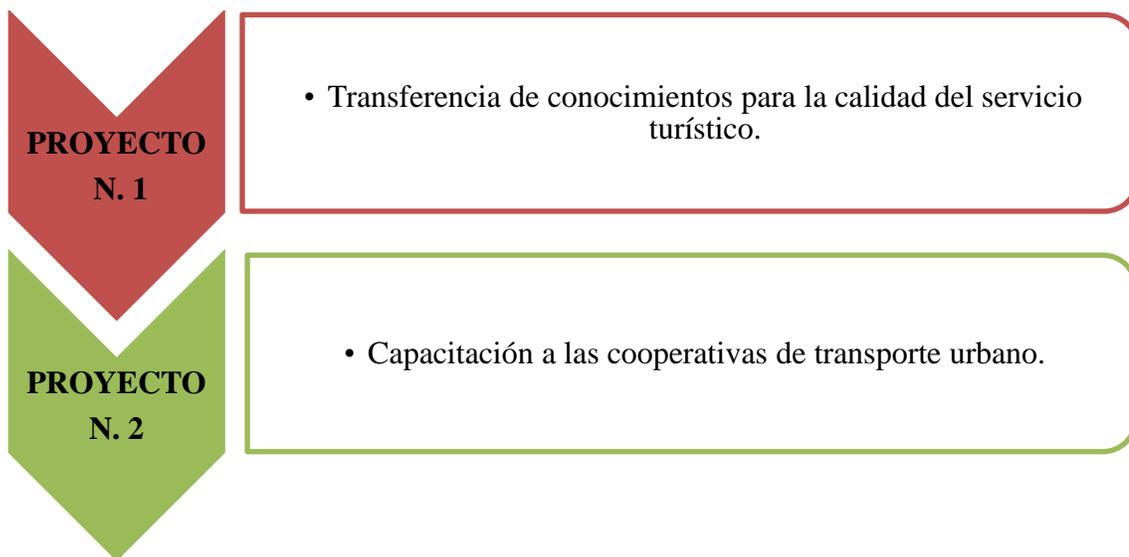


Ilustración 7. Mejoramiento de la Calidad de los servicios turísticos.

Fuente: Elaboración propia con datos POA Pallatanga.



Ilustración 8. : Implementación de facilidades turísticas.

Fuente: Elaboración propia con datos POA Pallatanga.



Ilustración 9. Promoción y difusión turística.

Fuente: Elaboración propia con datos POA Pallatanga.

5.6 DETALLE DE LOS PROYECTOS CREADOS DE ACUERDO AL PROGRAMA AL QUE PERTENECEN.

5.6.1 PROGRAMA N. 1: MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.

a) Nombre del programa:

MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.

b) Objetivo del programa:

Mejorar la calidad de los servicios turísticos que presta el cantón Pallatanga, para así lograr optimizar la industria del turismo e impulsar la participación ciudadana para lograr captar mayor demanda turística.

c) Proyectos:

- Transferencia de conocimientos para la calidad del servicio turístico.
- Capacitación a las cooperativas de transporte urbano.

PROGRAMA N. 1: Mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos.			
PROYECTO N. 1: Transferencia de conocimientos para la calidad del servicio turístico.			
LOCALIZACIÓN: Personas del cantón Pallatanga dedicadas a la actividad turística.			
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía. (PNBV, 2015)			
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada. (MINTUR, 2007)			
OBJETIVO DEL PROYECTO: Fortalecer las capacidades de las personas que se dedican a la actividad turística y transferir conocimientos sobre la calidad de los servicios turísticos.			
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: La transferencia de conocimientos sobre temas de calidad en servicios turísticos, se llevará a cabo mediante capacitaciones sobre: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención al cliente ➤ Gestión de destinos turísticos. ➤ Generación de productos de agroturismo. 			
NOMBRE GENERAL DEL CURSO: CALIDAD EN SERVICIOS TURÍSTICOS.			
Max. Capacitar	Horas por semana	Total de horas	Valor total
40 personas	10 horas.	80	\$38,400.00
EJECUCIÓN DEL PROYECTO			
Cursos a dictar	Inicia	Finaliza	Duración
12 cursos	Año 2016	Año 2019	4 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo.		Presupuesto estimado: \$38,400.00	

PROGRAMA N. 1: Mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos.			
PROYECTO N. 2: Capacitación a las cooperativas de transporte urbano.			
LOCALIZACIÓN: Personas que trabajan en las cooperativas de transporte urbano del cantón Pallatanga			
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía. (PNBV, 2015)			
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada. (MINTUR, 2007)			
OBJETIVO DEL PROYECTO: Lograr que las cooperativas de transporte urbano brinden una adecuada atención al turista, siendo ellos, conectores importantes para el desarrollo turístico del cantón.			
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: La capacitación a las cooperativas de transporte urbano es un proyecto que busca brindar una atención especializada, en el mismo se tratarán temas de localización de atractivos, conocimiento de establecimientos de A&B y hospitalidad, esto se hace ya que estas cooperativas son las que brindan directamente la atención a los turistas que llegan al cantón de Pallatanga.			
CURSO: ATENCIÓN ESPECIALIZADA AL TURISTA			
Max. Capacitar	Horas por semana	Total de horas	Valor total
40 personas	10 horas.	80	\$ 6,400.00
EJECUCIÓN DEL PROYECTO			
Cursos a dictar	1er Curso	2do Curso	Duración
2 cursos	Año 2016	Año 2018	2 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo.		Presupuesto estimado: \$ 6,400.00	

5.6.2 PROGRAMA N. 2: IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS

a) Nombre del programa:

IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS

b) Objetivo del programa:

Implementar estructuras que permitan que un mayor número de turistas disfruten de la experiencia turística del cantón e incrementen el nivel de gasto por visitante.

c) Proyectos:

- Mantenimiento de los senderos ecológicos.
- Implementación de ecosanitarios y vestidores ecológicos en las rutas turísticas.
- Señalización turística urbana.
- Estudio para la construcción de un parque acuático.
- Implementar el equipamiento técnico para la práctica de deportes extremos.

PROGRAMA N. 2: Implementación de facilidades turísticas.		
PROYECTO N. 1: Mantenimiento de los senderos ecológicos.		
LOCALIZACIÓN: Cantón de Pallatanga, en los senderos hacia las cascadas.		
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global. (PNBV, 2015)		
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria. (MINTUR, 2007)		
OBJETIVO DEL PROYECTO: Preservar los atractivos de categoría natural, a través de los mantenimientos que se den a sus senderos ecológicos y así mejor la imagen de los mismos y atraer más turistas.		
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: El mantenimiento de los senderos ecológicos, se basará en:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rodear los senderos con diferentes cercas de seguridad. ➤ Las cercas serán hechas de estacas y piedras. ➤ Equipamiento de seguridad como pasamanos de madera. ➤ Las orillas exteriores de los senderos serán alineados con rocas o troncos. ➤ Se cubrirán con piedras o palos los senderos cuyo suelo sea débil. ➤ Se formarán gradas de tierra con bordes de madera. ➤ Se remodelarán los puentes de los senderos y los techos de los mismos. 		
EJECUCIÓN DEL PROYECTO		
Inicia	Finaliza	Duración
Año 2016	Año 2017	2 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo.		Presupuesto estimado: 20,000.00

PROGRAMA N. 2: Implementación de facilidades turísticas				
PROYECTO N. 2: Implementación de ecosanitarios y vestidores ecológicos en las rutas turísticas.				
LOCALIZACIÓN: En las ocho cascadas del cantón Pallatanga, como: Santa Rosa, Chazasal, San Jorge, El Dorado, Guangashi, Yahuarcocha, La Soledad y San Miguel.				
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global. (PNBV, 2015)				
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria. (MINTUR, 2007)				
OBJETIVO DEL PROYECTO: Colaborar en la protección del ecosistema de los atractivos naturales a través de la implementación de ecosanitarios y vestidores ecológicos en las rutas turísticas del cantón.				
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: La implementación de ecosanitarios y vestidores ecológicos será la misma cantidad para cada cascada y se lo realizará de la siguiente manera: Se implementarán 4 ecosanitarios: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Solo 2 ecosanitarios serán para mujeres ➤ Solo 2 ecosanitarios serán para hombres Se implementarán 4 vestidores ecológicos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Solo 2 vestidores serán para mujeres. ➤ Solo 2 vestidores serán para hombres. 				
EJECUCIÓN DEL PROYECTO				
Cantidad de ecosanitarios por atractivo	Cantidad de vestidores ecológicos por atractivo	Inicia	Finaliza	Duración
4	4	Año 2016	Año 2019	4 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo.		Presupuesto estimado: 60,000.00		

PROGRAMA N. 2: Implementación de facilidades turísticas			
PROYECTO N. 3: Señalización turística urbana.			
LOCALIZACIÓN: Rutas turísticas de sitios naturales del Cantón Pallatanga.			
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. (PNBV, 2015)			
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización ya en marcha, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador. (MINTUR, 2007)			
OBJETIVO DEL PROYECTO: Colocar la señalización turística necesaria para facilitar las actividades turísticas e impulsar la seguridad de los habitantes del cantón evitando problemas de cualquier índole y dar mayor accesibilidad a los turistas a los distintos sitios turísticos de Pallatanga.			
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: Se implementará la señalización turística urbana, en todas las rutas turísticas, para reducir el tiempo de recorrido a estos lugares y que sean más rápidos de encontrar y acceder a ellos, así como las actividades que se pueden realizar. Entre las señaléticas previstas están:			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pictogramas de atractivos naturales: se colocarán 51 letreros ➤ Pictogramas de atractivos culturales: se colocarán 7 letreros. ➤ Pictogramas de actividades turísticas: se colocarán 29 letreros. 			
EJECUCIÓN DEL PROYECTO			
Cantidad de señaléticas turísticas	Inicia	Finaliza	Duración
87	Año 2016	Año 2017	2 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo de Pallatanga		Presupuesto estimado: 10,000.00	

PROGRAMA N. 2: Implementación de facilidades turísticas			
PROYECTO N. 4: Estudio para la construcción de un parque acuático.			
LOCALIZACIÓN: Sector las Tres Piedras complementario al Polideportivo Municipal.			
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. (PNBV, 2015)			
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho. (MINTUR, 2007)			
OBJETIVO DEL PROYECTO: Realizar un estudio de factibilidad para comprobar si el cantón Pallatanga tiene el suficiente y adecuado espacio físico para la construcción de un parque acuático.			
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: A través de este estudio se desea determinar técnicamente si es o no factible construir un parque acuático y si el cantón posee el terreno adecuado para esta clase de infraestructura turística. Para ello se realizarán los siguientes estudios: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudio del terreno. ➤ Estudio del impacto ambiental. ➤ Puntos de agua potable. ➤ Asistencia sanitaria. ➤ Instalaciones eléctricas. ➤ Proporciones de espacios. ➤ Determinación del tamaño del proyecto. 			
EJECUCIÓN DEL PROYECTO			
Cantidad de estudios	Inicia	Finaliza	Duración
7 estudios a realizar	Año 2016	Año 2017	2 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo de Pallatanga. Obras Públicas GAD Pallatanga		Presupuesto estimado: 60,000.00	

PROGRAMA N. 2: Implementación de facilidades turísticas			
PROYECTO N. 5: Implementar el equipamiento técnico para la práctica de deportes extremos.			
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. (PNBV, 2015)			
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho. (MINTUR, 2007)			
OBJETIVO DEL PROYECTO: Potenciar el turismo de aventura en el cantón con el fin de atraer turistas que busquen realizar deportes extremos y así brindarles un buen servicio al proporcionarles el equipo técnico adecuado que les permita llevar a cabo la práctica de estos deportes.			
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: Se brindará el equipo técnico necesario para la práctica de los siguientes deportes extremos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kayak: 41 es el número de equipos necesario para este deporte. ➤ Canyoning: 227 es el número de equipos necesario para realizar este deporte. ➤ Canopy: 89 es el número de equipos necesario para realizar este deporte. ➤ Rafting: 53 es el número de equipos necesario para realizar este deporte. ➤ Tubing: 56 es el número de equipos para realizar este deporte. ➤ Ciclismo en montaña: 57 es el número de equipos para realizar este deporte. ➤ Cabalgata: 43 es el número de equipos necesario para realizar esta deporte. 			
EJECUCIÓN DEL PROYECTO			
Cantidad de equipos técnico para la práctica de deportes extremos	Inicia	Finaliza	Duración
566 equipos técnicos	Año 2016	Año 2019	4 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo de Pallatanga. Ministerio del Medio Ambiente		Presupuesto estimado: 25,800,00	

5.6.3 PROGRAMA N. 3: PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA

a) Nombre del programa:

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA

b) Objetivo del programa:

Incrementar la demanda de turistas nacionales e internacionales, y así lograr hacer del Cantón Pallatanga una potencia turística reconocida en todas partes.

c) Proyectos:

- Adecuación de un ITUR.
- Elaboración de folletos turísticos.
- Promoción de los atractivos y actividades del cantón en ferias.
- Creación de una página web de promoción turística.

PROGRAMA N. 3: Promoción y difusión turística		
PROYECTO N. 1: Adecuación de un ITUR.		
LOCALIZACIÓN: Edificio de la Municipalidad del Cantón Pallatanga.		
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. (PNBV, 2015)		
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho. (MINTUR, 2007)		
OBJETIVO DEL PROYECTO: Dotar al cantón de un espacio adecuado que permita brindar una atención eficiente al turista.		
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: Al adecuar un centro de información turística (ITUR) se desea ofrecer un servicio de atención especializado al turista, en donde encontrará: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Entrega de folletos turísticos. ➤ Entrega de mapas de las rutas turísticas. ➤ Información general del cantón. ➤ Oferta de noches de hospedaje. ➤ Alquiler de casilleros para turistas. ➤ Facilitar ventas de tours. ➤ Venta de recuerdos turísticos del cantón. ➤ Venta de gorras y camisetas con logo del cantón. ➤ Venta de camisetas con frases divertidas dirigidas al turismo del cantón. 		
EJECUCIÓN DEL PROYECTO		
Inicia	Finaliza	Duración
Año 2016	Año 2019	4 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo de Pallatanga.		Presupuesto estimado: 20,000.00

PROGRAMA N. 3: Promoción y difusión turística		
PROYECTO N. 2: Elaboración de folletos turísticos.		
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. (PNBV, 2015)		
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho. (MINTUR, 2007)		
OBJETIVO DEL PROYECTO: Elaborar material apropiado que contenga la información turística necesaria para lograr que el turista se encuentre más informado y destacar así el potencial turístico de Pallatanga por todos sus alrededores.		
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: La elaboración de folletos turísticos permitirá al turista tener más opciones al momento de visitar Pallatanga y tendrán la misión de: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Resaltar los recursos naturales y culturales de Pallatanga, ➤ Contener fotos actualizadas de los atractivos. ➤ Mapas de la ubicación de cada atractivo. ➤ Tiempos de recorridos de los puntos principales de la ciudad hacia los atractivos. ➤ Listado de las actividades que se realizan en el lugar. ➤ Listado completo de los hostales, hosterías, establecimientos de A&B y bares. 		
EJECUCIÓN DEL PROYECTO		
Inicia	Finaliza	Duración
Año 2016	Año 2019	4 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo.		Presupuesto estimado: 16,000.00

PROGRAMA N. 3: Promoción y difusión turística		
PROYECTO N. 3: Promoción de los atractivos y actividades del cantón en ferias.		
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. (PNBV, 2015)		
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho. (MINTUR, 2007)		
OBJETIVO DEL PROYECTO: Diferenciar la oferta turística e incrementar las visitas por turismo en el cantón.		
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: La promoción de los atractivos y actividades del cantón Pallatanga se realizará en ferias y eventos especializados en turismo y se lo ejecutará de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se participará en la Feria Internacional de Turismo en Ecuador (FITE) ➤ Exposiciones en ferias de ciudades lejanas al cantón con el fin de captar un mayor mercado turístico, siempre y cuando se lleguen a acuerdos entre ambas partes. ➤ Se enviará personal capacitado, para que promocioe los atractivos y actividades del cantón Pallatanga. ➤ El personal utilizará camisetas con el logo de Pallatanga. ➤ Se utilizarán afiches publicitarios con imágenes representativas del cantón. ➤ Se proyectarán videos del potencial turístico de Pallatanga. ➤ Se venderán artículos de recuerdo que sean representativos del cantón. ➤ Se entregarán folletos turísticos y trípticos. 		
EJECUCIÓN DEL PROYECTO		
Inicia	Finaliza	Duración
Año 2016	Año 2019	4 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo.		Presupuesto estimado: 20,000.00

PROGRAMA N. 3: Promoción y difusión turística		
PROYECTO N. 4: Creación de una página web de promoción turística.		
OBJETIVO DEL PLAN DEL BUEN VIVIR: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. (PNBV, 2015)		
OBJETIVO DEL PLANDETUR AL QUE APORTA: Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho. (MINTUR, 2007)		
OBJETIVO DEL PROYECTO: Promocionar el potencial turístico que posee el cantón Pallatanga con información actualizada y así incrementar los turistas nacionales y atraer la demanda turística internacional.		
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: La página web de promoción turística contendrán la siguiente información: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Enlaces de los atractivos naturales y culturales del cantón. ➤ Videos de las actividades turísticas del cantón. ➤ Mapa de la ubicación de cada punto turístico. ➤ Contendrán correo y número para mayor información. ➤ Una visión de 360° grados de la ciudad, atractivos y actividades del cantón. ➤ Videos de promoción turística de los atractivos y actividades de Pallatanga. ➤ Fotos actualizadas y de alta calidad de los atractivos y actividades del cantón. ➤ Listado de los hostales, hosterías con sus respectivos precios por estadía. ➤ Noticias de importancia turísticas para el visitante. 		
EJECUCIÓN DEL PROYECTO		
Inicia	Finaliza	Duración
Año 2016	Año 2019	4 años
Responsables: GAD Municipalidad de Pallatanga Unidad Técnica de Turismo de Pallatanga.		Presupuesto estimado: 10,000.00

CAPITULO VI
6. ESQUEMA FINANCIERO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO

6.1 Cronograma con presupuesto estimado.

PROGRAMA N. 1	PROYECTOS	2016	2017	2018	2019	TOTAL
MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	Transferencia de conocimientos para la calidad del servicio turístico.	\$9,600.00	\$9,600.00	\$9,600.00	\$9,600.00	\$38,400.00
	Capacitación a las cooperativas de transporte urbano.	\$3,200.00		\$3,200.00		\$6,400.00
VALOR TOTAL DEL PROGRAMA N. 1						\$44,800.00
PROGRAMA N. 2	PROYECTOS	2016	2017	2018	2019	TOTAL
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS	Mantenimiento de los senderos ecológicos.	\$10,000.00	\$10,000.00			\$20,000.00
	Implementación de ecosanitarios y vestidores ecológicos en las rutas turísticas.	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$60,000.00
	Señalización turística urbana.	\$5,000.00	\$5,000.00			\$10,000.00
	Estudio para la construcción de un parque acuático.	\$30,000.00	\$30,000.00			\$60,000.00
	Implementar el equipamiento técnico para la práctica de deportes extremos.	\$6,450.00	\$6,450.00	\$6,450.00	\$6,450.00	\$25,800.00
VALOR TOTAL DEL PROGRAMA N. 2						\$115,800.00
PROGRAMA N. 3	PROYECTOS	2016	2017	2018	2019	TOTAL
PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA	Adecuación de un ITUR.	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$20,000.00
	Elaboración de folletos turísticos.	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$4,000.00	\$16,000.00
	Promoción de los atractivos y actividades del cantón en ferias.	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00	\$20,000.00
	Creación de una página web de promoción turística.	\$2,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$2,000.00	\$10,000.00
VALOR TOTAL DEL PROGRAMA N. 3						\$66,000.00

Tabla 18. Cronograma valorado.

Fuente: Elaboración propia.

En base al Diagrama de Gantt se presenta un cuadro detallado de cada programa con sus proyectos, cada proyecto contiene los años de ejecución, también están los valores por cada año de trabajo y el costo total de cada programa. Este Plan Estratégico de Desarrollo Turístico está proyectado para el año 2016 hasta el año 2019.

6.2 DETALLE DE LOS VALORES FINALES POR CADA PROGRAMA

PROGRAMAS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO	
Programa N. 1: Mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos	\$44,800.00
Programa N. 2: Implementación de facilidades turísticas	\$115,800.00
Programa N. 3: Promoción y difusión turística	\$66,000.00
VALOR TOTAL DEL PEDT	\$226,600.00

Tabla 19. Detalle de valores finales por cada programa.

Fuente: Elaboración propia.

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico que se propone para el desarrollo turístico del Cantón Pallatanga tiene un valor total de \$226,600.00 valor que representa la suma de los tres programas analizados posteriormente. Se pretende que con la aplicación de este plan el cantón alcance el nivel de competitividad turística.

6.3 IMPACTOS DE LA ELABORACIÓN DEL PEDT PARA EL CANTÓN PALLATANGA

6.3.1 IMPACTO AMBIENTAL

Impacto positivo

- Conservación de flora, fauna y hábitat de la zona, a través de los programas de capacitación establecidos en el plan.
- Planificación, organización y control de los impactos negativos del turismo con relación al ambiente
- Mediante la aplicación de la sostenibilidad se hace uso de los recursos propios del cantón, sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones.

Impacto negativo

- Reducción de áreas verdes, generadas por las nuevas infraestructuras ocasionadas por el turismo.
- Alteración a la naturaleza; a través de la contaminación.

6.3.2 IMPACTO SOCIO CULTURAL

Impactos Positivos

- Uno de los primordiales impactos que se observan en la realización de esta propuesta es fortalecer la imagen que posee Pallatanga como lugar turístico.
- La cultura que desborda Pallatanga atraerá las visitas de turistas nacionales y extranjeros por lo que se reflejará un incremento de flujo de turistas en la zona.
- La llegada de los turistas hará que la comunidad de Pallatanga se sienta atraída y motivada a enseñar los atractivos turísticos que se encuentra en la flora del lugar.

- Los visitantes tendrán un lugar más para viajar en donde se podrá apreciar la naturaleza que tiene Ecuador

Impactos Negativos

- Introducción de costumbres y tradiciones por parte de extranjeros hacia la comunidad existente.
- Invasión a la privacidad de la comunidad.

6.3.3 IMPACTO ECONÓMICO

Impacto positivo

- Debido a la demanda de turistas que se efectuara en la zona tantos los organismos públicos como privados estarían interesados en invertir y destinar dinero para el desarrollo del cantón, en donde se ve obligada la Municipalidad en dar apoyo al fortalecimiento de la promoción turística.
- El aumento de turistas nacionales al cantón Pallatanga hará una buena publicidad para los turistas extranjeros, ya que con esto se logrará una buena promoción del lugar como destino turístico del Ecuador.
- El turismo atraerá ingresos para los habitantes de la zona, incrementando más ofertas laborales para la comunidad para así mejorar la calidad de vida.

Impacto negativo

- Apropiación de tierras por cualquier ente privado.

CONCLUSIÓN

En base al análisis situacional del destino se ha logrado obtener óptimos resultados en cuenta a la valoración del lugar tanto como sus recursos naturales y cultura, se ha optado por crear la propuesta de un plan de desarrollo de destino que involucra su adecuada gestión tanto política como comunitaria, trabajando bajo pilares de sostenibilidad, los cuales mejorarían los aspectos ambientales, culturales y económicos.

Con esta investigación se logró:

- Comprobar el potencial que posee el destino, recursos naturales, manifestaciones culturales y atractivos turísticos, los mismos que deberían darse a conocer.
- Reconocer el déficit que tiene el destino en cuanto a su inadecuada gestión de recursos económicos, publicitarios y de comunicación; y establecer conjunto de normas políticas directrices que se pueden dar para las mejoras del destino.
- Fortalecer los lazos entre la comunidad y el gobierno local para lograr un óptimo trabajo en equipo para el desarrollo de la zona involucrando inversionistas nacionales o extranjeros ya sean en el área de alojamiento, restauración y sitios de esparcimiento.
- Establecer un conjunto de programas y proyectos que enlacen el trabajo en equipo de gobierno comunidad e inversionistas para mejorar la experiencia de los visitantes.

Se puede concluir que el destino posee una diversidad de ofertas tanto de recursos como de sus atractivos, basados en el plan de ordenamiento territorial del destino y el inventario realizado en la propuesta. Por lo tanto se da a conocer que el destino está en vías de desarrollo pero que actualmente no consta con una adecuada gestión. Este plan tiene como finalidad establecer el conjunto de normas y directrices que pueden ser utilizados para una adecuada mejora de la zona.

RECOMENDACIONES

Una vez dado por terminado este proyecto se puede proponer lo siguiente:

- Las autoridades encargadas del turismo del cantón deben evaluar el crecimiento del destino en cuanto a su desarrollo para así estar en una constante innovación.
- Mantener la comunicación por parte del gobierno y comunidad para brindarles información en cuanto al avance del proyecto y sus resultados.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado de Pallatanga debe impulsar la realización del plan propuesto para lograr el crecimiento turístico esperado.
- GAD de Pallatanga debe involucrar a la comunidad local a la participación de proyectos futuros a realizarse por parte de las instituciones gubernamentales.
- Seguir en un constante seguimiento de las capacitaciones que se dictarán y realizar las respectivas pruebas para constatar que las personas capacitadas estén comprendiendo lo que se desea enseñar.
- Las estrategias de promoción y difusión turísticas deben ser aplicadas adecuadamente para conseguir el nivel turístico que se busca proyectar del cantón Pallatanga.

Las siguientes recomendaciones son basadas en los objetivos del plan establecido por lo tanto deben tomarse en cuenta para su realización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Antonio Torrejón (2012). *Diccionario turístico abreviado del Ministerio de Turismo de Argentina*. Recuperado de <http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/pagina.asp?IdSeccion=19>

Beni, (2000). *Teoría General de los Sistemas aplicado al Sector Turístico*. Recuperado de: <http://gestdestinos.pbworks.com/f/DIM+parte+3.pdf>.

Bernal, C. (Ed). (2006). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan: Pearson Educación.

Bigné, E., Font, X. & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC Editorial.

Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Editorial Trillas

Cañizares, F. (2013). *Perfil Territorial del Cantón Pallatanga*. Riobamba: CENSIG – ESPOCH

Chipe, B. & Erráez, K. (2015). *Plan de Desarrollo del Producto de Turismo de Aventura en el Cantón de Pallatanga provincia de Chimborazo*. (Tesis de Grado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/3236/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-218.pdf>

- Díaz, L. (2005). *Análisis y Planeamiento*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia San José.
- GAD Municipalidad de Pallatanga. (2013). Plan Operativo anual. Riobamba.
- GAD Municipalidad de Pallatanga. (2014). Plan Operativo anual. Riobamba.
- GAD Municipalidad de Pallatanga. (2015). Plan Operativo anual. Riobamba.
- GAD Municipalidad de Pallatanga. (2016 - 2019). Plan Operativo anual. Riobamba.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdova: Editorial Brujas.
- Grasso, L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. Córdova: Encuentro Grupo Editor.
- INEC. (2010). *VII Censo de Población y VI de vivienda 2010*. Pallatanga - Ecuador
- Ministerio de turismo del Ecuador. (09 de noviembre del 2012). *Ecuador es reconocido como “Mejor Destino” por especialistas turísticos de todo el mundo*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-es-reconocido-como-mejor-destino-por-especialistas-turisticos-de-todo-el-mundo/>
- MINTUR. (12 de junio del 2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible en Ecuador “PLANDETUR 2020”*. Recuperado de <http://www.undp.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>.

- OMT. (2015). *Entender el Turismo: Glosario Básico*. Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- PDOT. (2014). Diagnóstico: *Plan de Ordenamiento Territorial de Pallatanga*. Riobamba: Gobierno Autónomo Descentralizado de Pallatanga.
- Perfil Pallatanga. (s.f.). (2013). *Ordenanzas Municipales dentro del cantón*. Recuperado de http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/682/1/Perfil_Pallatanga.docx
- Pinchevsky, M. (02 de Diciembre de 2012). Gran día en Pallatanga: Le proponemos un paseo genial: recorrer algunas de las hosterías de este cantón de la provincia de Chimborazo. *Larevista EL Universo*. Recuperado de <http://www.larevista.ec/viajes/viajemos/gran-dia-en-pallatanga>.
- PNBV. (2015). *Plan Nacional del Buen Vivir: Objetivos Nacionales para el Buen Vivir, 2013 -2017*. Recuperado de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>.
- Proyecto FIT (2003). *Atlas departamental del Perú*. Lima: Editorial Peisa.
- Requena, C. (2014). *Gobernanza: Reto en la relación Estado-Sociedad*. México: LID Editorial Mexicana.
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el Diagnostico Turístico Local: Guía para planificadores*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

- Rodriguez, J. P. (17 Febrero 2012). *Proceso Histórico del G.A.D. Municipalidad de Pallatanga*. Pallatanga: Recuperado de:
<http://www.municipiodepallatanga.gob.ec/index.php/ciudad/historia>
- Salking, N. (1999). *Métodos de Investigación*. México: Prentice Hall
- Secretaría de Turismo (2015). Glosario: Recurso Turístico. Recuperado de
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>.
- SENATUR. (2013). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Encarnación 2013-2018*. Recuperado de
http://www.senatur.gov.py/pdf/plan_turistico_encarnacion.pdf.
- Trosh, S. (2000). *La planificación estratégica*. Buenos Aires – Argentina.
- Zurita, V. (2010). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Penipe de la provincia de Chimborazo*. (Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/.../1/23T0245%20ZURITA%20VERONICA.pdf>.

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

El propósito de esta investigación es reunir la información necesaria para la elaboración de un PEDT en el cantón Pallatanga de la provincia de Chimborazo. Por favor conteste con sinceridad.

1. Sexo F M

2. Marca con una x el rango de edad al que pertenece

- 18-20
 20-30
 30-40
 40 -oo

3. Ciudad de residencia actual:

4. ¿Ponga una (X) en los sitios turísticos que ha visitado de Pallatanga? (puede escoger varias)

Cascada Chazasal	
Cascada el Dorado	
Cascada de Huaro (la del Fantasma)	
Cascada de san Jorge	
Bosque nublado con una variedad de orquídeas	
Caída de agua en las Rosas	
Cascada de San Rafael	
Las caídas de agua de Jaluví	
Los páramos de Bushcut	
Otro Especifique:	

5. ¿Cuál es su motivo, al visitar Pallatanga?

Distracción	<input type="checkbox"/>	Educación	<input type="checkbox"/>
Negocios	<input type="checkbox"/>	Salud	<input type="checkbox"/>
Visita a familiares o amigos	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuándo realiza un viaje a Pallatanga, con quien usualmente viaja?

Solo En pareja Familia Amigos

7. ¿Cuál de las siguientes actividades le gustaría encontrar en Pallatanga (puede escoger varias)?

Excursiones a sitios naturales (cascadas, ríos, lagunas, cuevas, etc)	<input type="checkbox"/>	Intercambio cultural	<input type="checkbox"/>
Observación de plantas y animales silvestres.	<input type="checkbox"/>	Campamentos	<input type="checkbox"/>
Visita a lugares históricos (iglesias, parques, etc)	<input type="checkbox"/>	Avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>
		Paseos a caballo	<input type="checkbox"/>
		Deportes extremos	<input type="checkbox"/>

8. Durante su viaje, ¿De qué servicios requiere?

Hospedaje	<input type="checkbox"/>	Alimentación	<input type="checkbox"/>	Transportación	<input type="checkbox"/>
Guías nativos calificados	<input type="checkbox"/>	Folletos Informativos	<input type="checkbox"/>		

Otros especifique_____

9. ¿Cuántos días ha durado su visita a Pallatanga?

1-2 días 3-4 días 1 semana Más de una semana

10. ¿Cuánto es su gasto diario, cuando viaja a Pallatanga?

\$15 - \$20 \$21 - \$25 \$26 - \$30 Más de \$30

Otro especifique_____

11. ¿Por qué medio realiza su viaje?

Por medio de agencias de viaje

De forma independiente

12. ¿A través de qué medios usted recaba información sobre un destino turístico que desea visitar?

Páginas web

Redes sociales

Televisión

Radio

Revistas

Periódico

Centros de Información Turística

Otro especifique _____

Gracias por su colaboración.

Anexo 1. Encuestas para determinar la demanda.

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2 Ficha 1: Caracterización Turística de Comunidades

Fuente: Manual para el Diagnóstico Local, Ricaurte, 2009

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA

NOMBRE DE CANTÓN

NOMBRE DE PARROQUA

NOMBRE DE COMUNIDAD

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano. (Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)

Fuente _____

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

	#		#
1. HOTELES	<input type="text"/>	5. MOTELES	<input type="text"/>
2. HOSTERIAS	<input type="text"/>	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	<input type="text"/>
3. HOSTALES	<input type="text"/>	7. CAMPING	<input type="text"/>
4. PENSIONES	<input type="text"/>	8. OTRO _____	<input type="text"/>

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

- | | | | |
|---------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA | <input type="checkbox"/> | 6. FLUVIAL | <input type="checkbox"/> |
| 2. ADOQUINADA | <input type="checkbox"/> | 7. MARÍTIMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. EMPEDRADA | <input type="checkbox"/> | 8. AÉREA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LASTRADA | <input type="checkbox"/> | 9. SENDERO | <input type="checkbox"/> |
| 5. DE TIERRA (CARROSABLE) | <input type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

- a) VIAL
1. Sí
 2. No
- b) TURÍSTICA
1. Sí
 2. No

3.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 1. BUS | <input type="checkbox"/> | 5. CANOA | <input type="checkbox"/> |
| 2. CAMIONETA | <input type="checkbox"/> | 6. AVIÓN | <input type="checkbox"/> |
| 3. TAXIS | <input type="checkbox"/> | 7. AVIONETA | <input type="checkbox"/> |
| 4. LANCHA | <input type="checkbox"/> | 8. NINGUNO | <input type="checkbox"/> |
| | | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

3.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

- | | | | |
|--------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| 1. BUS | <input type="checkbox"/> | 5. MARÍTIMO | <input type="checkbox"/> |
| 2. CAMIONETA | <input type="checkbox"/> | 6. FLUVIAL | <input type="checkbox"/> |
| 3. CAMIONES | <input type="checkbox"/> | 7. LACUSTRE | <input type="checkbox"/> |
| 4. TAXIS | <input type="checkbox"/> | 8. AÉREO | <input type="checkbox"/> |
| | | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER-CANTONAL		

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado _____ Km.

COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. Sí
2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.11. En la comunidad existen _____ cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen _____ cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada _____
2. No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. Sí
2. No

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. RED PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 6. POZO | <input type="checkbox"/> |
| 2. PILA O LLAVE PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA | <input type="checkbox"/> |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | <input type="checkbox"/> | 8. AGUA LLUVIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. CARRO REPARTIDOR | <input type="checkbox"/> | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. TRICICLO | <input type="checkbox"/> | | |

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado _____
 2. No

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| 1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO | <input type="checkbox"/> |
| 2. LETRINA | <input type="checkbox"/> |
| 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO | <input type="checkbox"/> |
| 4. POZO SÉPTICO | <input type="checkbox"/> |
| 5. POZO CIEGO | <input type="checkbox"/> |
| 6. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| 1. CARRO RECOLECTOR | <input type="checkbox"/> |
| 2. SE QUEMA | <input type="checkbox"/> |
| 3. SE ENTIERRA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
 2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

	Cuantos		Cuantos
1. PARTERAS CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	9. HOSPITAL PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
2. PARTERAS NO CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	10. DISPENSARIO PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
3. PROMOTORES DE SALUD	<input type="checkbox"/>	11. UNIDAD MÓVIL	<input type="checkbox"/>
4. CURANDERO TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	12. CONSULTORIO PRIVADO	<input type="checkbox"/>
5. SHAMAN	<input type="checkbox"/>	13. CLÍNICAS	<input type="checkbox"/>
6. BOTIQUIN COMUNITARIO	<input type="checkbox"/>	14. HOSPITAL PRIVADO	<input type="checkbox"/>
7. SUB-CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	15. FARMACIA	<input type="checkbox"/>
8. CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	16. OTRO	<input type="checkbox"/>

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

- A cuál establecimiento asisten para atender su salud _____
- Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud _____
- Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km). _____

ENERGIA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: _____.

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí
2. No

¿Cuántas? _____

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: _____ Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el periodo en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí

PLAN	AÑO

2. No

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN		
1.	JUNTA PARROQUIAL	
2.	COMITÉ DE BARRIO	
3.	DIRECTIVA COMUNITARIA	
4.	COMITÉ DE DESARROLLO	
5.	COOPERATIVAS	
6.	ORGANIZACIÓN DE MUJERES	
7.	COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	
8.	ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	
9.	CLUBES	
10.	ASOCIACIONES DE TURISMO	
11.	OTRAS	

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA		6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS		7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS 3.1 ARTESANÍAS		8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA		9. COMERCIO	
5. CONSTRUCCIÓN		10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	
		11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS	

Fuente: _____

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbralas.

1. _____
2. _____
3. _____

Fuente: _____

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

	Porcentaje%
1. EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENDEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

- 1. TRABAJO EN GRUPO
- 2. MINGA
- 3. ASAMBLEA COMUNITARIA
- 4. OTRAS

Comentarios:

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

- | | Si | No |
|------------------------|----|----|
| 1. MUNICIPIO | | |
| 2. GOBIERNO PROVINCIAL | | |

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

- 1. INGLÉS
- 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA
- 3. COCINA
- 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN
- 5. OTRA _____

de personas

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

- 1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)
- 2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)
- 3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)
- 4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)

% relativo

Anexo 3. Ficha 2: Caracterización de la Demanda

Fuente: Manual para el Diagnóstico Local, Ricaurte, 2009

FICHA 2

CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA

Utilice una de estas fichas para la comunidad. La ficha incluye los datos mínimos con respecto a la demanda que deberían caracterizarse en un diagnóstico. Dependiendo del tiempo y los recursos disponibles, se debe decidir el método con que se recogerán los datos en la comunidad: se puede optar por la observación y entrevistas para obtener datos aproximados o cualitativos, se puede usar la ficha como una base para diseñar cuestionarios de encuesta que arrojen datos porcentuales.

1.1. Existe demanda turística hacia la comunidad. Puede contestar esta pregunta por observación directa.

- 1. Sí
- 2. No

1.2. La comunidad tiene una demanda diaria aproximada de: (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave; escribir en números el resultado).

- _____ VISITANTES DE LUNES A VIERNES
- _____ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO
- _____ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO
- _____ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

1.3. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

- 1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)
- 2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)
- 3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)
- 4. INEXISTENTE

1.4. Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta (puede hacer un cálculo en porcentaje con base en encuesta o preguntas a informantes clave).

- 1. INDEPENDIENTE
- 2. ORGANIZADO (PAQUETES, "TOURS")

Fuente de información:

1.5. Tipo de demanda que posee la comunidad. (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

A) CON RESPECTO AL ORIGEN

1. INTERNACIONAL
2. NACIONAL
3. REGIONAL

A) CON RESPECTO AL TIEMPO DE ESTADÍA

1. TURISTAS
2. EXCURSIONISTAS

Fuente de información:

1.6. El gasto promedio diario de los visitantes es: (escriba la respuesta en dólares).

USD

1. TURISTAS
2. EXCURSIONISTAS

Fuente de información:

1.7. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad (puede contestar esta pregunta por observación directa, a través de un taller, por percepción comunitaria o a través de encuestas a los visitantes).

1. _____
2. _____
3. _____

1.8. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son: (Si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con X).

TIPO DE SERVICIO

1. ALOJAMIENTO
2. RESTAURANTES
3. KIOSCOS DE COMIDA
4. BARES
5. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL
6. OTRO _____
7. NINGUNO

Anexo 4. Ficha 3. Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos.

Fuente: Manual para el Diagnóstico Local, Ricaurte, 2009

FICHA 3

CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

Utilice una de estas fichas por cada uno de los atractivos o recursos turísticos que identifique en la comunidad. Toda la información que se recaba a través de esta ficha tiene que ver con el atractivo o recurso³ turístico específicamente.

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del recurso o atractivo

1.2 Ubicación del atractivo

1.3 El atractivo se encuentra:

1. DENTRO DE LA COMUNIDAD (EN EL ÁREA URBANA)
2. FUERA DE LA COMUNIDAD (EN LOS ALREDEDORES)

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es _____.

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a _____ Km.

2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

2.1 Natural

1. PLAYA DE RÍO/LAGUNA
2. PLAYA DE MAR
3. RÍO/LAGUNA SIN PLAYA
4. MAR SIN PLAYA
5. ISLA/ISLOTE

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

7. BAHÍA
8. CAÍDA DE AGUA
9. AGUAS TERMALES
10. BOSQUE
11. OBSERVACIÓN DE FLORA O FAUNA

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

³ Como "recurso o atractivo potencial" se entiende a todos los recursos naturales y culturales que reúnen las condiciones estéticas para ser considerados como tales, pero que no cuentan con la planta y/o infraestructura adecuada para ser utilizados turísticamente.

6. ESTERO

12. OTRO _____

2.2 Cultural

- 1. MUSEO
- 2. ARQUITECTURA TRADICIONAL
- 3. LUGAR HISTÓRICO
- 4. RUINA /SITIO ARQUEOLÓGICO
- 5. MANIFESTACIÓN RELIGIOSA
- 6. FERIA Y/O MERCADO

- 7. ARTESANÍA
- 8. ARTES (ESPECIFIQUE)
- 9. COMIDA Y/O BEBIDA TÍPICA
- 10. GRUPO ÉTNICO
- 11. ACONTECIMIENTO PROGRAMADO
- 12. OTRO _____

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

- 1. TODO EL AÑO
- 2. POR TEMPORADAS (ESPECIFIQUE)
- 3. EVENTO PROGRAMADO (ESPECIFIQUE FECHA)

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

- 1. Sí
- 2. No

¿CUÁL? _____

3. DEMANDA REAL DEL ATRACTIVO

3.1. El atractivo tiene una demanda aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

- _____ VISITANTES DE LUNES A VIERNES
- _____ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO
- _____ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO
- _____ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

3.2. Frecuencia de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

- 1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)
- 2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)
- 3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)
- 4. INEXISTENTE
- 5. OTRA _____

Fuente de información:

3.3. Tipo de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

- 1. INTERNACIONAL
- 2. NACIONAL
- 3. REGIONAL
- 4. LOCAL

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL RECURSO O ATRACTIVO

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

- 1. CONSERVADO
- 2. DETERIORADO CON POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN
- 3. DETERIORADO SIN POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN

4.2 El atractivo está a cargo de _____ y el número de teléfono o dirección de contacto es _____

4.3 Tenencia de la tierra donde se asienta el recurso o atractivo

- 1. PRIVADA
- 2. PÚBLICA
- 3. COMUNAL
- 4. OTRA _____

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

- 1. SÍ
- 2. NO

¿Cuáles?

4.5 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del atractivo

- 1. SÍ

--

CUALES

2. No

4.6 El atractivo tiene impactos ocasionados por el turismo u otras actividades productivas QUE PUEDAN AFECTAR SU CALIDAD ESTÉTICA (puede contestar esta pregunta por observación directa o a través de informantes clave)

	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS SOCIALES		
IMPACTOS AMBIENTALES		

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

5.1. Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

1. TODO EL AÑO

2. POR TEMPORADAS, LOS MESES DE:

5.2. Principales vías de acceso al atractivo:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA
2. ADOQUINADA
3. EMPEDRADA
4. LASTRADA
5. DE TIERRA (CARROSABLE)

6. FLUVIAL
7. MARÍTIMA
8. AÉREA
9. SENDERO
10. OTRO _____

5.3. Para llegar al atractivo existe señalización:

a) VIAL

- 1. Sí
- 2. No

b) TURÍSTICA

- 1. Sí
- 2. No

5.4. Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte público (puede marcar más de una opción):

- 1. BUS
- 2. CAMIONETA
- 3. TAXIS
- 4. LANCHA

- 5. CANOA
- 6. AVIÓN
- 7. AVIONETA
- 8. NINGUNO
- 9. OTRO _____

5.5. Descripción del transporte público terrestre disponible para llegar al atractivo

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER.- CANTONAL		

6. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

6.1. Servicios turísticos que existen actualmente **EN** el atractivo o sus alrededores

TIPO DE SERVICIO

- 1. RESTAURANTES
- 2. KIOSCOS DE COMIDA
- 3. BARES
- 4. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL
- 5. OTRO _____

#

6.2. En caso de que el atractivo no cuente con servicios turísticos, marque con una (x) los que usted considera necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda.

- 1. RESTAURANTES
- 2. KIOSCOS DE COMIDA

- 3. BARES
- 4. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL
- 5. OTRO _____
- 6. NINGUNO

6.3. Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale todas las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*), y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (√). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

- 1. NATACIÓN
- 2. PESCA DEPORTIVA
- 3. CAZA
- 4. DEPORTES DE CANCHA
- 5. DEPORTES DE AVENTURA/RIESGO
- 6. COMPETENCIAS DEPORTIVAS
- 7. CAMINATAS
- 8. PASEOS EN BOTE/LANCHA
- 9. PASEOS A CABALLO/MULA
- 10. VISITAS GUIADAS
- 11. OBSERVACIÓN DE FLORA Y/O FAUNA

- 12. COMPRAS
- 13. GASTRONOMÍA
- 14. CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO
- 15. EVENTOS PROGRAMADOS
- 16. CAMPING
- 17. PICNIC
- 18. CICLISMO/ BICICLETA DE MONTAÑA
- 19. PARAPENTE
- 20. BUCEO / SNORKEL
- 21. _____
- 22. _____

Comentarios: _____

6.4. Instalaciones con que cuenta actualmente el atractivo para la realización de actividades recreativas y turísticas (indique cuántas unidades existen de cada instalación).

- 1. PISCINA
- 2. VESTIDORES
- 3. CANCHAS DEPORTIVAS
- 4. MUELLE
- 5. MIRADOR

- 6. PUENTES
- 7. CIRCUITOS DE SENDEROS
- 8. REFUGIO
- 9. PASARELAS
- 10. OTRO _____

Comentarios con respecto a la calidad de las instalaciones existentes:

6.5. En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

- 1. PISCINA
- 2. VESTIDORES
- 3. CANCHAS DEPORTIVAS

- 6. PUENTES
- 7. CIRCUITOS DE SENDEROS
- 8. REFUGIO

