



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**VICERRECTORADO DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**  
**INSTITUTO DE POSGRADO**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:**  
**MAGISTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA:**

“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA  
SANTIAGO DE QUITO, DEL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO,  
PERIODO 2013”.

**AUTORA:**

Lic. LORENA DEL CARMEN ARIAS GUADALUPE

**TUTORA:**

Ing. PAULA MORENO, Mgs.

**RIOBAMBA-ECUADOR**

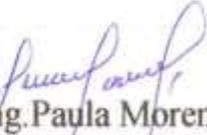
**2015**

## **CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magister en Gestión Empresarial con el tema: "MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA SANTIAGO DE QUITO, DEL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERIODO 2013" ha sido elaborado por la Licenciada Lorena del Carmen Arias Guadalupe, con el asesoramiento permanente de mi persona en calidad de Tutora, por lo que certifico que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

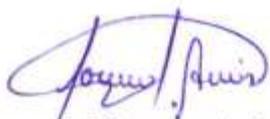
Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Riobamba, 7 de mayo del 2015.

  
**Ing. Paula Moreno, Ms.**  
**DIRECTORA DE TESIS**

## **AUTORÍA**

Yo, Lorena del Carmen Arias Guadalupe con cédula de identidad N° 0603314162 soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y lineamientos alternativos realizados en la presente investigación y el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Nacional de Chimborazo.



**Lorena del Carmen Arias Guadalupe.**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, me gustaría agradecer a Dios por haberme permitido culminar mi carrera con éxito, a mis padres fuente de apoyo constante e incondicional, a mi esposo y a mis hijos por ser mi orgullo y mi gran motivación, a mis hermanas y a mis abuelitos por su apoyo incondicional.

A la Ing. Paula Moreno por su orientación y aporte, exalto su trabajo y le agradezco por ayudarme a lograr esta nueva meta.

A todos ustedes mi corazón y mi agradecimiento.

**Lorena del Carmen Arias Guadalupe**

## **DEDICATORIA**

La presente tesis está dedicada con todo mi cariño y amor:

A Dios por darme tantas bendiciones.

A mis padres Nelson y Laura, por brindarme su apoyo y sus consejos para ser de mí una mejor persona.

A mi esposo William Bayardo por su amor, paciencia y comprensión.

A mis hijos, Haider, Steven y Andresito, mis reyes, por su inocencia y gran amor.

A mis hermanas por su confianza y amistad.

A mis abuelitos por siempre celebrar mis triunfos, y

A todas aquellas personas que sin su ayuda no habría logrado desarrollar con éxito mi proyecto de grado.

A todos y cada uno de ellos les dedico cada una de éstas páginas de mi tesis.

**Lorena del Carmen Arias Guadalupe**

# ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
<b>CAPÍTULO I.</b>	15
<b>1. MARCO TEÓRICO</b>	15
1.1 ANTECEDENTES.	15
1.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.	19
1.2.1. Fundamentación Filosófica.	19
1.2.2 Fundamentación Epistemológica	19
1.2.3. Fundamentación Axiológica.	20
1.2.4. Fundamentación Legal.	21
1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	22
1.3.1. Elementos del proceso Administrativo.	23
1.3.2. Puntos críticos de la Gestión Administrativa	29
1.4. EMPRENDIMIENTOS.	29
1.4.1. Emprendimientos turísticos.	30
1.5. PRODUCTO TURÍSTICO.	30
1.5.1. Componentes del Producto Turístico.	31
<b>CAPÍTULO II.</b>	34
<b>2. METODOLOGÍA</b>	34
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	34
2.1.1. No experimental	34
	vi

2.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	34
2.2.1.	Descriptiva.	34
2.2.2.	Correlacional	34
2.3	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	35
2.3.1.	Método Inductivo.	35
2.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS.	35
2.4.1.	Técnicas	35
2.4.2.	Instrumentos	35
2.5	POBLACIÓN Y MUESTRA	36
2.5.1.	Población	36
2.5.2.	Muestra	36
2.6	PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	36
2.7	HIPÓTESIS	37
2.7.1.	Hipótesis General.	37
2.7.2.	Hipótesis específicas	37
	<b>CAPÍTULO III.</b>	38
<b>3.</b>	<b>LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS.</b>	38
3.1	TEMA	38
3.2	PRESENTACIÓN.	38
3.3	OBJETIVOS.	39
3.3.1	Objetivo general del lineamiento alternativo.	39
3.3.2	Objetivos específicos del lineamiento alternativo.	39
3.4	FUNDAMENTACIÓN	40
3.5	CONTENIDO	42
3.6	OPERATIVIDAD	43
	<b>CAPÍTULO IV.</b>	44
<b>4.</b>	<b>EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	44
4.1	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	44
4.1.1.	Encuesta realizada a los servidores turísticos de la parroquia Santiago de Quito	44
4.1.2.	Análisis de la problemática turística de la Parroquia Santiago de Quito.	60
4.1.2.1.	Identificación de problemas en la organización comunitaria.	60
4.1.2.2.	Identificación de problemas en el desarrollo del producto.	63

4.1.2.3.	Identificación de problemas del proceso de comercialización.	66
4.1.2.4.	Identificación de problemas en las coyunturas para el desarrollo turístico	68
4.2.	Análisis de percepción de factores clave para la aplicación del Modelo de Gestión administrativa turística de la Parroquia Santiago de Quito.	70
4.3.	<b>COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS</b>	72
4.2.1	Comprobación de la hipótesis específica 1	72
4.2.2	Comprobación de la hipótesis específica 2	76
4.2.3	Comprobación de la hipótesis específica 3	80
4.2.4	Comprobación de la hipótesis específica 4	83
	<b>CAPÍTULO V.</b>	86
<b>5.</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	86
5.1	CONCLUSIONES	86
5.2	RECOMENDACIONES	87
	<b>BIBLIOGRAFÍA.</b>	88
	<b>ANEXOS</b>	90
	Anexo N° 1 Proyecto Aprobado	90
	Anexo N° 2 Herramientas de recolección de datos	128
	Anexo N° 3 Evidencias	132

## ÍNDICE DE CUADROS

## PÁGINA

Cuadro N° 2.5.	Población	36
Cuadro N° 4.1	Actividades turísticas que se realizan en la Parroquia Santiago de Q. 44	
Cuadro N° 4.2	Tiempo de actividad turística.	46
Cuadro N° 4.3	Calidad de la Planificación Turística.	47
Cuadro N° 4.4	Calidad de la Organización.	48
Cuadro N° 4.5	Calidad en la dirección	49
Cuadro N° 4.6	Calidad en las actividades de control del turismo.	50
Cuadro N° 4.7	Calidad en la infraestructura y el equipamiento turístico.	51
Cuadro N° 4. 8	El servicio dado a los turistas.	52
Cuadro N° 4.9	Nivel de conocimientos en el servicio turístico.	53
Cuadro N° 4.10.	Calidad de Promoción	54
Cuadro N° 4.11.	Calidad de los atractivos turísticos	55
Cuadro N° 4.12.	Calidad de las facilidades turísticas.	56
Cuadro N° 4.13.	Calidad de los servicios en los atractivos turísticos	57
Cuadro N° 4.14.	Percepción de la imagen turística	58
Cuadro N° 4.15.	Los precios de los servicios turísticos.	59
Cuadro N° 4.16.	Estrategias para mejorar la Oferta Turística.	70
Cuadro N° 4.17 .	Estrategias propuestas para satisfacer a la Demanda Turística	71
Cuadro N° 4.18	Tabla de contingencia, percepción de atención al cliente	72
Cuadro N° 4.19.	Tabla de Frecuencia esperada, percepción de la atención al cliente	73
Cuadro N° 4.20.	Cálculo de Chi Cuadrado percepción de atención al cliente	74
Cuadro N° 4.21.	Tabla de contingencia, percepción de atención al cliente	76
Cuadro N° 4.22.	Tabla de Frecuencia esperada, percepción de la atención al cliente	77
Cuadro N° 4.23.	Cálculo de Chi Cuadrado percepción de atención al cliente	78
Cuadro N°4.24.	Puntuaciones del grupo de aplicación y control con la utilización de cuadros sinópticos y apuntes	80
Cuadro N°4.25.	Puntuaciones del grupo de aplicación y control con la utilización de cuadros sinópticos y apuntes	83

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

## PÁGINA

Gráfico N° 4.1 Actividades turísticas que se realizan en la Parroquia Santiago de Q.	44
Gráfico N° 4.2 Tiempo de actividad turística.	46
Gráfico N° 4.3 Calidad de la Planificación Turística.	47
Gráfico N° 4.4 Calidad de la Organización.	48
Gráfico N° 4.5 Calidad en la dirección	49
Gráfico N° 4.6 Calidad en las actividades de control del turismo.	50
Gráfico N° 4.7 Calidad en la infraestructura y el equipamiento turístico.	51
Gráfico N° 4.8 El servicio dado a los turistas.	52
Gráfico N° 4.9 Nivel de conocimientos en el servicio turístico.	53
Gráfico N° 4.10 Calidad de Promoción	54
Gráfico N° 4.11 Calidad de los atractivos turísticos	55
Gráfico N° 4.12 Calidad de las facilidades turísticas.	56
Gráfico N° 4.13 Calidad de los servicios en los atractivos turísticos	57
Gráfico N° 4.14 Percepción de la imagen turística	58
Gráfico N° 4. 15 Los precios de los servicios turísticos.	59
Gráfico N° 4.16. Árbol de Problemas de la Organización Comunitaria.	60
Gráfico N° 4.17. Árbol de problemas del Desarrollo del Producto	63
Gráfico N° 4.18. Árbol de problemas del Proceso de comercialización	66
Gráfico N° 4.19. Arbol de problemas para el desarrollo turístico.	68
Gráfico N° 4.20 . Comprobación hipótesis específica N° 1	75
Gráfico N° 4.21. Comprobación hipótesis específica N° 2	79
Gráfico N° 4.22. t de Student hipótesis específica N° 3	82
Gráfico N° 4.23. t de Student hipótesis específica N° 4	85

## **RESUMEN**

La investigación sobre la aplicación de un modelo de Gestión administrativa para la parroquia Santiago de Quito, en el Cantón Colta en la Provincia de Chimborazo es el resultado de un esfuerzo conjunto con el departamento de turismo del GAD municipal del Cantón Colta, la participación de los servidores turísticos y los aportes dados por los involucrados directos e indirectos con la actividad. Su alcance está definido por las capacidades y potencialidades turísticas propias de la Parroquia y la voluntad de la población para establecer una orientación sostenible a los procesos productivos de la actividad turística. La investigación parte de un análisis teórico conceptual relacionado con la actividad turística considerando antecedentes de otras investigaciones, una fundamentación científica y los elementos teóricos relacionados con la administración, el turismo y el diseño de planes estratégicos y modelos de gestión, se propone un proceso metodológico en el que se contemplan los diferentes aspectos para la construcción de un modelo de administración del turismo desde la perspectiva de la comunidad y con enfoque de desarrollo sostenible. Se plantea el lineamiento alternativo que es en sí un modelo de gestión administrativa para el turismo de la parroquia Santiago de Quito y que ha sido organizado en base a la oferta y la demanda como ejes estratégicos, sobre los cuales se generan las acciones para la organización comunitaria, el diseño de producto, la comercialización y la participación coyuntural de los organismos públicos y privados todo ello como una propuesta realizable. Los datos que constituyen esta investigación fueron tomados a través de encuestas realizada a los servidores turísticos, y los resultados obtenidos de su análisis e interpretación, así como también la comprobación de las hipótesis propuestas justifican la elaboración de este modelo de gestión que se objetiviza a través de la estructuración de un documento que se constituye en la hoja de ruta para la aplicación del instrumento de planificación. En la parte final de la investigación se proponen conclusiones sobre los hallazgos obtenidos que demuestran los problemas relacionados con la actividad turística en la parroquia y las recomendaciones que apelan por la aplicación urgente del modelo de gestión para la administración del turismo en la parroquia, con miras a promover el desarrollo sostenible de la comunidad y el disfrute de los turistas con un servicio de calidad.

## **ABSTRACT**

Research on the application of a model of administrative management for Santiago de Quito Parish in Canton Colta in the province of Chimborazo is the result of a joint effort with the tourism department of the municipal GAD Colta, participation tourist servers and contributions given by the direct and indirect involved in the activity. Its scope is defined by the capabilities and potential tourist own of the Parish and the will of the people to establish a sustainable approach to production processes of tourism. The research part of a conceptual theoretical analysis related to the history of tourism considering other research, a scientific rationale and the theoretical elements related to administration, tourism and designing strategic plans and management models, a methodological process proposed in contemplated the various aspects for the construction of a model of tourism management from the perspective of the community and sustainable development approach. Alternative guideline that is in itself an administrative management model for tourism in the parish Santiago de Quito and has been organized on the basis of supply and demand as a strategic axis on which the actions are generated for the organization raises Community, product design, marketing and situational involvement of all public and private agencies as a workable proposal. The data constituting this research were taken through surveys conducted among tourist servers, and the results of its analysis and interpretation, as well as the testing of hypotheses proposed justify the development of this management model is objectified through structuring a document that constitutes the roadmap for the implementation of a planning tool. In the final part of the research findings on the findings that demonstrate the problems related to tourism in the parish and the recommendations that call for the urgent implementation of the management model for the management of tourism in the parish, with a view proposed to promote sustainable development of the community and the enjoyment of tourists with quality service.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la actividad turística en el Ecuador de los últimos 10 años ha permitido ubicarle al país como uno de los principales destinos de Latinoamérica, esto se ha logrado a través de la puesta en marcha del plan de turismo Plan de Tour 2020, que es el resultado de una planificación estratégica orientada a potencializar los recursos turísticos del país.

Sin embargo la actividad no se ha desarrollado de forma uniforme en todo el espacio territorial, debido a varios factores y condiciones de prioridad que se establecen subjetivamente en el plan mencionado, por otro lado y a pesar de que se han hecho grandes esfuerzos las propuestas orientadas a las organizaciones comunitarias, no han tenido la acogida necesaria por el hecho de haber sido diseñadas desde la perspectiva teórica del turismo y no de forma objetiva tomando en cuenta los valores y las formas de coexistencia de las organizaciones comunitarias, lo que ha provocado un desplazamiento sistemático del habitante de una zona para dar paso al desarrollo turístico de corte occidentalista.

La investigación denominada “Modelo de gestión administrativa turística en la parroquia Santiago de Quito, del cantón Colta, provincia de Chimborazo”, tiene como propósito fundamental generar espacios de planificación y operación para la actividad turística considerando los recursos naturales y culturales de la parroquia, pero sobre todo el aporte de las capacidades y potencialidades de sus habitantes.

El desarrollo de la investigación parte de establecer los problemas y necesidades de la población en relación a la actividad turística y a través de un diagnóstico situacional determinar las condiciones en las que se encuentra la actividad en la parroquia, sobre esta base se diseña un modelo de gestión de la administración turística con características de operatividad, el desarrollo de la investigación se propone en el siguiente informe de investigación que consta de las siguientes partes.

El Capítulo I en el que se proponen los antecedentes de investigaciones anteriores relacionadas con el tema, la fundamentación científica que orienta a través de los paradigmas teóricos y argumentos legales, la base sobre la que se sustenta la

investigación y la fundamentación teórica que está relacionada con el tema de investigación y sobre la cual se trataron los siguientes aspectos: los elementos del proceso administrativo, los puntos críticos de la gestión administrativa, los emprendimientos turísticos, el producto turístico, los componentes del producto turístico.

En el Capítulo II se establece los procesos metodológicos, diseño de investigación, tipo de investigación, método de investigación, técnicas e instrumentos para la recolección de datos, el análisis de la población y la muestra, los procedimientos para el análisis e interpretación de los resultados, y el planteamiento de las hipótesis.

El Capítulo III que contiene el lineamiento alternativo, con una presentación, los objetivos y la fundamentación, los contenidos que conforman el documento y la forma como se operativizaron las acciones.

El Capítulo IV contiene el análisis e interpretación de los resultados y hallazgos alcanzados y la comprobación de las hipótesis.

En el Capítulo V se plantean las conclusiones y recomendaciones a manera de generalización del proceso investigativo.

# CAPÍTULO I.

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1 ANTECEDENTES.

Revisada la documentación existente en la Universidad Nacional de Chimborazo sobre investigación sobre Modelos de Gestión administrativa relacionada a la actividad Turística y revisada la documentación existente en la Unidad de Turismo del GAD del Cantón Colta no se han encontrado trabajos relacionados con el tema, por lo que se propone como antecedentes de investigación los siguientes trabajos a nivel local y nacional.

**Tema:** Diseño de un Modelo de Gestión Turística Sostenible para el Aprovechamiento del Patrimonio Natural y Cultural de La Microcuenca del Río Chimborazo.

**Autor:** Catherine Alejandra Pailiacho Mena

**Fecha:** 2013

**Universidad:** Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Contenido: La degradación de los recursos de la microcuenca del río Chimborazo por la presión de las actividades antropogénicas, la gestión desconcertada y haberse constituido en un sitio de paso para el turismo, son causas que han impedido la consecución del Buen Vivir para la población local, por ello se propone en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, el desarrollo del proyecto “Definición de Alternativas Productivas Eco-sociales para el desarrollo sustentable de la microcuenca del río Chimborazo”, dentro del cual se establece la generación de un modelo de gestión turística para el desarrollo sostenible de este espacio territorial que contribuya a una adecuada planeación del uso de los recursos, identificando las verdaderas potencialidades del territorio y brindando un instrumento de intervención que aporte a la sostenibilidad del turismo.

De manera que, la planificación de la actividad turística en torno al patrimonio natural y cultural de los pobladores de la microcuenca se vuelve transcendental para el desarrollo sostenible de la misma, considerando que el patrimonio es la herencia que se recibe de los antepasados y es el resultado de la simbiosis de la riqueza natural y cultural; la gestión turística permitirá que estas relaciones entre el espacio geográfico y las manifestaciones culturales fortalezcan la identidad, y den sentido de pertenencia, que permita valorar lo que somos y tenemos.

Por ello el alcance real del diseño de este Modelo de Gestión, va más allá de la administración de la actividad turística, está centrado en la gestión de todas las fases del proceso del desarrollo turístico sostenible en la microcuenca, con el añadido de respeto, tolerancia y reconocimiento del verdadero valor patrimonial del territorio en todas sus manifestaciones y representaciones.

**Tema:** Plan de Gestión Turística en la Parroquia de Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar

**Autor:** Adriana Lucía Sánchez Vega

**Fecha:** 2012

**Universidad:** Universidad Tecnológica Equinoccial

**Contenido:** La parroquia de Salinas además de su gran organización comunitaria y el éxito de sus empresas cuenta con atractivos turísticos como son, las minas de sal, las fuentes de agua mineral para fines terapéuticos, la granja demostrativa, las cuevas arqueológicas, el bosque protector Peña Blanca, cascada la Chorrera, los Soldados Petrificados que son formaciones rocosas, el Chimborazo, nevado más alto del Ecuador, el Sombrero Rumí o Sombrero de Piedra es un ejemplo típico de erosión eólica, entre muchos otros, en la actualidad toda la población se encuentra poniendo en práctica planes de conservación “in situ” y “ex situ”, concientes de la importancia de cuidar sus recursos y proteger los intereses de sus futuras generaciones.

Con todos estos recursos naturales y culturales más el desarrollo turístico en la zona no sólo se puede mejorar la calidad de vida de la gente, sino que también se puede dar a conocer a nacionales y extranjeros los recursos naturales y culturales además de los paisajes tanto, en la zona de páramo como en el trayecto que lleva a la zona del subtrópico. De esta manera los visitantes de Salinas van a tener la posibilidad de quedarse en la zona y no tomarla con un punto de paso para realizar compras, como sucede en la actualidad.

Con la adecuada gestión turística se puede convertir a Salinas en un destino turístico de preferencia para los visitantes y a su vez generar nuevas fuentes de trabajo para su gente e ingresos económicos, tomando en cuenta y teniendo a favor el liderazgo de la administración local y su necesario protagonismo, además teniendo el concepto de desarrollo sostenible presente, es decir, la preocupación por el mantenimiento de los beneficios económicos mediante la preservación del medio y la cultura local.

**Tema:** Modelo de “Oficina de Gestión Turística” Pacto Centro

**Autor:** William Duque y Pamela Espinoza

**Fecha:** 2009

**Universidad:** Universidade de Especialidades Turísticas (UCT)

**Contenido:** Ecuador es un país dotado de una gran biodiversidad, característica que podemos observar en cada uno de los rincones de este hermoso país, y de manera especial en la zona noroccidental de la Provincia del Pichincha, lugar de nuestro estudio. La comunidad de Pacto Centro, perteneciente a la Parroquia de Pacto situada al noroccidente de Quito, cuenta con importantes proyectos turísticos realizados por la UCT, los cuales se encuentran archivados en las comunidades debido a que no existe una persona natural o jurídica que los ejecute. La realización de este proyecto, es la respuesta a la necesidad que tienen las comunidades de la Parroquia de Pacto en la actualidad, y por ende la comunidad Pacto Centro, quienes buscan rescatar estos proyectos y ponerlos en ejecución. El análisis FODA de los doce componentes turísticos, dio como resultado la creación del Modelo de Oficina de Gestión Turística en

la Parroquia de Pacto, la cual será la encargada de la planificación y desarrollo turístico de la zona. Para la creación de esta oficina se desarrolló un plan estratégico en el cual se plasmó la visión, misión y objetivos que alcanzará la oficina, y adicional se plantea la implementación de la Oficina de Gestión Turística (OGT) dentro de la Junta Parroquial, para esto se buscaron los sustentos legales que permitan esta acción en la Constitución Política de la República del Ecuador, en Ley Orgánica de Juntas Parroquiales Rurales, en la Ley de Descentralización del Estado y Participación Ciudadana y en la Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa (LOSCCA).

Esta base legal le permite a la OGT de Pacto, tener la institucionalidad para implementar y desarrollar todas las actividades, programas y objetivos que fomenten el turismo en la circunscripción territorial. Los principales productos que la OGT pondrá a disposición de la comunidad son capacitación y promoción, los cuales son la base con la que empezará a trabajar la oficina. La capacitación es uno de los pilares más importantes del desarrollo turístico, y la OGT será la encargada de realizar las gestiones necesarias con las diferentes instituciones gubernamentales y no gubernamentales para acceder a los cursos de capacitación relacionados con la actividad turística. Y la promoción, también pilar importante para el desarrollo turístico, permitirá que la comunidad sea conocida a nivel local, nacional y regional. Para realizar dicha promoción, la oficina se encargará de gestionar recursos económicos, buscar aliados estratégicos que sirvan de auspiciantes y trabajar en la campaña de promoción a través de la Junta Parroquial. La OGT estará dirigida por una persona idónea, la cual será contratada por medio de un concurso de merecimientos y oposición. Lo cual garantizará el correcto funcionamiento de la oficina.

La inversión y el financiamiento de la OGT están plasmados en este proyecto, para lo cual el director de la oficina deberá realizar todas las gestiones para obtener dichos recursos, inicialmente ante la Junta Parroquial y luego ante los beneficiarios de este proyecto y ante los posibles inversionistas que deseen fomentar este desarrollo. En definitiva este proyecto propone un modelo de Oficina de Desarrollo Turístico, en el cual se establece los criterios para la creación de la misma y definir los parámetros de desarrollo de la actividad turística en Pacto. Este modelo de Oficina de Gestión Turística puede ser aplicable a cualquier parroquia rural del Ecuador, y se lo desarrollará tomando como principio básico la cogestión.

## **1.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.**

### **1.2.1. Fundamentación Filosófica.**

La Base del conocimiento Humano es la relación existente entre la realidad objetiva y el sujeto conocente, de ahí que todo el acervo del conocimiento humano sea producto de la interacción del hombre con su ambiente y de la sistematización de esos conocimientos a través de las leyes fundamentales que rigen el pensamiento dialéctico. (Lenin, 1986).

La actividad Turística está inmersa en el desarrollo del conocimiento orientada por aspectos específicos pero sujetos a los principios más fundamentales del desarrollo del pensamiento humano, de ahí que se determina como doctrina filosófica para la fundamentación de esta investigación al Materialismo dialéctico.

### **1.2.2 Fundamentación Epistemológica.**

El proceso de conocimiento se concibe como una interrelación compleja entre el sujeto y el objeto.

Desde la perspectiva Administrativa, esta relación sujeto-objeto se hace recíproca, en la cual ambos integran un protagonismo de influencia mutua. El sujeto actúa en torno a los objetos de conocimiento, pero estos, lejos de una pasividad utilitaria, asumen un rol retroalimentado que es capaz, a su vez, de provocar modificaciones en el propio sujeto, como resultados de las decisiones activadas por éste.

La teoría del conocimiento intenta explicar la importancia objetiva del pensamiento humano, la relación de éste con sus objetos. “El objeto formal de la teoría del conocimiento es la dependencia de todo pensamiento a sus objetos. En atención a esto, también suele recibir el nombre de teoría del pensamiento verdadero (Hessen, 1975, pág. 171)

Desde la perspectiva de la epistemología de la administración, se puede argumentar que el pensamiento se reconstruye, en la interacción dinámica entre el sujeto que conoce y

el objeto que es la fuente de su conocimiento, constituyendo dicho pensamiento la expresión de una mutua modificación resultante de la relación sujeto-objeto-sujeto.

Analizadas las corrientes más representativas de la teoría del conocimiento, podemos precisar que la esencia del conocimiento radica en la relación entre sujeto y objeto. La epistemología de la administración requiere de una cierta ruptura con este concepto ampliando el axioma a la relación sujeto-objeto-sujeto.

La sola aceptación de este planteamiento implica un cambio sustantivo en las formas de concebir las fuentes del conocimiento, aceptando que dichas fuentes no están ni en el sujeto ni en el objeto, sino que esencialmente en la relación de mutua modificación que ambos experimentan en sus interacciones recíprocas.

### **1.2.3. Fundamentación Axiológica.**

Proponer un proceso de transformación en una organización plantea la necesidad de cambiar algo en lo que las personas piensan o sienten. Es importante informar y persuadir oportunamente a muy diversos agentes que forman parte de la organización y su entorno. Si ese cambio personal y colectivo no se da, será muy complejo que circunstanciales transformaciones en las estructuras o los procedimientos, puedan consolidarse y operar de manera sustentable, como soporte de cualquier transformación que declaren sus jerarquías respecto de su misión y su visión. Precisamente para cambiar una organización profundamente, se debe generar una transformación voluntaria en aquello que es tomado como regla o punto de partida, para la determinación de sus valores. Lo que representa todo un desafío en oportunidad de encarar cambios organizacionales. (Petrela, 2010)

En este trabajo de investigación se ha considerado la problemática de los valores y las creencias que sustentan a las organizaciones con un enfoque sistémico, contemplando la integración de valores y creencias personales, grupales y organizacionales para establecer el marco de referencia que luego servirá para encarar el estudio de un caso específico, identificando los acontecimientos más relevantes, los principales actores involucrados y los hechos más significativos, considerando los aportes del enfoque dialéctico. (Gurvitch, 1971) como forma de apreciar de manera constructiva la dinámica de los desafíos y conflictos de raíz axiológica, en las organizaciones.

#### **1.2.4. Fundamentación Legal.**

La Fundamentación legal de esta investigación se sustenta en la Constitución Política del Estado Ecuatoriano a través de Decretos, Resoluciones, Convenios, Reglamentos y Normas que amparan los derechos y libertades, organizan el Estado y las instituciones democráticas e impulsan el desarrollo económico y social.

En la Constitución Política de la República del Ecuador en su Art. 52 establece “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

El Gobierno Nacional expidió el Decreto No. 1424 en abril del 2001, estableció las políticas de estado para el sector y declaró como prioridad nacional el desarrollo del turismo.

El Ministerio de Turismo promueve acciones para que el turismo se convierta en el más importante generador de divisas de la economía nacional.

El Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente. LEY DE TURISMO.

### **CAPITULO I GENERALIDADES**

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

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

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

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización; c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas; d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.(Registro Oficial Suplemento 7333 de 27-12-2002)

### **1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

“Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad.” (Reyes Cano, 2011)

La administración implica varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina, correctamente.

En su concepción más sencilla se puede definir el proceso administrativo como la administración en acción, o también como: “El conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.” (et. al, 2011)

“La tarea de la administración consiste en interpretar los objetivos de la empresa y transformarlos en acción empresarial mediante planeación, organización, dirección y control de las actividades realizadas en las diversas áreas y niveles de la empresa para conseguir tales objetivos. Por tanto, administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el empleo de los recursos organizacionales para conseguir determinados objetivos con eficiencia y eficacia. (Chiavenato, 2001)

A partir de estos conceptos nace el Proceso Administrativo, con elementos de la función de Administración que Fayol, (1979) definiera en su tiempo como: Prever, Organizar, Comandar, Coordinar y Controlar. Dentro de la línea propuesta por Fayol, los autores Clásicos y neoclásicos adoptan el Proceso Administrativo como núcleo de su teoría; con sus Cuatro Elementos: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar. Ya Urwick en 1943, define el proceso administrativo como las funciones del administrador, con siete elementos que se detallan a continuación:

- Investigación
- Planificación
- Coordinación
- Control
- Previsión
- Organización
- Comando

“Cuando se administra cualquier empresa, existen dos fases: una estructural, en la que a partir de uno o más fines se determina la mejor forma de obtenerlos, y otra operativa, en la que se ejecutan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido durante el periodo de estructuración.

A estas dos fases se les llama: mecánica y dinámica de la administración. Para este autor la mecánica administrativa es la parte teórica de la administración en la que se establece lo que debe hacerse, y la dinámica se refiere a cómo manejar el organismo social.” (Reyes Cano, 2011).

### **1.3.1. Elementos del proceso Administrativo.**

Como ya se había mencionado anteriormente los procesos de administración implican varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina, correctamente.

Los elementos de la administración, tomados en conjunto, constituyen el proceso administrativo y se encuentran en cualquier trabajo del administrador, en cualquier nivel jerárquico o en cualquier área de actividad de la empresa. En otros términos, tanto el director como el gerente, el jefe o el supervisor, cada uno en su nivel, desempeña actividades de previsión o planeación, organización, mando o dirección, coordinación y control como actividades administrativas esenciales. (Chiavenato, 2001).

A continuación se hace una descripción de la naturaleza y características de los ciclos del proceso administrativo:

#### **a) Toma de decisiones**

Partiendo de la premisa de que la acción administrativa se origina en las decisiones, debe suponerse que para lograr que éstas sean correctas y las mejores se requiere que ellas se tomen como conclusión de un proceso mental racional. Este proceso debe seguir a su vez una secuencia que comprende las siguientes fases: (Cardona Ramirez, 2009)

- Definición de la materia objeto de la decisión.
- Análisis de la situación existente o estudio de la información disponible sobre el objeto de la decisión.
- Cálculo y delineación de alternativas posibles.
- Deliberación sobre ventajas y desventajas de las alternativas.
- Escogencia de la alternativa que se considere mejor.

También aquí la secuencia de la actividad, desde la definición de la materia hasta la escogencia de la alternativa, constituye un proceso cíclico en sí mismo, el cual debe ser un proceso racional, es decir, basado en el método científico.

#### **b). Planificación**

La planificación requiere definir los objetivos o metas de la organización, estableciendo una estrategia general para alcanzar esas metas y desarrollar una jerarquía completa de Planes para coordinar las actividades. (Fayol, 1979)

La planeación realizada en el nivel institucional de una empresa recibe el nombre de planeación estratégica. Los dirigentes, en el nivel institucional de la empresa, cumplen la tarea primordial de enfrentar la incertidumbre generada por los elementos incontrolables e imprevisibles desde el ambiente de tarea y el ambiente general. Al estar al tanto de las amenazas ambientales y las oportunidades disponibles para la empresa y desarrollar estrategias para enfrentar estos elementos ambientales, los dirigentes del nivel institucional requieren un horizonte temporal proyectado a largo plazo, un enfoque global que incluye la empresa como totalidad integrada por recursos, capacidad y potencialidad y, en especial, requieren tomar decisiones basadas en juicios y no sólo en los datos. (Chiavenato, 2001)

La programación o planificación de las decisiones se convierte en una guía para la acción de aquellos que deben cumplirlas cuando se traduce en programas específicos.

La decisión debe ser interpretada o traducida en programas, los cuales proporcionan la orientación para adelantar las operaciones en detalle. Algunas veces, esta interpretación recibe el nombre de plan de acción o plan de operaciones. En el programa se señalan los recursos que se requieren y las acciones que deben tomarse, las cuales vienen a ser los modos de ejecución de las decisiones. En estos programas se indican los métodos y técnicas que deben aplicarse y se incluyen asuntos relacionados con presupuestos de capital, presupuestos de operación, cuadros de personal, cartas de organización, inventarios de equipo y de medios que se requieren para la ejecución de la decisión tomada. El programa debe indicar los costos, la asignación de recursos, las responsabilidades, etc. Un programa completo es una adecuada interpretación de la decisión y guía para la acción concreta con el fin de lograr su cumplimiento. (Cardona Ramirez, 2009).

### **c) Organización**

Es indudable que tanto las personas capaces como las dispuestas a cooperar trabajarán en conjunto más efectivamente si saben qué parte les corresponde desempeñar en una operación en equipo y conocen la relación entre sí de sus funciones. Esto se aplica por igual a las empresas privadas u organismos gubernamentales que a un equipo de fútbol

o una orquesta sinfónica. Diseñar y sostener estos sistemas de funciones es el propósito básico de la función administrativa de la organización. (Wehrich & Koonts, 1996)

Para que una función organizacional pueda existir y poseer significado para los individuos, debe constar de: 1) objetivos verificables, 2) una idea clara de los principales deberes o actividades implicados, y 3) un área discrecional o de autoridad precisa para que la persona que ejerza una función determinada sepa que puede hacer para cumplir las metas.

Además, para el eficaz desempeño de una función se debe tomar en cuenta el suministro de la información necesaria y de otros instrumentos indispensables para su ejercicio.

En este sentido, la organización consiste en 1) la identificación y clasificación de las actividades requeridas 2) las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos, 3) la asignación de cada grupo de actividades a un administrador dotado de la autoridad (delegación) necesaria para supervisarlos y 4) la estipulación de coordinación horizontalmente (un mismo o similar nivel organizacional) y vertical (entre las oficinas generales una división y un departamento, (por ejemplo) en la estructura organizacional. (Wehrich & Koonts, 1996).

#### **d) Dirección**

La función administrativa de la dirección es el proceso consistente en influir en las personas para que contribuyan al cumplimiento de las metas organizacionales y grupales. (et. al, 1996)

La dirección es la función administrativa que se refiere a las relaciones interpersonales de los administradores con los subordinados. Para que la planeación y la organización puedan ser eficaces, requieren complementarse con la orientación dada a las personas mediante la comunicación y la habilidad de liderazgo y motivación. (Chiavenato, 2001)

Por medio de la función de dirección los administradores ayudan a las personas a darse cuenta de que pueden satisfacer sus necesidades y utilizar su potencial y contribuir al mismo tiempo al cumplimiento de los propósitos de la empresa. Por lo tanto, los

administradores deben conocer los papeles que asume la gente, así como la individualidad y personalidad de ésta. (Weihrich & Koonts, 1996)

Si los administradores ignoran la complejidad e individualidad de las personas, corren el riesgo de aplicar incorrectamente las generalizaciones acerca de la motivación, el liderazgo y la comunicación. Aunque por lo general ciertos principios y conceptos deben ajustarse a situaciones específicas. En una empresa, no todas las necesidades de los individuos pueden satisfacerse por completo, a pesar de lo cual los administradores disponen de un amplio margen de acción para realizar ajustes acordes con los individuos. Y si bien los requisitos que se deben cumplir para ocupar cada puesto suelen derivarse de los planes empresariales y organizacionales, este hecho no excluye necesariamente la posibilidad de realizar ajustes en los puestos para adecuarlos a las personas en situaciones específicas. (et. al, 1996)

#### **e) Control**

“La función administrativa de control es la medición y corrección del desempeño a fin de garantizar que se han cumplido los objetivos de la empresa y los planes ideados para alcanzarlos. Planeación y control están estrechamente relacionados. Hay incluso autores sobre temas de administración que consideran que estas funciones no pueden separarse.” (et. al, 1996)

“El control es algo universal: las actividades humanas, cualesquiera que sean, siempre utilizan el control, consciente o inconscientemente.” (Chiavenato, 2001) El control consiste básicamente en un proceso que orienta la actividad ejercida para un fin previamente determinado. “La esencia del control consiste en verificar si la actividad controlada está alcanzando o no los resultados deseados. Cuando se habla de resultados deseados, se presupone que se conocen y están previstos. Esto significa que el concepto de control no puede existir sin el concepto de planeación.” (et. al, 2001)

La administración crea mecanismos para controlar todos los aspectos posibles en la organización. Los controles organizacionales sirven para:

- Establecer estándares de desempeño, mediante inspecciones, supervisión, procedimientos escritos o programas de producción.
- Establecer patrones de calidad de los productos o servicios ofrecidos por la empresa, mediante entrenamiento del personal, inspección, control estadístico de calidad y sistemas de incentivos.
- Proteger los bienes de la organización frente a posibles abusos, desperdicios o robos, mediante la exigencia de registros escritos, procedimientos de auditoría y división de responsabilidades.
- Limitar la autoridad ejercida por las diversas posiciones o niveles organizacionales, mediante la descripción de cargos, directrices y políticas, normas y reglamentos y sistemas de auditoría.
- Evaluar y dirigir el desempeño de las personas por medio de sistemas de evaluación del desempeño del personal, supervisión directa, vigilancia y registros, incluida información sobre producción por cada empleado o pérdidas por empleado, etc.
- Establecer medios preventivos para garantizar el alcance de los objetivos de la empresa, puesto que los objetivos ayudan a definir el desempeño apropiado y la dirección del comportamiento de los individuos para el logro de los resultados deseados.

Los controles pueden estar situados en el nivel institucional, en el nivel intermedio o en el nivel operacional, o incluso diseminados en todos ellos, según las características de la empresa, por lo que se establecen las fases de control que de acuerdo de Chiavenato (2001).

Ya sea en el nivel institucional, en el intermedio o en el operacional, el control es un proceso cíclico e interactivo, conformado por cuatro fases:

- Establecimiento de estándares de desempeño.
- Evaluación del desempeño.
- Comparación entre el desempeño y el patrón.
- Acción correctiva.

### **1.3.2. Puntos críticos de la Gestión Administrativa.**

Una empresa exitosa, tanto de servicios como de producción, tendrá que garantizar que todos los puntos críticos del éxito de la organización se ejecuten con la filosofía de la Calidad Total "Haciendo las tareas siempre bien desde la primera vez, ofreciendo al consumidor la satisfacción completa, al nivel más económico". (OEA - GTZ, 2006).

Los principales puntos críticos del éxito son los siguientes:

- La excelencia gerencial y de la organización.
- La cultura de la calidad evidente.
- La innovación constante en todas las áreas de la gestión empresarial.
- El desarrollo de productos y servicios de acuerdo a los retos.
- El manejo adecuado y oportuno de información confiable.
- El manejo y trato adecuado, justo, honesto y participativo del recurso humano bien entrenado y motivado.
- El manejo adecuado y eficiente del factor competencia.
- El manejo adecuado y eficiente del factor tiempo.
- Una relación sólida, de mutuo beneficio y confianza entre la organización y sus socios estratégicos.
- El manejo adecuado y eficiente del factor capital.

### **1.4. EMPRENDIMIENTOS.**

Los emprendimientos se pueden definir, dentro de los múltiples conceptos que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación.

Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés *entrepreneur* (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si

bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos. (Formichella, 2004)

#### **1.4.1. . Emprendimientos turísticos.**

"Un emprendimiento turístico es el resultado de la iniciativa de negocio generada individual o colectivamente dentro de una determinada localidad, en base a sus características físicas, naturales y culturales, quienes han identificado en ello una oportunidad de insertarse dentro del mercado turístico heterogéneo, formando pequeñas empresas turísticas (comunitarias o privadas), gestionadas a través de sus necesidades, medios y recursos propios existentes y caracterizándose principalmente por ofrecer a su mercado por lo menos uno o varios servicios turísticos como: restauración, alojamiento, ocio y deportes, transporte, visitas guiadas, senderismo ,avistamiento de flora y fauna, etc. y con precios relativamente accesibles todo esto complementado con una infraestructura básica como: vías de acceso y servicios básicos. Todo ello siempre ligado a las costumbres y valores de la localidad" (Quito, 2009)

De manera general para que una idea de negocio sea considerada como un emprendimiento turístico deberá reunir como característica principal el ofrecer por lo menos uno de los varios bienes o servicios turísticos descritos en el concepto anterior. (Alvarracín , 2010)

#### **1.5. PRODUCTO TURÍSTICO.**

Sobre la base de variadas definiciones de “Producto Turístico” se plantea a continuación una definición que pretende engloba los amplios y diversos criterios teóricos, y cuyo consenso corresponde a los teóricos de la ciencia del turismo.

“...Conformado por un conglomerado de atributos tangibles e intangibles, ensamblados por el turista, que tiene una organización de servicio como centro de referencia, pero que no es únicamente gestionado por ella; que explota recursos turísticos como atractivos (sean atractivos naturales y/o socioculturales), soportados con la infraestructura necesaria gestionada por los gobiernos locales, y brinda servicios que

permiten el desarrollo de actividades turísticas, todo lo cual confluye en un espacio local determinado; es ofertado en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio, generando flujos turísticos en búsqueda de los beneficios: experiencias y aprendizajes...” (Gonzales Ferrer, s/f).

Como todo producto, el producto turístico se concibe como un conglomerado de atributos tangibles e intangibles, pero ensamblados y configurado por el turista de forma única e irrepetible, a partir de la conjunción y complementariedad que facilitan las complejas interacciones entre los recursos turísticos, la infraestructura y los servicios. Además, no existe una única organización que lo gestione, aunque puede identificarse una organización en la que se centre, quizás el hallazgo más interesante.

Ubicado, dentro de un “espacio local” donde concurre todo lo demás. Esas singularidades, son parte del fundamento de la complejidad de la unidad de gestión turística en estudio. Cuando se dice explotación de los recursos naturales, se basa en una explotación de las bellezas naturales de los respectivos espacios locales, de manera que no se trata de una estricta explotación de materias primas, ni tampoco de una estricta explotación de la fuerza de trabajo local, aunque contiene algunas semejanzas en este sentido. (Gonzales Ferrer, s/f)

### **1.5.1. Componentes del Producto Turístico.**

Abordada la visión global del producto turístico, es importante detallar cada uno de los componentes que lo distinguen; a su vez, cada componente gira sobre ejes que pueden ser apreciados para su comprensión.

Los recursos turísticos o atractivos son el verdadero motivo del viaje de los turistas, de ahí su trascendencia. (Altés, 1998) , propone una metodología para la identificación y evaluación de los recursos turísticos pautados en identificación, accesibilidad y acondicionamiento, valoración cualitativa y valoración global.

Para abordar los recursos turísticos se pueden discernir los ejes de Recursos Naturales y Recursos Socioculturales como Patrimonio Tangible y Recursos Socioculturales como Patrimonio Intangible. Sin embargo, tanto los atractivos naturales como los

socioculturales son recursos que no están al alcance y capacidad de gestión de la organización de referencia y ni aún de las otras que tributan al producto turístico. Se diría que es la resultante de procesos naturales y de la interacción de esos con la sociedad, pero que reciben los impactos de la actividad turística. (Gonzales Ferrer, s/f)

Mientras que la infraestructura es gestionada por los gobiernos locales y puede reconocerse por: Vías de Comunicaciones y Transporte, Servicios Básicos e Instalaciones, su rol es facilitar el desplazamiento de los flujos turísticos, las comunicaciones, el consumo de la energía y el agua necesaria, las instalaciones que sirven de sede a las actividades turísticas, entre muchas otras. Está claro que los turistas no sólo consumen atractivos. (et al. s/f)

Aunque en el espacio local donde se encuentre el producto turístico halla una abundancia de recursos esenciales y atractivos, será muy difícil desarrollar el turismo como industria con una carestía de infraestructura, por lo menos a corto plazo, hasta que se preste atención a su desarrollo (Ritchie, Brent , & Crouch, 2000)

En cuanto al Servicio, es donde único los gestores turísticos tienen real control. Tanto la organización de referencia, como las demás que tributan al Producto Turístico su labor es servir. Los servicios pueden ser apreciados a partir del soporte técnico para la prestación del servicio, la funcionabilidad de su personal y por la imagen/intercambio que ofrece a sus clientes. (Garcia, 2001).

Tanto por las intrincadas relaciones entre los componentes, ejes, categorías e ítems que conforman al producto. Turístico, como por la gestión conjunta llevada por varias organizaciones, su concepción debe estar definida por un pensamiento que distinga pero no desuna.

Si el producto turístico es un conglomerado de atributos para las organizaciones que lo gestionan, el cliente los transforma en beneficios, sobre la base de “aprovechar cada momento para aprender” en actividades turísticas que le permitan ver o hacer, en las cuales emplea su tiempo de ocio. Perspectiva contemplada en la definición de producto turístico antes dada, al decir: “... genera flujos turísticos en búsqueda de los beneficios: experiencias y aprendizajes...”. (Gonzales Ferrer, s/f).

No queda duda que la comprensión más acabada del producto turístico requiere considerar sus actores. Sin embargo, no siempre en la práctica turística se reconocen los actores que intervienen en la gestión del producto turístico (Maffesoli, 2000), siendo el mayor capital del producto turístico, pues pueden otorgarle un valor agregado inestimable, determinan el proceso de innovación, pero sobre todo, son los llamados a garantizar el desarrollo a largo plazo del producto turístico.

Los actores del producto turístico pueden ser agrupados según a los intereses a los que respondan en: actores de la organización de referencia, del negocio y del entorno. No necesariamente el espacio social del Producto Turístico coincide con el espacio físico en el que se ubica. (Gonzales Ferrer, s/f)

La organización de referencia persigue utilidades y liquidez al gestionar el producto turístico. Sin embargo, se sabe que no es tan simple armonizar la actuación de todos sus trabajadores, mandos intermedios y aún la gerencia, en aras de ese objetivo. De igual forma ocurre con las demás organizaciones de servicios que tributan a su gestión. (Altés, 1998).

Los actores del negocio de alguna forma están alineados en objetivos similares al de la organización, también, quieren ganar al brindar servicios que faciliten el flujo turístico o la prestación de servicios; no obstante, se logra la total cooperación entre esos, pues puede tener otras opciones. En cuanto a los actores del entorno, la cuestión se torna mucho más compleja, pues no parece tan sencillo encontrar los puntos comunes que hagan actuar en consecuencia a las comunidades receptoras del turismo, a sus líderes, a los grupos formales e informales, a las instituciones y empresas locales, ni a los gobiernos locales. Esos actores en ocasiones sienten los impactos negativos del turismo en su hábitat, pero no disfrutan de los impactos positivos.

## **CAPÍTULO II.**

### **2. METODOLOGÍA**

#### **2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **2.1.1. No experimental**

Al ser de carácter eminentemente descriptivo esta investigación se determina a través del análisis documental y de la opinión de los actores como los procesos de la gestión administrativa de turismo en la Parroquia Santiago de Quito inciden en los emprendimientos turísticos permitiendo proponer alternativas de mejoramiento.

#### **2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

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

La Investigación de tipo Descriptivo, “...busca especificar las propiedades importantes de las personas, grupos o comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Dankhe, 1989).

En este sentido para ésta investigación se analizaron los procesos de la Gestión administrativa de Turismo en la Parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta determinando las características fundamentales de las actividades realizadas y especificando cómo incidieron en el desarrollo del sector.

##### **2.2.2. Correlacional**

Los estudios correlacionales las dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza la correlación.

En el caso de la investigación propuesta se han planteado la relación existente entre los procesos de gestión administrativa turística y los emprendimientos turísticos propuestos en la Parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta.

## **2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1. Método Inductivo.**

El método inductivo es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos y, la contrastación.

En este contexto metodológico para la investigación se ha observado la relación existente entre la gestión administrativa turística y el desarrollo de los emprendimientos, los resultados de esta observación se han sistematizado permitiendo determinar los puntos de inflexión en el procesos, de ahí se propone la hipótesis, que ha sido demostrada a través de la generalización de los resultados.

## **2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS.**

### **2.4.1. Técnicas**

Las técnicas utilizadas para la recolección de datos son las encuestas personalizadas, la observación directa y la entrevista.

### **2.4.2. Instrumentos**

Como instrumentos se utilizaron un cuestionario de encuesta que se elaboró con preguntas cerradas y de múltiple elección, tomando en cuenta variables relevantes para determinar los procesos administrativos.

Se utilizó una ficha de observación que permitió obtener los datos de forma ordenada y sistemática para hacer posible la evaluación de los procesos administrativos. Además se utilizó una guía de entrevista que permitió establecer el nivel de percepción de los representantes de los sectores turísticos sobre las estrategias y acciones propuestas en el modelo de gestión.

## 2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

### 2.5.1. Población

Se trabajó con una población de 36 emprendimientos relacionados con la actividad turística del cantón Colta, divididos de la siguiente manera 21 emprendimientos de servicio de restaurante, 5 emprendimientos de alojamiento, 4 emprendimientos comunitarios, 1 emprendimiento relacionado con agencia de viajes y operación turística, 5 locales de emprendimientos de venta de artesanías. Para determinar la validez de las estrategias se trabajó con 12 representantes de la comunidad vinculados con la actividad turística.

**Cuadro N° 2.5. Población.**

<b>EMPRESARIADO</b>	<b>NÚMERO.</b>
Restaurante	21
Alojamiento	5
Comunitarios	4
Agencias de viajes y operadoras	1
Venta de artesanías	5
Representantes de los sectores de turismo de la parroquia Santiago de Quito	12
<b>Total</b>	<b>48</b>

**Fuente:** Catastros del GAD Municipal del Cantón Colta.

### 2.5.2. Muestra

Se trabajó con el total de la población por lo que no se realizó una muestra.

## 2.6 PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La información primaria se someterá a tabulación, sistematización y análisis de los datos obtenidos en la encuesta y observación. La información secundaria se obtuvo del registro, clasificación y actualización de los datos relevantes conforme al presente estudio.

En lo referente al análisis, se definieron técnicas lógicas (inducción, deducción, análisis, síntesis). En cuanto al análisis estadístico (descriptivas o inferenciales) se utilizará Excel para descifrar lo que revelan los datos recogidos.

## **2.7 HIPÓTESIS**

### **2.7.1. Hipótesis General.**

El Diseño de un modelo de gestión administrativa turística en la Parroquia Santiago de Quito promueve el desarrollo turístico.

### **2.7.2. Hipótesis específicas**

- La situación actual de la gestión administrativa de turismo en parroquia Santiago de Quito responde a las necesidades de los emprendimientos.
- Los puntos críticos de la gestión administrativa turística limitan el desarrollo de la actividad en la Parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta.
- El adecuado uso de indicadores en la gestión administrativa turística en la Parroquia Santiago de Quito mejoran los procesos en la actividad turística.
- Los procesos alternativos en la gestión administrativa del turismo cubren las necesidades del sector turístico a nivel local.

## **CAPÍTULO III.**

### **3. LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS.**

#### **3.1 TEMA**

**“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA TURÍSTICA PARA LA PARROQUIA SANTIAGO DE QUITO, DEL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”.**

#### **3.2 PRESENTACIÓN.**

El planteamiento de un modelo de gestión administrativa turística para la Parroquia Santiago de Quito, es una propuesta que surge como alternativa para mitigar los problemas y las necesidades de los pobladores del sector, presentándose como un instrumento de impulso al desarrollo turístico de la parroquia.

La realidad socio económica de los habitantes de la parroquia Santiago de Quito, requiere de alternativas, que le permitan diversificar sus sistemas productivos en la búsqueda de alcanzar mejores formas de vida y es el turismo por sus características una de las herramientas que mejor se prestan para alcanzar este objetivo.

En el Ecuador el avance del turismo, en los últimos 10 años ha sido muy interesante, desde las políticas de estado se han generado planes y programas para impulsar la actividad y se han creado los espacios alternativos necesarios para orientar a la organización comunitaria hacia este propósito, sin embargo las acciones emprendidas no han sido suficientes como para que la población de los sectores rurales se apropie e la idea y se obtengan los resultados esperados.

Tratando de dar cabida a esta actividad productiva dentro de los procesos productivos tradicionales, se han cometido una serie de errores, cuyos efectos han provocado la desmotivación de los habitantes de la parroquia, al igual que de otros sectores con presencia indígena mayoritaria, y es que no se han diseñado las propuestas de forma

eficiente, siempre se habían realizado desde la planificación y el criterio de un turismo occidentalizado, al que se le integraban los elementos culturales y naturales como recursos necesarios para fomentar la actividad. Sin embargo se omitía algo trascendental, el hecho de considerar a los actores mismos por lo que nunca se tomó en consideración la estructura organizativa de los habitantes como el eje central para la dinamización de la actividad.

En la presente propuesta se realiza un planteamiento mucho más hegemónico, en el que los conceptos clásicos del turismo y la gestión administrativa deja de ser aspectos teóricos para convertirse en elementos de fortalecimiento de la estructura misma del trabajo turístico, desarrollando capacidades para incrementar la calidad de los servicios, al mismo tiempo que se revaloriza la identidad cultural local en beneficio de la calidad de vida de los pobladores, para hacer esto una realidad se han establecido cuatro componentes básicos relacionados con la organización comunitaria, el desarrollo del producto, la comercialización y las alianzas estratégicas, estos a su vez tienen como estrategia una mejor oferta para incrementar la demanda del producto Santiago de Quito, con un enfoque de desarrollo que opera transversalmente considerando sobre todo la parte humana de los habitantes de la parroquia.

### **3.3 OBJETIVOS.**

#### **3.3.1 Objetivo general del lineamiento alternativo.**

Estructurar un modelo de gestión administrativa para el desarrollo turístico de la Parroquia Santiago de Quito

#### **3.3.2 Objetivos específicos del lineamiento alternativo.**

- Contar con una estructura organizativa comunitaria que permita la gestión de la actividad turística con calidad.
- Seleccionar zonas con potencial turístico e identificar las comunidades donde intervendrá el proyecto.

- Incrementar el número de visitantes en las comunidades participantes mediante el cierre de ventas a turistas y acuerdos comerciales con operadoras.
- Articular los productos y servicios generados con los actores públicos y privados del entorno turístico para potenciar la llegada de turistas.

### **3.4 FUNDAMENTACIÓN**

Como fundamentación para el modelo de gestión administrativa turística para la Parroquia Santiago de Quito se han considerado tres aspectos relevantes relacionados con los procesos de desarrollo generados desde la actividad turística, en primer lugar se han tomado como referentes los criterios que hacen del turismo una actividad alternativa para la generación de recursos, en este sentido se puede asegurar que el turismo es la única actividad productiva de carácter global, cuyos efectos se reflejan, en el desarrollo económico, la preservación del medio ambiente natural y social, así como en la integración de grupos humanos diversos en un solo objetivo, el turismo como se sabe se realiza gracias al desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia, de forma temporal, voluntariamente, con la única motivación de conocer y disfrutar.

En el Ecuador como en el resto del mundo se puede acceder a distintos tipos de turismo, pero la más trascendental es que la actividad implica la sostenibilidad de un importante sector de la población convirtiéndose en la actividad de las oportunidades ya que cumple con objetivos sociales como el impulso a la producción, la equidad social, el uso adecuado de los recursos naturales, da valor a la cultura elevando el autoestima de la gente, como también se traduce en una alternativa a sistemas de producción que no abastecen las necesidades ni resuelven los problemas de los habitantes de una determinada población, haciendo posible eliminar la dependencia de subsidios a la pobreza, ayudando a que los recursos se canalicen a los sectores que los demandan. Los impactos del turismo generalmente positivos justifican promover proyectos turísticos generados desde y para los sectores comunitarios.

En segundo lugar se analiza la actividad turística como sistema productivo ya que, el turismo desde la óptica de empresa de negocios marca la diferencia entre las localidades que lo acogen y aquellas que no lo integran como prioridad en las estrategias de

desarrollo, un claro ejemplo son los sectores rurales que por efecto de la inversión turística han mejorado su condición económica, manejando los recursos de forma eficiente e involucrando a la población a través de emprendimientos y la participación directa e indirecta en la operatividad de la actividad.

Sin embargo suele suceder que una planificación desarticulada y mal estructurada desde las expectativas lucrativas de ciertos sectores, generan un efecto inverso, haciendo que la población entre en conflicto y se cierren los espacios de promoción de la actividad por el desequilibrio en la participación de los beneficios.

El tercer factor que fundamenta el modelo de gestión administrativa turística es el resultado del nuevo enfoque que se le da a la planificación, desde los dos factores estratégicos funcionales de la actividad la oferta y la demanda se articula un escenario que orienta a la organización administrativa a cuatro ejes de acción.

Por una parte y considerando a la oferta, se la relaciona con las capacidades y potencialidades de los actores con la determinación de la organización comunitaria como factor clave del desarrollo, el segundo aspecto se orienta al desarrollo del producto en todas sus facetas para consolidarlo como una expresión diferenciada y que cuente con los elementos necesarios para poder ser comercializada bajo los parámetros requeridos en la calidad de servicio.

Con respecto a la demanda se han considerado dos factores específicos, los procesos de comercialización con todo el contenido técnico que requieren y las alianzas estratégicas como factor clave para alcanzar los objetivos y las metas propuestas. La Parroquia Santiago de Quito como potencial producto turístico posee interesantes recursos culturales y naturales, lo fundamental es desarrollarlos a través de una adecuada gestión de la administración turística, de ahí que se propone el siguiente modelo, que integra en su metodología los tres factores antes mencionados y que con seguridad servirá eficientemente para los fines propuestos.

## **3.5 CONTENIDO**

### **PRESENTACIÓN**

#### **OBJETIVOS**

Objetivo General

Objetivos específicos

#### **FUNDAMENTACIÓN**

#### **CONTENIDO**

### **CONDICIONES BÁSICAS PARA LA APLICACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL TURISMO.**

Calidad de los Servicios

Revitalización de las manifestaciones culturales

#### **COMPONENTES DEL MODELO**

- Oferta
- Organización comunitaria
- Identificación de los servidores turísticos potenciales y reales
- Proceso de sensibilización
- Diseño e implementación de modelos organizativos
- Fortalecimiento Institucional
- Desarrollo del Producto
- Inventario de Atractivos Turísticos
- Identificación de la Temática Turística
- Idea de Negocios
- Financiamiento y mejora de la Infraestructura y equipamiento.
- Desarrollo de circuitos turísticos por potencialidades
- Desarrollo de Circuitos integrados
- Validación del producto
- Comercialización
- Cuadro de Mando Integral

#### **BIBLIOGRAFÍA**

### **3.6 OPERATIVIDAD**

El alcance del modelo de gestión administrativa turística de la parroquia Santiago de Quito, es el de proponer una herramienta que visualiza las alternativas estratégicas para redefinir el horizonte de la actividad en la parroquia y surge de los problemas y necesidades de los servidores turísticos.

Tiene como objetivo fundamental establecer una estructura organizativa comunitaria que posibilite la gestión de la actividad turística con calidad, para lo cual selecciona las zonas de potencial turístico e identifica los espacios territoriales donde se intervendrá con el proyecto en la mejora de los servicios turísticos creando los espacios para incrementar el ingreso de turistas a las comunidades integradas en la propuesta.

Para ello es necesario articular los productos turísticos y servicios que se generan desde los actores públicos y privados de esta manera se integran las acciones, se manejan las situaciones con mayor eficiencia y eficacia para promover un cambio en la actitud de la gente y consolidar el destino.

Para llegar a este propósito se ha realizado un diagnóstico situacional que ha determinado los lineamientos a seguir, interviniendo simultáneamente sobre la oferta y la demanda de los servicios.

Por el lado de la oferta: a través del fortalecimiento de la asociatividad empresarial de las familias de la parroquia Santiago de Quito, los servidores turísticos y el desarrollo de un producto turístico.

Por el lado de la demanda: promover la comercialización y las alianzas estratégicas con sectores públicos y privados. Para el desarrollo del modelo de gestión administrativa turística es necesario que cada componente se sustente en una idea, con propósitos definidos, identificando a los actores locales, las estrategias generales y los resultados esperados.

Por su parte, las estrategias, base del modelo de gestión, básicamente están definidas por el desarrollo de las capacidades de los servidores turísticos y la calidad de los servicios.

## CAPÍTULO IV.

### 4. EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

##### 4.1.1. Encuesta realizada a los servidores turísticos de la parroquia Santiago de Quito

**Pregunta N° 1** ¿Qué actividad de servicio turístico realiza?

**Cuadro N° 4.1** Actividades turísticas que se realizan en la Parroquia Santiago de Quito.

ACTIVIDADES	NÚMERO	PORCENTAJE
Restaurante	21	58,33%
Alojamiento	5	13,89%
Comunitarios	4	11,11%
Agencias de viajes y operadoras	1	2,78%
Venta de artesanías	5	13,89%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.1** Actividades turísticas que se realizan en la Parroquia Santiago de Quito.



**Fuente:** Cuadro 4.1

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** Los resultados obtenidos en la encuesta sobre el tipo de actividad turística que se realiza en la Parroquia Santiago de Quito son los siguientes: 58,33% son restaurantes, el 13,89% Alojamiento, 13,89% venta de artesanías, 11,11% turismo comunitario 2,78% agencias de viajes.

**Interpretación.-** Como se puede observar del análisis de esta pregunta la mayoría de los servidores turísticos están orientados a la actividad de restauración, las actividades de alojamiento y ventas de artesanías tiene igual porcentaje, se observa un bajo porcentaje en turismo comunitario y solamente funciona una agencia de viajes.

**Pregunta N° 2** ¿Qué tiempo lleva realizando la actividad Turística?

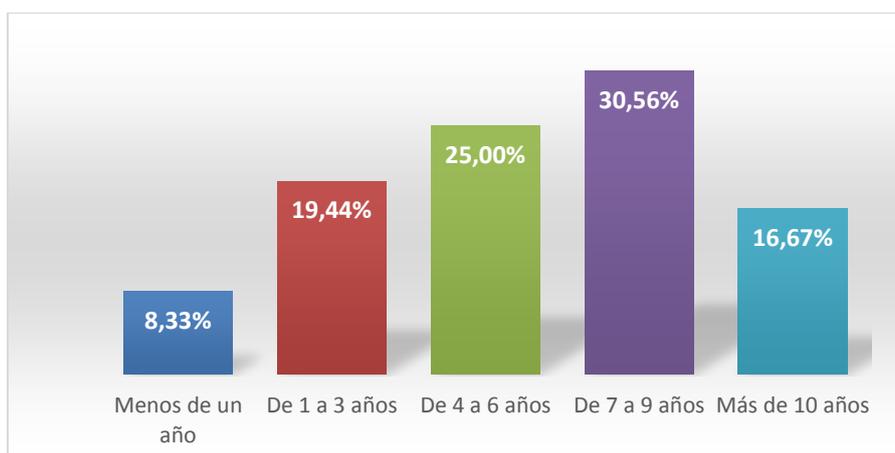
**Cuadro N° 4.2** Tiempo de actividad turística.

<b>TIEMPO</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Menos de un año</i>	3	8,33%
<i>De 1 a 3 años</i>	7	19,44%
<i>De 4 a 6 años</i>	9	25,00%
<i>De 7 a 9 años</i>	11	30,56%
<i>Más de 10 años</i>	6	16,67%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.2** Tiempo de actividad turística.



**Fuente:** Cuadro 4.2

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** Sobre el tiempo que los servidores turísticos viene realizando sus actividades los resultados son los siguientes: menos de un año 8,33%, de una año a tres años 19,44% de 4 a seis años 25%; de 7 a 9 años 30,56%, y de más de 10 años el 16.67%

**Interpretación.-** Del resultado del análisis se puede asegurar que la mayor parte de la actividad turística en la Parroquia Santiago de Quito se viene realizando desde hace 4 a 9 años atrás.

**Pregunta N° 3** ¿La Planificación del Turismo en la Parroquia Santiago de Quito es?

**Cuadro N° 4.3** Calidad de la Planificación Turística.

<i>CATEGORÍAS</i>	<i>NÚMERO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Excelente</i>	2	5,56%
<i>Muy Buena</i>	4	11,11%
<i>Buena</i>	16	44,44%
<i>Regular</i>	9	25,00%
<i>Mala</i>	5	13,89%
<i>Total</i>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.3** Calidad de la Planificación Turística.



**Fuente:** Cuadro 4.3

**Elaborado por:** Lorena Arias.

**Análisis.-** Sobre la calidad de la Planificación turística que se hace en la Parroquia Santiago de Quito, los resultados obtenidos son los siguientes 5,56% de los encuestados aseguran que es excelente, 11,11% muy buena, 44,44% buena, 25% regular y 13,89% mala.

**Interpretación.-** De las categorías analizadas, se ha podido establecer que la percepción de los servidores turísticos tiene la tendencia de buena a regular, siendo muy escaso el porcentaje de excelente y muy bueno y considerable el de mala planificación turística.

**Pregunta N° 4** ¿La organización del Turismo en la Parroquia Santiago de Quito es?

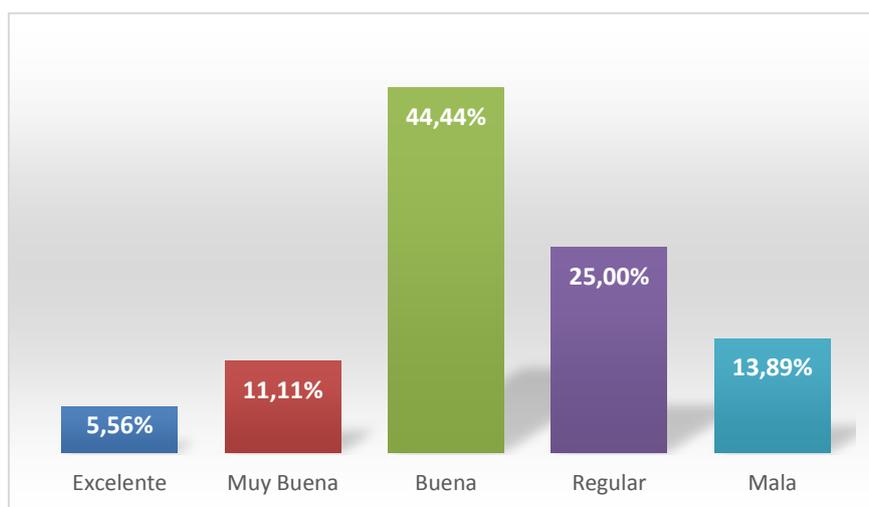
**Cuadro N° 4.4 Calidad de la Organización.**

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Excelente</i>	1	2,78%
<i>Muy Buena</i>	3	8,33%
<i>Buena</i>	16	44,44%
<i>Regular</i>	11	30,55%
<i>Mala</i>	5	13,89%
<i>Total</i>	<b>36</b>	100%

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.4 Calidad de la Organización.**



**Fuente:** Cuadro 4.4

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** Sobre la calidad de organización los resultados son los siguientes 5,56% excelente, 11,11% muy buena, 44,44% buena, 25% regular, 13,89% mala.

**Interpretación.-** La percepción de los servidores turísticos sobre la calidad de organización de la actividad turística refleja que si bien es cierto existe preocupación para mejorar las condiciones de la actividad turística no se hacen esfuerzos significativos al respecto.

**Pregunta N° 5** ¿La Dirección de las actividades turísticas en la Parroquia Santiago de Quito es?

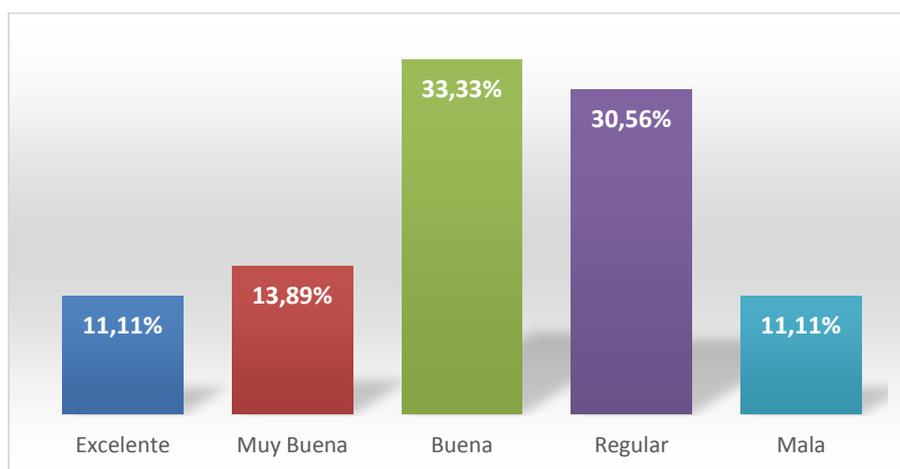
**Cuadro N° 4.5** Calidad en la dirección

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Excelente</i>	4	11,11%
<i>Muy Buena</i>	5	13,89%
<i>Buena</i>	12	33,33%
<i>Regular</i>	11	30,56%
<i>Mala</i>	4	11,11%
<i>Total</i>	<b>36</b>	100%

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.5** Calidad en la dirección



**Fuente:** Cuadro 4.5

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** Sobre la calidad en la dirección de la actividad turística los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los servidores turísticos es la siguiente: 1,11% de los encuestados aseguran que es excelente, en igual porcentaje que es mala, 13,89% muy buena, 33,33% buena, 30,56% regular.

**Interpretación.-** De los resultados obtenidos en el análisis se puede demostrar que la percepción sobre la calidad de la dirección de los servidores turísticos tiene su mayor porcentaje en las categorías de buena a regular.

**Pregunta N° 6** ¿Las actividades de control de las autoridades en el turismo en la Parroquia Santiago de Quito a su criterio son?

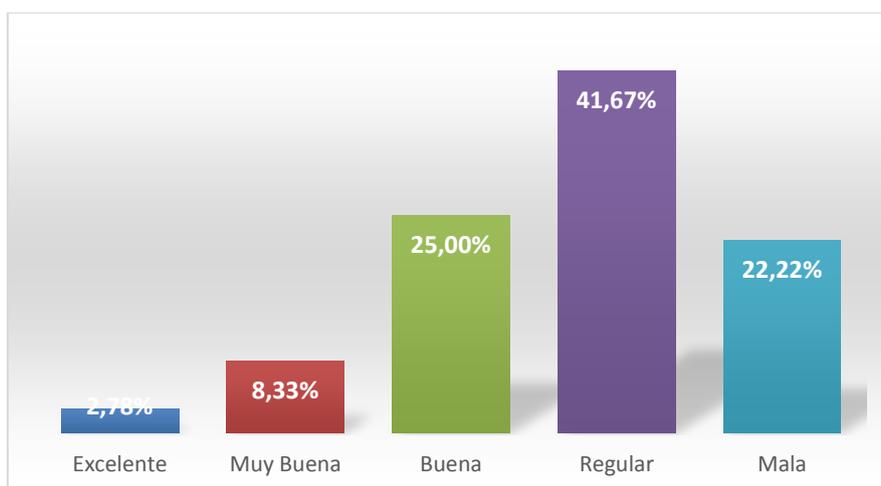
**Cuadro N° 4.6 Calidad en las actividades de control del turismo.**

<i>CATEGORÍAS</i>	<i>NÚMERO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Excelente</i>	1	2,78%
<i>Muy Buena</i>	3	8,33%
<i>Buena</i>	9	25,00%
<i>Regular</i>	15	41,67%
<i>Mala</i>	8	22,22%
<i>Total</i>	<b>36</b>	100%

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.6 Calidad en las actividades de control del turismo.**



**Fuente:** Cuadro 4.6

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** La calidad de las actividades de control del turismo de acuerdo a la percepción de los servidores turísticos es la siguiente: 2,78% excelente, 8,33% muy buena, 25,00% buena, 41,67% regular y 22,22% mala.

**Interpretación.-** Del resultado del análisis se puede decir que los servidores turísticos perciben el control como regular, esto es que la actividad se desarrolla de forma desorganizada.

**Pregunta N° 7** ¿Considera que la infraestructura turística y el equipamiento con el que Usted da los servicios es?

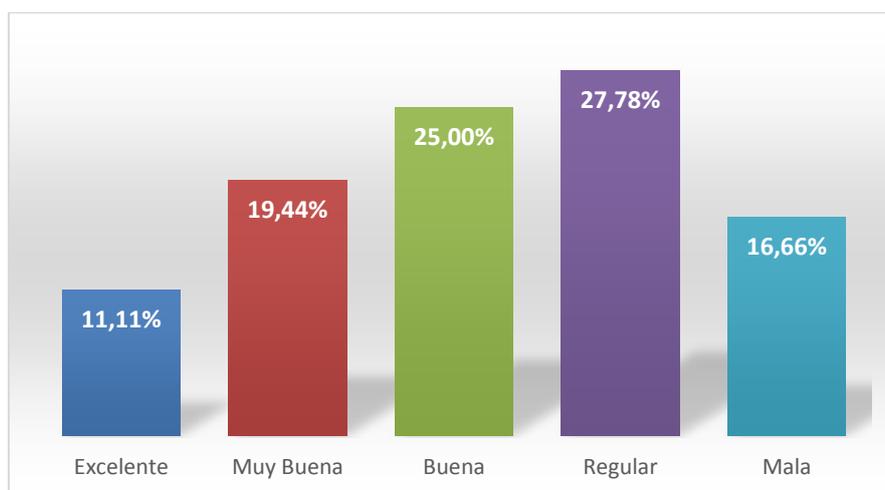
**Cuadro N° 4.7** Calidad en la infraestructura y el equipamiento turístico.

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Excelente</i>	4	11,11%
<i>Muy Buena</i>	7	19,44%
<i>Buena</i>	9	25,00%
<i>Regular</i>	10	27,78%
<i>Mala</i>	6	16,66%
<i>Total</i>	<b>36</b>	100%

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.7** Calidad en la infraestructura y el equipamiento turístico.



**Fuente:** Cuadro 4.7

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** Sobre la calidad del equipamiento y la infraestructura turística los resultados son los siguientes 11.11% asegura que es excelente, 19,44% Muy buena, 25,00% buena, 27,78% regular y 16,66% mala.

**Interpretación.-** Desde la perspectiva de los servidores turísticos la percepción que tienen sobre su equipamiento e infraestructura, refleja disconformidad, sin embargo lo criterios son diversos, en función del valor que tienen como fuente de ingresos.

**Pregunta N° 8** ¿A su criterio el servicio que Usted da a los turistas es?

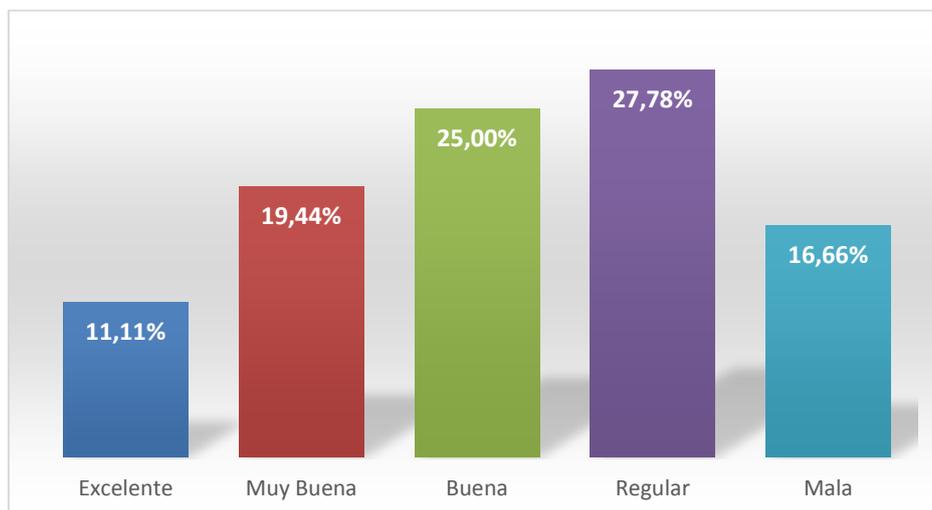
**Cuadro N° 4. 8 El servicio dado a los turistas.**

<i>CATEGORÍAS</i>	<i>NÚMERO</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Excelente</i>	6	16,67%
<i>Muy Buena</i>	9	25,00%
<i>Buena</i>	14	38,89%
<i>Regular</i>	7	19,44%
<i>Mala</i>	0	0,00%
<i>Total</i>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.8 El servicio dado a los turistas.**



**Fuente:** Cuadro 4.8

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** Sobre el servicio ofrecido a los turistas los resultados son los siguientes 11,11% excelentes, 19,44% muy bueno, 25% bueno, 27,78% regular y 16,66% mala.

**Interpretación.-** La percepción de los servidores depende mucho de la calidad con la que perciben su actividad y el perfil de las personas que los visitan, sin embargo se puede observar un alto porcentaje de los encuestados que aceptan la condición de sus servicios.

**Pregunta N° 9.** ¿El nivel de conocimientos que Usted y su personal tienen para el servicio Turístico es?

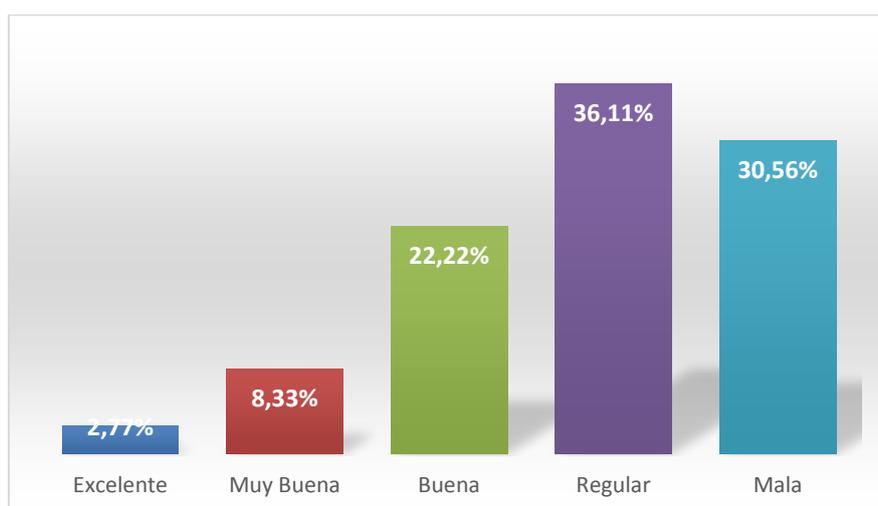
**Cuadro N° 4.9 Nivel de conocimientos en el servicio turístico.**

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Excelente</i>	1	2,77%
<i>Muy Buena</i>	3	8,33%
<i>Buena</i>	8	22,22%
<i>Regular</i>	13	36,11%
<i>Mala</i>	11	30,56%
<i>Total</i>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.9 Nivel de conocimientos en el servicio turístico.**



**Fuente:** Cuadro 4.9

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** Sobre el nivel de conocimientos que poseen los servidores turísticos los resultados obtenidos son los siguientes: 2,77% excelentes conocimientos, 8,33% muy buenos, 22,22% buenos, 36,11% regulares, 30,56% malos.

**Interpretación.-** De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede observar que la mayoría de los servidores turísticos de La Parroquia Santiago de Quito aceptan tener conocimientos elementales sobre la actividad turística.

**Pregunta N° 10** ¿La Promoción que se realiza para el Turismo en la Parroquia Santiago de Quito es?

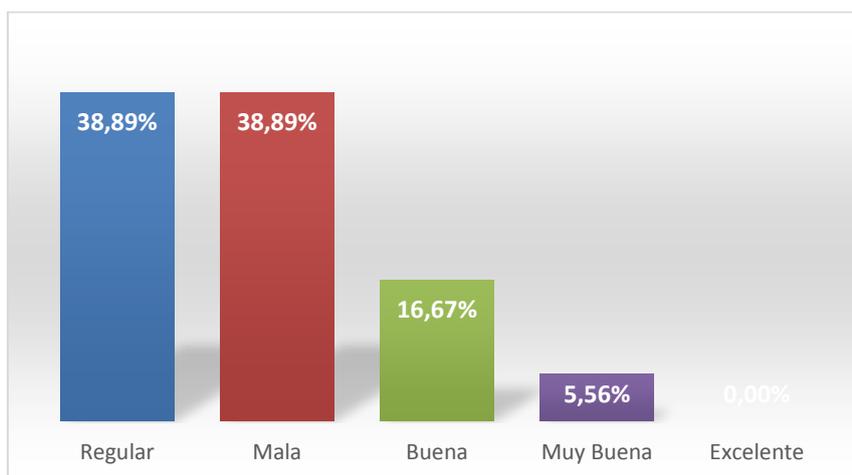
**Cuadro N° 4.10. Calidad de Promoción**

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Excelente</i>	0	0,00%
<i>Muy Buena</i>	2	5,56%
<i>Buena</i>	6	16,67%
<i>Regular</i>	14	38,89%
<i>Mala</i>	14	38,89%
<i>Total</i>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.10 Calidad de Promoción**



**Fuente:** Cuadro 4.10

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** Sobre la calidad de promoción turística que se realiza en la Parroquia Santiago de Quito los entrevistados aseguran que es regular e, 38,89%, en el mismo porcentaje que mala, buena 16,68%, muy buena 5,56% y no existen opiniones para excelente.

**Interpretación.-** De los resultados obtenidos en el análisis de la calidad de promoción la mayoría de los servidores turísticos aseguran que es mala o regular, considerándose este un indicador de las necesidades de los servidores para la parroquia.

**Pregunta N° 11** ¿A su criterio, la condición de los atractivos turísticos de La Parroquia Santiago de Quito es?

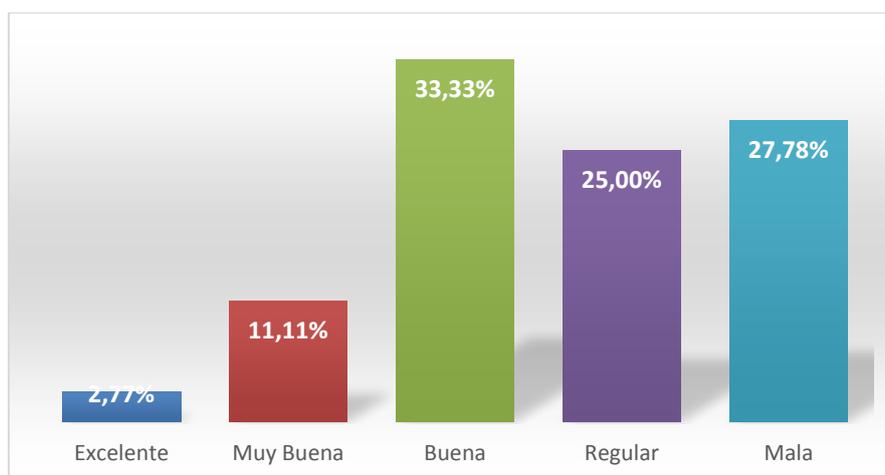
**Cuadro N° 4.11. Calidad de los atractivos turísticos**

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Excelente</i>	1	2,77%
<i>Muy Buena</i>	4	11,11%
<i>Buena</i>	12	33,33%
<i>Regular</i>	9	25,00%
<i>Mala</i>	10	27,78%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.11 Calidad de los atractivos turísticos**



**Fuente:** Cuadro 4.11

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** Sobre la calidad de los atractivos turísticos los encuestados opinan que 2,77% es excelente, 11,11% muy buena, 33,33% buena, 25,00% regular y 27,78% mala.

**Interpretación.-** De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis el criterio de la mayoría de servidores turísticos es que los atractivos tienen buena calidad con tendencia a regular y mala.

**Pregunta N° 12** ¿Las Facilidades turísticas en la Parroquia Santiago de Quito son?

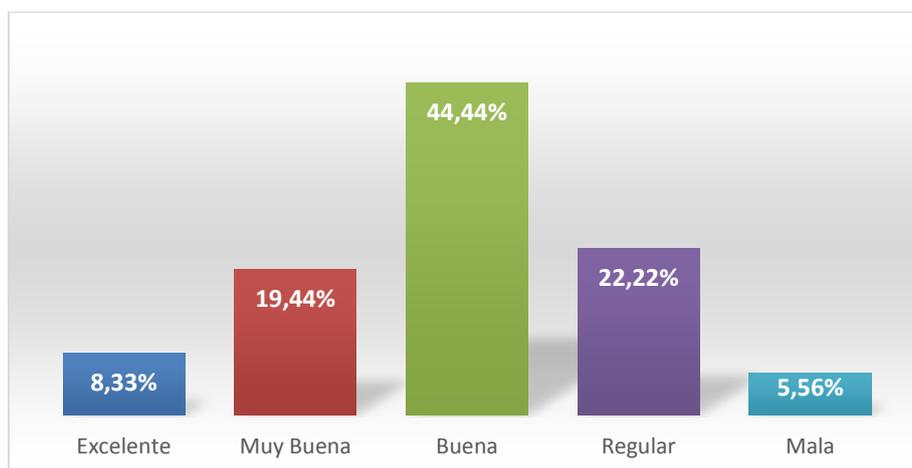
**Cuadro N° 4.12** Calidad de las facilidades turísticas.

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Excelente</i>	3	8,33%
<i>Muy Buena</i>	7	19,44%
<i>Buena</i>	16	44,44%
<i>Regular</i>	8	22,22%
<i>Mala</i>	2	5,56%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.12** Calidad de las facilidades turísticas.



**Fuente:** Cuadro 4.12

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** En lo que se refiere a la calidad de las facilidades turísticas los resultados obtenidos de la encuesta a los servidores turísticos es la siguiente: excelente 8,33%, muy buena 19,44%, buena 44,44%, regular 22,22%, mala 5,56%.

**Interpretación.-** La percepción de los encuestados refleja que la las facilidades para la actividad turística son buenas, repartiéndose la tendencia de forma equilibrada hacia los resultados positivos y negativos en facilitación, por lo que se establece como un criterio bastante subjetivo.

**Pregunta N° 13** ¿Los servicios en los atractivos turísticos son?

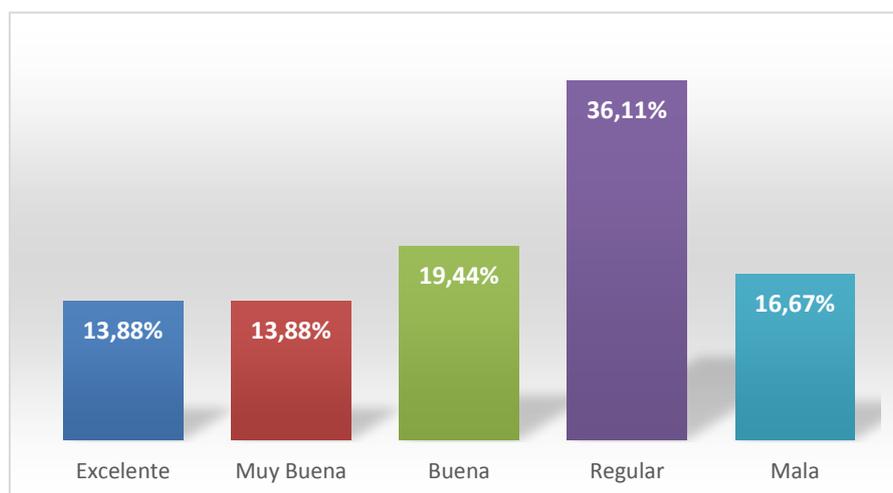
**Cuadro N° 4.13** Calidad de los servicios en los atractivos turísticos

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Excelente</i>	5	13,88%
<i>Muy Buena</i>	5	13,88%
<i>Buena</i>	7	19,44%
<i>Regular</i>	13	36,11%
<i>Mala</i>	6	16,67%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.13** Calidad de los servicios en los atractivos turísticos



**Fuente:** Cuadro 4.13

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** Sobre la calidad de los servicios en los atractivos turísticos los resultados obtenidos son los siguientes: 13,88% excelente y muy buena, 19,44% buena, 36,11% regular y 16,67% mala

**Interpretación.-** El criterio de los servidores turísticos, es de que, los servicios en los atractivos son regulares en su mayoría, con mayor tendencia hacia buenos, de acuerdo a este resultado los encuestados aceptan las falencias existentes.

**Pregunta N° 14** ¿En su percepción la imagen turística de la Parroquia Santiago de Quito que tienen los turistas es?

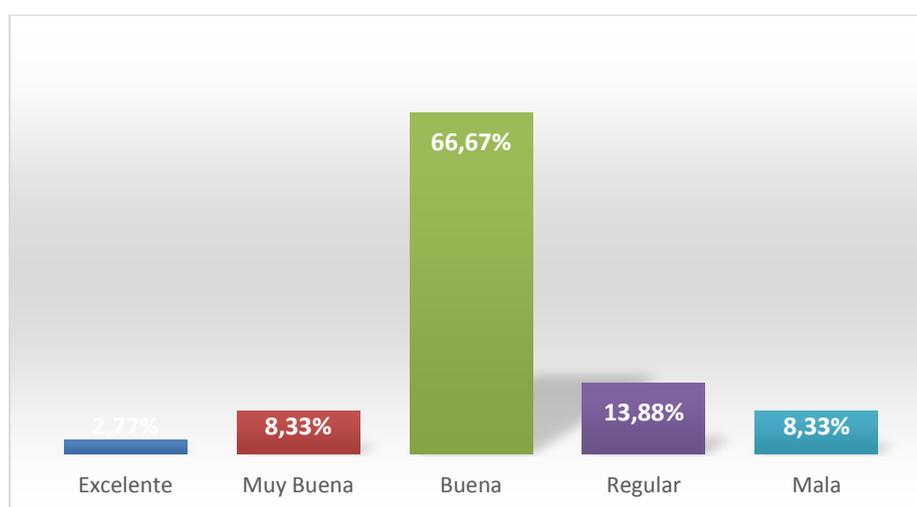
**Cuadro N° 4.14** Percepción de la imagen turística

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Excelente</i>	1	2,77%
<i>Muy Buena</i>	3	8,33%
<i>Buena</i>	24	66,67%
<i>Regular</i>	5	13,88%
<i>Mala</i>	3	8,33%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4.14** Percepción de la imagen turística



**Fuente:** Cuadro 4.14

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Análisis.-** De la percepción que los servidores turísticos tienen de la opinión de los turistas sobre la parroquia Santiago de Quito es la siguiente: 2,77% excelente, 8,33% muy Buena, 66,67% buena, 13,88% regular y 8,33% mala.

**Interpretación.-** De los criterios emitidos por los encuestados sobre la percepción de la opinión de los turistas sobre la parroquia se puede observar muy claramente que el criterio mayoritario es bueno con tendencia a regular.

**Pregunta N° 4.15** ¿Los precios de los servicios turísticos son?

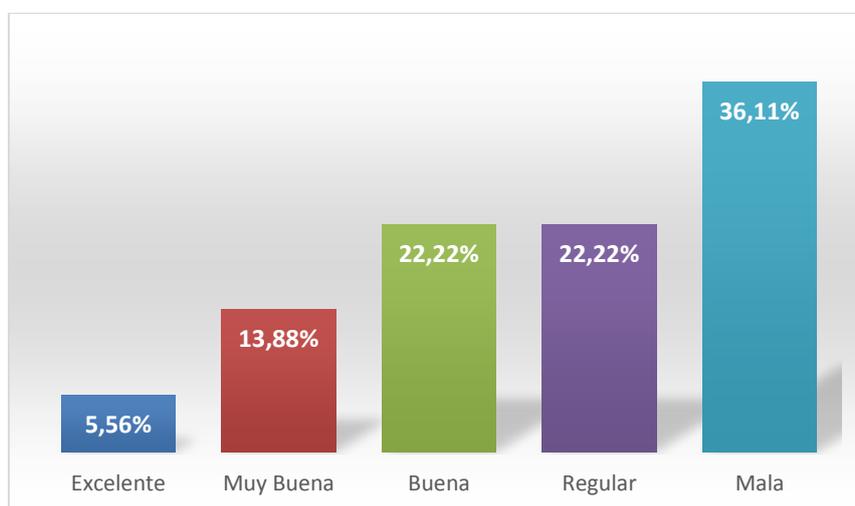
**Cuadro N° 4.15** Los precios de los servicios turísticos.

<b>CATEGORÍAS</b>	<b>NÚMERO</b>		<b>PORCENTAJE</b>
<i>Excelente</i>	2		5,56%
<i>Muy Buena</i>	5		13,88%
<i>Buena</i>	8		22,22%
<i>Regular</i>	8		22,22%
<i>Mala</i>	13		36,11%
<b>Total</b>	<b>36</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a los servidores turísticos.

**Elaborado por:** Lorena Arias

**Gráfico N° 4. 15** Los precios de los servicios turísticos.



**Fuente:** Cuadro 4.15

**Elaborado por:** Lorena Arias

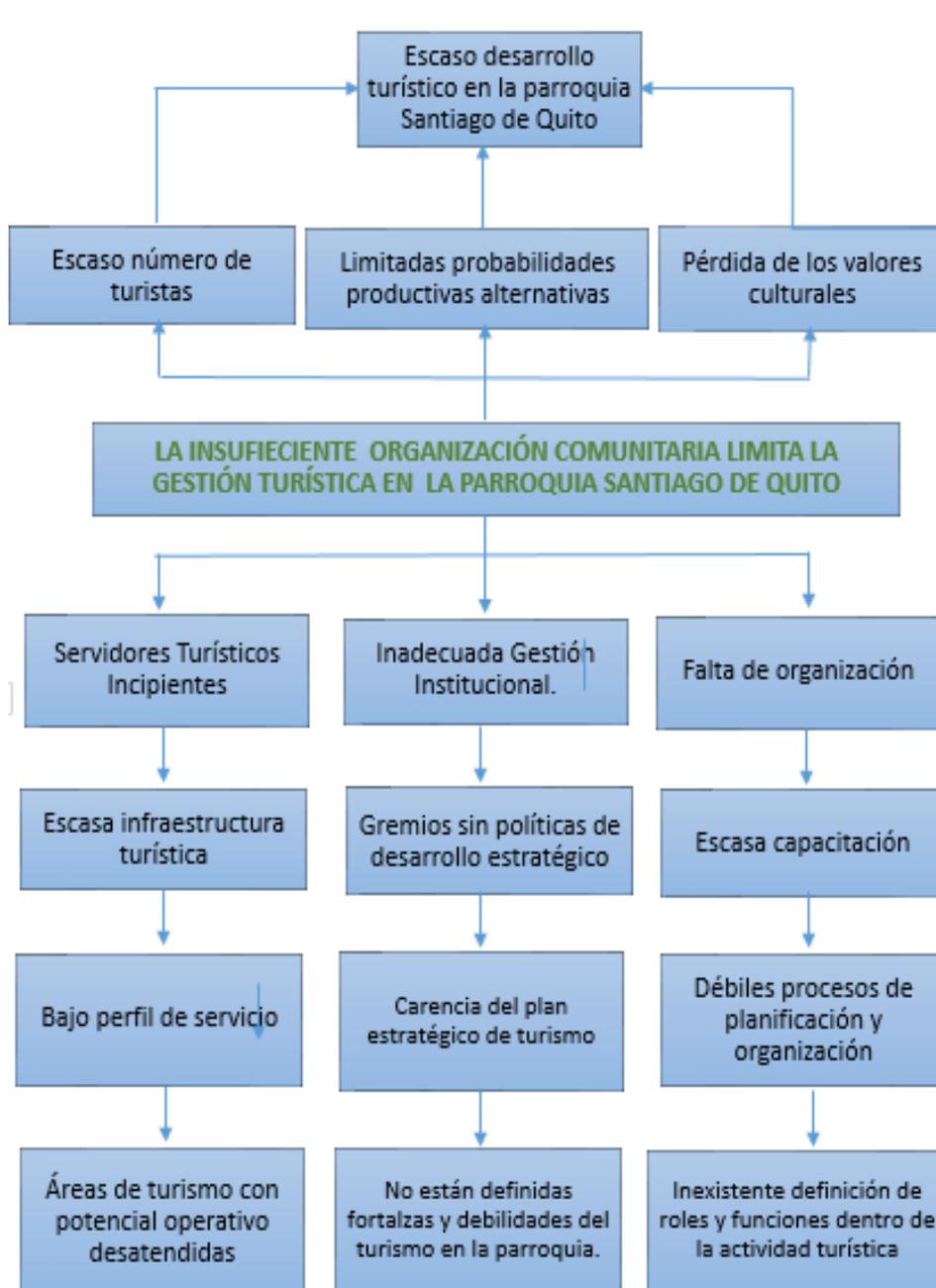
**Análisis.-** La apreciación de los encuestados sobre los precios de los servicios turísticos es el siguiente: 5,56% excelente, 13,88% muy bueno, 22,22% bueno, y regular en el mismo porcentaje y 36,11% malo.

**Interpretación.-** Los criterios de los encuestados sobre los precios, reflejan su inconformidad con respecto a lo que se le está cobrando a los turistas,, un porcentaje bastante importante consideran que estos precios son buenos y regulares, pero en muy poco porcentaje los consideran muy buenos o excelentes.

#### 4.1.2. Análisis de la problemática turística de la Parroquia Santiago de Quito.

##### 4.1.2.1. Identificación de problemas en la organización comunitaria.

Gráfico N° 4.16. Árbol de Problemas de la Organización Comunitaria.



Fuente: Asambleas de Cabildo.

Elaborado por: Lorena Arias

**Interpretación.-** La organización comunitaria de la Parroquia Santiago de Quito está desvinculada de la actividad del turismo, restringiendo la gestión de la actividad de forma considerable, se han detectado cuatro aspectos fundamentales relacionados a este problema, en primer lugar la relación de la comunidad con los servicios turísticos encontrándose una escasa infraestructura turística, que apenas cumple con los requerimientos mínimos para operar, a pesar de que en la parroquia se han realizado una serie de intervenciones por parte de organizaciones privadas y sobre todo de la municipalidad, no ha existido una respuesta afirmativa de la gente, como tampoco se han sistematizado estas experiencias para establecer cuáles son las causas del problema.

En este aspecto es importante resaltar dos factores sustanciales que no han sido considerados, las áreas de potencial turístico están totalmente desatendidas presentándose un riesgo latente para el turista y el bajo perfil de servicios que no satisface los requerimientos mínimos para una buena atención por lo que se establece que los servicios turísticos son incipientes.

En cuanto a la organización de las comunidades en relación con la actividad turística se han identificado los siguiente problemas, existe un alto grado de desmotivación en la gente en relación con la actividad turística, se han encontrado algunas inconsistencias en la aplicación del marco legal vigente para la actividad dentro de la parroquia, lo que ha generado la inexistencia de definición de roles y funciones dentro de la actividad turística, teniéndose como consecuencia débiles proceso de planificación y organización turística.

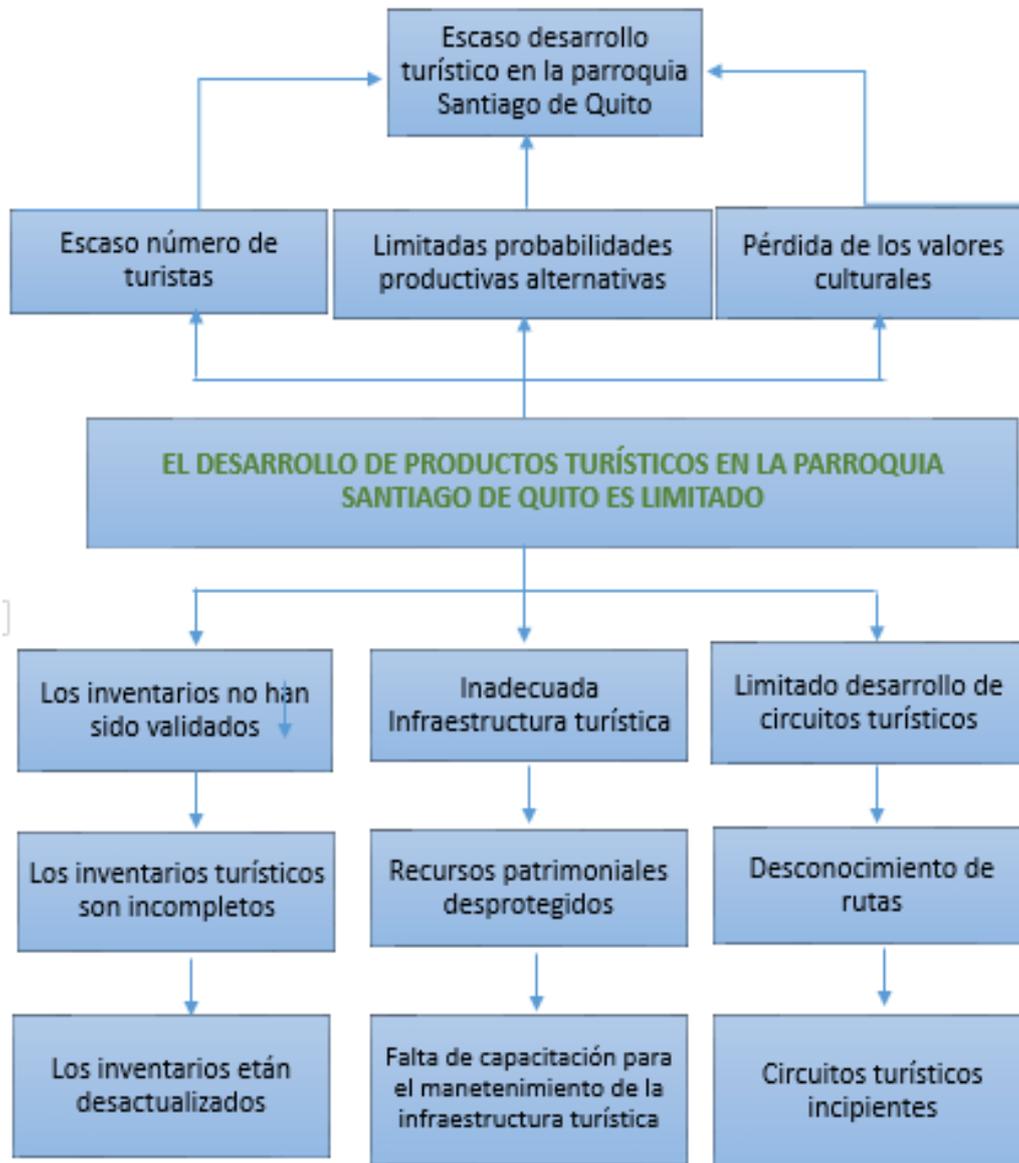
Limitada información para los líderes comunitarios en el desarrollo de la actividad turística, como tampoco se ha realizado un levantamiento adecuado de la información referente a los servidores turísticos, y los potenciales espacios para la implementación de emprendimientos, los habitantes de Santiago de Quito carecen de la información necesaria como para ver en el turismo un potencial alternativo de desarrollo económico para sus habitantes.

Finalmente se ha realizado un análisis de la gestión comunitaria e institucional relacionada con la actividad , las autoridades de la Parroquia han tenido al turismo como bandera de lucha para sus propuestas políticas, sin embargo al asumir sus competencias,

son escaso los esfuerzos que se han hecho para mejorar la actividad, por lo que no existen políticas institucionales o comunitarias claramente definidas al respecto, en consecuencia tampoco existe un diagnóstico situacional concreto de la situación del turismo en la Parroquia Santiago de Quito, es importante mencionar que los “gremios” tampoco han tenido ninguna injerencia en el desarrollo turístico de la parroquia.

#### 4.1.2.2. Identificación de problemas en el desarrollo del producto.

Gráfico N° 4.17. Árbol de problemas del Desarrollo del Producto



**Fuente:** Asambleas de Cabildo  
**Elaborado por:** Lorena Arias

**Interpretación.-** Sobre el desarrollo de productos turísticos en la Parroquia Santiago de Quito, se han podido establecer los siguientes problemas: Al tratar de determinar los atractivos turísticos de la Parroquia Santiago de Quito, se encontraron varios inventarios turísticos, lastimosamente todos ellos estaban desactualizados, con más de seis años de haber sido realizados, los inventarios turísticos encontrados contienen información demasiado limitada, por otro lado no han sido validados por operadores turísticos como para poner en valor los atractivos propuestos en estos documentos, lo que se ha hecho es una simple descripción de los sitios.

Al no haberse establecido con claridad los atractivos turísticos existentes por falta de un mapeo relacionado con la inventariación, no existe un reconocimiento adecuado de las áreas y los recursos potencialmente turísticos, por otro lado es evidente la pérdida de identidad por falta del reconocimiento de los valores naturales y culturales.

Por la falta una conciencia clara sobre los valores culturales y naturales de la parroquia Santiago de Quito, ha resultado complejo que los habitantes hayan propuesto alternativas de planes de negocios, ahora bien, una importante carga de responsabilidad también recae sobre la planificación turística realizada desde el GAD de Colta y otras instancias de gobernación de la Parroquia y de las comunidades, que no han manejado adecuadamente sus políticas institucionales en relación al turismo, generándose inercia frente a la necesidad de promover acciones para la integración de las actividades turísticas en relación con el desarrollo productivo de la parroquia, uno de los factores que ha incidido en esta falta de interés es la escasa capacitación en planes de negocios.

Es importante mencionar también que el escaso desarrollo planificado del turismo en la parroquia ha hecho que tampoco se hagan esfuerzos por mejorar los atractivos culturales y naturales, como tampoco se han implementado planes para el mejoramiento de la infraestructura de los servicios turísticos, que apenas tienen las condiciones mínimas para recibir turistas, siendo que la parroquia tiene importantes atractivos de valor patrimonial y paisajístico.

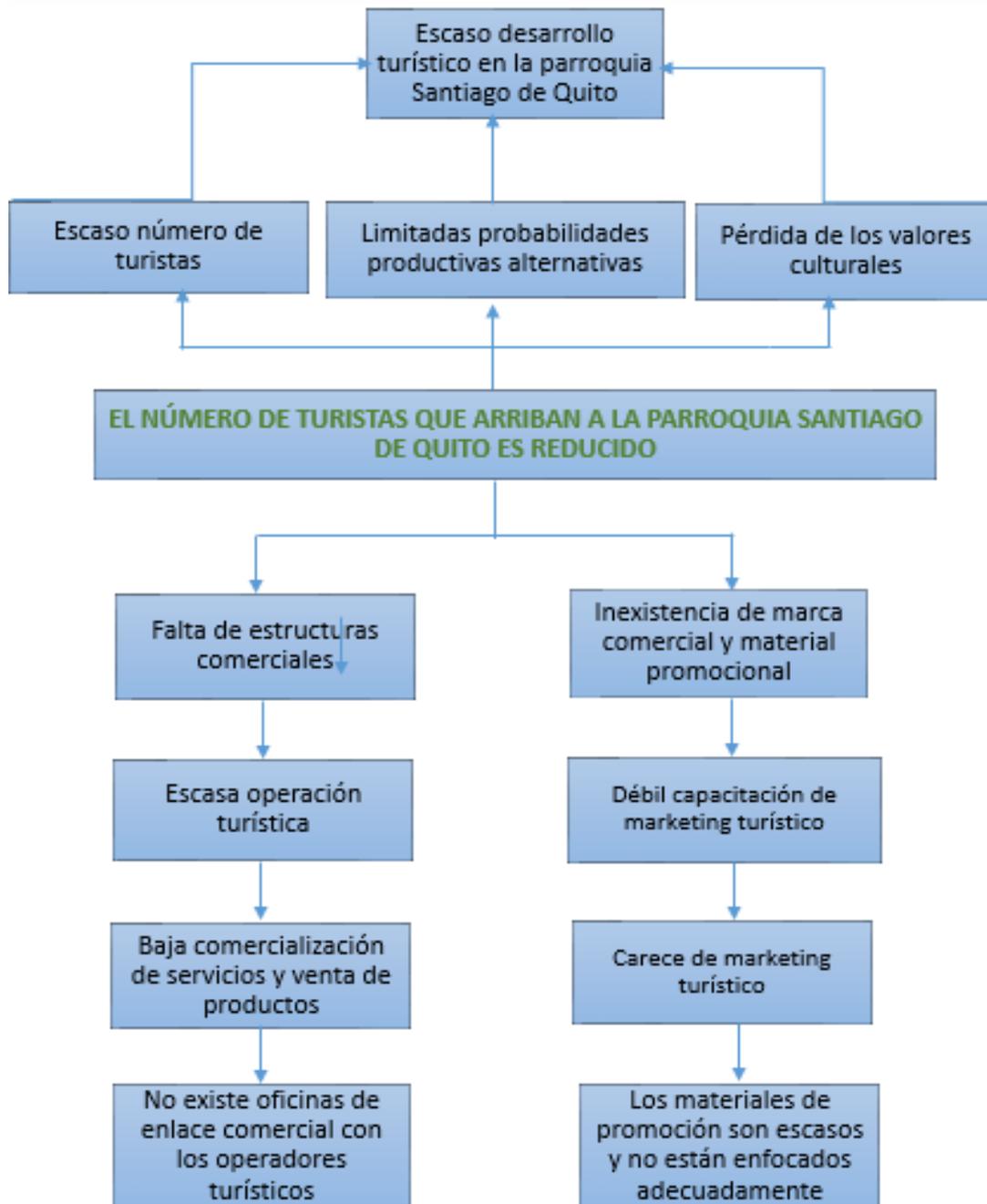
También es importante resaltar como problema que se han creado falsas expectativas en las comunidades sobre el turismo, y que los habitantes de la parroquia tienen una percepción un tanto distorsionada de lo que es el turismo y lo que implica. De ahí que

en la parroquia Santiago de Quito existan circuitos turísticos de incipiente creación y muy escaso funcionamiento.

La operación turística requiere de la validación de los operadores, situación que solamente se ha dado de forma empírica por parte de los pocos intermediarios que comercializan el producto Santiago de Quito, esto como efecto de las limitaciones expuestos anteriormente.

### 4.1.2.3. Identificación de problemas del proceso de comercialización.

Gráfico N° 4.18. Árbol de problemas del Proceso de comercialización



Fuente: Asambleas de Cabildo  
Elaborado por: Lorena Arias.

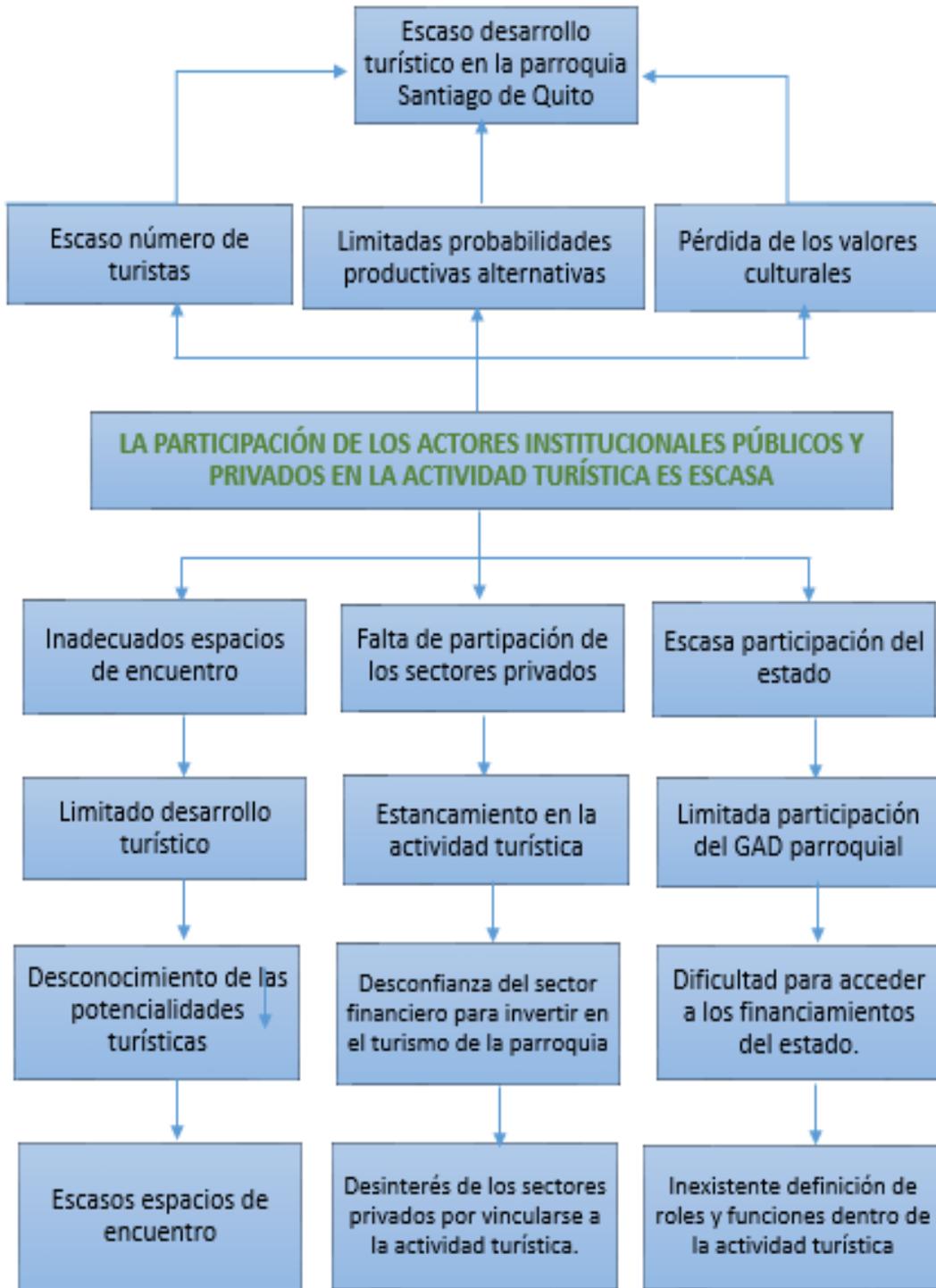
**Interpretación.-** El proceso de comercialización está sujeto a la existencia del producto, al ser este incipiente, el número de turistas que arriban a la parroquia Santiago de Quito es reducido, esto es el efecto de la estructura comercial del producto turístico que se maneja en la parroquias, y tiene como causas principales la inexistencia de oficinas de enlace comercial con los operadores turísticos, aspecto trascendental para la venta del producto, ya que son estas empresas las que establecen los nexos para que turistas nacionales y extranjeros accedan al destino, evidentemente la limitada presencia de productos, la inestabilidad en los servicios no permiten una adecuada operación.

En lo que se refiere a la marca comercial, se ha establecido que la parroquia Santiago de Quito no tiene una marca comercial definida, los materiales promocionales que se hacen del sector son escasos y no están adecuadamente enfocados a los atractivos y recursos turísticos, haciendo énfasis en situaciones que favorecen a otros destinos, tampoco existe una página web elaborada específicamente para la promoción turística de la parroquia.

El último factor analizado y relacionado a la comercialización se refiere a la débil capacitación en marketing turístico que han recibido los pobladores de la parroquia, que ha sido esporádica y manejada con contenidos desarticulados de la estructura turística de la parroquia y que no responden a las condiciones de manejo que se requieren.

4.1.2.4. Identificación de problemas en las coyunturas para el desarrollo turístico

Gráfico N° 4.19 Arbol de problemas para el desarrollo turístico.



Fuente: Asambleas de Cabildo  
Elaborado por: Lorena Arias.

**Interpretación.-** Sobre la participación de los actores institucionales en la actividad turística de la parroquia Santiago de Quito los problemas detectados fueron los siguientes: en primer lugar se puede mencionar la dificultad que tienen los servidores turísticos y otros actores en establecer e identificar a los actores públicos y privados involucrados en la actividad turística ya que no se han establecido las herramientas estratégicas para lograr este propósito, rezagándose por esta situación los procesos de desarrollo turístico, teniendo como efecto un bajo impacto en el desarrollo turístico.

Para la consolidación de las relaciones inter institucionales que apoyan al turismo se establece la necesidad de generar espacios de concertación y encuentro, que para el fomento del turismo en la parroquia Santiago de Quito son muy escasos, esto hace que las actividades emprendidas no se hagan sobre bases sólidas y se trabaja de forma aislada y duplicando esfuerzos, esto provoca el desconocimiento del verdadero potencial que tiene la actividad turística en la parroquia y se limite el desarrollo turístico.

En este sentido la participación de los organismos competentes es muy limitada a pesar de que la actividad turística sea considerada por las instituciones de gobernabilidad como un factor importante de desarrollo no se impulsa por la escasa gestión que los organismos seccionales realizan, se establecen políticas pero se coartan las acciones por los limitados financiamientos que se asignan a la actividad, por otro lado la participación operativa de otras instituciones vinculante es escasa por lo que no hay sostenibilidad en la participación pública.

El sector privado, representado por operadores y agentes de financiamiento, no tiene un interés directo por vincularse a la actividad turística de la parroquia, existe desconfianza en el sector financiero por las condiciones en que se maneja la actividad, por otro lado los sectores gremiales no brindan la estabilidad y la confianza para que el sector privado invierta en la parroquia. De esta manera el turismo en la parroquia Santiago de Quito vive un periodo de estancamiento, a pesar de contar con el potencial necesario como para convertirla en un referente para el turismo provincial y nacional.

#### 4.2. Análisis de percepción de Factores clave para la aplicación del Modelo de Gestión administrativa turística de la Parroquia Santiago de Quito.

**Cuadro N° 4.16 Estrategias para mejorar la Oferta Turística.**

Factores clave	Nivel de apreciación	
	Si	No
¿La Identificación de los servidores turísticos potenciales y reales, mejorarán la oferta turística?	9	3
¿Los procesos de sensibilización, mejoraran la oferta turística?	7	5
¿El diseño e implementación de modelos organizacionales, mejorarán la Oferta turística?	9	3
¿El Fortalecimiento Institucional, mejorarán la oferta turística?	11	1
¿El levantamiento y validación de un Inventario de Atractivos Turísticos, mejorarán la oferta turística?	6	6
¿La identificación de la Temática Turística, mejorarán la oferta turística?	10	2
¿El desarrollo de Ideas de Negocios, mejorarán la oferta turística?	11	1
¿Financiamiento y mejora de infraestructura y equipos, mejorarán la oferta Turística?	12	0
¿El desarrollo de circuitos turísticos por potencialidades, mejorarán la oferta turística?	9	3
¿El desarrollo de circuitos turísticos integrados mejorarán, la oferta turística?	9	3
¿La Validación de los productos, mejoraran la oferta turística?	7	5
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>32</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>9,09</b>	<b>2,91</b>

**Fuente:** Entrevista a los actores relacionados con la actividad turística

**Interpretación.-** De la entrevista realizada a 12 representantes de las instituciones vinculadas a la actividad turística en la parroquia Santiago de Quito la mayoría tiene un nivel de apreciación positiva frente a los cuestionamientos propuestos sobre el mejoramiento de la oferta turística, sin embargo existe un número importante de representantes, sobre todo a nivel comunitario que ni creen en las potencialidades del turismo por efecto de los resultados de experiencias negativas pero sobre todo por el incumplimiento de las instituciones vinculadas a la actividad, con especial orientación a los representantes del Gobierno autónomo descentralizado de la parroquia y el GAD del cantón Colta.

**Cuadro N° 4.17 Estrategias propuestas para satisfacer a la Demanda Turística**

Factores clave	Nivel de apreciación	
	Si	No
¿La generación y fortalecimiento de estructuras para la comercialización mejorara el flujo de turistas a la parroquia Santiago d Quito?	7	5
¿La generación de Marca y Material promocional es necesaria para atraer turistas?	11	1
¿La capacitación técnica de mercadeo es necesaria para una mejor promoción y atraer más turistas a la parroquia?	11	1
¿Un mapeo de Actores públicos y privados vinculados con la actividad turística promoverá el ingreso de turistas a la parroquia?	7	5
El establecimiento de espacios formales de articulación para la promoción turística generara flujo de turistas para la parroquia Santiago de Quito?	8	4
¿Alianzas estratégicas con los sectores del Estado vinculados al turismo promoverán el ingreso de turistas a la Parroquia?	6	6
¿Alianza con los sectores privados vinculados al turismo promoverá el ingreso de turistas a la Parroquia?	8	4
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>26</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>8,29</b>	<b>3,71</b>

**Fuente:** Entrevista a los actores relacionados con la actividad turística

**Interpretación.-** De la entrevista realizada a los representantes de los sectores de la parroquia vinculados a la actividad turística , la mayoría están de acuerdo con las estrategias propuesta, sin embargo, y como se había analizado en los resultados de las estrategias de la oferta un cierto sector de las personas vinculadas a la actividad turística no están de acuerdo con algunas estrategias, sobre todo con aquellas relacionadas a la participación de las instituciones públicas, ya que de acuerdo a los criterios de los entrevistados, se han hecho una gran cantidad de ofrecimientos que jamás han sido cumplidos.

### 4.3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

#### 4.2.1 Comprobación de la hipótesis específica N° 1

Para la comprobación de la hipótesis específica N° 1 se realizó el estadístico de Chi cuadrado, con los resultados de la encuesta de las preguntas N° 3, N° 4, N° 5, N° 6 y N° 7 que están relacionadas a la percepción de los servidores turísticos con respecto a la gestión administrativa del sector turístico.

##### a) Enunciado de la Hipótesis específica N° 1

Ho= La situación actual de la gestión administrativa de turismo en la parroquia Santiago de Quito no responde a las necesidades de los emprendimientos.

Hi= La situación actual de la gestión administrativa de turismo en la parroquia Santiago de Quito responde a las necesidades de los emprendimientos.

##### b) Tabla de contingencia y frecuencia observada.

**Cuadro N° 4.18 Tabla de contingencia, percepción de atención al cliente**

Categoría	Pregunta N° 3	Pregunta N° 4	Pregunta N° 5	Pregunta N° 6	Pregunta N° 7	Total
Excelente	2	1	4	1	4	12
Muy Buena	4	3	5	3	7	22
Buena	16	16	12	9	9	62
Regular	9	11	11	15	10	56
Mala	5	5	4	8	6	28
	36	36	36	36	36	180

Elaborado por: Lorena Arias

**Cuadro N° 4.19 Tabla de Frecuencia esperada, percepción de la atención al cliente**

<b>Categoría</b>	<b>Pregunta N° 3</b>	<b>Pregunta N° 4</b>	<b>Pregunta N° 5</b>	<b>Pregunta N° 6</b>	<b>Pregunta N° 7</b>	<b>Total</b>
<b>Excelente</b>	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	12
<b>Muy Buena</b>	4,4	4,4	4,4	4,4	4,4	22
<b>Buena</b>	12,4	12,4	12,4	12,4	12,4	62
<b>Regular</b>	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	56
<b>Mala</b>	5,6	5,6	5,6	5,6	5,6	28
	36	36	36	36	36	180

Elaborado por: Lorena Arias

**c) Nivel de significancia y grados de libertad**

Nivel de significancia  $\alpha$  0,05

GL (F-5) (C-5)

GL (5-1) (5-1)

GL (4) (4)

GL = 16

$X^2_{\text{tabla}} = 26,3$

**d) Planteamiento de la prueba estadística.**

La prueba estadística a aplicar es Chi Cuadrado ( $X^2$ )

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

**Donde:**

$X^2$  = Chi Cuadrado

O = Frecuencia Esperada

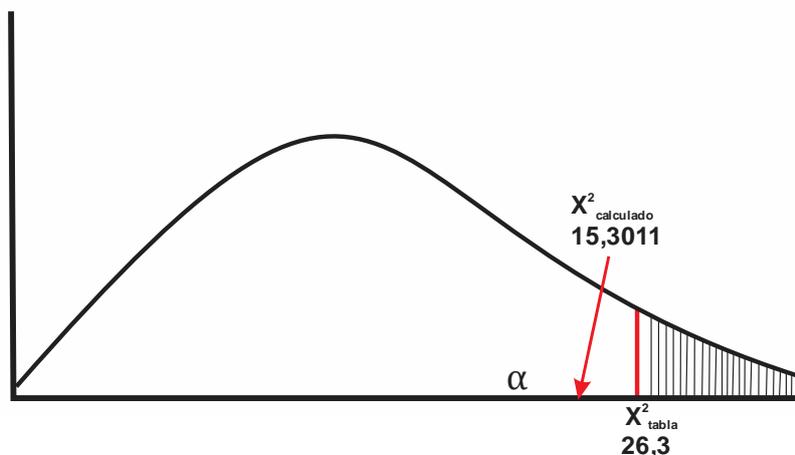
E = Frecuencia Esperada

**Cuadro N° 4.20 Cálculo de Chi Cuadrado percepción de atención al cliente**

O	E	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$
2	2,4	-0,4	0,16	0,0666
4	4,4	-0,4	0,16	0,0666
16	12,4	3,6	12,96	1,0451
9	11,2	-2,2	4,84	0,4320
5	5,6	-0,6	0,36	0,0640
1	2,4	-1,4	1,96	0,8166
3	4,4	-1,4	1,96	0,8166
16	12,4	3,6	12,96	1,0451
11	11,2	0,2	0,04	0,0035
5	5,6	-0,6	0,36	0,0642
4	2,4	1,6	2,56	1,0666
5	4,4	0,6	0,36	0,0642
12	12,4	-0,4	0,16	0,0666
11	11,2	0,2	0,04	0,0035
4	5,6	-1,6	2,56	1,0666
1	2,4	-1,4	1,96	0,8166
3	4,4	-1,4	1,96	0,8166
9	12,4	-3,4	11,56	0,9322
15	11,2	3,8	14,44	1,2892
8	5,6	2,4	5,76	1,0285
4	2,4	1,6	2,56	1,0666
7	4,4	2,6	6,76	1,5363
9	12,4	-3,4	11,56	0,9322
10	11,2	-1,2	1,44	0,1285
6	5,6	0,4	0,16	0,0666
				15,3011

Elaborado por: Lorena Arias.

**Gráfico N° 4.20 Comprobación hipótesis específica N° 1**



Elaborado por: Lorena Arias.

#### e) Decisión

El Chi cuadrado de Tabla es menor que el Chi Cuadrado calculado, la hipótesis del investigador  $H_i$  se rechaza y la Hipótesis Nula se acepta.

$X^2_{\text{tabla}} 26,3 > X^2_{\text{calculado}} 15,3011$  por lo que la hipótesis del investigador ( $H_i$ ) “La situación actual de la gestión administrativa de turismo en parroquia Santiago de Quito responde a las necesidades de los emprendimientos, se rechaza y la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) “La situación actual de la gestión administrativa de turismo en parroquia Santiago de Quito no responde con las necesidades de los emprendimientos.”, es aceptada.

#### 4.2.2 Comprobación de la hipótesis específica 2

Para la comprobación de la hipótesis específica N° 2 se realizó el estadístico de Chi cuadrado, con los resultados de la encuesta de las preguntas N° 8, N° 9, N° 10, N° 11 y N° 12, N° 13 y N° 15 que indagan sobre las limitaciones que generan los puntos críticos de la actividad turística.

##### a) Enunciado de la Hipótesis específica N° 2

Ho= Los puntos críticos de la gestión administrativa turística no limitan el desarrollo de la actividad en la Parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta.

Hi= Los puntos críticos de la gestión administrativa turística limitan el desarrollo de la actividad en la Parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta.

##### b) Tabla de contingencia y frecuencia observada.

**Cuadro N° 4.21 Tabla de contingencia, percepción de atención al cliente**

Categoría	Pregunta N° 8	Pregunta N° 9	Pregunta N° 10	Pregunta N° 11	Pregunta N° 12	Pregunta N° 13	Pregunta N° 15	Total
<b>Excelente</b>	6	1	0	1	3	5	2	18
<b>Muy Buena</b>	9	3	2	4	7	5	5	35
<b>Buena</b>	14	8	6	12	16	7	8	71
<b>Regular</b>	7	13	14	9	8	13	8	72
<b>Mala</b>	0	11	14	10	2	6	13	56
	36	36	36	36	36	36	36	180

Elaborado por: Lorena Arias

**Cuadro N° 4.22 Tabla de Frecuencia esperada, percepción de la atención al cliente**

Categoría	Pregunta N° 8	Pregunta N° 9	Pregunta N° 10	Pregunta N° 11	Pregunta N° 12	Pregunta N° 13	Pregunta N° 15	Total
<b>Excelente</b>	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	3,6	18
<b>Muy Buena</b>	7	7	7	7	7	7	7	35
<b>Buena</b>	14,2	14,2	14,2	14,2	14,2	14,2	14,2	71
<b>Regular</b>	14,4	14,4	14,4	14,4	14,4	14,4	14,4	72
<b>Mala</b>	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	11,2	56
	36	36	36	36	36	36	36	180

Elaborado por: Lorena Arias

**c) Nivel de significancia y grados de libertad**

Nivel de significancia  $\alpha$  0,05

GL (F-5) (C-7)

GL (5-1) (7-1)

GL (4) (6)

GL = 24

$X^2_{\text{tabla}} = 36,4$

**d) Planteamiento de la prueba estadística.**

La prueba estadística a aplicar es Chi Cuadrado ( $X^2$ )

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

**Dónde:**

$X^2$  = Chi Cuadrado

O = Frecuencia Esperada

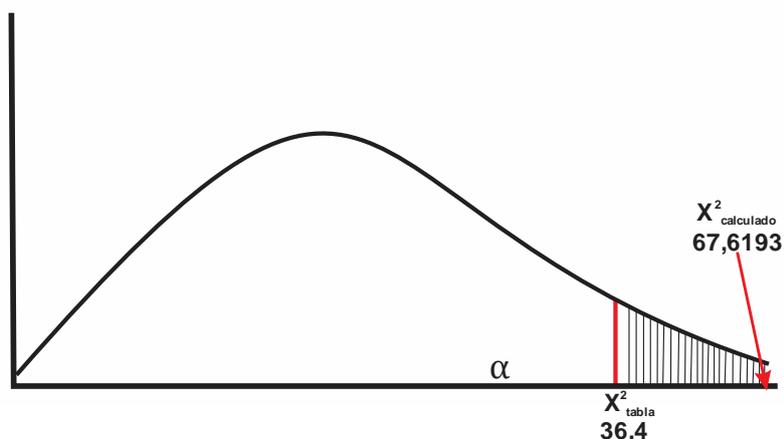
E = Frecuencia Esperada

**Cuadro N° 4.23 Cálculo de Chi Cuadrado percepción de atención al cliente**

O	E	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$
6	3,6	2,4	5,76	1,600
9	7	2	4	0,5700
14	14,2	-0,2	0,04	0,0028
7	14,4	-7,4	54,76	3,8027
0	11,2	-11,2	125,44	11,2
1	3,6	-2,6	6,76	1,8777
3	7	-4	16	2,2857
8	14,2	-6,2	38,44	2,7070
13	14,4	-1,4	1,96	0,1361
11	11,2	-0,2	0,04	0,0035
0	3,6	-3,6	12,96	3,600
2	7	-5	25	3,5714
6	14,2	-8,2	67,24	4,7352
14	14,4	-0,4	0,16	0,0111
14	11,2	2,8	7,84	0,7000
1	3,6	-2,6	6,76	1,8777
4	7	-3	9	1,2857
12	14,2	-2,2	4,84	0,3408
9	14,4	-5,4	29,16	2,025
10	11,2	-1,2	1,44	0,1285
3	3,6	-0,6	0,36	0,1000
7	7	0	0	0
16	14,2	1,8	3,24	0,2281
8	14,4	-6,4	40,96	2,8444
2	11,2	-9,2	84,64	7,5571
5	3,6	1,4	1,96	0,5444
5	7	-2	4	0,5714
7	14,2	-7,2	51,84	3,6507
13	14,4	-1,4	1,96	0,1361
6	11,2	-5,2	27,04	2,4142
2	3,6	-1,6	2,56	0,7111
5	7	-2	4	0,5714
8	14,2	-6,2	38,44	2,7070
8	14,4	-6,4	40,96	2,8444
13	11,2	1,8	3,24	0,2892
				67,6193

Elaborado por: Lorena Arias.

**Gráfico N° 4.21 Comprobación hipótesis específica N° 2**



Elaborado por: Lorena Arias.

### e) Decisión

El Chi cuadrado de Tabla es menor que el Chi Cuadrado calculado, la hipótesis del Investigador  $H_1$  se acepta y la Hipótesis Nula se Rechaza.

$X^2_{\text{tabla}} 36,4 < X^2_{\text{calculado}} 67,6193$  por lo que la hipótesis del investigador ( $H_1$ ) “Los puntos críticos de la gestión administrativa turística limitan el desarrollo de la actividad en la Parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta, se acepta y la Hipótesis Nula ( $H_0$ ) “Los puntos críticos de la gestión administrativa turística no limitan el desarrollo de la actividad en la Parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta”, se rechaza.

### 4.2.3 Comprobación de la hipótesis específica N° 3

#### Protocolo de Análisis Estadístico de t de Student Hipótesis 3

**Cuadro N° 4.24 Puntuaciones del grupo de aplicación y control con la utilización cuadros sinópticos y apuntes**

N°	SI	NO	$X_1^2$	$X_2^2$
1	9	3	81	9
2	7	5	49	25
3	9	3	81	9
4	11	1	121	1
5	6	6	36	6
6	10	2	100	4
7	11	1	121	1
8	12	0	144	0
9	9	3	81	9
10	9	3	81	9
11	7	5	49	25
	$\sum X_1 = 100$	$\sum X_2 = 32$	$\sum x_1^2 = 944$	$\sum x_2^2 = 98$
	$\bar{X}_1 = 9,09$	$\bar{X}_2 = 2,90$		
	$\sum x_1^2 = 34,91$	$\sum x_2^2 = 4,91$		
	$N_1 = 11$	$N_2 = 11$		

Elaborado por: Lorena Arias

#### Paso 1.- Planteamiento de Hipótesis.

**H<sub>i</sub>** = El adecuado uso de indicadores en la gestión administrativa turística en la Parroquia Santiago de Quito mejoran los procesos en la actividad turística.

**H<sub>o</sub>** = El adecuado uso de indicadores en la gestión administrativa turística en la Parroquia Santiago de Quito no mejoran los procesos en la actividad turística.

## Paso 2.- Grados de Libertad

$$\mathbf{GD} = (N_1 + N_2 - 2)$$

$$\mathbf{GD} = (11 + 11 - 2)$$

$$\mathbf{GD} = 20$$

$$\alpha = 0,05$$

$$t_{\text{tabla}} = 1,7247$$

## Paso 3.- Suma de Cuadrados para cada Distribución:

**Fórmula:**

$$\sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}$$

Para la categoría del SÍ

$$\sum x^2 = 944 - \frac{(100)^2}{11}$$

$$\sum x^2 = 34,91$$

Para la categoría del NO

$$\sum x^2 = 98 - \frac{(32)^2}{11}$$

$$\sum x^2 = 4,91$$

## Paso 4.- Agrupamiento de varianzas.

$$S_D \bar{x} = \sqrt{\frac{\sum x_1^2 + \sum x_2^2}{N(N-1)}}$$

$$S_D \bar{x} = \sqrt{\frac{34,91 + 4,91}{11(11-1)}}$$

$$S_D \bar{x} = 0,2727$$

### Paso 5.- Cálculo de t de Student

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S_D \bar{x}}$$

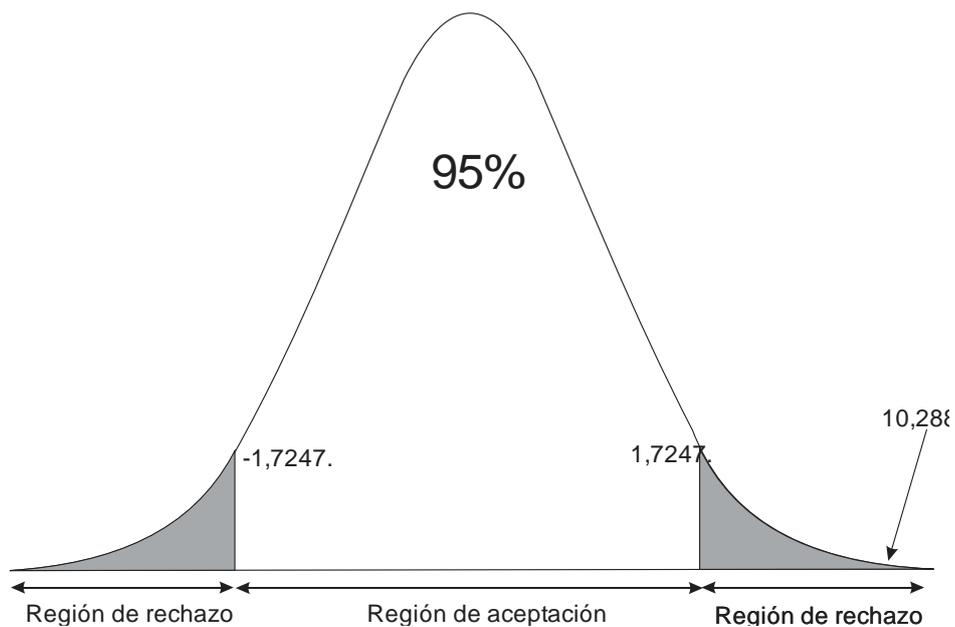
$$t = \frac{9,09 - 2,90}{0,2727}$$

$$t = 10,288$$

### Paso 6 Regla de decisión.

Se Rechaza  $H_0$  si  $t_{\text{obs}} < -10,288$  o  $> 10,288$ ; de lo Contrario, se acepta

### Gráfico N° 4.22 t de Student hipótesis específica N° 3



Elaborado por: Lorena Arias

Como el Valor calculado de t (10,288) es mayor que el valor tabular 1,7247 se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ , “El adecuado uso de indicadores en la gestión administrativa turística en la Parroquia Santiago de Quito mejoran los procesos en la actividad turística”

#### 4.2.4 Comprobación de la hipótesis específica N° 4

##### Protocolo de Análisis Estadístico de t de Student hipótesis 4

**Cuadro N° 4.25 Puntuaciones del grupo de aplicación y control con la utilización cuadros sinópticos y apuntes**

N°	SI	NO	$X_1^2$	$X_2^2$
1	7	5	49	25
2	11	1	121	1
3	11	1	121	1
4	7	5	49	25
5	8	4	64	16
6	6	6	36	36
7	8	4	64	16
	$\sum X_1 = 58$	$\sum X_2 = 26$	$\sum x_1^2 = 504$	$\sum x_2^2 = 120$
	$\bar{X}_1 = 8,28$	$\bar{X}_2 = 3,71$		
	$\sum x_1^2 = 23,43$	$\sum x_2^2 = 23,43$		
	$N_1 = 7$	$N_2 = 7$		

Elaborado por: Lorena Arias.

##### Paso 1.- Planteamiento de Hipótesis.

**Hi** = Los procesos alternativos en la gestión administrativa del turismo cubren las necesidades del sector turístico a nivel local.

**Ho** = Los procesos alternativos en la gestión administrativa del turismo cubren las necesidades del sector turístico a nivel local.

##### Paso 2.- Grados de Libertad

$$GD = (N_1 + N_2 - 2)$$

$$GD = (7 + 7 - 2)$$

$$GD = 12$$

$$\alpha = 0,05$$

$$t_{\text{tabla}} = 1,7823$$

**Paso 3.- Suma de Cuadrados para cada Distribución:**

**Fórmula:**

$$\sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}$$

Para la categoría del SI

$$\sum x^2 = 504 - \frac{(58)^2}{7}$$

$$\sum x^2 = 23,43,$$

Para la categoría del NO

$$\sum x^2 = 120 - \frac{(26)^2}{7}$$

$$\sum x^2 = 23,43$$

**Paso 4.- Agrupamiento de varianzas.**

$$S_D \bar{x} = \sqrt{\frac{\sum x_1^2 + \sum x_2^2}{N(N-1)}}$$

$$S_D \bar{x} = \sqrt{\frac{23,43 + 23,43}{7(7-1)}}$$

$$S_D \bar{x} = 1,0562$$

**Paso 5.- Cálculo de t de Student**

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S_D \bar{x}}$$

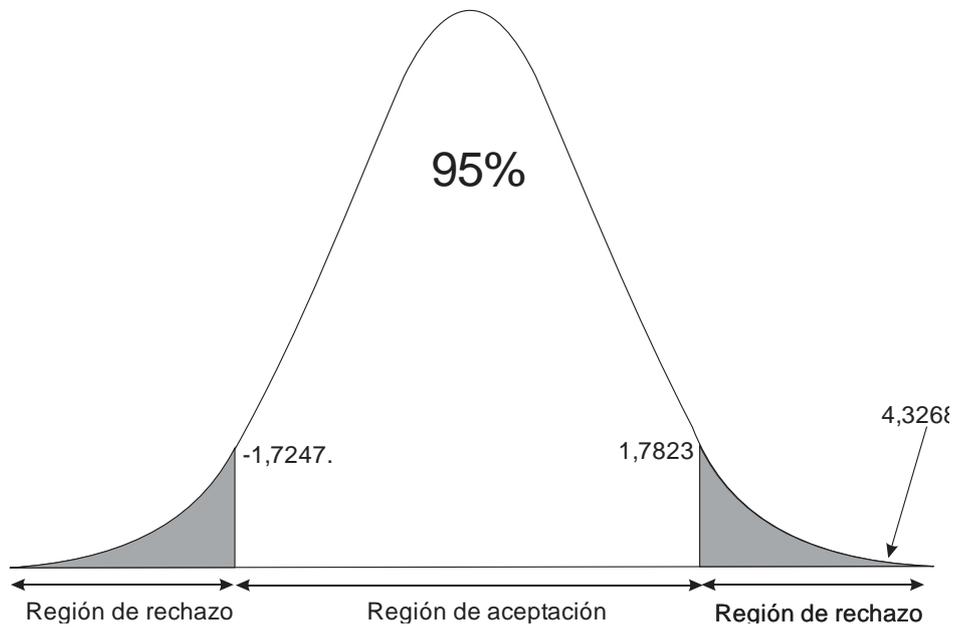
$$t = \frac{8,28 - 3,71}{1,0562}$$

$$t = 4,3268$$

**Paso 6.- Regla de decisión.**

Se Rechaza  $H_0$  si  $t_{\text{obs}} < -4,3268$  o  $> 4,3268$ ; de lo Contrario, se acepta.

**Gráfico N° 4.23 t de Student hipótesis específica N° 4**



**Elaborado por:** Lorena Arias

Como el Valor calculado de t (4,3268) es mayor que el valor tabular 1,7247 se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ , “Los procesos alternativos en la gestión administrativa del turismo cubren las necesidades del sector turístico a nivel local.”

## **CAPÍTULO V.**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

- De los hallazgos obtenidos en la encuesta realizada a los servidores turísticos se puede concluir que la estructura de la gestión administrativa del turismo de la Parroquia Santiago de Quito se realiza de forma empírica, los elementos necesarios que permitan aglutinar a los elementos del turismo en un espacio de desarrollo consensuado se encuentran y carecen de la organización necesaria para orientar los procesos hacia la calidad de servicio que la oferta al turista requiere.
- En el desarrollo de los procesos que implican la actividad turística se han podido establecer una serie de puntos críticos relacionados con los dos aspectos sustanciales de la producción de turismo, esto es en la oferta, que se caracteriza por una organización incorrecta de los actores comunitarios y de un producto incipiente, en la demanda, con una escasa planificación para el diseño, la implementación, venta y comercialización de los productos y la falta de alianzas estratégicas que posibiliten mejorar las coyunturas políticas y financieras para consolidar el destino.
- De acuerdo a la percepción de los actores e involucrados directos para el desarrollo de la actividad turística de la parroquia Santiago de Quito es necesaria la estructuración de un modelo de gestión administrativa turística que promueva la actividad y que aglutine en su contenido a los elementos que coexisten en el territorio, a través del fortalecimiento comunitario, el rediseño de un producto de calidad, una adecuada comercialización y la participación activa de las instancias políticas y económicas que dan soporte a la actividad turística.
- Considerando la realidad de los procesos productivos de la Parroquia Santiago de Quito se concluye que solamente a través de la aplicación de un modelo de gestión para la administración turística orientado a fortalecer las capacidades y potencialidades que tiene sus habitantes se hará posible la consolidación del turismo como factor de desarrollo alternativo y sostenible.

## 5.2 RECOMENDACIONES

De las conclusiones propuestas se plantean las siguientes recomendaciones dirigidas a la consolidación del destino turístico de la parroquia Santiago de Quito es:

- La parroquia Santiago de Quito posee características muy especiales que pueden ser explotadas turísticamente, diversidad cultural y un entorno natural especial, sumado a ello la voluntad de los habitantes para consolidarse como destino es bastante fuerte de ahí que se recomienda integrar en los procesos productivos turísticos un modelo de administración turística que cumpla con las expectativas, pensado en y desde la experiencia misma del destino.
- La consolidación de un destino turístico es proporcional a los esfuerzos consensuados y a la participación efectiva de las personas, por eso se recomienda que para la aplicación de un modelo de gestión administrativa del turismo los actores principales de la actividad lleguen a acuerdos a través de la orientación de los espacios de administración pública de la parroquia.
- Se recomienda la integración de los procesos productivos a la actividad turística como elemento clave para la consolidación del turismo en la parroquia Santiago de Quito a través de la socialización permanente de los esfuerzos que se realicen para alcanzar los objetivos propuestos en el modelo de gestión administrativa del turismo.
- Finalmente se recomienda que se fortalezca las capacidades de los servidores turísticos a través de la capacitación permanente y que los recursos culturales y naturales se mejoren, mantenga y potencialicen como elementos operativos de la actividad turística, pero sobre todo que exista el reencuentro del pueblo de la Parroquia Santiago de Quito con su identidad.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- Altés, C. (1998). *Marketing y Turismo*. Gerona.
- Alvarracín, G. (2010). *Análisis de emprendimientos turísticos en la parroquia Tarqui Prouesta para su fortalecimiento*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Cardona Ramirez, C. (2009). *Fundamentos de Administración*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración*. Bogota: Mcgraw Hill.
- Dankhe, G. (1989). *Metodología de la Investigación*. MacGraw Hill.
- Fayol, S. (1979). *Que es Administración*.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de Emprendimiento y su Relación con la Educación, El Empleo y el desarrollo Local*. Buenos Aires: INTA.
- García, E. (2001). Calidad en Servicio de Hoteles de Sol y Playa. *Agencia Valenciana de Turismo*, 142.
- Gonzales Ferrer, J. R. (s/f). *Conceptuación del Producto Turístico*. La Habana: Centro de Estudios Turísticos. Universidad de Holguín. Cuba.
- Gurvitch, G. (1971). *Dialéctica y Sociología*. Madrid: 1971.
- Hessen, J. (1975). *Teoría del conocimiento*. Buenos Aires: Editorial Lozada.
- Lenin, V. I. (1986). *Materialismo y empiriocriticismo*. Planeta Agostini.
- Maffesoli, M. (2000). Sociedad y Naturalidad o la ecologización de lo social. *Colección de las Ciencias Sociales*, 19 - 44.
- Ministerio de Turismo MINTUR. (2011). *Plan detur 2020*. Quito: Ministerio de Turismo.
- OEA - GTZ. (2006). *Manual de Calidad de gestión Total a la Medida*. Obtenido de [http://www.science.oas.org/OEA\\_GTZ/LIBROS/CTM/ctm.htm](http://www.science.oas.org/OEA_GTZ/LIBROS/CTM/ctm.htm)
- Pailacho Mena, C. (2013). *Diseño de un Modelo de Gestión Turística sostenible para el Aprovechamiento del Patrimonio Natural y Cultural de la Microcuenca del Río Chimborazo*. Riobamba: ESPOCH.
- Petrela, C. (2010). *Ilustrados*. Recuperado el 14 de Marzo de 2014, de El abordaje axiológico en las organizaciones: <http://www.ilustrados.com/tema/12859/abordaje-axiologico-organizaciones.html>
- Quito, D. (2009). *Generación de Alternativas económicas para las y los jóvenes del Cantón Nabon a través del turismo y la cultura*. INNPULSAR.

- Reyes Cano, L. M. (2011). *Proceso administrativo*. Recuperado el 14 de Marzo de 2014, de [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/procesoadministrativoconcepto/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/procesoadministrativoconcepto/)
- Ritchie, J. R., Brent , G., & Crouch, G. (2000). Competitividad en los destinos Una perspectiva sustentable. *Tourism Management*, 1 - 7.
- Wehrich, H., & Koonts, H. (1996). *Administración, Una perspectiva Global*. México: McGraw Hill.

## **ANEXOS**

### **Anexo N° 1 Proyecto Aprobado**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**VICERRECTORADO DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**  
**INSTITUTO DE POSGRADO**

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**  
**DECLARACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA  
SANTIAGO DE QUITO, DEL CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO,  
PERIODO 2013.

**PROPONENTE:**

LORENA DEL CARMEN ARIAS GUADALUPE

**RIOBAMBA-ECUADOR**

**2014**

## **1. TEMA.**

Modelo de Gestión Administrativa Turística en la Parroquia Santiago de Quito, del Cantón Colta, provincia de Chimborazo, periodo 2013.

## **2. PROBLEMATIZACIÓN.**

### **2.1 Ubicación del sector donde se va a realizar la investigación**

**Provincia:** Chimborazo

**Cantón:** Colta

**Parroquia:** Santiago de Quito

### **2.2 Situación Problemática**

El desarrollo turístico en el Ecuador ha tenido un gran impulso en la última década, las expectativas se han centrado en las potencialidades de recursos naturales y culturales que tiene el país, en este sentido se han elevado propuestas en las que la participación de las comunidades juega un papel trascendental, por ser poseedores de los saberes ancestrales y guardianes de la naturaleza.

En la provincia de Chimborazo con una población mayoritariamente indígena, se han propuesto algunas posibilidades para viabilizar alternativas de carácter turístico a través de instituciones como la CORTUCH y el Ministerio de Turismo a través del Plandetur 2020, pero en los últimos años poco se ha logrado, han sido propuestas pasajeras y con bajo perfil, pensadas y aplicadas desde la perspectiva y pensamiento de la burocracia mestiza, muchas de ellas han terminado con fracasos rotundos, mientras que otras se mantienen pero de una manera incipiente.

Las razones para este fenómeno se centran en la deficiente gestión empresarial con la que se les ha administrado, no es suficiente tener el recurso turístico, como tampoco preparar técnicamente a los actores, resulta necesario que se profundice en las causas de carácter administrativo, organizacional y financiero que han generado la desmotivación dentro de las comunidades.

Las políticas de descentralización del estado a través de los mandatos de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD's), tienen las competencias de Diseñar, promover y desarrollar alternativas turísticas que redunden en beneficio de los habitantes, de sus circunscripciones territoriales.

El Cantón Colta dispone de una gran gama de atractivos turísticos: religiosos, culturales, comunitarios, naturales y es destacado para el turismo de aventura. Según el inventario de atractivos turísticos contabilizados por la Unidad de Turismo, el Cantón cuenta con 34 lugares turísticos. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Colta 2012).

En este contexto, se han planteado alternativas para la implementación de empresas turísticas de diversa connotación a las que se les ha dado la posibilidad de desarrollarse, a través de planes, programas y proyectos con proyección de sostenibilidad, pero que sin embargo no han logrado consolidarse eficientemente.

Entorno a la Laguna de Colta ubicada en la Parroquia Rural Santiago de Quito y uno de los principales atractivos del cantón, se han desarrollado emprendimientos relacionadas con la actividad turística, pero que no cumplen los requisitos necesarios para alcanzar el nivel de producto turístico que permita mejorar las condiciones de los emprendedores y cumpla las expectativas de los visitantes.

Desde la perspectiva de las organizaciones indígenas del sector, ha sido muy complejo conceptualizar y operativizar acciones que posibiliten la sostenibilidad de la actividad turística, desde 1985, cuando se comenzó a trabajar seriamente en la actividad de turismo comunitario en el cantón Colta y después de haber invertido ingentes cantidades de recursos económicos y humanos, no se ha logrado consolidar procesos, sintiéndose en los pobladores un alto grado de desmotivación y desencanto con respecto a la actividad.

### **2.3 Formulación del problema**

¿Cómo el diseño de un modelo de Gestión contribuye al mejoramiento de la administración turística en la Parroquia Santiago de Quito del cantón Colta, Provincia de Chimborazo?

### **2.4 Problemas derivados.**

¿Cuál es la situación actual de la gestión administrativa de turismo en la Parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta?.

¿Cómo los puntos críticos de la Gestión administrativa limitan el desarrollo de la actividad turística en la Parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta?

¿Qué indicadores de Gestión administrativa turística son los adecuados para evaluar el desarrollo del Turismo en la Parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta.

¿Qué procesos alternativos en la gestión administrativa permiten cubrir las necesidades del sector turístico a nivel local?

## **3. JUSTIFICACIÓN**

Dentro del sector turístico comunitario, se debe mencionar que los emprendimientos económicos comunitarios realizados por las comunidades y organizaciones comunitarias de las nacionalidades y pueblos del Ecuador, promueven la operación turística bajo la óptica de vivir una experiencia económica social comunitaria, generando alternativas económicas solidarias y productivas. Un factor importante a considerar es que la operación turística comunitaria, está reconocida dentro del marco legal regulatorio del país, como “centro de turismo comunitario”. Los resultados obtenidos de la implementación de emprendimientos de turismo comunitario en el Ecuador no han sido alentadores, diversos factores han contribuido para su fracaso poniendo a la organización comunitaria en conflicto con la organización empresarial. (Ministerio de Turismo MINTUR, 2011).

Las implicaciones de la actividad turística con las comunidades de los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador son amplias y alcanzan la vida comunitaria de modo completo. Significa de modo general la oportunidad de la gestión autónoma de los territorios, la revitalización de sus culturas, la dinamización de sus actividades productivas y la oportunidad de aportar, desde la práctica de la interculturalidad, a la construcción de una sociedad solidaria y responsable con las vidas. Por esta razón es que las comunidades han generado su propia perspectiva de análisis de la estructura del turismo vinculándola al desarrollo de la comunidad.

Siendo dos formas diferentes de administración los conceptos se contraponen en el sentido de que los criterios empresariales metodológica y técnicamente estructurados no responden a las realidades locales, por lo que los modelos aplicables deben tener una orientación más simple pero eficiente, antes que a los complejos conceptos predefinidas de la gestión empresarial tradicional.

En este sentido el diseño de un modelo de gestión empresarial para los emprendimientos de turismo comunitario para el cantón Colta deberá tener elementos diferenciales que consoliden la idea y motiven a los actores considerando la realidad local y las capacidades y potencialidades administrativas emanadas de lo comunitario y sustentadas en las formas de vida de los emprendedores, pero siempre apuntando a un servicio de calidad.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo general**

Diseñar un modelo de Gestión Administrativa Turística en la Parroquia Santiago de Quito, del cantón Colta, Provincia de Chimborazo, Periodo, 2013.

### **4.2 Objetivos específicos**

- Evaluar la situación actual de la gestión administrativa de turismo la parroquia Santiago de Quito del cantón Colta.

- Establecer los puntos críticos de la gestión administrativa de la actividad turística en la parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta.
- Definir indicadores de gestión Administrativa turística para el desarrollo del turismo en la parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta.
- Desarrollar procesos administrativos alternativos para cubrir las necesidades del sector turístico a nivel local y provincial.

## **5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.**

### **5.1 Antecedentes de Investigaciones anteriores**

Revisada la documentación existente en la Universidad Nacional de Chimborazo sobre investigación sobre Modelos de Gestión administrativa relacionada a la actividad Turística y revisada la documentación existente en la Unidad de Turismo del GAD del Cantón Colta no se han encontrado trabajos relacionados con el tema, por lo que se propone como antecedentes de investigación los siguientes trabajos a nivel Local, y Nacional.

**Tema:** Diseño de un Modelo de Gestión Turística Sostenible para el Aprovechamiento del Patrimonio Natural y Cultural de La Microcuenca del Río Chimborazo.

**Autor:** Catherine Alejandra Pailiacho Mena

**Fecha:** 2013

**Universidad:** Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

**Contenido:** La degradación de los recursos de la microcuenca del río Chimborazo por la presión de las actividades antropogénicas, la gestión desconcertada y haberse constituido en un sitio de paso para el turismo, son causas que han impedido la consecución del Buen Vivir para la población local, por ello se propone en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, el desarrollo del

proyecto “Definición de Alternativas Productivas Eco-sociales para el desarrollo sustentable de la microcuenca del río Chimborazo”, dentro del cual se establece la generación de un modelo de gestión turística para el desarrollo sostenible de este espacio territorial que contribuya a una adecuada planeación del uso de los recursos, identificando las verdaderas potencialidades del territorio y brindando un instrumento de intervención que aporte a la sostenibilidad del turismo.

De manera que, la planificación de la actividad turística en torno al patrimonio natural y cultural de los pobladores de la microcuenca se vuelve transcendental para el desarrollo sostenible de la misma, considerando que el patrimonio es la herencia que se recibe de los antepasados y es el resultado de la simbiosis de la riqueza natural y cultural; la gestión turística permitirá que estas relaciones entre el espacio geográfico y las manifestaciones culturales fortalezcan la identidad, y den sentido de pertenencia, que permita valorar lo que somos y tenemos.

Por ello el alcance real del diseño de este Modelo de Gestión, va más allá de la administración de la actividad turística, está centrado en la gestión de todas las fases del proceso del desarrollo turístico sostenible en la microcuenca, con el añadido de respeto, tolerancia y reconocimiento del verdadero valor patrimonial del territorio en todas sus manifestaciones y representaciones.

**Tema:** Plan de Gestión Turística en la Parroquia de Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar.

**Autor:** Adriana Lucía Sánchez Vega

**Fecha:** 2012

**Universidad:** Universidad Tecnológica Equinoccial

**Contenido:** La parroquia de Salinas además de su gran organización comunitaria y el éxito de sus empresas cuenta con atractivos turísticos como son, las minas de sal, las fuentes de agua mineral para fines terapéuticos, la granja demostrativa, las cuevas arqueológicas, el bosque protector Peña Blanca, cascada la Chorrera, los Soldados

Petrificados que son formaciones rocosas, el Chimborazo, nevado más alto del Ecuador, el Sombrero Rumí o Sombrero de Piedra es un ejemplo típico de erosión eólica, entre muchos otros, en la actualidad toda la población se encuentra poniendo en práctica planes de conservación “in situ” y “ex situ”, concientes de la importancia de cuidar sus recursos y proteger los intereses de sus futuras generaciones.

Con todos estos recursos naturales y culturales más el desarrollo turístico en la zona no sólo se puede mejorar la calidad de vida de la gente, sino que también se puede dar a conocer a nacionales y extranjeros los recursos naturales y culturales además de los paisajes tanto, en la zona de páramo como en el trayecto que lleva a la zona del subtrópico. De esta manera los visitantes de Salinas van a tener la posibilidad de quedarse en la zona y no tomarla con un punto de paso para realizar compras, como sucede en la actualidad.

Con la adecuada gestión turística se puede convertir a Salinas en un destino turístico de preferencia para los visitantes y a su vez generar nuevas fuentes de trabajo para su gente e ingresos económicos, tomando en cuenta y teniendo a favor el liderazgo de la administración local y su necesario protagonismo, además teniendo el concepto de desarrollo sostenible presente, es decir, la preocupación por el mantenimiento de los beneficios económicos mediante la preservación del medio y la cultura local.

**Tema:** Modelo de “Oficina de Gestión Turística” Pacto Centro.

**Autor:** William Duque

Pamela Espinoza

**Fecha:** 2009

**Universidad:** Universidad De Especialidades Turísticas (UCT)

**Contenido:** Ecuador es un país dotado de una gran biodiversidad, característica que podemos observar en cada uno de los rincones de este hermoso país, y de manera especial en la zona noroccidental de la Provincia del Pichincha, lugar de nuestro estudio. La comunidad de Pacto Centro, perteneciente a la Parroquia de Pacto situada al

noroccidente de Quito, cuenta con importantes proyectos turísticos realizados por la UCT, los cuales se encuentran archivados en las comunidades debido a que no existe una persona natural o jurídica que los ejecute. La realización de este proyecto, es la respuesta a la necesidad que tienen las comunidades de la Parroquia de Pacto en la actualidad, y por ende la comunidad Pacto Centro, quienes buscan rescatar estos proyectos y ponerlos en ejecución. El análisis FODA de los doce componentes turísticos, dio como resultado la creación del Modelo de Oficina de Gestión Turística en la Parroquia de Pacto, la cual será la encargada de la planificación y desarrollo turístico de la zona. Para la creación de esta oficina se desarrolló un plan estratégico en el cual se plasmó la visión, misión y objetivos que alcanzará la oficina, y adicional se plantea la implementación de la Oficina de Gestión Turística (OGT) dentro de la Junta Parroquial, para esto se buscaron los sustentos legales que permitan esta acción en la Constitución Política de la República del Ecuador, en Ley Orgánica de Juntas Parroquiales Rurales, en la Ley de Descentralización del Estado y Participación Ciudadana y en la Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa (LOSCCA).

Esta base legal le permite a la OGT de Pacto, tener la institucionalidad para implementar y desarrollar todas las actividades, programas y objetivos que fomenten el turismo en la circunscripción territorial. Los principales productos que la OGT pondrá a disposición de la comunidad son capacitación y promoción, los cuales son la base con la que empezará a trabajar la oficina. La capacitación es uno de los pilares más importantes del desarrollo turístico, y la OGT será la encargada de realizar las gestiones necesarias con las diferentes instituciones gubernamentales y no gubernamentales para acceder a los cursos de capacitación relacionados con la actividad turística. Y la promoción, también pilar importante para el desarrollo turístico, permitirá que la comunidad sea conocida a nivel local, nacional y regional. Para realizar dicha promoción, la oficina se encargará de gestionar recursos económicos, buscar aliados estratégicos que sirvan de auspiciantes y trabajar en la campaña de promoción a través de la Junta Parroquial.

La OGT estará dirigida por una persona idónea, la cual será contratada por medio de un concurso de merecimientos y oposición. Lo cual garantizará el correcto funcionamiento de la oficina. La inversión y el financiamiento de la OGT están plasmados en este proyecto, para lo cual el director de la oficina deberá realizar todas las gestiones para

obtener dichos recursos, inicialmente ante la Junta Parroquial y luego ante los beneficiarios de este proyecto y ante los posibles inversionistas que deseen fomentar este desarrollo.

En definitiva este proyecto propone un modelo de Oficina de Desarrollo Turístico, en el cual se establece los criterios para la creación de la misma y definir los parámetros de desarrollo de la actividad turística en Pacto.

Este modelo de Oficina de Gestión Turística puede ser aplicable a cualquier parroquia rural del Ecuador, y se lo desarrollará tomando como principio básico la cogestión.

## **5.2 Fundamentación Científica**

### **5.2.1. Fundamentación Epistemológica**

El proceso de conocimiento se concibe como una interrelación compleja entre el sujeto y el objeto.

Desde la perspectiva Administrativa, esta relación sujeto-objeto se hace recíproca, en la cual ambos integran un protagonismo de influencia mutua. El sujeto actúa en torno a los objetos de conocimiento, pero estos, lejos de una pasividad utilitaria, asumen un rol retroalimentado que es capaz, a su vez, de provocar modificaciones en el propio sujeto, como resultados de las decisiones activadas por éste.

La teoría del conocimiento intenta explicar la importancia objetiva del pensamiento humano, la relación de éste con sus objetos. “El objeto formal de la teoría del conocimiento es la dependencia de todo pensamiento a sus objetos. En atención a esto, también suele recibir el nombre de teoría del pensamiento verdadero (Hessen, 1975, pág. 171)

Desde la perspectiva de la epistemología de la administración, se puede argumentar que el pensamiento se reconstruye, en la interacción dinámica entre el sujeto que conoce y el objeto que es la fuente de su conocimiento, constituyendo dicho pensamiento la expresión de una mutua modificación resultante de la relación sujeto-objeto-sujeto.

Analizadas las corrientes más representativas de la teoría del conocimiento, podemos precisar que la esencia del conocimiento radica en la relación entre sujeto y objeto. La epistemología de la administración requiere de una cierta ruptura con este concepto ampliando el axioma a la relación sujeto-objeto-sujeto.

La sola aceptación de este planteamiento implica un cambio sustantivo en las formas de concebir las fuentes del conocimiento, aceptando que dichas fuentes no están ni en el sujeto ni en el objeto, sino que esencialmente en la relación de mutua modificación que ambos experimentan en sus interacciones recíprocas.

### **5.2.2. Fundamentación Axiológica.**

Proponer un proceso de transformación en una organización plantea la necesidad de cambiar algo en lo que las personas piensan o sienten. Es importante informar y persuadir oportunamente a muy diversos agentes que forman parte de la organización y su entorno. Si ese cambio personal y colectivo no se da, será muy complejo que circunstanciales transformaciones en las estructuras o los procedimientos, puedan consolidarse y operar de manera sustentable, como soporte de cualquier transformación que declaren sus jerarquías respecto de su misión y su visión.

Precisamente para cambiar una organización profundamente, se debe generar una transformación voluntaria en aquello que es tomado como regla o punto de partida, para la determinación de sus valores. Lo que representa todo un desafío en oportunidad de encarar cambios organizacionales. (Petrela, 2010)

En este trabajo de investigación se ha considerado la problemática de los valores y las creencias que sustentan a las organizaciones con un enfoque sistémico, contemplando la integración de valores y creencias personales, grupales y organizacionales para establecer el marco de referencia que luego servirá para encarar el estudio de un caso específico, identificando los acontecimientos más relevantes, los principales actores involucrados y los hechos más significativos, considerando los aportes del enfoque dialéctico. (Gurvitch, 1971) como forma de apreciar de manera constructiva la dinámica de los desafíos y conflictos de raíz axiológica, en las organizaciones.

### **5.2.3. Fundamentación Legal.**

La Fundamentación legal de esta investigación se sustenta en la Constitución Política del Estado Ecuatoriano a través de Decretos, Resoluciones, Convenios, Reglamentos y Normas que amparan los derechos y libertades, organizan el Estado y las instituciones democráticas e impulsan el desarrollo económico y social.

En la Constitución Política de la República del Ecuador en su Art. 52 establece “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

El Gobierno Nacional expidió el Decreto No. 1424 en abril del 2001, estableció las políticas de estado para el sector y declaró como prioridad nacional el desarrollo del turismo. El Ministerio de Turismo promueve acciones para que el turismo se convierta en el más importante generador de divisas de la economía nacional.

El Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente. LEY DE TURISMO.

### **CAPITULO I GENERALIDADES.**

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

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

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

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización; c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas; d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (Registro Oficial Suplemento 733 ).

### **5.3 Fundamentación Teórica**

#### **5.3.1. Gestión administrativa.**

“Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad.” (Reyes Cano, 2011)

La administración implica varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina, correctamente.

En su concepción más sencilla se puede definir el proceso administrativo como la administración en acción, o también como: “El conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.” (et. al, 2011)

“La tarea de la administración consiste en interpretar los objetivos de la empresa y transformarlos en acción empresarial mediante planeación, organización, dirección y control de las actividades realizadas en las diversas áreas y niveles de la empresa para conseguir tales objetivos. Por tanto, administración es el proceso de planear, organizar,

dirigir y controlar el empleo de los recursos organizacionales para conseguir determinados objetivos con eficiencia y eficacia. (Chiavenato, 2001)

A partir de estos conceptos nace el Proceso Administrativo, con elementos de la función de Administración que Fayol, (1979) definiera en su tiempo como: Prever, Organizar, Comandar, Coordinar y Controlar. Dentro de la línea propuesta por Fayol, los autores Clásicos y neoclásicos adoptan el Proceso Administrativo como núcleo de su teoría; con sus Cuatro Elementos: Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar.

Ya Urwick en 1943, define el proceso administrativo como las funciones del administrador, con siete elementos que se detallan a continuación:

- Investigación
- Planificación
- Coordinación
- Control
- Previsión
- Organización
- Comando

“Cuando se administra cualquier empresa, existen dos fases: una estructural, en la que a partir de uno o más fines se determina la mejor forma de obtenerlos, y otra operativa, en la que se ejecutan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido durante el periodo de estructuración.

A estas dos fases se les llama: mecánica y dinámica de la administración. Para este autor la mecánica administrativa es la parte teórica de la administración en la que se establece lo que debe hacerse, y la dinámica se refiere a cómo manejar el organismo social.” (Reyes Cano, 2011).

### **5.3.1.1. Elementos del proceso Administrativo.**

Como ya se había mencionado anteriormente los procesos de administración implican varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina, correctamente.

Los elementos de la administración, tomados en conjunto, constituyen el proceso administrativo y se encuentran en cualquier trabajo del administrador, en cualquier nivel jerárquico o en cualquier área de actividad de la empresa. En otros términos, tanto el director como el gerente, el jefe o el supervisor, cada uno en su nivel, desempeña actividades de previsión o planeación, organización, mando o dirección, coordinación y control como actividades administrativas esenciales. (Chiavenato, 2001).

A continuación se hace una descripción de la naturaleza y características de los ciclos del proceso administrativo:

#### **a) Toma de decisiones**

Partiendo de la premisa de que la acción administrativa se origina en las decisiones, debe suponerse que para lograr que éstas sean correctas y las mejores se requiere que ellas se tomen como conclusión de un proceso mental racional. Este proceso debe seguir a su vez una secuencia que comprende las siguientes fases: (Cardona Ramirez, 2009)

- Definición de la materia objeto de la decisión.
- Análisis de la situación existente o estudio de la información disponible sobre el objeto de la decisión.
- Cálculo y delineación de alternativas posibles.
- Deliberación sobre ventajas y desventajas de las alternativas.
- Escogencia de la alternativa que se considere mejor.

También aquí la secuencia de la actividad, desde la definición de la materia hasta la escogencia de la alternativa, constituye un proceso cíclico en sí mismo, el cual debe ser un proceso racional, es decir, basado en el método científico.

## **b). Planificación**

La planificación requiere definir los objetivos o metas de la organización, estableciendo una estrategia general para alcanzar esas metas y desarrollar una jerarquía completa de Planes para coordinar las actividades. (Fayol, 1979)

La planeación realizada en el nivel institucional de una empresa recibe el nombre de planeación estratégica. Los dirigentes, en el nivel institucional de la empresa, cumplen la tarea primordial de enfrentar la incertidumbre generada por los elementos incontrolables e imprevisibles desde el ambiente de tarea y el ambiente general.

Al estar al tanto de las amenazas ambientales y las oportunidades disponibles para la empresa y desarrollar estrategias para enfrentar estos elementos ambientales, los dirigentes del nivel institucional requieren un horizonte temporal proyectado a largo plazo, un enfoque global que incluye la empresa como totalidad integrada por recursos, capacidad y potencialidad y, en especial, requieren tomar decisiones basadas en juicios y no sólo en los datos. (Chiavenato, 2001).

La programación o planificación de las decisiones se convierte en una guía para la acción de aquellos que deben cumplirlas cuando se traduce en programas específicos.

La decisión debe ser interpretada o traducida en programas, los cuales proporcionan la orientación para adelantar las operaciones en detalle. Algunas veces, esta interpretación recibe el nombre de plan de acción o plan de operaciones.

En el programa se señalan los recursos que se requieren y las acciones que deben tomarse, las cuales vienen a ser los modos de ejecución de las decisiones. En estos programas se indican los métodos y técnicas que deben aplicarse y se incluyen asuntos relacionados con presupuestos de capital, presupuestos de operación, cuadros de personal, cartas de organización, inventarios de equipo y de medios que se requieren para la ejecución de la decisión tomada. El programa debe indicar los costos, la asignación de recursos, las responsabilidades, etc. Un programa completo es una adecuada interpretación de la decisión y guía para la acción concreta con el fin de lograr su cumplimiento. (Cardona Ramirez, 2009).

### **c). Organización**

Es indudable que tanto las personas capaces como las dispuestas a cooperar trabajarán en conjunto más efectivamente si saben qué parte les corresponde desempeñar en una operación en equipo y conocen la relación entre sí de sus funciones. Esto se aplica por igual a las empresas privadas u organismos gubernamentales que a un equipo de fútbol o una orquesta sinfónica. Diseñar y sostener estos sistemas de funciones es el propósito básico de la función administrativa de la organización. (Wehrich & Koonts, 1996)

Para que una función organizacional pueda existir y poseer significado para los individuos, debe constar de: 1) objetivos verificables, 2) una idea clara de los principales deberes o actividades implicados, y 3) un área discrecional o de autoridad precisa para que la persona que ejerza una función determinada sepa qué puede hacer para cumplir las metas.

Además, para el eficaz desempeño de una función se debe tomar en cuenta el suministro de la información necesaria y de otros instrumentos indispensables para su ejercicio.

En este sentido, la organización consiste en 1) la identificación y clasificación de las actividades requeridas 2) las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos, 3) la asignación de cada grupo de actividades a un administrador dotado de la autoridad (delegación) necesaria para supervisarlos y 4) la estipulación de coordinación horizontalmente (un mismo o similar nivel organizacional) y vertical (entre las oficinas generales una división y un departamento, (por ejemplo) en la estructura organizacional. (Wehrich & Koonts, 1996)

### **d) Dirección**

La función administrativa de la dirección es el proceso consistente en influir en las personas para que contribuyan al cumplimiento de las metas organizacionales y grupales. (et. al, 1996).

La dirección es la función administrativa que se refiere a las relaciones interpersonales de los administradores con los subordinados. Para que la planeación y la organización

puedan ser eficaces, requieren complementarse con la orientación dada a las personas mediante la comunicación y la habilidad de liderazgo y motivación. (Chiavenato, 2001)

Por medio de la función de dirección los administradores ayudan a las personas a darse cuenta de que pueden satisfacer sus necesidades y utilizar su potencial y contribuir al mismo tiempo al cumplimiento de los propósitos de la empresa. Por lo tanto, los administradores deben conocer los papeles que asume la gente, así como la individualidad y personalidad de ésta. (Weihrich & Koonts, 1996)

Si los administradores ignoran la complejidad e individualidad de las personas, corren el riesgo de aplicar incorrectamente las generalizaciones acerca de la motivación, el liderazgo y la comunicación. Aunque por lo general ciertos principios y conceptos deben ajustarse a situaciones específicas. En una empresa, no todas las necesidades de los individuos pueden satisfacerse por completo, a pesar de lo cual los administradores disponen de un amplio margen de acción para realizar ajustes acordes con los individuos. Y si bien los requisitos que se deben cumplir para ocupar cada puesto suelen derivarse de los planes empresariales y organizacionales, este hecho no excluye necesariamente la posibilidad de realizar ajustes en los puestos para adecuarlos a las personas en situaciones específicas. (et. al, 1996).

#### **e) Control**

“La función administrativa de control es la medición y corrección del desempeño a fin de garantizar que se han cumplido los objetivos de la empresa y los planes ideados para alcanzarlos. Planeación y control están estrechamente relacionados. Hay incluso autores sobre temas de administración que consideran que estas funciones no pueden separarse.” (et. al, 1996).

“El control es algo universal: las actividades humanas, cualesquiera que sean, siempre utilizan el control, consciente o inconscientemente.” (Chiavenato, 2001) El control consiste básicamente en un proceso que orienta la actividad ejercida para un fin previamente determinado. “La esencia del control consiste en verificar si la actividad controlada está alcanzando o no los resultados deseados. Cuando se habla de resultados

deseados, se presupone que se conocen y están previstos. Esto significa que el concepto de control no puede existir sin el concepto de planeación.” (et. al, 2001)

La administración crea mecanismos para controlar todos los aspectos posibles en la organización. Los controles organizacionales sirven para:

- Establecer estándares de desempeño, mediante inspecciones, supervisión, procedimientos escritos o programas de producción.
- Establecer patrones de calidad de los productos o servicios ofrecidos por la empresa, mediante entrenamiento del personal, inspección, control estadístico de calidad y sistemas de incentivos.
- Proteger los bienes de la organización frente a posibles abusos, desperdicios o robos, mediante la exigencia de registros escritos, procedimientos de auditoría y división de responsabilidades.
- Limitar la autoridad ejercida por las diversas posiciones o niveles organizacionales, mediante la descripción de cargos, directrices y políticas, normas y reglamentos y sistemas de auditoría.
- Evaluar y dirigir el desempeño de las personas por medio de sistemas de evaluación del desempeño del personal, supervisión directa, vigilancia y registros, incluida información sobre producción por cada empleado o pérdidas por empleado, etc.
- Establecer medios preventivos para garantizar el alcance de los objetivos de la empresa, puesto que los objetivos ayudan a definir el desempeño apropiado y la dirección del comportamiento de los individuos para el logro de los resultados deseados.

Los controles pueden estar situados en el nivel institucional, en el nivel intermedio o en el nivel operacional, o incluso diseminados en todos ellos, según las características de la empresa, por lo que se establecen las fases de control que de acuerdo de Chavenato (2001).

Ya sea en el nivel institucional, en el intermedio o en el operacional, el control es un proceso cíclico e interactivo, conformado por cuatro fases:

- Establecimiento de estándares de desempeño.
- Evaluación del desempeño.
- Comparación entre el desempeño y el patrón.
- Acción correctiva.

### **5.3.1.2. Puntos críticos de la Gestión Administrativa.**

Una empresa exitosa, tanto de servicios como de producción, tendrá que garantizar que todos los puntos críticos del éxito de la organización se ejecuten con la filosofía de la Calidad Total "Haciendo las tareas siempre bien desde la primera vez, ofreciendo al consumidor la satisfacción completa, al nivel más económico". (OEA - GTZ, 2006).

Los principales puntos críticos del éxito son los siguientes:

- La excelencia gerencial y de la organización,
- La cultura de la calidad evidente,
- La innovación constante en todas las áreas de la gestión empresarial,
- El desarrollo de productos y servicios de acuerdo a los retos,
- El manejo adecuado y oportuno de información confiable,
- El manejo y trato adecuado, justo, honesto y participativo del recurso humano bien entrenado y motivado,
- El manejo adecuado y eficiente del factor competencia,
- El manejo adecuado y eficiente del factor tiempo,
- Una relación sólida, de mutuo beneficio y confianza entre la organización y sus socios estratégicos,
- El manejo adecuado y eficiente del factor capital.

### **5.3.2. Emprendimientos.**

Los emprendimientos se pueden definir, dentro de los múltiples conceptos que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación.

Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés *entrepreneur* (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos. (Formichella, 2004)

#### **5.3.2.1. Emprendimientos turísticos.**

"Un emprendimiento turístico es el resultado de la iniciativa de negocio generada individual o colectivamente dentro de una determinada localidad, en base a sus características físicas, naturales y culturales, quienes han identificado en ello una oportunidad de insertarse dentro del mercado turístico heterogéneo, formando pequeñas empresas turísticas (comunitarias o privadas), gestionadas a través de sus necesidades, medios y recursos propios existentes y caracterizándose principalmente por ofrecer a su mercado por lo menos uno o varios servicios turísticos como: restauración, alojamiento, ocio y deportes, transporte, visitas guiadas, senderismo ,avistamiento de flora y fauna, etc. y con precios relativamente accesibles Todo esto complementado con una infraestructura básica como: vías de acceso y servicios básicos. Todo ello siempre ligado a las costumbres y valores de la localidad" (Quito, 2009)

De manera general para que una idea de negocio sea considerada como un emprendimiento turístico deberá reunir como característica principal el ofrecer por lo menos uno de los varios bienes o servicios turísticos descritos en el concepto anterior. (Alvarracín , 2010)

#### **5.3.3. Producto Turístico.**

Sobre la base de variadas definiciones de “Producto Turístico” se plantea a continuación una definición que pretende engloba los amplios y diversos criterios teóricos, y cuyo consenso corresponde a los teóricos de la ciencia del turismo.

“...Conformado por un conglomerado de atributos tangibles e intangibles, ensamblados por el turista, que tiene una organización de servicio como centro de referencia, pero que no es únicamente gestionado por ella; que explota recursos turísticos como atractivos (sean atractivos naturales y/o socioculturales), soportados con la infraestructura necesaria gestionada por los gobiernos locales, y brinda servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas, todo lo cual confluye en un espacio local determinado; es ofertado en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio, generando flujos turísticos en búsqueda de los beneficios: experiencias y aprendizajes...” (Gonzales Ferrer, s/f).

Como todo producto, el producto turístico se concibe como un conglomerado de atributos tangibles e intangibles, pero ensamblados y configurado por el turista de forma única e irrepetible, a partir de la conjunción y complementariedad que facilitan las complejas interacciones entre los recursos turísticos, la infraestructura y los servicios. Además, no existe una única organización que lo gestione, aunque puede identificarse una organización en la que se centre, quizás el hallazgo más interesante.

Ubicado, dentro de un “espacio local” donde concurre todo lo demás. Esas singularidades, son parte del fundamento de la complejidad de la unidad de gestión turística en estudio. Cuando se dice explotación de los recursos naturales, se basa en una explotación de las bellezas naturales de los respectivos espacios locales, de manera que no se trata de una estricta explotación de materias primas, ni tampoco de una estricta explotación de la fuerza de trabajo local, aunque contiene algunas semejanzas en este sentido. (Gonzales Ferrer, s/f)

### **5.3.3.1. Componentes del Producto Turístico.**

Abordada la visión global del producto turístico, es importante detallar cada uno de los componentes que lo distinguen; a su vez, cada componente gira sobre ejes que pueden ser apreciados para su comprensión.

Los Recursos Turísticos o Atractivos son el verdadero motivo del viaje de los turistas, de ahí su trascendencia. (Altés, 1998) , propone una metodología para la identificación y evaluación de los recursos turísticos pautados en identificación, accesibilidad y acondicionamiento, valoración cualitativa y valoración global.

Para abordar los Recursos Turísticos se pueden discernir los ejes de Recursos Naturales y Recursos Socioculturales como Patrimonio Tangible y Recursos Socioculturales como Patrimonio Intangible. Sin embargo, tanto los atractivos naturales como los socioculturales son recursos que no están al alcance y capacidad de gestión de la organización de referencia y ni aun de las otras que tributan al producto turístico. Se diría que es la resultante de procesos naturales y de la interacción de esos con la sociedad, pero que reciben los impactos de la actividad turística. (Gonzales Ferrer, s/f)

Mientras que la infraestructura es gestionada por los gobiernos locales y puede reconocerse por: Vías de Comunicaciones y Transporte, Servicios Básicos e Instalaciones, su rol es facilitar el desplazamiento de los flujos turísticos, las comunicaciones, el consumo de la energía y el agua necesaria, las instalaciones que sirven de sede a las actividades turísticas, entre muchas otras. Está claro que los turistas no sólo consumen atractivos. (et al. s/f).

Aunque en el espacio local donde se encuentre el producto turístico halla una abundancia de recursos esenciales y atractivos, será muy difícil desarrollar el turismo como industria con una carestía de infraestructura, por lo menos a corto plazo, hasta que se preste atención a su desarrollo (Ritchie, Brent , & Crouch, 2000)

En cuanto al Servicio, es donde único los gestores turísticos tienen real control. Tanto la organización de referencia, como las demás que tributan al Producto Turístico su labor es servir. Los servicios pueden ser apreciados a partir del soporte técnico para la prestación del servicio, la funcionabilidad de su personal y por la imagen/intercambio que ofrece a sus clientes. (García, 2001).

Tanto por las intrincadas relaciones entre los componentes, ejes, categorías e ítems que conforman al producto. Turístico, como por la gestión conjunta llevada por varias organizaciones, su concepción debe estar definida por un pensamiento que distinga pero no desuna.

Si el producto turístico es un conglomerado de atributos para las organizaciones que lo gestionan, el cliente los transforma en beneficios, sobre la base de “aprovechar cada momento para aprender” en actividades turísticas que le permitan ver o hacer, en las

cuales emplea su tiempo de ocio. Perspectiva contemplada en la definición de producto turístico antes dada, al decir: "... genera flujos turísticos en búsqueda de los beneficios: experiencias y aprendizajes...". (Gonzales Ferrer, s/f)

No queda duda que la comprensión más acabada del producto turístico requiere considerar sus actores. Sin embargo, no siempre en la práctica turística se reconocen los actores que intervienen en la gestión del producto turístico (Maffesoli, 2000), siendo el mayor capital del producto turístico, pues: pueden otorgarle un valor agregado inestimable, determinan el proceso de innovación, pero sobre todo, son los llamados a garantizar el desarrollo a largo plazo del producto turístico.

Los actores del producto turístico pueden ser agrupados según a los intereses a los que respondan en: actores de la organización de referencia, del negocio y del entorno. No necesariamente el espacio social del Producto Turístico coincide con el espacio físico en el que se ubica. (Gonzales Ferrer, s/f).

La organización de referencia persigue utilidades y liquidez al gestionar el producto turístico. Sin embargo, se sabe que no es tan simple armonizar la actuación de todos sus trabajadores, mandos intermedios y aún la gerencia, en aras de ese objetivo. De igual forma ocurre con las demás organizaciones de servicios que tributan a su gestión. (Altés, 1998)

Los actores del negocio de alguna forma están alineados en objetivos similares al de la organización, también, quieren ganar al brindar servicios que faciliten el flujo turístico o la prestación de servicios; no obstante, no siempre se logra la total cooperación entre esos, pues puede tener otras opciones.

En cuanto a los actores del entorno, la cuestión se torna mucho más compleja, pues no parece tan sencillo encontrar los puntos comunes que hagan actuar en consecuencia a las comunidades receptoras del turismo, a sus líderes, a los grupos formales e informales, a las instituciones y empresas locales, ni a los gobiernos locales. Esos actores en ocasiones sienten los impactos negativos del turismo en su hábitat, pero no disfrutan de los impactos positivos.

## **6.1 Hipótesis general**

- El Diseño de un modelo de gestión administrativa Turística en la Parroquia Santiago de Quito promueve el desarrollo turístico.

## **6.2 Hipótesis específicas**

- La situación actual de la gestión administrativa de turismo en parroquia Santiago de Quito responde a las necesidades de los emprendimientos.
- Los puntos críticos de la gestión administrativa turística limitan el desarrollo de la actividad en la Parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta.
- El adecuado uso de indicadores en la gestión administrativa turística en la Parroquia Santiago de Quito mejoran los procesos en la actividad turística.
- Los procesos alternativos en la gestión administrativa del turismo cubren las necesidades del sector turístico a nivel local.

## 7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### 7.1 Operacionalización de la Hipótesis de Graduación Específica 1.

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<b>Independiente</b> Gestión administrativa	Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.	Planificación	Propósitos Objetivos Estrategias Políticas Procedimientos Reglamentación	Encuesta  Observación  Cuestionario de encuesta
		Organización	Diseño Organizacional Conformación de áreas y Unidades organizacionales Coordinación Relaciones intra e interinstitucionales	Fichas de Observación
		Dirección.	Motivación Liderazgo Comunicación Comportamiento Individual y de grupo	
		Control	Normas Medidas Comparaciones Acciones	
<b>Dependiente</b> Necesidades de los emprendimientos	Son diversos bienes, servicios, Conocimientos que el emprendimiento necesita para avanzar en su desarrollo	Bienes	Infraestructura Equipos	Encuesta  Cuestionario de Encuesta
		Servicios	Alimentación Alojamiento Recreación Servicios básicos	
		Conocimientos	Capacitación Entrenamiento	
		Promoción.	Local Nacional Internacional	

## 7.2 Operacionalización de la Hipótesis de Graduación Específica 2.

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<b>Independiente</b> Puntos críticos de la Gestión administrativa	Factores coyunturales que representan riesgo para un adecuado gestión administrativa	Factores coyunturales	<p>Excelencia gerencial y de la organización</p> <p>Cultura de la calidad Innovación</p> <p>Desarrollo de productos y servicios</p> <p>Manejo adecuado de la información.</p> <p>Manejo adecuado, y participativo del recurso humano bien entrenado y motivado</p> <p>Manejo adecuado y eficiente de la competencia</p> <p>Manejo adecuado y eficiente del factor tiempo.</p> <p>Relación sólida, de mutuo beneficio y confianza entre la organización y sus socios estratégicos</p> <p>Manejo adecuado y eficiente capital</p>	<p>Encuesta</p> <p>Observación</p> <p>Cuestionario de encuesta</p> <p>Fichas de Observación</p>
<b>Dependiente</b> Desarrollo de la Actividad Turística	Aumento del consumo de producto turístico	Producto Turístico	<p>Atractivos Turísticos</p> <p>Facilidades Turísticas</p> <p>Servicios turísticos</p> <p>Imagen del destino Turístico</p> <p>Precio para el consumidor</p>	<p>Encuesta</p> <p>Inventario Turístico</p> <p>Cuestionario de la encuesta</p> <p>Fichas de inventario turístico.</p>

### 7.3 Operacionalización de la Hipótesis de Graduación Específica 3. (De acuerdo a la investigación)

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<b>Independiente</b> Gestión Administrativa	Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.	Planificación	Propósitos Objetivos Estrategias Políticas Procedimientos Reglamentación	Encuesta  Observación  Cuestionario de encuesta
		Organización	Diseño Organizacional Conformación de áreas y Unidades organizacionales Coordinación Relaciones intra e interinstitucionales	Fichas de Observación
		Dirección.	Motivación Liderazgo Comunicación Comportamiento Individual y de grupo	
		Control	Normas Medidas Comparaciones Acciones	
<b>Dependiente</b> Procesos de la Actividad Turística	Son todas aquellas acciones que se llevan a cabo para generar un producto turístico.	Acciones de generación de producto turístico	Diseño del producto turístico Desarrollo del producto. Estructuración del producto. Promoción del producto. Comercialización del producto.	Observación  Fichas de Observación

#### 7.4 Operacionalización de la Hipótesis de Graduación Específica 4. (De acuerdo a la investigación)

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<b>Independiente</b> Gestión administrativa Alternativa	Planificar, organizar, dirigir y controlar de forma alternativa las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.	Planificación	Propósitos Objetivos Estrategias Políticas Procedimientos Reglamentación	Encuesta  Observación  Cuestionario de encuesta
		Organización	Diseño Organizacional Conformación de áreas y Unidades organizacionales Coordinación Relaciones intra e interinstitucionales	Fichas de Observación
		Dirección.	Motivación Liderazgo Comunicación Comportamiento Individual y de grupo	
		Control	Normas Medidas Comparaciones Acciones	
<b>Dependiente</b> Necesidades del Sector Turístico Local	Factores necesarios para la estructuración y comercialización del producto turística	Estructura del producto.	Diseño de oferta Diseño de prestación de servicios Viabilidad Financiera.	Encuesta  Observación  Cuestionario de encuesta  Fichas de Observación
		Comercialización del producto	Posicionamiento Promoción Canales de distribución	

## **8. METODOLOGÍA.**

### **8.1 Tipo de Investigación.**

#### **8.1.1. Descriptiva.**

La Investigación de tipo Descriptivo, “...busca especificar las propiedades importantes de las personas, grupos o comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Dankhe, 1989).

En este sentido para esta investigación se analizan los procesos de la Gestión administrativa de turismo en la Parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta para determinar las características fundamentales de las actividades realizadas y determinar cómo incidieron en el desarrollo del sector.

#### **8.1.2. Correlacional**

Los estudios correlacionales las dos o más variables que se pretende ver si están o no relacionadas en los mismos sujetos y después se analiza la correlación.

En el caso de la investigación propuesta se han planteado la relación existente entre los procesos de Gestión administrativa turística y los emprendimientos turísticos propuestos en la Parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta.

### **8.2 Diseño de la Investigación.**

#### **8.2.1. No experimental**

Al ser de carácter eminentemente descriptivo esta investigación pretende determinar a través del análisis documental y de la opinión de los actores como los procesos de la gestión administrativa de turismo en la Parroquia Santiago de Quito han incidido en los emprendimientos turísticos para proponer alternativas de mejoramiento.

### 8.3 Población.

Se trabajara como población con 36 emprendimientos relacionados con la actividad turística del cantón Colta, divididos de la siguiente manera 21 emprendimientos de servicio de restaurante, 5 emprendimientos de alojamiento, 4 emprendimientos comunitarios, 1 emprendimiento relacionado con agencia de viajes y operación turística, 5 locales de emprendimientos de venta de artesanías.

#### Cuadro N.1.1

<b>EMPREDIMIENTO</b>	<b>NÚMERO.</b>
Restaurante	21
Alojamiento	5
Comunitarios	4
Agencias de viajes y operadoras	1
Venta de artesanías	5
<b>Total</b>	<b>36</b>

**Fuente:** Catastros del GAD Municipal del Cantón Colta.

### 8.4 Muestra.

Se trabajara con el total de la población por lo que no se realizara una muestra.

### 8.5 Métodos de Investigación.

#### 8.5.1. Método Inductivo

El método inductivo es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y, la contrastación.

Se empleará el método inductivo, partiendo de casos particulares para elevarlos a conocimientos generales, ya que no se conoce con el estado actual de los procesos de la gestión administrativa en turismo de la Parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta.

### **8.5.2. Método Deductivo**

Este método permitirá buscar alternativas de solución a los problemas, debilidades y amenazas que se evidencien en el desarrollo de la investigación, lo que ayudará a deducir y proponer alternativas para mejorar los procesos administrativos de la Gestión Turística de la Parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta.

## **8.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.**

### **8.6.1. Técnicas.**

Las técnicas utilizadas para la recolección de datos son la encuesta personalizada y la observación directa.

### **8.6.2 Instrumentos.**

Como Instrumentos se utilizara un cuestionario de encuesta que se elaborará con preguntas cerradas y de múltiple elección, tomando en cuenta variables que sean relevantes para determinar los procesos Administrativos.

Se utilizará una ficha de observación que permita obtener los datos de forma ordenada y sistemática para hacer posible la evaluación de los procesos administrativos.

## **8.7 Técnicas y procedimientos para el análisis de resultados.**

La información primaria se someterá a tabulación, sistematización y análisis de los datos obtenidos en la encuesta y observación.

La información secundaria se obtuvo del registro, clasificación y actualización de los datos relevantes conforme al presente estudio.

En lo referente al análisis, se definieron técnicas lógicas (inducción, deducción, análisis, síntesis).

En cuanto al análisis estadístico (descriptivas o inferenciales) se utilizará Excel para descifrar lo que revelan los datos recogidos.

## **9. RECURSOS HUMANOS Y FINANCIEROS.**

Para cumplir con el proceso de investigación se considerado un tiempo de 6 meses en los que se alcanzaran los objetivos de investigación, en este lapso de tiempo se requerirá de recursos, tanto materiales, humanos como financieros, que se detallan a continuación.

**Los recursos materiales** requeridos serán: materiales de oficina y equipos

**Talento humano:** Estará constituido por el investigador y un ayudante de apoyo de campo para la realización de las encuestas y acompañamiento en la recolección de la información.

Los **recursos financieros** los recursos financieros necesarios para esta investigación ascienden a \$ 2496,98 dos mil cuatrocientos noventa con setenta y ocho Centavos, que serán financiados exclusivamente con fondos del investigador, a continuación se desglosa el requerimiento financiero de acuerdo a los rubros establecidos.

RECURSOS	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO
					R. PROPIOS (Investigador)
<b>MATERIALES DE OFICINA</b>					
Hojas de papel bond	Resma	8	3,50	28,00	28,00
Lápiz	Unidad	50	0,35	17,50	17,50
Esferos	Unidad	2	1,30	2,60	2,60
Libreta de campo	Unidad	2	1,25	2,50	2,50
Cd's	Unidad	5	0,35	1,75	1,75
Copias	Global	1	150,00	150,00	150,00
Anillados	Unidad	5	2,50	12,50	12,50
Empastados	Unidad	6	15,00	90,00	90,00
Subtotal 1				<b>295,35</b>	<b>292,35</b>
<b>EQUIPOS</b>					
Computador	Global	1	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Cámara digital	Global	1	150,00	150,00	150,00
Impresora	Global	1	250,00	250,00	250,00
Subtotal 2				<b>1.400,00</b>	<b>1.400,00</b>
<b>REQUERIMIENTOS BÁSICOS</b>					
Movilización	Global	1	250,00	250,00	250,00
Subtotal 3				<b>250,00</b>	<b>250,00</b>
<b>TALENTO HUMANO</b>					
Apoyo de campo	Unidad	1	300,00	300,00	300,00
Subtotal 4				<b>300,00</b>	<b>300,00</b>
<b>TOTAL ANTES DE IMPREVISTOS</b>				<b>2.242,35</b>	<b>2.242,35</b>
<b>Imprevistos 10%</b>				224,23	224,23
<b>TOTAL</b>				<b>2.456,98</b>	<b>2.496,98</b>

## 10. CRONOGRAMA.

	ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
<b>Anteproyecto</b>	Elaboración del plan de trabajo	■					
	Levantamiento de información preliminar		■				
<b>Proyecto de investigación</b>	Evaluar la situación actual base de la gestión administrativa de turismo la parroquia Santiago de Quito del cantón Colta			■	■		
	Establecer los puntos críticos de la gestión administrativa de la actividad turística en la parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta			■	■		
	Definir indicadores de gestión Administrativa turística para el desarrollo del turismo en la parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta				■	■	
	Desarrollar procesos administrativos alternativos para cubrir las necesidades del sector turístico a nivel local y provincial.				■	■	
	Análisis de datos	■	■	■	■	■	
	Desarrollo de la propuesta						■
<b>Propuesta</b>	Presentación del informe provisional						■
	Presentación del informe final						■

## 11. MARCO LÓGICO.

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>
¿Cómo el diseño de un modelo de Gestión contribuye al mejoramiento de la administración turística en la Parroquia Santiago de Quito del cantón Colta, Provincia de Chimborazo?	Diseñar un modelo de Gestión Administrativa Turística en la Parroquia Santiago de Quito, del cantón Colta, Provincia de Chimborazo, Periodo, 2013.	El Diseño de un modelo de gestión administrativa Turística en la Parroquia Santiago de Quito promueve el desarrollo turístico.
<b>PROBLEMAS DERIVADOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICA</b>
¿Cuál es la situación actual de la gestión administrativa de turismo en la Parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta?.	Evaluar la situación actual base de la gestión administrativa de turismo la parroquia Santiago de Quito del cantón Colta	La situación actual de la gestión administrativa de turismo en parroquia Santiago de Quito no responde a las necesidades de los emprendimientos.
¿Cómo los puntos críticos de la Gestión administrativa limitan el desarrollo de la actividad turística en la Parroquia Santiago de Quito en el catón Colta?	Establecer los puntos críticos de la gestión administrativa de la actividad turística en la parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta	Los puntos críticos de la gestión administrativa turística limitan el desarrollo de la actividad en la Parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta.
¿Qué indicadores de Gestión administrativa turística son los adecuados para evaluar el desarrollo del Turismo en la Parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta.	Definir indicadores de gestión Administrativa turística para el desarrollo del turismo en la parroquia Santiago de Quito en el cantón Colta.	El adecuado uso de indicadores en la gestión administrativa turística en la Parroquia Santiago de Quito mejoran los procesos en la actividad turística.
¿Qué procesos alternativos en la gestión administrativa permiten cubrir las necesidades del sector turístico a nivel local?	Desarrollar procesos administrativos alternativos para cubrir las necesidades del sector turístico a nivel local y provincial.	Los procesos alternativos en la gestión administrativa del turismo cubren las necesidades del sector turístico a nivel local.

## BIBLIOGRAFÍA

- Altés, C. (1998). *Marketing y Turismo*. Gerona.
- Alvarracín, G. (2010). *Análisis de emprendimientos turísticos en la parroquia Tarqui Prouesta para su fortalecimiento*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Cardona Ramirez, C. (2009). *Fundamentos de Administración*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración*. Bogota: Mcgraw Hill.
- Dankhe, G. (1989). *Metodología de la Investigación*. MacGraw Hill.
- Fayol, S. (1979). *Que es Administración*.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de Emprendimiento y su Relación con la Educación, El Empleo y el desarrollo Local*. Buenos Aires: INTA.
- García, E. (2001). Calidad en Servicio de Hoteles de Sol y Playa. *Agencia Valenciana de Turismo*, 142.
- Gonzales Ferrer, J. R. (s/f). *Conceptuación del Producto Turístico*. La Habana: Centro de Estudios Turísticos. Universidad de Holguín. Cuba.
- Gurvitch, G. (1971). *Dialéctica y Sociología*. Madrid: 1971.
- Hessen, J. (1975). *Teoría del conocimiento*. Buenos Aires: Editorial Lozada.
- Lenin, V. I. (1986). *Materialismo y empiriocriticismo*. Planeta Agostini.
- Maffesoli, M. (2000). Sociedad y Naturalidad o la ecologización de lo social. *Colección de las Ciencias Sociales*, 19 - 44.
- Ministerio de Turismo MINTUR. (2011). *Plan detur 2020*. Quito: Ministerio de Turismo.
- OEA - GTZ. (2006). *Manual de Calidad de gestión Total a la Medida*. Obtenido de [http://www.science.oas.org/OEA\\_GTZ/LIBROS/CTM/ctm.htm](http://www.science.oas.org/OEA_GTZ/LIBROS/CTM/ctm.htm)
- Pailacho Mena, C. (2013). *Diseño de un Modelo de Gestión Turística sostenible para el Aprovechamiento del Patrimonio Natural y Cultural de la Microcuenca del Río Chimborazo*. Riobamba: ESPOCH.
- Petrela, C. (2010). *Ilustrados*. Recuperado el 14 de Marzo de 2014, de El abordaje axiológico en las organizaciones: <http://www.ilustrados.com/tema/12859/abordaje-axiologico-organizaciones.html>
- Quito, D. (2009). *Generación de Alternativas económicas para las y los jóvenes del Cantón Nabon a través del turismo y la cultura*. INNPULSAR.
- Reyes Cano, L. M. (2011). *Proceso administrativo*. Recuperado el 14 de Marzo de 2014, de [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/procesoadministrativoc oncepto/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/procesoadministrativoc oncepto/)

Ritchie, J. R., Brent , G., & Crouch, G. (2000). Competitividad en los destinos Una perspectiva sustentable. *Tourism Management*, 1 - 7.

Wehrich, H., & Koonts, H. (1996). *Administración, Una perspectiva Global*. México: McGraw Hill.

## Anexo N° 2 Herramientas de recolección de datos

Encuesta realizada a los servidores turísticos de la Parroquia Santiago de Quito del Cantón Colta.

1. ¿Qué actividad de servicio Turístico Realiza?

Restaurante	<input type="checkbox"/>
Alojamiento	<input type="checkbox"/>
Comunitarios	<input type="checkbox"/>
Agencias de viajes y operadoras	<input type="checkbox"/>
Venta de artesanías	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué tiempo lleva realizando la actividad Turística?

Menos de un año	<input type="checkbox"/>
De 1 a 3 años	<input type="checkbox"/>
De 4 a 6 años	<input type="checkbox"/>
De 7 a 9 años	<input type="checkbox"/>
Más de 10 años	<input type="checkbox"/>

3. ¿La Planificación del Turismo en la Parroquia Santiago de Quito es?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

4. ¿La organización del Turismo en la Parroquia Santiago de Quito es?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

5. ¿La Dirección de las actividades turísticas en la Parroquia Santiago de Quito es?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

6. ¿Las actividades de control de las autoridades en el turismo en la Parroquia Santiago de Quito a su criterio son?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

7. ¿Considera que la infraestructura turística y el equipamiento con el que Usted da los servicios es?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

8. ¿A su criterio el servicio que Usted da a los turistas es?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

9. ¿El Nivel de conocimientos que Usted y su personal tiene para el servicio Turístico es?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

10. ¿La Promoción que se realiza para el Turismo en la Parroquia Santiago de Quito es?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

11. ¿A su criterio, la condición de los atractivos turísticos de La Parroquia Santiago de Quito es?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

12. ¿ Las Facilidades turísticas en la Parroquia Santriago de Quito son?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

13. ¿Los servicios en los atractivos turísticos son?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

14. ¿En su percepción la imagen Turística de la Parroquia Santiago de Quito que tienen los turistas es?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

15. ¿Los precios de los servicios turísticos son?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

### Anexo N° 3 Evidencias



Gad del Cantón Colta



Casa de Pedro Vicente Maldonado



Vista panorámica de la Laguna de Colta



Venta de Artesanías



Estación del tren



Gastronomía



Visita a la Laguna de Colta



Realizando la Encuesta



Iglesia de Balbanera



Vírgen de Balbanera



Turistas



Plaza de Balbanera