

Artículo Científico.

1. Título y Autores.- El tema de tesis previa a la obtención del grado de Magíster en Turismo Mención Gestión Sostenible de Destinos Turísticos

PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA LA CANDELARIA, CANTÓN PENIPE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

2. Diseñado por; la Ing. Jenny Viviana Rodriguez Pontón, bajo la tutoría del Mgs. Diego Mauricio Calvopiña Andrade

3. Resumen.- El presente trabajo de investigación se lo realiza en base a la influencia de la planificación en el desarrollo de turístico de la parroquia La Candelaria del cantón Penipe, provincia de Chimborazo; la investigación presenta un diseño cuantitativo no experimental, del tipo descriptivo. Con la aplicación de este diseño se buscó determinar la relación entre las variables. En la investigación se utilizó técnicas e instrumentos como la observación directa y la aplicación de encuestas. Para la recopilación de datos se utilizó fuentes primarias y secundarias, y las encuestas estuvieron encaminadas a la obtención de información referentes a las dimensiones de las variables de investigación, las mismas que permitieron establecer la situación actual de la planificación y desarrollo turístico; derivado a este proceso se realizó la prueba de hipótesis lo cual permitió concluir que la planificación influye significativamente en el desarrollo turístico; La propuesta establece tres fases 1) espacio geográfico, 2) diagnostico 3) modelo de actuación en mismo que constituye una herramienta de planificación para impulsar el desarrollo turístico de la parroquia. No obstante, con el presente estudio es evidente la necesidad de continuar con futuras investigaciones que permitan seguir generando desarrollo turístico en el sector.

4. Introducción: La investigación nos permitió determinar la incidencia de la planificación en el desarrollo turístico de la parroquia La Candelaria ubicada en el cantón Penipe, de la provincia de Chimborazo. Gran parte de su territorio se encuentra dentro del Parque Nacional Sangay declarado por la UNESCO como Patrimonio Natural de la Humanidad desde 1983, debido a su gran importancia biológica, ecológica y cultural.

La parroquia posee gran variedad de atractivos naturales que son conocidos a nivel nacional e internacional, como es el caso de la laguna Amarilla que se encuentra en el cráter del nevado el Altar, y que en la actualidad es visitada por un sin número de

turistas los mismos que requieren una serie de servicios turísticos al momento de visitarlo.

El Gobierno parroquial ha considerado que el turismo es una fuente generadora de ingresos para la población del sector, ya que de forma asociada o individual prestan servicios de hospedaje, restauración, guianza, alquiler de caballos, arrieros, alquiler de equipos de media montaña, entre otros.

El presente trabajo tiene como objetivo generar estrategias para desarrollar de una manera planificada la actividad turística, aprovechando sus potencialidades, recursos y atractivos naturales los cuales permitan incrementar los ingresos económicos de los pobladores y mejorar la calidad en la prestación de servicios, el mismo consta de los siguientes capítulos:

Capítulo I. Planteamiento del Problema: Se presenta la situación problemática, formulación del problema, justificación de la investigación, objetivos e hipótesis como parte fundamental para el desarrollo de la investigación.

Capítulo II. Marco Teórico: En esta parte se presenta los antecedentes de la investigación, las bases teóricas de la investigación bibliográfica en la que revisaremos estudios, revistas científicas, investigaciones, para fundamentar el marco filosófico o epistemológico de las variables dependiente e independiente, y el estado de arte.

Capítulo III: Metodología: se desarrolla el diseño, el tipo de investigación, la unidad de análisis, población, métodos, técnicas e instrumentos que se emplearán para la recolección de datos, los mismos que se someterán a la validación y confiabilidad.

Capítulo IV: Resultados y Discusión: Se ejecuta la tabulación, análisis e interpretación de los resultados del proceso de investigación, los mismos que a través de la utilización de tablas y gráficos facilitan el análisis de las respuestas, para proceder con la prueba de hipótesis y entablar relaciones con las variables de investigación.

Conclusiones y recomendaciones: al finalizar el trabajo de investigación, se realiza las conclusiones y recomendaciones en base a los objetivos específicos.

5. Fundamentación Teórica.- Misión del GAD Parroquial Rural La.- Candelaria

Fortalecer la organización y desarrollar los proyectos planteados, entre las comunidades; Gobierno y las instituciones, aprovechando de manera eficiente los recursos naturales, humanos y económicos para cumplir con las metas planteadas para el progreso de la Parroquia.

Visión del GAD Parroquial Rural La Candelaria.- En el 2020 la Parroquia La Candelaria contará con todos Servicios Básicos infraestructura institucional adecuada en educación, turismo y salud; entidades crediticias que fomenten el desarrollo de proyectos productivos, favorecer al sector agrícola, ganadero y turístico de la toda la parroquia y comunidades que permita elevar el nivel de vida y de participación de todos y todas las y los conciudadanos.

Objetivos Estratégicos del GAD Parroquial de La Candelaria

Promover el cuidado del ambiente con una adecuada recolección y disposición de los desechos sólidos en la parroquia.

Promover suficientes espacios de encuentro común en la parroquia, para el fortalecimiento de la convivencia ciudadana.

Contribuir a la seguridad alimentaria de la población con énfasis en los grupos de atención prioritaria.

Contribuir para el desarrollo del sistema económico productivo parroquial, basado a la política de economía popular y solidaria que incluya a los sectores vulnerables

Gestionar y coordinar la cobertura y calidad de los servicios básicos para los habitantes del territorio

Contribuir con el mantenimiento y mejoramiento de la red vial parroquial.

Consolidar el ejercicio planificado y organizativo del GAD Parroquial de forma inclusiva, participativa y democrática de quienes conforman el territorio (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural La Candelaria, 2015)

Atractivos Turísticos de la parroquia.- Parte del territorio de la parroquia La Candelaria se encuentra dentro del Parque Nacional Sangay, declarado por la UNESCO como patrimonio natural de la humanidad, por tal razón dentro de la zona encontramos gran riqueza natural por la presencia de cascadas, lagunas, ríos, formaciones naturales, las mismas que son de gran importancia, y con la correcta planificación y aprovechamiento pueden convertirse en potenciales sitios para visitar.

Podemos encontrar una singular belleza típica de los paisajes de la sierra centro, para realizar actividades de aventura, cultura, turismo rural y comidas tradicionales, además existe el interés de sus pobladores para desarrollar turismo comunitario, por lo que se creó conciencia en los moradores para que estos recursos paisajísticos puedan ser aprovechados sustentablemente.

El principal atractivo en la parroquia La Candelaria es el nevado el Altar, con sus extensos pajonales y bosques naturales cubiertos de una flora nativa de este ecosistema, en cuanto se refiere a fauna dentro del sector se puede observar la presencia de un icono a nivel del país como es el cóndor andino, el curiquire, osos de anteojos, pumas, venados, conejos de paramo, lobos de paramo entre otras especies que hacen de la zona un lugar maravilloso, el cual se complementa con los diferentes sistemas hidrológicos, la belleza paisajística de las comunidades que la conforman y la amabilidad de su gente. Los atractivos turísticos naturales en su mayoría se encuentra ubicados en zonas lejanas a las comunidades y la matriz parroquial, por lo que se encuentran en un estado conservado. A pesar que los senderos de ingreso a los mismos requiere de mantenimiento continuo.

En lo que se refiere a patrimonio cultural, es muy importante para los moradores de la parroquia la Iglesia Matriz, que en su interior se encuentra la virgen de la Candelaria, dentro de la iglesia se encuentran dos imágenes de la virgen la primera siempre permanece en la iglesia y la segunda acompaña en la entrada de chamiza y durante el año, visita las casas de los moradores de la parroquia para que los devotos ofrezcan sus rezos y oraciones.

El 2 de febrero de cada año, cuando se celebra la Fiesta de la Virgen de La Candelaria, patrona de la parroquia, en su honor realizan varios eventos como: caminatas de Penipe a La Candelaria, entrada de flores y velones en procesión, entradas de chamizas, concursos de danza, Juegos populares (palo encebado, concurso de las cintas, ollas encantadas), quema de castillos, baile popular, toros de pueblo; evento que llama la atención de devotos de todo el país. Los participantes los de grupos de danza son de: Naranjito, Puyo, Chañag, Quimiag, Riobamba, La Candelaria.

Marco Filosófico o epistemológico de la investigación

Desarrollo.- Calvopiña (2013), menciona que el “Desarrollo turístico actualmente está contribuyendo de manera factible al desarrollo de un país y que el mismo ha permitido un avance al crecimiento de otros diversos ámbitos como son: el crecimiento económico, social, cultural y el medio ambiental” (p.12).

Planificación.- Ricaurte (2009), indica que la planificación está elaborada por personas y para las personas y consiste en programar para reducir los riesgos del fracaso futuro (Ojeda, 2013).

La planificación debe involucrar a todos los actores sociales, para que se legitima debe intervenir todos los interesados; pues esto asegura quien interviene la posibilidad de sus puntos de vista sean considerados en las decisiones referentes a las acciones y sus objetivos (Ojeda, 2013).

Hablar de planificación es hablar del futuro. El propósito por el cual planificamos es para mejorar las condiciones y escenarios en las cuales se desenvuelven nuestros propósitos. “Planificar, en su sentido más alto, es aproximarse al futuro, estando en el presente, para configurar modelos o escenarios a la medida de nuestras ideas” (Gamboa, 2016).

Todos los procesos de planificación direccionan las acciones del presente en función de los objetivos trazados, y los resultados se visibilizarán en el periodo de tiempo en el cual estaba diseñada su planificación. La planificación en su definición más elemental es el instrumento que, en determinado momento, adopta un país por una decisión política para coordinar todos los esfuerzos que deben realizarse a fin de alcanzar objetivos en el campo del desarrollo económico y social, que sean coherentes con los recursos y necesidades del país (Gamboa, 2016).

Hurtado citado por Molins, (1998, pág. 19) Se clarifica entonces que la planificación comprende una forma práctica que utiliza el ser humano en los procesos de toma de decisiones, seleccionando entre varias posibles alternativas la que considere más factible y compatible a los objetivos plateados (Gamboa, 2016).

Planificar se resume entonces en una proyección al futuro e implica la elección de entre potenciales alternativas, reduciendo a unas pocas que se enmarquen dentro de los fines concretos a conseguir por la organización en un plazo determinado y sean además compatibles con las acciones a implementar. El proceso involucra organizar ideas y coordinar recursos con lo que se pretende dejar de lado ensayos e improvisaciones asegurando a través de atinadas decisiones la obtención de resultados deseados (Gamboa, 2016).

Bases Teóricas y Estado del arte

Desarrollo turístico.- El desarrollo turístico puede definirse especialmente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociación, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos (Pearce, 1991). Esta definición puede dividirse en dos partes: la primera hace referencia a la estructura socio productivo que en los centros receptores hace posible que el

visitante disfrute de los recursos que han motivado su desplazamiento. La segunda parte se refiere al impacto económico de la actividad turística, que genera ingresos económicos provenientes de los centros emisores de turismo y empleos (Varisco, 2008). Es la planificación y gestión de sus recursos tanto naturales como culturales. Al respecto La Organización Mundial de Turismo (OMT, 1993), hace referencia al desarrollo turístico sostenible como el que: Atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (Vera, 2017).

Modelo de desarrollo turístico .- Segùn Esper (2016) dentro de la investigación "Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad", avalada por la Organización Mundial de Turismo, llevada a cabo en Perú, abarca el tema del rápido crecimiento y evolución del turismo en el ámbito cultural, lo que contribuye de forma destacada a la creación de nuevas oportunidades socioeconómicas aportando modalidades sostenibles y responsables de desarrollo turístico a escala local, regional y nacional, tiene como objetivo principal encontrar un modelo más sostenible de desarrollo de diversos productos turísticos culturales que determine la vulnerabilidad y las limitaciones, que planee enfoques nuevos e innovadores para gestionar las concurrencias turísticas en los sitios del patrimonio, teniendo en cuenta la integridad de estos y la comunicación veraz de sus valores, dando cabida a la cadena de suministro turístico en su plenitud (Párraga, 2017, págs. 12, 13).

Desarrollo Sostenible.- La Organización Mundial del Turismo (OMT) adaptó el concepto de desarrollo sostenible en función del turismo, y lo definió como aquel que: "atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro". De manera que concibe el desarrollo sostenible "como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida" (Párraga, 2017).

Profundidad temporal del desarrollo turístico.- El proceso de planificación temporal de un destino turístico debe plantearse de forma iterativa, de tal manera que se produzca una retroalimentación continua entre las actuaciones de los agentes directamente

intervinientes en el desarrollo del proyecto (administración, empresarios turísticos, agentes locales, etc.) y la sociedad de acogida, que como ya se vio es un conjunto más amplio y con intereses no necesariamente coincidentes con los de los agentes turísticos. Como puede verse en la figura 3, en donde se desarrolla una espiral de desarrollo temporal óptimo de destino, el primer paso debe ser partir de una estrategia de destino. Ésta implica construir una visión consensuada para el conjunto de la sociedad que habita y desarrolla sus actividades en ese destino, sobre cuáles son sus expectativas, aspiraciones y objetivos de desarrollo a medio y largo plazo, en función de sus valores sociales, culturales y ambientales. Sólo a partir de ese acuerdo estratégico debiera desarrollarse un plan operativo, en donde se plantearían las actuaciones, plazos y dotaciones presupuestarias para alcanzar los objetivos finalistas del conjunto de la sociedad, aunque ahora ya sí directamente relacionados con la actividad turística. A partir de este momento sería necesario desarrollar dos tipos de actuaciones: unas internas y otras externas. Desde el punto de vista interno debe potenciarse el sentido del lugar. Es decir, una conciencia de pertenencia que trascienda los aspectos puramente económicos, y que implica sentirse parte de un entorno territorial, social e institucional con vocación de desarrollo turístico. Un sentido de lugar que conlleve, además, la toma de conciencia sobre los valores y cualidades del destino; y, por tanto, sobre su carácter de patrimonio entendido no como traba y estorbo al desarrollo, sino como valor y potencialidad de futuro (Barrado, 2005).

Estas actuaciones internas sobre el destino deben ir acompañadas de otras externas, dirigidas a la creación y desarrollo del producto y de la marca, para de este modo conseguir una masa crítica que permita romper con las inercias existentes y comenzar a atraer visitantes. A partir de este momento se trataría de continuar el proceso, con el fin seguir generando las sinergias que permitan mantener y aumentar la capacidad de satisfacer las expectativas y demandas de los clientes en cuanto a actividades, servicios, productos y experiencias turísticas (Barrado, 2005).

Desarrollo Turístico desde una perspectiva horizontal.- En cuanto al proceso ideal de desarrollo desde el punto de vista horizontal, que implica materializar físicamente las propuestas turísticas y coordinarlas con el resto de las apetencias que se derivan sobre el espacio, C. Gunn (1993) identifica varios elementos clave a los que habría que atender con el fin de diseñar los destinos de manera eficaz: las fronteras, las puertas de entrada,

las rutas de movilidad, los nodos turísticos y los recursos, servicios y atracciones turísticas (Barrado, 2005).

Las fronteras, no necesariamente físicas ni administrativas, deben permitir la construcción de una imagen de destino claramente definida y delimitada, que desde el momento en que sea atravesada por el visitante permita percibir que se inicia una ruta de consumo turístico homogénea e integrada. Es decir, a partir del momento en que el turista comienza a consumir turísticamente el destino es necesario contar con unos referentes de comunicación, imagen y calidad en los productos y prestación de servicios homogéneos y controlados, que impidan altibajos que repercutan en el nivel de calidad del conjunto. Esta sensación de iniciar el consumo turístico una vez se atraviesan las fronteras se ve completada por las puertas de entrada, elementos que representan un papel muy importante dado que se convierte en lugares de acceso físico, pero también simbólico, al destino (Barrado, 2005).

Planificación.- Según Kotler (1992) la planificación consiste en “decidir hoy lo que va a hacerse en el futuro”, es decir, comprende la determinación de un futuro deseado y las etapas necesarias para realizarlo. La planificación debe entenderse como un proceso de preparación de las decisiones empresariales y de los medios para llevarlas a cabo. Su objetivo es disponer de estrategias y medios de acción a los gerentes en un periodo determinado las mismas que serán aplicadas en un mercado objetivo (Campaña, 2013). Para Torsch, S (2000), planificar es prever y decidir hoy las acciones que nos pueden llevar desde el presente hasta el futuro deseado. No se trata de hacer predicciones sobre el futuro, sino de tomar las decisiones pertinentes para que ese futuro ocurra. La planificación estratégica debe ser entendida como un proceso participativo, que no va a resolver todas las incertidumbres, pero que permitirá trazar una línea de propósitos para actuar en consecuencia (Campaña, 2013).

La convicción en torno a qué futuro deseado es posible, permite la construcción de una comunidad de intereses entre todos los lados involucrados en el proceso de cambio, lo que resulta ser un requisito básico para alcanzar las metas propuestas (Campaña, 2013). El proceso de planificación así entendido, debe comprometer a la mayoría de los miembros de una organización, ya que su legitimidad y el grado de adhesión (consiste en el conjunto de actores) dependerán en gran medida del nivel de participación con que se cuente (Campaña, 2013).

Componentes de la planificación turística.- De acuerdo a la OMT (1999), la planificación turística debe constar de los siguientes componentes si quiere ser global e integrada:

a. Mercados turísticos: Debe contarse con turistas actuales o potenciales que visiten la zona, estos mercados pueden ser nacionales (internos), de la región o internacionales; con frecuencia son una combinación de estos tipos (Campaña, 2013).

b. Atracciones y actividades turísticas: Debe contarse con atracciones y actividades de turismo para inducir a los turistas que visiten la zona; pueden ser, atracciones naturales, culturales o elementos creados por el hombre (parques temáticos, casinos, etc.) o acontecimientos especiales como ferias, festivales o competencias deportivas (Campaña, 2013).

c. Alojamiento: Debe contarse con hoteles u otro tipo de instalaciones donde los turistas puedan pasar la noche. El concepto de alojamiento incluye muchas veces restaurantes y otras instalaciones turísticas. Sin alojamiento, los turistas solo pueden visitar la zona en un solo día (Campaña, 2013).

d. Otras instalaciones y servicio de turismo: Se necesitan servicios de viaje y giras organizadas que incluyan guianza. Las instalaciones y servicios de información turística en una zona son muy importantes. Entre éstas también se incluyen los restaurantes y demás establecimientos de comida y bebida, servicios de correo, centros médicos, tiendas minoristas, servicio de banca y cambio de moneda y muchas veces tiendas especializadas (Campaña, 2013).

e. Transporte: Revisten importancia crítica los transportes de acceso a la zona y una red funcional que sirva a las atracciones e instalaciones turísticas (Campaña, 2013).

f. Otra infraestructura: Tales como abastecimiento higiénico de agua, suministro de electricidad, gestión eficiente de residuos y telecomunicaciones satisfactorias (Campaña, 2013).

g. Elementos institucionales: Se requieren varios instrumentos institucionales como por ejemplo: formación y capacitación del personal que trabaja en turismo, promoción y comercialización del destino turístico, reglamentos y estándares de calidad para los servicios e instalaciones turísticas y la organización del territorio (Campaña, 2013).

Marco Estratégico de actuación para la planificación integral de destinos turísticos innovadores Partiendo de las premisas conceptuales anteriormente expuestas, un espacio determinado debe abordarse como destino turístico desde tres grandes marcos de trabajo conectados entre sí: el que atañe a los aspectos sociales del desarrollo, el que

recoge los elementos de la sostenibilidad ambiental y territorial, y el que aborda los aspectos económicos. Pero además, junto a estos tres grandes conjuntos imprescindibles para la puesta en valor de un destino, la metodología de trabajo no estaría completa de forma efectiva sin contar con los cada vez más extendidos y considerados planes y sistemas de calidad y de comunicación (Barrado, 2005).

El desarrollo regional: Uno de los grandes retos de cualquier proyecto de desarrollo turístico sería aunar diferentes sectores productivos en un mismo marco territorial para crear sinergias entre todos los componentes y sectores económicos, lo cual, en muchas ocasiones choca de frente con la desestructuración de gran parte de los espacios turísticos o potencialmente turísticos, especialmente en el interior. Conviene no perder de vista que el turismo no es un motor de desarrollo aislado, sino más bien un sector que se apoya en el marco general de desarrollo de un territorio y una sociedad, para integrar y aprovechar oportunidades, estructuras y recursos desde los que construir nuevas realidades productivas (Barrado, 2005).

La sostenibilidad: A pesar de su indudable importancia la consolidación de los principios de sostenibilidad en el desarrollo turístico es lenta, y generalmente no se comienzan a implementar de forma voluntaria. De hecho, y salvo honrosas excepciones, un turismo equilibrado desde el punto de vista social y ambiental basado en los principios del desarrollo sostenible no suele imponerse por sí mismo, sino que las iniciativas en este sentido se ponen en marcha cuando empiezan a surgir problemas que tocan directamente a la estructura productiva de los destinos. Esto es claramente patente en el caso de los ámbitos maduros de los países desarrollados, que sólo han comenzado a poner en marcha mecanismos correctores en el momento en que se ha visto comprometida la viabilidad de todo el sistema (Barrado, 2005).

Nuevos productos turísticos: El desarrollo de nuevos destinos turísticos y su inserción en un mercado en cierta medida saturado, con multitud de ofertas en las que siguen representando un papel esencial las economías de escala, implica necesariamente apostar por productos turísticos imaginativos, con capacidad de diferenciación y con posibilidades de hacerse un hueco perdurable en el imaginario de los consumidores. Esta apuesta por la innovación y la diferenciación sólo puede conseguirse partiendo de un conocimiento lo más preciso posible del ámbito en el que se van a insertar esos

productos, con el fin de concluir en un conjunto de ideas clave que permitan estructurar el proceso de creación de producto desde un punto de vista estratégico (Barrado, 2005).

Sistemas de calidad: La calidad es un concepto abstracto, subjetivo e intangible, pero que se traduce en valor tangible para el cliente-consumidor y que puede y debe ser gestionado por la empresa turística. Debe ser entendida, por tanto, como una herramienta de gestión, retroalimentación y mejora del destino en todas sus fases. Los nuevos productos y destinos turísticos deben satisfacer las necesidades de los actuales consumidores, que como se señaló cuentan de manera general con una amplia experiencia en consumo turístico y una gran capacidad de elección. Así pues, es necesario conseguir que el turista-consumidor sea el diseñador y evaluador final del proceso de prestación del servicio, premisa que debe impregnar todos los aspectos que integran el producto y a todos los niveles funcionales y jerárquicos de la organización del destino (Barrado, 2005).

Redes de colaboración de destino: El desarrollo turístico integrado depende de la capacidad para establecer y mantener redes de colaboración entre los diferentes integrantes y agentes que forman parte, en mayor o menor medida y con mayor o menor grado de responsabilidad, de una realidad tan compleja como es un destino turístico. La creación de una red de colaboración implica una actitud y un comportamiento cooperativo entre empresas que normalmente competirían; así como entre agentes y organizaciones que se encuentran vinculados por relaciones económicas, pero también geográficas, sociales y culturales en un sentido amplio (Barrado, 2005, pág. 33).

La planificación turística necesita de modelos y conceptos que puedan dar respuestas a los asuntos críticos más evidentes, como por ejemplo: ¿cuál es la configuración espacial más deseable para facilitar el turismo en un destino y dentro de una región dada?; ¿cómo puede manipularse la estructura espacial de un destino con el fin de promover un ambiente que sea percibido por los visitantes como no masivo?; ¿cómo puede un destino integrar la planificación turística con la planificación regional?; ¿cuál es el modelo de planificación más adecuado para lograr una buena relación coste-efectividad? (Ascanio, 2009).

Estado del arte: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social –ILPES 2003, “Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo”. Considera importante los estándares de calidad, áreas protegidas, y recursos bajo protección, desarrollo humano para el sector turístico, considera importante el criterio social de sostenibilidad, criterio económico, criterio ecológico por lo que concluyó que es necesario involucrar al componente ambiental, ya que es un elemento primordial de desarrollo, además se debe considerar dentro de la planificación al sector público y privado, sobretodo dar importancia a la parte comunitaria. (Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social- ILPES, 2003)

Monar Dayana 2019, “Planificación y Gestión del Turismo en el Cantón Montalvo, Provincia de Los Ríos”. Manifiesta para que la planificación influya en la Gestión del turismo, se debe realizar un plan de mejora que permita optimizar la gestión turística dentro de su propuesta establece programas y proyectos que permiten a través de la planificación (Monar, 2019).

Ulloa Diego 2019, “Planificación y Desarrollo Turístico en el Cantón Chimbo, Provincia Bolívar”. En su trabajo de investigación manifiesta que la planificación puede ser resuelta bajo estrictos niveles de responsabilidad social y compromiso, por estos motivos la población, servidores turísticos y la unidad de turismo debe trabajar en base a los objetivos planteados para potencializar turísticamente al cantón (Ulloa, 2019).

Pillagua Diana 2019, “Gestión y Desarrollo Turístico en la Parroquia Pistishí, Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo”, Manifiesta que la propuesta para mejorar la gestión en turismo está orientada en procesos, sistemas y resultados. En la investigación no se establece programas o proyectos que permitan la consecución de los objetivos tan solo se basa en propuestas básicas, que no permiten tener claro el camino para la consecución de objetivos. (Pillagua, 2019)

Santillan Domenica 2019, “Gestión y desarrollo turístico de la Playa Punta Estrada, cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos”, la gestión permite que el desarrollo turístico tenga un efecto de planificación, organización y dirección dentro del área a estudiar, como aporte podemos manifestar que las estrategias deben considerarse a partir de la formulación de la matriz DAFO, para considerar en la propuesta aspectos

para fortalecer el conocimiento de los moradores, mejoras dentro de la actividad turística , entre otros.

Barrado Diego y Reyes Bercial “Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión” evidente que estos cambios implican la reformulación de las estrategias y los procesos tradicionales de desarrollo, pasándose de manera general de planteamientos para la creación de productos a un marco de intervención más complejo en el que sea obligado atender a la totalidad del destino turístico. Es un buen aporte a la investigación ya que analiza cómo se producen los cambios y como deben evolucionar las metodologías y los procesos de planificación a fin de atender el desarrollo de destinos sostenibles. (Timón, 2005)

6. Metodología.- Investigación documental.- Esta investigación se realiza considerando la revisión de fuentes secundarias, como son documentos importantes para el territorio como son el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia La Candelaria, artículos científicos, estudios realizados por estudiantes con relevancia al tema propuesto **Investigación de campo.-** La recolección de datos obtenidas de fuentes primarias, tanto por encuestas a la población económicamente activa de la parroquia La Candelaria, como por encuestas dirigidas a los prestadores de servicios turísticos de la localidad. Así como también la elaboración de la matriz FODA. Por medio de la utilización del método estadístico Chi Cuadrado, se analizó la influencia de la variable independiente (planificación) sobre la variable dependiente (desarrollo turístico).

Diseño de la investigación.- La investigación presenta un diseño cuantitativo no experimental, del tipo descriptivo, a través del cual analizamos la influencia que se presentan en las variables definiendo la realidad turística del territorio, por medio de su descripción, identificando las necesidades y potencialidades buscando generar beneficios posteriores para la población que se encuentra dentro del territorio como para los turistas que visitan la zona. **Unidad de análisis.-** El trabajo investigativo tiene como punto de análisis a la población económicamente activa 120 personas de la parroquia La Candelaria y a los 27 miembros de la Asociación de turismo La Candelaria. **Población de la variable dependiente (Desarrollo Turístico).-** Considerando que una de las actividades a las que se dedica la población económicamente activa es el Turismo se ha considerado a 120 personas. **Tamaño de la muestra.-** La muestra del universo de estudio para el análisis de la variable independiente se obtuvo aplicando la fórmula de

Sierra Bravo (1988), en donde para tener un mayor nivel de credibilidad en la investigación, se ha utilizado un nivel de confianza del 95%, cuyo valor de cálculo es 1,96 y un margen de error de 5%; criterios que se encuentran dentro de los rangos aceptables. **Encuesta:** Las respuestas están formuladas por escrito, además no se requiere que el investigador. **Cuestionario:** Es el instrumento necesario para llevar a cabo nuestro proceso de investigación

7. Resultados.- La investigación es una herramienta para poder determinar las falencias del desarrollo turístico en la parroquia La Candelaria del Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo, por lo se realizó la comprobación de la hipótesis general la cual concluyo que la planificación incide significativamente en el desarrollo turístico de la parroquia La Candelaria del cantón Penipe, provincia de Chimborazo, para verificar y respaldar Chi cuadrado se calculó el coeficiente de contingencia la cual es una medida que representa la relación significativa. A continuación, se presenta los resultados obtenidos de la investigación

8. Conclusiones.- La presente investigación permitió determinar la influencia de la planificación en el desarrollo turístico de la Parroquia La Candelaria del Cantón Penipe, Provincia de Chimborazo, mediante el análisis de sus dimensiones como son el espacio geográfico, el diagnóstico y el modelo de actuación.

El trabajo investigativo estableció la influencia en del espacio geográfico mediante el análisis de sus componentes como son el ámbito natural, político, económico y cultural. orientado al fortalecer el desarrollo turístico.

9. Referencias Bibliográficas.- Textos impresos y Webgrafía.