



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

VINCULACIÓN Y POSGRADO

DIRECCIÓN DE POSGRADO

PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
MAGÍSTER EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS
TURÍSTICOS

TEMA:

“PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO LOCAL DE LA PARROQUIA
CACHA COMUNIDAD MACHÁNGARA DEL CANTÓN RIOBAMBA
PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

AUTOR:

Ing. Segundo Fidel Peñafiel Espinoza

TUTOR:

Mgs: Danilo Paúl Quintana Puga

RIOBAMBA – ECUADOR

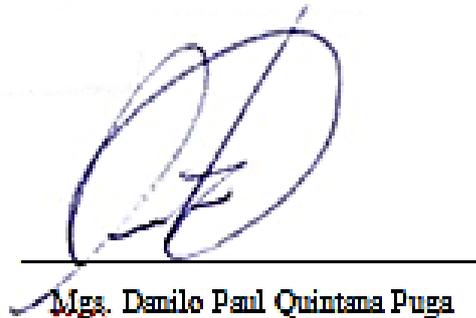
2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, **Mgs. Danilo Quintana**, certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del grado de Magíster en Turismo Mención Gestión Sostenible en Destinos Turísticos con el tema **“PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO LOCAL DE LA PARROQUIA CACHA COMUNIDAD MACHANGARA, DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”** ha sido elaborado por el Ing. Peñafiel Espinoza Segundo Fidel con el asesoramiento permanente de mi persona en calidad de tutor, por lo que certifico que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad

Riobamba, 06 noviembre de 2019



Mgs. Danilo Paul Quintana Puga

CI: 0603329186

TUTOR

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO DIRECCIÓN DE POSGRADO CERTIFICACIÓN

El Tribunal de Defensa de Trabajo de titulación designado por la Comisión de Posgrado., para receptor la Defensa Privada de la investigación cuyo tema es: "PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO LOCAL DE LA PARROQUIA CACHA COMUNIDAD MACHÁNGARA DEL CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO" presentada por el maestrante: Segundo Fidel Peñafiel Espinoza CERTIFICA que las observaciones realizadas por los Miembros del Tribunal se han superado, razón por la cual, se autoriza presentar el Trabajo Investigativo en la Dirección de Posgrado, para su sustentación pública.

Para constancia de la presente, firman los Miembros del Tribunal.

Riobamba, Noviembre 2019

Mgs. Danilo Quintana P.
TUTOR

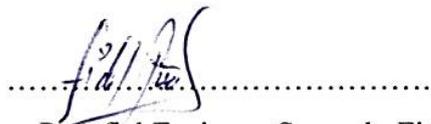
Mgs. Roberto Villamarín G
PRESIDENTE DE TRIBUNAL

Mgs. Silvia Aldaz H.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Mgs. José Álvarez R
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Peñafiel Espinoza Segundo Fidel con CI: 0301127221, soy el gestor de los estudios, doctrinas, conclusiones y lineamientos alternativos realizados en la presente investigación y el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Nacional de Chimborazo.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fidel Espinoza', is written over a horizontal dotted line.

Ing. Peñafiel Espinoza Segundo Fidel

CI: 0301127221

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a los miembros de mi familia por incentivar a un nuevo reto profesional, esfuerzos y desvelos en cada momento avizorando descubrir nuevas posibilidades y legados del mundo del turismo, para ellos este ofrecimiento a mi esposa y a mis dos hijos que, con su respaldo emotivo, influyeron a cesar esta investigación.

A mis padres que fueron los forjadores de mi educación han permitido que nuevamente os demuestre la firmeza de mi compromiso, que sea un precedente para las futuras generaciones de mi familia que el estudio no tiene límites.

Peñafiel Espinoza Segundo Fidel

AGRADECIMIENTO

La vida me ha regalado muchas satisfacciones, agradezco a mi Dios todopoderoso por darme la vida entera, llevo en mi la complacencia de haber cumplido con lo que se había proyectado, mil gracias a mi esposa por darme el impulso que precisaba, a mis hijos por la paciencia que concedían al remplazar mis tareas por las vivencias familiares.

Al Mgs. Danilo Quintana por demostrar su altruismo en las tutorías, el respaldo justo y percedero que animaba con sus didácticas a no rendirme, un fraternal agradecimiento.

A los miembros del tribunal PhD. Silvia Aldaz y PhD. José Álvarez, ilustres maestros que encaminaron mi destino a la titulación, mis gratitudes.

Al Centro Turístico Pucará Tambo Pucará Tambo, en especial al Ing. Carlos Duchicela por la apertura y respaldo para cumplir mis objetivos y a todos los personajes ilustres de Cacha Machángara, gracias infinitas.

A mis compañeros y amigos maestrantes gracias totales

Peñañiel Espinoza Segundo Fidel

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
RESUMEN	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Situación problemática.....	3
1.2. Identificación del problema de investigación.....	4
1.3. Descripción del problema.....	4
1.4. Formulación del problema.	5
1.4.1. Problema general	5
1.4.2. Problemas específicos.....	5
1.5. Justificación	6
1.6. Objetivos	8
1.6.1. Objetivo general.....	8

1.6.2	Objetivos específicos.....	8
1.7.	Hipótesis.....	9
1.7.1	Hipótesis general.....	9
1.7.2.	Hipótesis específicas.....	9
CAPÍTULO II.....		10
MARCO TEÓRICO.....		10
2.1.	Antecedente de la investigación.....	10
2.1.1.	Antecedentes internacionales.....	10
2.1.2.	Antecedentes nacionales.....	11
2.1.3.	Antecedentes de planificación provincial.....	12
2.1.4.	Antecedentes locales.....	15
2.2.	Fundamentación epistemológica.....	18
2.3.	Variable independiente.....	19
2.3.1.	Planificación.....	19
2.3.2.	Planificación turística.....	19
2.3.3	Evolución de la planificación en América Latina.....	20
2.3.4.	Planificación local.....	22
2.3.5.	Planificación para el cambio.....	22
2.3.6.	Proceso de planificación turística.....	23
2.3.7.	Ventajas de la planificación.....	26
2.4.	Variable dependiente.....	27
2.4.1	Desarrollo.....	27
2.4.2	Desarrollo local.....	28
2.4.3.	Objetivos del desarrollo sostenible.....	28
2.4.4.	Organización comunitaria.....	29

2.4.5. Turismo.....	29
2.4.6. Desarrollo sostenible.....	34
2.4.7. Marco estratégico para el desarrollo de destinos	36
2.4.8. Sistemas de calidad.....	37
2.4.9. Turismo rural	38
2.4.10. Dimensiones del turismo	42
2.4.11. Nuevas tecnologías de la información y comunicación en turismo.....	45
2.4.12. Turismo cultural.....	46
2.4.13. La relación que une la gastronomía con el turismo	47
CAPÍTULO III.....	48
METODOLOGÍA	48
3.1. Enfoque, diseño y tipo de investigación.....	48
3.1.1. Enfoque de la investigación.....	48
3.1.2. Diseño de la investigación.....	48
3.1.3. Tipo de investigación.....	49
3.2. Unidad de análisis	49
3.3. Población de estudio.....	50
3.4. Tamaño de la muestra	50
3.4.1. Muestra I – variable independiente.	50
3.4.2. Muestra II – variable dependiente.	51
3.5. Selección de la muestra	52
3.6. Operacionalización de variables.....	52
3.7. Técnicas e instrumentos de investigación	52
3.7.1. Técnica.	52
3.7.2. Instrumento.....	53

3.8. Validez de los instrumentos	53
3.8.1. Designación de los expertos.	53
3.8.2. Interpretación y validación de informe de expertos.....	54
3.8.3. Instrumentos de medición satisfactorios.....	54
3.8.4. Análisis e interpretación de la información.	55
CAPÍTULO IV	56
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	56
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	56
4.1.2. Análisis e interpretación de la variable Independiente: Planificación turística. ..	56
4.1.3. Análisis e interpretación de la variable dependiente: Desarrollo local.....	76
4.2. Prueba de hipótesis	96
4.2.1. Hipótesis General.....	96
4.2.2. Hipótesis Específicas	96
4.2.3. Elección de la prueba estadística	96
4.2.4. Prueba de hipótesis específica 1	97
4.2.5. Prueba de hipótesis específica 2	98
4.2.6. Prueba de hipótesis específica 3	99
4.2.7. Prueba de hipótesis específica 4	100
4.2.8. Prueba de hipótesis general.....	101
CAPÍTULO V	103
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	103
5.1. Conclusiones.....	103
5.2. Recomendaciones	105
CAPÍTULO VI	107
PROPUESTA.....	107

6.1. Plan de Desarrollo Turístico Para la Parroquia Cacha Comunidad Machángara del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.....	107
6.2. Introducción.....	107
6.3. Objetivos.....	108
6.3.1. Objetivo General.....	108
6.3.2. Objetivos Específicos	108
6.4. Desarrollo de la propuesta	109
6.4.1. Modelo de planificación turística	109
6.4.2. Diagnóstico del estado actual de Cacha Machángara	110
6.4.3. Elaboración del plan de acción para el desarrollo local de la Comunidad Cacha Machángara.....	128
BIBLIOGRAFÍA	146
ANEXOS	154
Anexo 1 Árbol de problemas	154
Anexo 2. Operacionalización de la variable - independiente	155
Anexo 3. Operacionalización de la variable dependiente.....	156
Anexo 4. Matriz de consistencia.....	157
Anexo 5. Atractivos turísticos naturales	158
Anexo 6. Atractivos turísticos culturales.....	163
Anexo 7. Instrumento de información - Variable Independiente	168
Anexo 8. Instrumento de información - Variable dependiente.....	173
Anexo 9. Fichas de observación	176
Anexo 10. Validación de encuestas de la Variable Planificación Turística	178
Anexo 11. Validación de encuestas de la Variable Desarrollo Local.....	181
Anexo 12. Datos de validación de hipótesis.	184

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Demanda turística de Riobamba.....	7
Tabla 2	Número de visitas que visita Cacha.....	14
Tabla 3	Alfa de Cronbach.....	55
Tabla 4	Género del turista.....	57
Tabla 5.	Edad de los turistas	58
Tabla 6	Nivel de instrucción.....	59
Tabla 7	De que parte del país es su procedencia	60
Tabla 8	Motivo de su llegada.....	61
Tabla 9	Conoce Cacha Machángara	62
Tabla 10	Medios de difusión	63
Tabla 11	Medio de transporte	64
Tabla 12	Promocionar la gastronomía	65
Tabla 13	Tipo de actividad turística requerida	66
Tabla 14	Falencias en el Centro Pucará Tambo.....	67
Tabla 15	Información y señalización.....	68
Tabla 16	Modalidad de viaje	69
Tabla 17	Preferencia de atractivos.....	70
Tabla 18	Calidad del servicio	71
Tabla 19	Disponibilidad del gasto	72
Tabla 20	Recomendaciones a otros visitantes	73
Tabla 21	Hospedarse en Pucará Tambo.....	74
Tabla 22	Necesidades encontradas en el Centro Turístico Pucará Tambo	75
Tabla 23	Género de los agentes locales	77
Tabla 24	Edad de los pobladores	78

Tabla 25 Profesión de los pobladores	79
Tabla 26 Vinculación con la organización	80
Tabla 27 Conoce Pucará Tambo.....	81
Tabla 28 La comunidad no maneja el Centro Turístico.....	82
Tabla 29 Papel del Gad parroquial	83
Tabla 30 Papel de otros entes públicos.....	84
Tabla 31 Patrimonio cultural invalorable	85
Tabla 32 Gustos por los atractivos.....	86
Tabla 33 Preferencias del turismo rural.....	87
Tabla 34 Causas de la migración	88
Tabla 35 Cacha es beneficiario del turismo.....	89
Tabla 36 Servicios básicos satisfactorios.....	90
Tabla 37 La superestructura de Cacha Machángara	91
Tabla 38 Programas de salud de Cacha Machángara.....	92
Tabla 39 Tutorías de turismo en la educación	93
Tabla 40 Estudiantes terminan sus estudios en Cacha.....	94
Tabla 41 Seguridad de Cacha Machángara.....	95
Tabla 42 Prueba del chi-cuadrado del Diagnóstico	97
Tabla 43 Prueba del chi-cuadrado de la Organización	98
Tabla 44 Prueba del chi-cuadrado de la Identidad Local.....	99
Tabla 45 Prueba del chi-cuadrado de la Identidad Cultural.....	100
Tabla 46 Prueba del chi-cuadrado de la Planificación y Desarrollo Local.....	101
Tabla 47 Población de Cacha Machángara.....	111
Tabla 48. Actores locales de la comunidad	117
Tabla 49. Necesidades de los actores locales de la comunidad.....	118

Tabla 50 Servicios principales de Cacha Machángara	120
Tabla 51 Demanda de Comunidad Machángara	122
Tabla 52 Demanda de extranjeros	122
Tabla 53 Matriz de Evaluación de Factores Internos	124
Tabla 54 Matriz de Evaluación de Factores Externos	125
Tabla 55 Presupuesto de inversión en actividades.....	143

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Expertos seleccionados	54
Cuadro 2	Espacio geográfico	110
Cuadro 3	Servicios Complementarios	121
Cuadro 4	Análisis DAFO	123
Cuadro 5	Matriz DAFO cruzada ponderada	127
Cuadro 6	Matriz consolidada de programas y proyectos del plan de acción.....	131
Cuadro 7	Programas y proyectos a ejecutarse	132
Cuadro 8	Proyecto de fortalecimiento activo de la comunidad	133
Cuadro 9	Proyecto de valorizar los recursos naturales	134
Cuadro 10	Proyecto de revitalización cultural.....	135
Cuadro 11	Proyecto de convenios interinstitucionales para incentivos turísticos.	136
Cuadro 12	Proyecto de fortalecimiento turístico y económico.....	137
Cuadro 13	Proyecto de capacitación para mejorar la actividad turística.....	138
Cuadro 14	Proyecto de vinculación de agencias y operadoras mayoristas.....	139
Cuadro 15	Proyecto de marketing digital y comercialización.....	140
Cuadro 16	Proyecto de control estadístico de turistas	141
Cuadro 17	Preservación del medio ambiente.....	142
Cuadro 18	Matriz de monitoreo y evaluación	144
Cuadro 19	Sistema de monitoreo y evaluación individual	145

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Esquema del sistema turístico.....	39
Ilustración 2. Campana de Gauss, zona de aceptación y rechazo.....	102
Ilustración 3. Modelo de planificación turística	109
Ilustración 4. Mapa de la comunidad Cacha Machángara	111
Ilustración 5. Estructura orgánica de actores locales	115
Ilustración 6. Misión.....	129
Ilustración 7. Visión.....	129
Ilustración 8. Imagen Corporativa	130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género del turista.....	57
Gráfico 2. Edad de los turistas	58
Gráfico 3. Nivel de instrucción.....	59
Gráfico 4. Región de procedencia.....	60
Gráfico 5. Motivo de su llegado	61
Gráfico 6. Conoce Cacha Machángara	62
Gráfico 7. Medios de difusión	63
Gráfico 8. Medio de transporte	64
Gráfico 9. Promoción de la gastronomía	65
Gráfico 10. Tipo de actividad turística requerida	66
Gráfico 11. Falencias en el Centro Pucará Tambo	67
Gráfico 12. Información y señalización.....	68
Gráfico 13. Modalidad de viaje	69
Gráfico 14. Preferencia de atractivos.....	70
Gráfico 15. Calidad del servicio	71
Gráfico 16. Disponibilidad en el gasto	72
Gráfico 17. Recomendaciones a otros visitantes	73
Gráfico 18. Le gustaría hospedarse en Pucará Tambo.....	74
Gráfico 19. Necesidades del Centro Turístico	75
Gráfico 20. Género de los agentes locales	77
Gráfico 21. Edad de los pobladores	78
Gráfico 22. Profesión de los pobladores	79
Gráfico 23. Vinculación con la organización	80
Gráfico 24. Conoce Pucará Tambo.....	81

Gráfico 25. La comunidad no maneja el Centro Turístico	82
Gráfico 26. Papel del Gad parroquial	83
Gráfico 27. Papel de otros entes públicos	84
Gráfico 28. Patrimonio cultural invaluable	85
Gráfico 29. Gustos por los atractivos.....	86
Gráfico 30. Preferencias del turismo rural.....	87
Gráfico 31. Causas de la migración	88
Gráfico 32. Cacha es beneficiario del turismo.....	89
Gráfico 33. Servicios básicos satisfactorios.....	90
Gráfico 34. La superestructura de Cacha Machángara	91
Gráfico 35. Programas de salud de Cacha Machángara	92
Gráfico 36. Tutorías de turismo en la educación	93
Gráfico 37. Estudiantes terminan sus estudios en Cacha.....	94
Gráfico 38. Seguridad de Cacha Machángara.....	95

RESUMEN

La investigación que se plantea tiene como objetivo determinar la influencia de la planificación en el desarrollo turístico local de la Parroquia Cacha, Comunidad Machángara, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo; una herramienta fundamental que busca contribuir en el desarrollo turístico desde un enfoque organizativo comunitario y del contexto actual que determina poner en marcha la potencialidad y las bondades turísticas del lugar. El trabajo se apoyó en la investigación documental, descriptiva, correlacional y de campo, el diseño investigativo es no experimental porque se estudia en un periodo establecido con grupos focales y transversal por medir la relación de estudio en un tiempo específico de las variables, toda la información se obtuvo mediante la aplicación de encuestas orientado a los turistas que llegan a Cacha, para la variable dependiente se consideraron a los actores turísticos y agentes locales con un cuestionario de 18 ítems el mismo que fue validado mediante el criterio de expertos, esta información fue procesada en el programa IBM SPSS Statistic 25 demostrando que la planificación no tiene fortaleza en sus dimensiones como el diagnóstico, la organización, identidad local y la evaluación, pero que influyen significativamente en el desarrollo local de la comunidad Machángara, por lo que se plantea elaborar un plan de desarrollo turístico que contribuya a mejorar el nivel de fortalecimiento turístico, estableciendo nuevas líneas de acción con proyectos y alternativas en las diversas actividades en beneficio del desarrollo turístico local.

PALABRA CLAVE: Planificación turística, organización, desarrollo local.

ABSTRACT

The research proposed is aimed to determine the influence of the planning in the local tourism development of Machángara Community located in Cacha Parish, Riobamba Canton, Chimborazo Province; it is a fundamental tool that seeks to contribute to tourism development from a community organizational approach and from current context that determines to implement the capacity and tourism benefits of the place. The work relied on documentary, descriptive, correlational and field research, the investigative design is non-experimental because it is studied in an established period with focus groups and transversal by measuring the study relationship in a specific time of the variables, all the information was obtained through the application of surveys aimed at tourists arriving in Cacha, for the dependent variable, tourist actors and local agents were considered with a questionnaire of 18 questions, which was validated through the criteria of experts, this information was processed in the IBM SPSS Statistic 25 program demonstrating that the planning does not have strength in its dimensions such as diagnosis, organization, local identity, and evaluation, but that significantly influence the local development of the Machángara community, so it is proposed to elaborate a tourism development plan that helps improve the level of strength tourist foundation, establishing new lines of action with projects and alternatives in the various activities for the benefit of local tourism development.

Keywords: Tourism planning, organization, local development.

Translation reviewed by: Trujillo, Myriam

Linguistic Competences Professor



INTRODUCCIÓN

La actividad turística que ha venido desarrollando Cacha Machángara ha tenido una connotación poco favorable en el desempeño del turismo efectivo, esta investigación permitirá determinar la influencia de la planificación en el desarrollo local, dicho proceso contará con el respaldo de la comunidad y los actores turístico de Cacha, buscando incentivar la participación influyente del Gobierno Parroquial.

Las características específicas que dispone el centro turístico Pucará Tambo, es una herramienta que posibilitará fijar los objetivos y aspiraciones enfocados en el desarrollo de la comunidad, dichas pretensiones buscarán un beneficio común que son los miembros de la comunidad de esta manera consolidar y fortalecer el desarrollo turístico óptimo, según (Andrade & Johana, 2012).

El objetivo del presente trabajo es plantear un plan de desarrollo turístico, respaldado con una serie de instrumentos de soporte que proporcionará al lugar un cómodo desarrollo y un planificado progreso, sustentado en el análisis del escenario situacional actual, además consolidar la organización basada en el ámbito del trabajo colectivo, mediante la articulación de todos los actores sociales, manteniendo un acercamiento con la empresa privada y un constante monitoreo y evaluación para mantener una innovación constante en las diferentes actividades turísticas.

El Capítulo I, contempla el planteamiento del problema que identifica cuales son las necesidades que afectan al turismo de Cacha Machángara, la justificación que determina por qué iniciar el estudio, se plantea el objetivo general y los específicos, estableciendo la hipótesis que conlleva al estudio a comprobar si la planificación influye en el desarrollo local de la comunidad Cacha Machángara.

El Capítulo II, está integrado por el marco teórico con su filosofía que determina la ruta a seguir de la investigación dentro del campo epistemológico de la planificación

y desarrollo local, buscando la mejor alternativa entre los modelos especificados de los autores.

En el Capítulo III, el diseño de la investigación muestra la metodología a seguir, el enfoque cualitativo y cuantitativo en la recolección de datos, basado en información documental, investigación descriptiva, correlacional y de campo de las variables de estudio que servirán como apoyo para el análisis interno y externo.

Capítulo IV, detalla la verificación de las evidencias derivadas a través de las encuestas realizadas, el diseño de la investigación que permite ver de forma clara los acontecimientos que determinan el escenario actual del desarrollo turístico y evidenciar la dódima de hipótesis que considera su cálculo en 0.05 de un nivel de significancia positiva según Pearson.

Capítulo V, se establece las conclusiones y recomendaciones relacionadas a las dimensiones de las variables de estudio, que ponen en conocimiento su estado actual y que deben ser consideradas en la práctica.

La propuesta de estudio Capítulo VI, presenta tres fases; fase 1. Realizar el diagnóstico del área de estudio; fase 2. El análisis que permita determinar los lineamientos del plan con los resultados alcanzados respaldado en los objetivos; Fase 3. Elaborar un plan de acción destinado a fortalecer el desarrollo local con proyectos y actividades, finalmente las conclusiones y recomendaciones como alternativas de correcto aplique en el direccionamiento del impulso turístico que pretende lograr Cacha Machángara.

En la sección de anexos se expone las matrices de medición de variables y las dimensiones utilizadas, incluye también la matriz de consistencia respaldada con sus instrumentos de procesamiento.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

En estos últimos años la actividad turística ha tenido un importante crecimiento, lo que se ha sentido la necesidad de nuevas plazas y destinos que solvente la afluencia de turistas hasta nuestra Provincia, una de las alternativas que surge en Chimborazo es la Comunidad Machángara perteneciente a la Parroquia Cacha, aquí está el Centro turístico Pucará Tambo, que ofrece los servicios variados de hospedaje, provisión de alimentos, venta de artesanías propias de Cacha, también productos apícolas elaborados con la miel de abejas; a pesar de contar con la suficiente superestructura y recursos naturales que fortalece el sector, la comunidad no ha tenido un desarrollo adecuado en cuanto a la gestión y planificación turística, influenciada por una débil composición organizativa, que no concuerdan en buscar alternativas de desarrollo, razones que ha llevado a los jóvenes a migrar en busca de mejores alternativas de trabajo personales, el turismo es una actividad instituida para cubrir las necesidades del hombre y éste a su vez brindar soluciones a las grandes desigualdades sociales existentes entre ellas la pobreza, que son factores que resaltan la imagen de un sector.

Cacha Machángara a pesar de poseer una histórica riqueza cultural basada en la cuna de la nacionalidad Puruhá con la dinastía Duchicela no ha tenido una buena acogida como tal, es así que la afluencia de turistas para el área urbana de Chimborazo en el 2018 según el boletín estadístico del Gad Municipal de Riobamba fue de 89.647 del cual el 37% va destinada a la actividad cultural y para la zona rural como actividad comunitaria solo el 10% es decir 8.964 turistas distribuidos en varios centros turísticos, lo que demuestra que hay una mayor promoción en actividades de aventura y ecoturismo que a la actividad cultural, que es la razón de la visita de muchos turistas.

Según la investigación de León (2016) manifiestan que el problema de los pueblos de la serranía de Chimborazo está en: -la economía, escasez de fuentes de empleo, una acción nula de los Gobiernos Parroquiales y necesidades de servicios básicos, - la migración por la falta de oportunidades, buscan fortalecer su ámbito económico, en cuanto - al turismo se refieren, que disponen de suficiente infraestructura, pero no hay una acción que dinamice la actividad turística con mejoras, innovaciones e inversiones, si logramos implementar esto, el turismo va retribuir a favor de los actores locales y en general a la sociedad para aportar con el desarrollo económico de Cacha Machángara.

Este proyecto de investigación plantea a través de la planificación turística, servir como herramienta para solucionar en algo los problemas emergentes del turismo en la comunidad Machángara, es necesario que el turismo se desarrolle bajo la premisa de contribuir al desarrollo local bajo un esquema ordenado y sostenible.

1.2. Identificación del problema de investigación

El ámbito de estudio del presente proyecto investigativo se enfatiza en al análisis de la planificación turística y su influencia en el desarrollo local de la Parroquia Cacha, Comunidad Machángara, del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, con su variable independiente planificación turística y como variable dependiente, el desarrollo local.

1.3. Descripción del problema

En la comunidad Cacha Machángara se identifica el problema objeto de estudio como la deficiente planificación del sector turístico que revela bajos niveles en el factor económico, ambiental, sociedad y la misma cultura propia de Cacha, se evidencia la débil estructura organizativa que conlleva a la pérdida de la identidad y del potencial en acciones que concierne a mejorar su disposición de desarrollo coadyuvando a mejorar el

nivel del servicio turístico con una limitada agilidad comunitaria y la necesidad de innovar alternativas en diferentes actividades turísticas, estos factores son las causas que no ha permitido obtener un adecuado crecimiento turístico a través de una oferta articulada, para que se encamine a una apropiada competitividad turística, trayendo consigo el desinterés por buscar alternativas de surgimiento y dependencia, para extender y mantener un buen servicio conservando el principio de calidad, esta acción ocasiona la escasa demanda de turistas especialmente extranjeros, presentando un débil desarrollo local que busca la posibilidad de un crecimiento económico y social.

1.4. Formulación del problema.

1.4.1. Problema general

¿De qué forma la planificación turística influye en el desarrollo local de la Parroquia Cacha, Comunidad Machángara del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo?

1.4.2. Problemas específicos

- ¿De qué forma el diagnóstico influye en el desarrollo local de la Parroquia Cacha Comunidad Machángara del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo?
- ¿De qué forma la organización influye en el desarrollo local de la Parroquia Cacha Comunidad Machángara del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo?
- ¿De qué forma la identidad influye en el desarrollo local de la Parroquia Cacha Comunidad Machángara del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo?
- ¿De qué forma la evaluación influye en el desarrollo local de la Parroquia Cacha Comunidad Machángara del Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo?

1.5. Justificación

El sector turístico se muestra como una actividad creciente a nivel local y regional basado en estrategias de competitividad por lo cual aplicando la planificación turística en el sector de Cacha Machángara se promoverá el impulso al desarrollo del turismo sostenible utilizando los recursos disponibles y que puedan ser transformados en productos turísticos fortalecidos aportando con ingresos y empleos temporales que sirvan de motor para el desarrollo de otros sectores económicos como artesanales, agrícolas entre otros.

Se justifica debido a la débil acogida de la oferta turística, necesitando de un replanteo formal de su gestión, según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba, de aquí en adelante (Gad) en sus boletines emitidos sobre la demanda turística muestra, que en el año 2016 llegaron a Riobamba el 36 % de turistas con respecto a la provincia, el 9% utilizaron el turismo comunitario y el 20% accedieron al turismo cultural, en el 2017 arribaron a Riobamba el 56% de turistas con relación a la provincia, destinando al turismo comunitario el 11% y un 32% al turismo cultural, mientras que, en el año 2018 hay una disminución de 4 puntos en relación al año anterior llegando al 52% de turistas que visitaron Riobamba con respecto a la provincia y utilizaron el turismo comunitario solo un 10 % y el 37% destinados al turismo cultural como se detalla a continuación.

Tabla 1
Demanda turística de Riobamba

Años	Año 2016		Año 2017		Año 2018	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
Turistas						
Chimborazo	77.658	14.714	128.013	24.140	141.265	26.984
Riobamba	27.957	5.297	71.687	13.518	73.401	16.246
Turismo Comunitario	2.517	477	7.886	1.487	7.340	1.625
Turismo Cultural	5.592	1.059	22.940	4.326	27.158	6.011

Fuente: Departamento de Turismo del Municipio de Riobamba 2016-2018

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Esto nos propone analizar que mientras hay un incremento de turistas que visitan Riobamba, no está destinado la demanda hacia el sector del turismo comunitario lo que nos plantea profundizar alternativas que inciden en la empatía de turistas, considerando que la parroquia Cacha cuenta con valiosos productos turísticos naturales y culturales históricos.

Examinar y determinar cuáles son las perspectivas de análisis y reflexión sobre la problemática turística que nos permiten fomentar el desarrollo de manera directa o indirecta, que proporcionen información y las explicaciones necesarias para la toma de decisiones y el control de la actividad en post de su sustentabilidad económica, social, cultural, territorial y medioambiental. Considerando la competencia del Gobierno Autónomo descentralizado Parroquial Cacha, de aquí en adelante Gad parroquial según la ley del (Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización) de aquí en adelante COOTAD según dispone el artículo 55 en su alusión indica el literal b) “planificar junto con otras instancias públicas y actores de la sociedad el desarrollo cantonal con sus correspondientes planes de ordenamiento territorial, paralela a la planificación nacional, regional, provincial y parroquial” esto se considerará con el fin de:” regular el uso y ocupación del suelo urbano y rural en el marco de la plurinacionalidad, pluriculturalidad y el respeto a la diversidad” se plantea

una planificación para que se aproveche el potencial turístico que posee Cacha Machángara.

Mediante el estudio de investigación se encaminará a dar importancia y considerar los factores primordiales que no permiten desplegar el desarrollo del turismo en el sector de Cacha, estableciendo una línea base de la demanda real y potencial de los atractivos turísticos, implementando un modelo de acción como instrumentos de la planificación.

Con el consenso de los actores de la comunidad se logrará obtener nuevas perspectivas para establecer emprendimientos y con los que existen, mejorar y revitalizar el turismo establecido, por que la tendencia del turismo moderno cada vez es más exigente.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la planificación turística en el desarrollo local de la Parroquia Cacha, Comunidad Machángara del cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

1.6.2 Objetivos específicos

- Determinar la influencia del diagnóstico en el desarrollo local de la Comunidad Machángara.
- Identificar la influencia de la organización en el desarrollo local de la Comunidad Machángara.
- Establecer la influencia de la identidad en el desarrollo local de la Comunidad Machángara.
- Determinar la influencia de la evaluación en el desarrollo local de la Comunidad Machángara.

1.7. Hipótesis

1.7.1 Hipótesis general

La planificación turística influye significativamente en el desarrollo local de la parroquia Cacha, comunidad Machángara del cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

1.7.2. Hipótesis específicas

- El diagnóstico influye significativamente en el desarrollo local de la Comunidad Machángara.
- La organización influye significativamente en el desarrollo local de la Comunidad Machángara.
- La identidad local influye significativamente en el desarrollo local de la Comunidad Machángara.
- La evaluación influye significativamente en el desarrollo local de la Comunidad Machángara.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedente de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Algunos estados latinos han tenido la experiencia de probar los planes en sus organizaciones según sus condiciones y han comprobado sus resultados reales o adversos, llegando a ratificar que en sus procesos deben elaborar una buena planificación, sin ostentar que no se trata de un rol protagónico, sino que la crisis que ocasionó dependía del operador que utilizó la planificación para fines exclusivos.

De acuerdo con Tauber (2006) en la planificación estratégica participativa se desarrolló en la zona urbana y regional, señala que la planificación dio sus inicios en Europa basada en una perspectiva económico, llega en América Latina como un mecanismo de solución para salir del subdesarrollo buscando la mejor alternativa para los países que lo utilizan y puedan surgir de su desarrollo, pero sin lograr obtener alcances novedosos en corto tiempo.

Al describir algunos países como México, Venezuela, Colombia, Argentina y Chile no accionaron su desarrollo bajo una planificación sino bajo una operación distinta propia de estos países, pero al pasar del tiempo se fueron aplicando a los modelos reales, básicamente a excepción de Colombia que tuvo cambios graduales, el resto utilizó esta herramienta con otros propósitos para beneficiar a los grandes grupos económicos y por divulgar su gran formato ejecutor, en su legado de la crisis de la planificación en América latina (Gaviria Ochoa, 2012).

El Pensamiento y práctica de la planificación en América Latina menciona que; para los años 60 los gobiernos se comprometieron en alcanzar los objetivos de buscar el crecimiento económico, para establecer el bienestar de la sociedad y lograr evolucionar

en el desarrollo, pero muchos países latinos con el fin de lograr sus anhelados progresos, no previnieron los conflictos y contratiempos que le llevaron a seguir estancados en sus entornos de crecimiento. (Leiva, 2013)

En todo caso el autor manifiesta que la planificación internamente, no se acomoda a sus ambiciones más bien depende de las habilidades del planificador para adaptar o ajustar según las condiciones del contexto, esta herramienta no debe descansar en un papel debe ejecutarse para que tenga vigencia.

Kaplan (1997) expone sobre la “década perdida” llegando a determinar que surgió una “descomposición económica, disolución Social y la crisis estatal” con una irregularidad en la economía. Muchos estados generaron crisis en la planificación por la incapacidad de gestión en sus procesos, obteniendo logros adversos en sus aspiraciones y poniendo en duda su ejecución, limitando así el crédito al desarrollo económico.

2.1.2. Antecedentes nacionales

En Ecuador en el 2004 se crea la secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo institución vinculada a la presidencia de la república SENPLADES, encargada del desarrollo de la Planificación, también a través del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador hasta el 2020 de aquí en adelante (PLANDETUR 2020) pretende un desarrollo sostenible completo y mantener el impulso humano en armonía con la naturaleza, para lograr un soporte institucional sólido de los destinos turísticos regionales que pretende el ordenamiento turístico en el contorno nacional vinculado a la autonomía.

Según Plandetur (2020) la planificación en su precepto hace referencia a profundizar el ordenamiento físico, identificando cada zona a la precisión para el diagnóstico del espacio turístico ecuatoriano, pretendiendo disponer de accesibilidad, conectividad y la realidad efectiva de los atractivos disponibles, contando con los

espacios de infraestructura y manteniendo las disponibilidades que facilitan el desarrollo turístico, además complementa la determinación de líneas de productos en las unidades de espacios turísticos.

En Ecuador en el año 2015 se registraron 1'544.463 de arribos de turistas extranjeros, mostrando un descenso del 0,80% en relación al 2014 que llegaron 1'556.991 de turistas, considerando a los países con mercados establecidos de envío, los que están dentro de nuestro continente latinoamericano, despuntando como el mayor emisor Colombia, luego Estados Unidos y el país del sur Perú, con una contribución respectiva como sigue del 22.5%, 17% y 10.7%., el viejo continente conserva una asignación representativa básicamente los países que más visitan son España, Alemania y Reino Unido brindando un aporte del 4.3%, 2.1% y 1.7% respectivamente, según base de datos de entradas y salidas internacionales (Inec, 2015)

2.1.3. Antecedentes de planificación provincial

2.1.3.1. Plan de desarrollo turístico de la Provincia de Chimborazo

La provincia de Chimborazo se caracteriza por manifestarse con una destacada riqueza turística de múltiples paisajes, según el Consejo Provincial de Chimborazo menciona que el enfoque de la práctica del turismo se considerada como una actividad donde más fuentes de empleo se generan, manteniendo como potencialidades naturales según el lugar, con sus características propias de cada uno, implementan un proyecto de carácter “integrador de procesos y complementario para la eficiente articulación en la actividad turística provincial” Los gestores de este proyecto plantean obtener un incremento del 2.42% de visitas para el año 2020 es decir 2'020.722 visitas internacionales con un gasto por turista de \$ 697.68 dólares según Plandetur.

Según el documento del Consejo Provincial de Chimborazo, de aquí en adelante (CPCH) asumen de que existen ciertas limitaciones en cuanto a la actividad turística,

hay diagnósticos por individual, estudios divididos, atractivos que no tiene su espacio no hay una sinergia y un acuerdo con el Ministerio de Turismo, han dispuesto de un proyecto que facilite los procesos y brinde la facilidad de poder desarrollar los ejes del turismo en concordancia con los pequeños Gobiernos locales y de esta forma impulsar al turismo de manera efectiva.

La consolidación de los corredores y rutas turísticas, nuestra provincia tiene el privilegio de estar localizada en el centro del país por lo cual se puede obtener numerosos beneficios por la riqueza de sus atractivos turísticos, crear estrategias de vinculación entre varios atractivos naturales para generar el mejor producto, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo (Gadpch, 2011).

2.1.3.2. El plan de ordenamiento territorial de Cacha

Como principal objetivo de la estructura del plan de ordenamiento 2015 es la planificación, una guía que les permite enrumbar todas las buenas prácticas;” basadas en el respeto, las oportunidades, la solidaridad, las equivalencias, la economía popular solidaria en armonía con el entorno natural y el buen vivir”; sea una forma de acoplamiento de los ejes sociales de la parroquia para el desarrollo social de las futuras generaciones.

Se basan en los objetivos estratégicos de llevar a cabo esta planificación al éxito a través de la coyuntura entre el ente público provincial, cantonal y parroquial para lograr llevar a cabo los objetivos planteados:

- Mantener la potencialidad del conocimiento de los saberes ancestrales como prioritario.
- Buscar el empoderamiento de una economía local para el desarrollo, con la participación de todos los pobladores.
- Conservar la sostenibilidad en el uso de los recursos naturales existentes.

- Incentivar a que las comunidades se robustezcan en su integración, evitando así la migración y activando el intercambio y el trabajo cooperativo.

Estos elementos dentro del movimiento de personas, hacen que muchos turistas visiten diferentes espacios con características únicas en su medio y que también se evalúa la necesidad de una planificación turística acorde a las necesidades, con más destinos y atractivos turísticos específicos con características determinadas para la buena comodidad de los visitantes.

2.1.3.3. Plan de desarrollo en Cacha Machángara

La planificación en general hace referencia a que toda comunidad tenga una participación activa en el desarrollo para determinar su interés en el ámbito turístico. Uno de los sectores que promueve el turismo en Chimborazo es Cacha, un sitio potencialmente favorable pero las circunstancias de este espacio no contemplan su amplia acogida, es así que en los últimos 5 años la afluencia de turistas hasta este destino ha tenido una leve connotación, siendo los turistas nacionales los que más han visitado y en cuanto a los extranjeros demuestran un ligero descenso en comparación con los 2 últimos años como muestra el siguiente esquema.

Tabla 2
Número de visitas que visita Cacha

Clientes	Años 2013	Años 2014	Años 2015	Años 2016	Años 2017
Nacionales	553	1.238	1.057	1.151	1.534
Niños	32	108	45	230	272
Extranjeros	25	25	21	56	26
Total	610	1.371	1.123	1.437	1.832

Fuente: Centro Turístico Pucará Tambo 2018
Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los recursos naturales y culturales son destinados al aprovechamiento turístico con sostenibilidad y fomentar al trabajo colectivo como fuente de integración para

sobrellevar a la comunidad y evitar la migración, la necesidad de una planificación articulada entre los entes públicos vinculados a la parroquia es evidente, requieren de un soporte que fortalezcan los alcances del desarrollo integral.

El turismo en la comunidad Cacha Machángara ha venido perdiendo el interés dentro de la colectividad, por lo que se genera una pérdida del flujo de turistas que pueden visitar, no hay una cultura turística que pueda generar una cosmovisión lógica hacia el desarrollo turístico.

2.1.4. Antecedentes locales

En la obra pueblos originarios y turismo en América Latina: la conquista continua precisa el autor, la inminente situación de los pueblos primitivos ha tenido un leve cambio, épocas anteriores en las que eran considerados de clase inferior según Dachary (2009), como fue nuestro héroe Fernando Daquilema, al principio fueron dueños de la tierra con una notable cultura, ahora son despojados, se han alejado a lugares difíciles y a pesar de su margen han mantenido una imagen atrayente, estas características permiten mostrar al turismo como fuente de atracción, que por vivir de forma ecológica es una alternativa para la actividad turística.

La ausencia de una planificación articulada entre los entes públicos vinculados a la parroquia no ha permitido que se fortalezcan los alcances del desarrollo integral dentro de la organización social especialmente a la que está ligada, la (Federación de Pueblos Indígenas de la Nación Puruhá Cacha) de aquí en adelante Fecaipac.

Fortalecer las estrategias económicas para mantener el desarrollo comunitario con oportunidades equitativas, brindando las posibilidades de surgir desde la propia comunidad encaminado al agroturismo y al turismo comunitario para evitar la migración.

En esta investigación basada en la planificación que corresponde al “desarrollo turístico” dentro de la Parroquia de Cacha, lo cual según estudios realizados por estudiantes de pregrado han aportado con cierta información que ayuda a establecer esta investigación.

Valorización de las manifestaciones culinarias ancestrales, para el fomento turístico cultural del pueblo de Cacha comunidad Machángara, la Universidad Nacional de Chimborazo se refiere que en el cantón Riobamba existen algunos proyectos de turismo comunitario como son, Palacio Real, Sumak Allpa, Corona Real; que han tenido gran admisión y en si las comunidades tiene amplia mentalidad de acogida turística según Román (2017) manifiesta que en nuestro caso Pucara Tambo, no ha estado inmersa en “La valoración de las manifestaciones culturales ancestrales que fomenta el ámbito turístico cultural de esta comunidad” debido a la insuficiencia de conocimientos y la ausencia de interés en esta clase de actividades, al igual no ha existido una organización adecuada, siendo el principal problema la deficiente valoración de las manifestaciones patrimoniales en la comunidad Cacha Machángara y que también derivan otras problemáticas como la aculturación, pérdida de atractivos turísticos inmateriales, al igual que la inquietud e interés por las personas que visitan estos pueblos en tener un turismo más vivencial y comunitario.

También se ha considerado que el atractivo principal de la comunidad Machángara son las manifestaciones culturales, se ha procurado encajar el turismo en las actividades diarias de la comunidad y en su cosmovisión andina., complementándonos con ciertos sitios naturales como son los cerros, montañas y miradores que constituyen espacios adecuados para realizar actividades recreacionales, de aventura y educativas según (León F. R., 2012).

En otro análisis menciona que la parroquia Cacha como tal, es cuna de uno de los imperios de la provincia donde ofrece variedad de atractivos no solo naturales sino culturales, y se ha podido identificar que para potencializar el turismo en este sector se cree conveniente intervenir con ideas innovadoras que aporten a la promoción y el desarrollo turístico local.

Como manifiesta Naranjo (2015) en la actualidad el desarrollo turístico de la parroquia Cacha se ha visto afectado por varias circunstancias entre ellas podemos mencionar la migración, aculturación y poco interés en la actividad turística y con ello se manifiesta la inestabilidad económica en los núcleos familiares, así como también la calidad de vida de las personas.

Según Laura Sucuy realizó una validación de inventarios turísticos en la zona determinaron 12 atractivos naturales existentes, las mismas que fueron sistematizadas y jerarquizadas según metodología del (Ministerio de Turismo, 2004).

Sucuy (2016) señala que el desconocimiento del tema y la insuficiente unidad entre las autoridades parroquiales y el desinterés de la comunidad para emprender en el turismo, ha dado lugar a un bajo rendimiento turístico en la zona, revela que solamente se memorizan dos eventos culturales al año como actividad turística local el Kaway e Inti Raymi con afluencia de turistas especialmente locales.

Gran parte de la población se dedican a la actividad comercial, debido a que la agrícola es un complemento, no suministra muchos réditos, además descubre que los servicios básicos de agua potable y alcantarillado no tienen garantías, por lo que se relacionan con enfermedades estomacales y parásitos.

Gunsha, (2012) menciona que esta excelsitud de su potencia cultural, “se hace evidente de la necesidad de un centro de interpretación cultural,” concienciar sobre la

conservación del patrimonio cultural a visitantes nacionales como a extranjeros, “motivando de esta forma a promover un desarrollo turístico sostenible adecuado, además realizar campañas de promoción con el propósito de atraer a clientes de todo el país para el posicionamiento en el mercado”

Correa (2014) describe que en el cantón Chunchi se ha desarrollado un estudio acerca del componente del sistema en actividades turísticas, el cual manifiesta como causa eminente la inexistencia de una planificación, lo que genera un problema “la carencia de facilidades en los atractivos turísticos”, esto conlleva a la insatisfacción de los visitantes, provocando incomodidad e inseguridad.

Según el Gad (2015) parroquial de Cacha contribuyen con el turismo y apuntan a la cultura, fiestas, tradiciones, comidas típicas, eventos únicos en la zona, bandas de pueblo, desfiles tradicionales, costumbres y prácticas ancestrales, que son eventos de temporadas lo cual no hay sustento para el resto del periodo, es necesario gestionar para cubrir esos meses de inactividad.

2.2. Fundamentación epistemológica

Según Nechar (2018) la epistemología hoy en día quiere fortalecer la necesidad de ampliar el espacio del conocimiento general mediante la aplicación de la ciencia moderna impulsa a obtener resultados favorables con conciencia aplicada al conocimiento científico y de esta forma determinar hasta dónde nos lleva este conocimiento, como indica Nechar: “propone su emancipación praxeológica con miras a crear sujetos sociales críticos, con fundamento reflexivo en la transformación de la realidad, el cambio sea un camino viable para construir un mundo mejor para todos quienes estamos en el turismo”.

Para determinar un conocimiento básico debemos construir los primordiales argumentos válidos para demostrar que la epistemología tiene una base filosófica y científica que respalde los conocimientos a aplicarse en el campo del turismo.

2.3. Variable independiente

2.3.1. Planificación

Se considera a la planificación en general como el proceso de conseguir los objetivos propuestos, mediante la determinación de nuevas políticas, según autores “la planificación es un proceso para la toma de decisiones y prever el futuro de cualquier organización, usando los recursos necesarios tanto humanos, materiales para el logro de los objetivos a alcanzar de una manera más eficiente y económicamente posible” (Olivares, 2015).

2.3.2. Planificación turística

Olivares (2015) propone establecer unos modelos de planificación turística fundamentados en propósitos completos, con el único objetivo de dominar los aspectos más escondidos que involucran en lo social y cultural, incluyendo además el aspectos netamente natural que enmarca la geografía local de la operación, “garantizando una calidad del medio ambiente y de la población, crear las mejores condiciones sociales posibles, tanto para los turistas como para los autóctonos, en el marco de una economía competitiva y eficaz sin perder la visión general”, que es llegar a desarrollar un modelo de crecimiento integral.

Velasco (2016) primero la planificación turística en general según Kuper expresa que es ampliar múltiples destrezas, conocimientos y metodologías con la finalidad de proveer el futuro, surgiendo de una primicia que nos lleve a la razón de la lógica ,aplicando un concepto básico es el “conjunto de prácticas de reflexión y estudios prospectivos del futuro para la definición de medios y cursos de acción que se

desarrollarán en el cumplimiento de determinados objetivos con el propósito de involucrarse en cierta realidad”.

También según la Organización Mundial del Turismo (OMT), menciona que la Planificación turística se trata de un proceso investigativo que, respaldado en los análisis de las diferentes investigaciones, busca la optimización y la generosidad que brinda el turismo a la conservación económica de las sociedades la preservación del medio en que convivimos y las tipologías que regula la sostenibilidad.

2.3.3 Evolución de la planificación en América Latina

En los años cuarenta se dieron los primeros indicios de aplicación de la planificación especialmente en los planes del estado para ciertas políticas públicas, como el abastecimiento de energía, construcción de centros de abastecimiento de transporte, los ambientes de salud, etc.

Los proyectos de desarrollo humano creados por la comisión económica para América Latina de aquí en adelante (CEPAL) fueron los que instalaron un sistema de planificación en la gestión pública de los países latinos, se incorporó como una especie de justificativo para afrontar la crisis económica que azotaba en ciertos momentos y que se enraizó en el ámbito de conseguir nuevas políticas públicas y a la forma de gobernar un estado que hasta la fecha se atribuye su utilidad.

Martínez (2013) manifiesta que la planificación no debe ser solo investigación, debe actuar como una base que contraste y regularice entre los actores y determinar hacia dónde se dirige la investigación y el cuestionamiento en busca de un modelo para una planificación actualizada.

2.3.3.1. El importante rol del estado

El progreso económico que genera el turismo en general ha sido en los últimos años muy determinante como generador de puestos de trabajo, a medida que la tecnología y la comunicación avanza se ha transformado en una actividad netamente integral.

El Estado debe dar las garantías para que esta actividad sea evidente, partiendo del respaldo legal y administrativo y que de esta forma de oportunidad al desarrollo turístico en beneficio de las poblaciones y comunidades las cuales están siendo apoyadas, manteniendo un equilibrio ecológico y la generación de ingresos que permita una sostenibilidad en la actividad turística.

El sector privado es el que prevalece en mayor cantidad en este sector económico, con ciertos privilegios como son las transnacionales que engloba todo el interés en el fomento del turismo.

Para esto el estado debe regular los perímetros de su radio de acción con relación al crecimiento e impulso del turismo:

- El estado debe promocionar el turismo a nivel local e internacional.
- Propiciar a que haya inversión extranjera directa.
- Planificación estratégica
- Fiscalización en los ejes sostenible y otros.

Según Schulte (2003) el estado debe poner énfasis en este sector tan importante de la economía, determinar que los ingresos producidos dentro del país sean divisas y que vaya en beneficio de la nación, jugando así un papel muy importante en la comercialización del turismo y creando una sostenibilidad económica, invirtiendo en proyectos con el sector privado y proyectos con el estado.

2.3.3.2. Planificación turística y gestión pública del turismo

Lo que dicen el experto Pérez (2014) es: “una de las funciones básicas de los gobiernos desde la legitimidad que supone el hecho de haber sido elegido mediante un procedimiento democrático, decidir qué cuestiones serán prioritarias dentro del ámbito específico y cuáles no serán atendidas”, Las propuestas planteadas no son ejecutadas según su plan público por los diferentes desacuerdos políticos, comprometiendo la demanda de los actores y vulnerando sus aspiraciones prioritarias.

2.3.4. Planificación local

Según Sandoval (2014) menciona que la planificación local es la característica de emprender mediante ciertos actores sociales con características específicas denominado “desarrollo local”, considerando pertinente precisar hasta dónde quiere llegar con sus objetivos aplicando ciertas metodologías dentro de este conocimiento, que tenga plena vinculación a una causa general necesaria, basada en “una construcción colectiva a nivel local, que tiene como objetivo movilizar los recursos del territorio en torno de un proyecto común e incluir al conjunto de la población” según Casalis (2009), al cimentar la legitimidad entre las relaciones de las realidades financieras, sociales, corporativas, físicas y del medio ambiente, esta planificación congrega todos los parámetros para establecerse como integral.

2.3.5. Planificación para el cambio

Molina (2005) menciona que durante los últimos años América Latina siempre ha dependido de las grandes potencias especialmente en el campo de los compromisos contraídos, se crean vínculos de desarrollo en los ámbitos geográficos, culturales, económicos y sociales, aplicando una mala política económica que ha mantenido en el fondo del desarrollo a nuestros países pequeños. La aplicación de la planificación ha mantenido en el subdesarrollo, por las corrientes de desigualdad por la forma que han

sido explotados los recursos y por la dependencia económica, pero si ésta se establece como una herramienta fundamental que proporcionará beneficios a largo plazo y es necesario aplicar de forma general, es un instrumento muy útil para hacer frente a las negociaciones entre las diferentes necesidades y mejorar los resultados de esta economía creciente, si se emplean correctamente ciertos principios.

2.3.6. Proceso de planificación turística

La planificación es una alternativa que se lleva a cabo mediante el uso de los procesos que determinan cumplir con ciertas etapas de manera secuencial para optimizar los recursos naturales y humanos favorables que se dispone en post a conseguir un bienestar social y la conservación ambiental mediante los resultados propuestos.

Entre las etapas más selectivas según la OMT en un proceso de Planificación más eminentes, se consideran las siguientes:

2.3.6.1. Identificación del problema

El autor determina que es; “Identificar con claridad el problema por solucionar y la tarea que se llevará a cabo y definir con precisión la meta final y los objetivos inmediatos pretendidos” (Acerenza, 2005).

2.3.6.2. Análisis y evaluación de la situación

En esta fase del análisis se tomar en cuenta muchos factores que influyen totalmente en la problemática, los mismos ayudan a encontrar soluciones según lo planificado, en esta fase se aplican todos los recursos y los factores que puedan involucrar a la solución del problema que se persigue.

Determinar la acción interna y externa de la situación de la planificación, siendo inclusive necesario hacer una revisión minuciosa de los componente del destino

turístico en su oferta, determinar todos los recursos sean estos naturales, económicos, culturales y el más importante el humano, también considerar las infraestructuras, servicios básicos, equipamiento y los servicios turísticos, factores jurídicos legales; esta información ayudará a determinar si Cacha Machángara conserva un verdadero potencial turístico frente a la competencia y las suficientes conexiones con otras comunidades.

2.3.6.3. Formulación del plan

En este espacio se busca establecer la mejor alternativa de solución para el tema establecido vinculando con el actuar moderno, el autor Acerenza promulga algunas alternativas como fuentes de operación que se incluirá en el desarrollo del plan:

- Examinar todas las rutas de acción como planta de servicios
- Líneas de acción con alternativas y mejor preferidas
- Diseñar el plan con las líneas de acción elegidas

2.3.6.4. Programación de las acciones

La programación siempre será vital llevar una agenda de trabajo y actividades vinculadas al desempeño y propósitos del plan “de acuerdo a los medios disponibles, los materiales, el personal y los recursos financieros correspondientes, establecer el momento de iniciación, el ritmo al cual se lleva a cabo los trabajos y momentos de sus culminaciones” (Opini3n, 2009).

2.3.6.5. Aprobaci3n y autorizaci3n del dise1o del plan

Una vez que se ha determinado la etapa inicial, el plan deber3s ser bien ejecutado por un profesional de la materia, el cual tendr3 el cr3dito de los personeros que lo van a ejecutar de forma independiente tambi3n considerando que tendr3n que sujetarse a ciertos ajustes, debido a las necesidades que se presentan al terminar la etapa.

2.3.6.6. Ejecución del plan

Aplicando la naturalidad del proceso del plan “es el medio que guiará toda la acción futura y que permitirá alcanzar los objetivos fijados”, esta etapa ejecutora es de vital importancia, por cuanto hay que seguir los procedimientos respectivos para que el plan sea ejecutado en todas las actividades de forma segura y llegue al objetivo previsto, manteniendo los lineamientos a cumplir según manifiesta Acerenza.

2.3.6.7. Control y evaluación de resultados

Mantener un fiel control sobre el desempeño de las actividades propuestas basados en los objetivos planteados, por que al momento de la ejecución pueden encontrarse desatinos que demuestren estudiar nuevamente los objetivos del plan. También los planes de auditoría se deben ejecutar de forma anual ejecutadas por auditores internos y por los externos, los resultados obtenidos serán determinados de acuerdo al plan que está siendo adaptado.

2.3.6.8. La planificación turística desde el enfoque de la competitividad.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el 2014, “la actividad turística a nivel internacional simboliza el 29 % del general de las remesas mundiales dedicadas al servicio turístico y el 6 % de las remesas totales de bienes y servicios”, está entre los primeros lugares más rentables después de los combustibles, la petroquímica, la producción de alimentos y de los automóviles, por esta razón el turismo es un factor generador en el desarrollo local.

Moreno (2017) enfoca que la planificación del turismo es la cimentación de una organización en donde deben coparticipar actores públicos y privados para definir los objetivos a los cuales pretenden conseguir con vinculación de los demás actores.

Osorio (2006) varios como estos investigadores han propuesto diferentes enfoques que influyen en la planificación turística como un soporte.

“**Enfoque desarrollista**” su finalidad es favorecer con el progreso regional o local del nivel de vida humano.

“**Enfoque económico**” ya sea de orden industrial o multitudes se vincula con el económico y dispone de entretenimientos en serie a visitantes y anclados en la oferta y demanda limitando los factores sociales y ambientales.

“**Enfoque espacial**” este ambiente físico es el más pregonado, enmarcado en el elemento arquitectónico transnacional como punto primordial y vincula el modelo de turismo sostenible.

“**Enfoque sostenible**” Con firme atención al turista del futuro liderada por la OMT para fomentar la acción futura de las generaciones apoyados en estándares cualitativos y cuantitativos.

“**Enfoque estratégico**” “se basan en el análisis del ambiente, fijar, una visión, propósitos y metas, análisis DAFO y perspectiva de innovación con recursos existentes.

2.3.7. Ventajas de la planificación

Según investigación de profesionales que buscan incentivar la tarea de los gerentes, Lozada (2010) en su artículo planificación estratégica señala ciertas ventajas de la planificación más útiles:

1. Actividades ordenadas y con intención. Mantener una secuencia efectiva en todas las áreas para lograr el propósito deseado.
2. Prevenir los cambios de la necesidad. A través de una planificación se prevé ciertas decisiones a considerarse en el futuro.

3. Nos adelantamos a decir “y qué pasa si” son posibilidades que pueden suceder en el futuro y para eso hay que pronosticar un plan de eventualidades.
4. Brinda mejor control en la estructura. Si se aplica correctamente la planificación se tendrá una base conformada con todos los argumentos requeridos.
5. Estimula el accionar. Cuando la planificación está orientada a la consecución de los objetivos es realmente importante saber que se está bien encaminada.
6. Ser visionarios en todo el equipo, cumplir los parámetros según lo proyectado hace que el encargado de planificar sea quien verifique que las actividades se están ejecutando como se planeó, de esta forma habrá más estímulo para los inversionistas.
7. Sacar provecho de lo que disponemos físicamente. Procurar en dar la mejor utilidad al espacio que dispone, no habrá necesidad de lo que no se tiene.
8. La proyección del personero a obtener liderazgo. Una herramienta bien utilizada dará al directivo una orientación firme en su administración.

2.4. Variable dependiente

2.4.1 Desarrollo

Coraggio (2003) en su mención determina que el desarrollo es aquella acción puesta en marcha de un proceso activo de expansión de las posibilidades locales para alcanzar el mejoramiento de la sociedad regional en la calidad de vida para cada uno de los pobladores, basados en los componentes, económicos, sociales, culturales, políticos. Según lo menciona.

2.4.2 Desarrollo local

Contreras (2017) menciona que el desarrollo local en un compendio entre la organización y el accionar colectivo de las comunidades y ciertas organizaciones sociales que les ampara a los actores de progreso, influyen también los representantes culturales, las redes sociales, políticas de gestión pública que impulsa a la productividad.

El autor Juárez manifiesta que; “el desarrollo local es un proceso evolutivo completo del compuesto social, que conviven y luego van tomando posesión de ciertas actividades y fortaleciendo sus bases”, esta operación se basa en el compromiso mancomunado y participativo de todos, primero asimilan el desarrollo y luego se encaminan hasta fortalecer el valor local y que en el futuro exista una democratización para una sociedad integral (Juárez, 2013).

2.4.3. Objetivos del desarrollo sostenible

Las estrategias que se plantean en el presente proyecto están en función de los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030 de las Naciones Unidas, son los que se han tomado en cuenta.

Objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico

Estimular el crecimiento económico, mediante el fomento de nuevos emprendimientos e innovación tecnológica, es decir lograr disponer de un trabajo decente sin considerar el género.

Objetivo 11. Ciudades y comunidades sostenibles

Mejorar la sostenibilidad de las zonas pequeñas, con una planificación que brinde todos los servicios necesarios para que sea participativa e inclusiva.

Objetivo 15. Vida de ecosistemas terrestres

Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras e impedir la pérdida de la biodiversidad.

Objetivo 17. Alianzas para lograr los objetivos

El compromiso debe ser de todos para lograr un desarrollo sostenible, mejorar las cooperaciones de planes nacionales con los más vulnerables.

2.4.4. Organización comunitaria

Se menciona a colectivos de personas que se agrupan para solucionar los problemas que les conciernen como grupo humano y determinar una alternativa de solución, estos inconvenientes pueden ser de índole social, político, económico, cultural, productivo y ambiental, este grupo de hombres y mujeres organizados buscan a través de la comunicación gestionar las diligencias y solucionar conflictos para lograr las condiciones justas del beneficio mutuo.

Al elegir a los representantes se debe tener mucha afinidad para no ser sujeto de engaños, serán los que dirijan la organización ante los organismos públicos los cuales deben considerarse responsables, manteniendo una buena actitud, con capacidades suficientes y cualidades que actúen en el futuro y no se lamente por los errores que se cometieron al elegir superficialmente.

2.4.5. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (2013) el organismo mundial encargado manifiesta que: es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su ámbito de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas

se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

2.4.5.1. Turismo en Ecuador

El Ministerio de Turismo considera a la actividad turística como una opción para obtener un aporte a la economía nacional y establece que el turismo es el atractivo para invertir capitales nacionales o extranjeros, manteniendo siempre el respeto a los emprendimientos locales, y respetando las leyes de la constitución que determinan proposiciones para la conservación de la naturaleza y la iniciativa de una actividad sostenible según el Ministerio de Turismo, los entes públicos tratan de promover una actividad consciente y apuntando al turismo alternativo y accesible.

También hace hincapié que el turismo en el año 2018 fue muy alentador, teniendo un crecimiento del 11% de ingreso de turistas en relación al 2017, dejando de lado a los desplazados, según la balanza de pagos del Banco Central los ingresos superaron a los gastos con 1.332.3 millones de dólares, este crecimiento se basó en la oferta de operación de vuelos con nuevas líneas y las ampliaciones de más rutas y frecuencias, de esta forma el turismo aportó al estado con 2.392 millones de dólares y considerada como la tercera opción de ingresos no petroleros superados por el cacao y camarón.

2.4.5.2. Turismo en la Provincia

La provincia de Chimborazo con su capital Riobamba considerada como la Sultana de los Andes es un pueblo lleno de riquezas como; tradiciones, folklore, danzas multicoloridas, música, creencias religiosas, gradualmente rodeada por majestuosas montañas nevadas, siendo el Chimborazo el destino más visitado por turistas nacionales y extranjeros, especialmente los que practican tours de alta montaña, dispone la provincia de innumerables sitios turísticos en los 10 cantones de la mágica provincia

cada uno con su propia tradición y su rica gastronomía que lo hace atractivo al turista, además en lo natural posee un amplio recorrido por el sistema lacustre sobresaliendo su flora y fauna.

Según el boletín turístico del municipio de marzo 2018, llegaron a Riobamba por el feriado de carnaval 4.316 turistas nacionales y 333 turistas extranjeros dejando un gasto promedio diario de 59.10 dólares, asistiendo en mayor cantidad al turismo cultural con un 39% de visitantes y con un tiempo de estancia de dos días.

2.4.5.3. El municipio como sujeto del desarrollo local

Dentro de la política pública de un municipio ha sido muy discutida su accionar, debido a sus políticas en las que no incluyen actividades nuevas que deben realizar.

Los gobiernos parroquiales son prestadores de servicios oportunos que la misma sociedad los designó, son proveedores de servicios de luz, agua y limpieza, pero siempre están sin presupuestos, lo que se forma un mal precedente hacia el desarrollo local.

El estado ha designado nuevas competencias internas carentes de recursos y a muchos lo han sorprendido sin la suficiente capacidad para afrontar, la ciudadanía está siempre exigiendo más eficiencia en la gestión y control de ciertos aspectos, pero la situación a veces es muy crítica por los escasos recursos y ciertas dependencias públicas que se ven obligadas a privatizar con la finalidad de que sean autónomas.

Los municipios ya pasan de ser una entidad administrativa pasiva a modelo de empresa gerencial impulsando al desarrollo local, con capacidad de promover los mejores emprendimientos locales, y de respaldo en actividades productivas de las pequeñas y medianas empresas (PYMES).

En resumen, los entes municipales no solo deben ser administradores de servicios básicos, sino favorecer a los entornos de actividades emprendedoras (Paolo, 2014).

2.4.5.4. Recursos turísticos

Según la enciclopedia Larousse define al recurso como: “los medios materiales del que se puede disponer para ser utilizado en un determinado proceso económico” mientras que refiriéndose a los recursos naturales en lo que procede el turismo, Según J Small y M. Whiterick proponen en su contexto como: “Elemento del medio natural usado para satisfacer alguna necesidad humana concreta, es el acto de explotación que convierte un elemento en un recurso”. Es decir que el recurso se mide de acuerdo a la capacidad que genere para cubrir ciertas necesidades sociales, mediante la utilización del conocimiento, el perfeccionamiento tecnológico y de acuerdo a los planes particulares y generales.

Cerro (2015) menciona que en el marco turístico igualmente se considera como recursos al componente natural, a la acción humana o todo entorno antropológico que genera movilidad social, con el solo propósito de una simple curiosidad o de una firme actividad basada en lo pedagógico o en la posibilidad de emprender una ruta de excursión, estas actividades deben tener un atractivo que permita motivar la visita y despliegue de los turistas hasta el lugar que se exhibe.

2.4.5.5. Operador turístico

Son organismos jurídicos que se dedican a la actividad turística y se encargan de vender los servicios (paquetes) que un destino turístico ofrece, cubriendo las necesidades del cliente en todas las exigencias para el disfrute de sus vacaciones o su tour completo, estas agencias con sus conocimientos de múltiples actividades turísticas, les asisten a los turistas cubriendo sus transfers desde y hasta el aeropuerto, además

hacen sus reservas en los hoteles, contactos con centros turísticos y les orientan a los turistas sobre las alternativas con que cuentan para que realicen las actividades culturales y recreacionales con guías especializados.

2.4.5.6. Turismo y desarrollo local

Hoy en día es deducible hablar de turismo y desarrollo local con territorios que han progresado económicamente, de cierto modo muchos han desarrollado documentales, artículos especialmente de la OMT y manifiesta cifras contundentes que promueve la creación de puestos de trabajo, la creación de modernas operaciones en el campo servicial, sin dejar atrás a los países que se han levantado en sus economías, reduciendo en algo la pobreza que amenaza a muchas sociedades (Organización Mundial de Turismo, 2013).

(Madoery, 2009) Como especialista manifiesta que el desarrollo local es un proceso controlado por los actores locales, con capacidad de gestionar sus propios recursos y aprovechar estratégicamente los recursos externos, tomar control desde la base en donde los actores locales asumen el protagonismo de su propio proceso de desarrollo.

Mientras que, De Franco (2009) expone que todo el desarrollo es local, considerando a una región, un país, una provincia o parroquia, no se considera local a un sitio apartado reducido, el desarrollo se da dentro de una comunidad cuando esta se convierte en emprendedora y aprovecha su potencial en base a la utilización de diversos componentes, estos factores como; en lo posible la población tenga cierto nivel educativo elemental, que se conviertan en líderes y que tengan condiciones para asumir nuevos retos y compromisos bajo una profunda responsabilidad, además en lo posible comenzar a emprender nuevos desafíos, el desarrollo local no se basa en lo económico

solamente sino que hay otros factores que lo complementan como el conocimiento o la toma de decisiones a ser más emprendedores asociativamente.

Hoy en día el turismo se ha convertido en una actividad económica básica que ha generado muchos beneficios a las localidades sociales involucradas, con beneficios económicos, cuidados ambientales y la conservación de los rasgos culturales; esta actividad si no está respaldada de una eficiente planificación, tiene la posibilidad de acarrear relativos trances que pueden interferir de forma negativa en el avance del progreso local, es necesario utilizar métodos de gestión administrativa claras para determinar la forma eficiente de la utilización de fondos sean internos o externos que estén bien invertidos y destinados, utilizando como herramienta primordial la planificación estratégica (Toselli, 2015).

2.4.6. Desarrollo sostenible

Según autores se establece que “el desarrollo sostenible ha sido bastante generalizado y adaptado por la gran mayoría de los países del mundo como la única forma de desarrollo equilibrado y justo”. La sostenibilidad no es un propósito que se debe conseguir en un determinado tiempo, se considera un aspecto que debe ir avanzando y renovando según las dimensiones futuras así lo catalogan (Brinckmann, Brinckmann, & Mueller, 2010).

En el proceso de crecimiento del desarrollo económico, tendrá vinculación con el manejo y la protección del medio ambiente como tema inclusivo a nivel internacional, este desarrollo sostenible será el que cubra las necesidades actuales, sin poner en riesgo las aptitudes a las generaciones venideras de retribuir por sus intereses.

2.4.6.1. Desarrollo turístico sostenible

El desarrollo sostenible se hace importante a finales de los ochenta, de este emerge el criterio de turismo sostenible, por la agitada visita de turistas en masa a los destinos según opiniones de la ONU y criterios de la OMT, manteniendo ciertas bases a nivel mundial como el turismo sostenible y estableciéndose ciertas políticas.

- Política de planificación, por la deficiente explotaciones de los recursos naturales e individuos.
- Aplicar la planificación estratégica a largo plazo, para normar el crecimiento económico ilegal.
- Aplicar el turismo sostenible con información referente a lo ambiental, social, cultural, política y gestión de funciones.
- Mantener la igualdad en las aspiraciones sociales mediante la analogía y honestidad.
- Conocer la connotación de las economías de mercado para que las prácticas de los sectores privados, públicos y consumidores sean equilibradas.
- Mantener un balance económico informativo para determinar las utilidades o pérdidas del negocio.

Según Brinckmann (2010) plantea que “por ser la sostenibilidad un concepto integral un producto turístico es sostenible, si no daña los recursos naturales, no contamina, no genera tensiones sociales y pérdida de identidad cultural” esto sustentado con el aporte generoso de la comunidad local es un logro organizacional manifiesta (Linares, 2014).

La población debe apoderarse del destino considerando al patrimonio natural y cultural como único bien que permitirá la sustentabilidad, permitiendo la conservación

la transmisión hacia los actores futuros y de esta manera puede alcanzar una amplitud de la proyección social.

2.4.7. Marco estratégico para el desarrollo de destinos

2.4.7.1. Desarrollo regional

Para tener una verdadera regencia en la aplicación de un proyecto de desarrollo turístico es lógico integrar las fuerzas productivas a un mismo polo para crear simbiosis entre los que conforman los componentes para evitar que haya desestabilidad en el desarrollo, porque el turismo no es una actividad que se desenvuelve solo, sino que necesita del apoyo de los componentes territoriales y de la misma sociedad.

El desarrollo turístico progresará si hay una verdadera fuerza entre la superación social, cultural y combinando también el tema ambiental, no puede haber un desarrollo turístico para el futuro, si no combinamos los valores reales que facilitan este proceso, a parte de las cualidades de una zona que lo aprecian de su beneficio que será importante para el porvenir.

2.4.7.2. Producto turístico

El producto turístico “es un factor perceptible e imperceptible que buscan conquistar a los turistas para satisfacer las necesidades y expectativas en sus tiempos de ocio y el contribuye con su pago”, son bienes intangibles que se presentan en temporadas de asueto, y se disfruta en el preciso lugar sin poder trasladar a otro destino, cubriendo la necesidad del cliente que lo disfrute completamente según manifiesta (Cubillos, González, Díaz, & Ruiz, 2013).

2.4.7.3 Nuevos productos turísticos

Para estrenar nuevos destinos turísticos y buscar un mercado de los cuales está copado con miles de ofertas y aplicando la política de economías de escala, con la

competencia es casi imposible abrirse paso, pero aquí surge lo elemental, ubicarse con un producto nuevo e innovador que tenga la capacidad de romper barreras de gustos e imaginación del cliente, ser diferente partiendo de una creatividad según el ámbito del producto buscando estrategias e ideas que lleven a diseñar productos diversificados y novedosos, hay mercados diferenciados y segmentados que buscan ofertas basadas en los costes más económicos.

Al ofrecer una pluralidad de productos no es lo significativo dentro de un Centro Turístico, lo elemental es promocionar o promover que el producto que tome posición en el mercado con características apropiadas y excepcionales que no sea sustituido fácilmente, la creatividad está ligada al desarrollo para sorprender al visitante con prácticas motivacionales que conducen más allá de lo imaginado.

2.4.8. Sistemas de calidad

La calidad es una herramienta de mandato que debe incluirse en cada uno de las etapas de la creación del producto para una mejora continua, los productos que se ofertan actualmente deben satisfacer las necesidades de los exigentes clientes que tienen una extensa acción y distinción a la hora de consumir un producto turístico, convirtiéndose en un evaluador lo que permite estar en proceso constante del sistema de calidad evidenciando en cada nivel jerárquico de un Centro Turístico, o también se puede optar por unas normas de calidad internas propias que autorregulan el sistema y que todos los involucrados deben consensuar, esto ayudará a:

- Ampliar la imagen del lugar con una marca durante todo el servicio al cliente.
- Disponer de indicadores peculiares en el procedimiento turístico verificando el grado de satisfacción del cliente e insertar mejoras como valor agregado para el turista.

- Clientes que tendrán la posibilidad de otra participación en el tiempo
- Al ser el cliente participe de las prácticas es posible ajustar servicios de acuerdo a su necesidad.

La aplicación de un sistema de calidad en la actividad turística, debe implementar la eficacia desde los orígenes de servicio y que permita llevar los procesos por todos los agentes que están vinculados en los diferentes productos y que todos mantengan la calidad mediante la gestión de métodos de excelencia.

2.4.9. Turismo rural

El turismo rural es implementado como una alternativa de surgimiento para buscar nuevas posibilidades relacionadas al turismo habitual, ya en el siglo XX se ve el interés de operaciones de entretenimiento en el campo y se reconoce como un nuevo turismo rural debido a la debilidad que va mostrando el turismo acostumbrado, se debe al fomento de métodos ecológicos y al negocio que estaba sometido ciertos entornos naturales.

Según Barrera & Muñoz (2003) hacen referencia al incluir como: “agroturismo, el turismo cultural, turismo deportivo, educativo, de aventura, técnico científico, salud, eventos, gastronómico, étnicos, ecoturismo, turismo en comunidades de recreación y retiro, turismo religioso y turismo esotérico”. Así mismo al turismo rural se lo cataloga como una alternativa del turismo cultural, considerando los enfoques de sus costumbres ancestrales y de las acciones cotidianas de los grupos campesinos, convirtiéndose el turismo cultural como una característica de posición alta al interior del turismo rural o que éste sea considerado como una actividad del turismo cultural.

Pero ya considerando estas premisas la secretaría de turismo de la nación Sector (2009) Argentino define al turismo rural como una actividad variada de turismo

recreativo que se ejerce en el interior de localidades descubiertas naturales y que dan la oportunidad al turista de encontrarse con un ambiente de aprendizaje de nuevas modalidades de sabiduría ancestral y práctica novedosas, a través de la actividad productiva diaria que ejercen, logrando así promover la conservación y enaltecer la utilidad y el honor de la identidad cultural de los pueblos rurales ancestrales (Varisco, 2016).

En el siguiente esquema muestra cinco subsistemas y cinco dimensiones que analiza su funcionamiento.

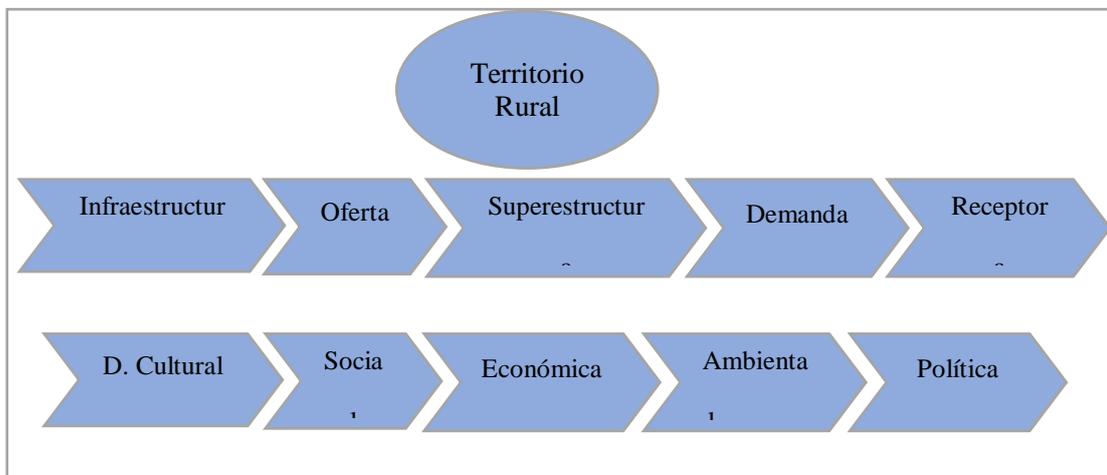


Ilustración 1. *Esquema del sistema turístico*

Fuente: Revistas de turismo y patrimonio cultural. 14 N°1 enero, 2016

2.4.9.1. Demanda del turismo rural

Para determinar el valor cuantitativo de una demanda se basa en dos determinantes, considerar a los que pasan como viajeros y a los que realmente van a alojarse, los unos son considerados como de antesala transitoriamente en el centro de turismo rural, limitan sus observaciones y analizan la importancia que puede tener y se desvían a otros lugares, mientras el que decide hospedarse, hace uso de aquel lugar para residir por la noche y beneficiarse del servicio que presta un determinado Centro

Turístico, este tipo de información es relevante debido a la importancia que va teniendo el turismo rural, para determinar la situación actual de este sector tan especial.

Otro de los componentes que hay que considerar es el estacional, hay temporadas en donde hay más acentuación por considerarse épocas de verano y vacacionales y en las circunstancias de climas adversos van menos concentradas por la temporada baja, que influye mucho en el comportamiento del centro.

2.4.9.2. Oferta del turismo rural

Dentro de estos subsistemas, está considerado como oferta turística a los recursos disponibles del lugar, el bagaje de suministros y el tipo de actividades turísticas que cumplen estos elementos conjugados entre la naturaleza y la cultura, hacen que de una relevancia al turista a movilizarse a ese ambiente para conocer y tener adhesión con el panorama que brinda ese paisaje.

En cuanto a la estructura del turismo rural, esta viene acoplado de acuerdo a los servicios que presta, pero lo más importante es la zona agropecuaria no siempre el equipamiento de alojamiento y renovación son importantes, las actividades en el turismo rural son diversas las que conforma el producto final, manteniendo una actividad artesanal e industrial que reafirme y repotencie el accionar del turismo rural encaminado a proporcionar una identidad territorial propia.

2.4.9.3. La infraestructura

Los componentes de este subsistema son todas las estructuras y servicios que presta y sustenta las actividades financieras, en este tipo de turismo la principal infraestructura que conviene disponer son las de vías de acceso, que haya transporte y la disponibilidad de líneas de comunicación, que son claves para tener un flujo hacia los centros turísticos y rutas de acceso con buena conservación.

En la actualidad el uso del internet es primordial como medio de conexión entre los diferentes sectores especialmente para la promoción de productos turísticos rurales, son medios que permiten obtener ofertas y recibir la información necesaria de sus clientes fijos o probables, actualmente hay una variedad de páginas web algunas con altos costes, pero surgieron las redes sociales quienes se han convertido en una estrategia para dar a conocer sobre los productos que ofertamos esta tecnología está disponible para todos, que con una sencilla capacitación hace muy efectiva su aplicación.

2.4.9.4. La superestructura turística

En este subsistema colectivo, constituido por instituciones públicas de carácter primordial son los encargados de la planificación, organizar y normalizar el desenvolvimiento de la institución que está vinculado con programas de apoyo de manera directa o indirecta al turismo rural.

Los entes públicos deben apoyar y diversificar las acciones de carácter económicas complementarias como soporte al sector turístico rural, con la misión de fomentar puestos de trabajo dignificando el afincamiento rural, dando un valor histórico al patrimonio cultural y desplegar programas de oferta de pequeña escala con cierto valor agregado, motivando a formar colectivos de ofertas de apoyo para fortalecer estos proyectos.

2.4.9.5. La comunidad receptora

Monterrubio (2009) asegura que: “el rol activo de la comunidad receptora se considera una condición necesaria para que esta modalidad genere un real aporte al desarrollo rural local”.

En este subsistema se menciona a los habitantes del lugar que no tienen una vinculación absoluta con el destino turístico, pero que se han incidido en la planificación general,

A pesar de los problemas que existen dentro del área turística, la organización es importante para fortalecer el turismo, hay niveles de impulso que ayudan a promocionar el atractivo. “En Latinoamérica la experiencia de participación activa de la comunidad local se multiplica bajo la modalidad de turismo étnico, turismo comunitario o turismo rural campesino” (Pérez, 2013).

2.4.10. Dimensiones del turismo

2.4.10.1. La dimensión cultural

Al analizar los vínculos entre el turismo y la cultura se pone en manifiesto que el deseo de los turistas es visitar y conocer rasgos de la cultura, disponer de un tiempo de relax, tranquilo en la quietud de la naturaleza asimilando al tiempo pasado libre de toda inquietud.

La cultura proviene del hecho natural de cultivar la tierra siendo un suceso necesario para adquirir un soporte económico, estos acontecimientos ligados al dialecto, las ideologías, costumbres de prácticas ancestrales, sistemas de transmitir información, estilos de aprovisionarse de víveres para su existencia, se transforma en actitudes culturales que alcanzan una identidad dentro del medio rural manifiesta Recanatesi (2011).

Pero la orientación al darle un significado al patrimonio asigna un procedimiento de recuperación, valoración y preservación no sólo por los pobladores sino también por los visitantes.

2.4.10.2. La dimensión económica

El mundo global se ha integrado gracias a las innovaciones modernas y tecnologías que han surgido como alternativas para el desarrollo, si comparamos las opciones de producción en los suelos de rentabilidad de economías pasadas con labores de grupos familiares de forma natural y sometidas a su destino, se evidencia la dinámica de las operaciones en cada sector basados en la tecnología la ciencia y que van cambiando aceleradamente los ciclos naturales determina (Nogar, 2010).

Se evidencia en la modernidad la neoruralidad con acciones basadas en la posibilidad de nuevas opciones de réditos económicas en actividades variadas en el sector rural.

Pero el mayor reto que tiene el turismo rural es generar ingresos rentables, el mercado extranjero está relacionado con actividades adicionales que cubren ciertas necesidades de los turistas, esta alternativa puede ser beneficioso para los intereses de los productores y brindar una mejora en la calidad de vida de los involucrados.

2.4.10.3. La dimensión social

Dentro de la dimensión social nos admite comprobar el vínculo entre los protagonistas que actúan dentro del turismo rural, valorizando sus beneficios y considerando la inclusión de los grupos vulnerables como son los jóvenes y las mujeres con proyectos que generaron muchos réditos económicos dentro del ámbito culinario en beneficio de sus grupos familiares, actualmente hay sectores turísticos que están siendo lideradas por mujeres con visión empresarial.

Cuando hay presencia de turistas en la zona, los sitios de hospedaje permiten averiguar los vínculos entre el huésped y el anfitrión sabiendo que las actividades diarias son; de cultivar la tierra y cuidar animales, esta expectativa sería efectiva por los

réditos monetarios que proporciona y por la repatriación de algunos miembros de la familia que habían emigrado, pudiendo de esta forma relacionarse con gente de otro país, o puede considerarse para los más jóvenes como retirar la privacidad en sus actividades domésticas.

2.4.10.4. La dimensión ambiental

Se califica al turismo rural como una actividad que no genera mucha afectación en el entorno, pero hay estrategias que se deben fomentar para evitar los posibles impactos ambientales, esto con el sentido de mantener y proteger los ecosistemas visitados por el turismo que van recibiendo una transformación por la actividad humana, estas zonas deben recibir las debidas mejoras, sin dejar de pensar en los impactos y riesgos de la contaminación y disturbio de los animales que conviven en la vegetación del lugar.

En un artículo (Rojas, 2009) recalca, de esta forma el estudio integral acerca del turismo rural profundiza el criterio sobre el turismo sostenible que es un precedente de la ilustración de desarrollo sostenible, hace su análisis de inspección de los impactos ambientales, “señala la importancia en considerar los efectos de los servicios instalados en el medio rural (alojamientos, transportes, gastronómicos) y también los efectos acumulados de las actividades ofrecidas”.

Los inversionistas con alto poder económico emplean toda su fortaleza para ganar mercado y economía, mientras otro grupo que valoriza el recurso natural y cultural apuntando al desarrollo del turismo rural, estas contradicciones se muestran desde dos aspectos, uno económico y otro ambiental.

2.4.10.5. La dimensión política

La deducción de Barrera (2006) señala que los elementos que dispone en las dimensiones políticas que respaldan el apoyo al turismo rural en la generación de la transformación económica en el fomento del empleo y establecer una situación honesta en beneficio rural, valorizando el accionar de las mujeres y los jóvenes, dando un valor real al patrimonio cultural y preservando el recurso natural, incentivando la producción agraria para cubrir necesidades locales y estimular el comercio de su producción, fortaleciendo el apoyo al turismo.

Cabe destacar que esta dimensión de la política pública y legislativa moderna, se compara con la hipótesis incluida en el desarrollo local interno, y a partir de estos enfoques se recurre a la “necesidad de pasar a un proceso abierto de coordinación económica, social y política entre la multiplicidad de actores e intereses, públicos y privados que intervienen en los procesos de desarrollo” (Gorenstein, Napal, & Olea, 2007).

2.4.11. Nuevas tecnologías de la información y comunicación en turismo

Hoy en día la tecnología es una herramienta principal para la información, desde hace más de una década se han generado nuevos avances y conocimientos tecnológicos y que se han transformado de forma extensiva en algo íntegro ya sea en la presentación y misión de un destino turístico como en la realización de la excursión, terminan recurriendo en los llamados medios modernos GDS (Sistemas Globales de Distribución), estos sistemas han ido perfeccionando hasta los actuales momentos para lograr una mejor información que cubran el espacio de la planta de gestión operativa.

Bajo esta modalidad se puede destacar varias categorías de sistemas de tecnologías de la información: “bases de datos, redes de datos, ingeniería del software, sistemas de información geográfica, modelado 3D, sistemas de posicionamiento etc.,

que pueden trabajar de forma individual o conjunta para labores de gestión de desarrollo, de auditoría”, estos instrumentos han supuesto un avance y evolución tecnológica en el ámbito turístico, generándose una disciplina que abarca los desarrollos tecnológicos para el turismo bajo el término e Tourism (Caro, 2014).

2.4.12. Turismo cultural

Es una modalidad de viaje que realiza un turista a otro lugar para conocer, descubrir nuevas culturas con otras formas de rasgos que hacen de sus actividades un acontecimiento que deslumbra al visitante, son actos espirituales, ceremoniales, intelectuales y saludables que relacionan a los grupos creyentes para dar elogios a los dioses de sus ancestros.

En nuestro medio de estudio Cacha la forma tradicional de festejar los rituales de los ancestros en homenaje a la Pacha Mama y al Inti Raymi, fiestas que convoca muchos visitantes para interactuar en sus actividades religiosa, vivenciales y estanciales.

Vidal (2002) habla de;” un gozo itinerante un gozo intelectual y personal ya que el turista cultural incrementa su ego a medida que aprende y experimenta la cultura a descubrir”, Richards (2009) señala que; “el cambio de sentido de cultura antiguamente entendida como conocimiento a manera de vivir ha producido una ampliación del campo del turismo cultural”, si trasladáramos el turismo cultural a presentaciones con público culto y capacitado sería considerado como un acto cultural de “alta cultura” que estaría a relieve de las bellas artes, ventajosamente la tecnología ayuda a difundir el turismo cultural por lo que ya es omnipresente. Richards 2006 adjudicó este giro a una “culturización” que la sociedad va acogiendo, se atribuye también a la ampliación del horizonte de formación académica, lo que permite disfrutar de los servicios culturales,

estos deben convertirse en centros de creatividad buscando la interactividad con el turista concluyen (Mallor, Gallarza, & Fayos, 2013).

2.4.13. La relación que une la gastronomía con el turismo

En cuanto al recurso gastronómico tiene una característica de ser patrimonio turístico cultural, por la notable variedad que se dispone con sus diferentes gustos y preferencias típicas de cada lugar y es un atractivo para aquellos que les gusta deleitarse de la identidad de sabores de otros lugares según expone Valls, esta forma de atraer a turistas con la oferta de la gastronomía, tiene una premisa de ser considerado como el expositor de la cultura que encierra estas prácticas alimenticias, estas detallan las costumbres y los hábitos sociales mediante la preparación de las comidas típicas, esta forma de dar a conocer su gastronomía como parte de un destino turístico, se convierten en protagonistas en la oferta turística local como apunta Agudo.

Según los autores Quan & Wang (2004) mencionan que la degustación de los alimentos típicos de un destino a lo largo del viaje representa una experiencia cultural porque ofrece la posibilidad de experimentar gustos y sensaciones diferentes a los de la cotidianidad y a través de ello, facilita el acercamiento entre viajeros y residentes en un intercambio cultural placentero y sensorial.

A colación afirman que: “la degustación de un plato típico puede ser un ejemplo de la interacción entre el turista y la cultura local, interacción que posibilita al visitante conocer las motivaciones que llevaron a la preservación de ese plato” y cuáles son los elementos que combinan para conceder este placer lo afirman (Di Clemente, Mogollón, & Guzmán, 2014).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque, diseño y tipo de investigación

3.1.1. Enfoque de la investigación

El proceso de esta investigación se basa en el enfoque mixto, contribuyó en el proceso de recolección de datos estadísticos para la comprobación de la confiabilidad de los instrumentos, la tabulación de las encuestas aplicadas y por último la realización de la hipótesis.

La técnica utilizada para el análisis fue la encuesta basado en el enfoque cuantitativo, la cual generó suficiente información relacionada al planteamiento de la planificación de grupos focales, esta investigación se relaciona a las actividades que la comunidad Cacha Machángara realiza en bien del turismo local, para buscar acciones que den como resultados nuevas posibilidades de desarrollo mediante el enfoque cualitativo

3.1.2. Diseño de la investigación.

3.1.2.1. *No experimental.*

El diseño de la investigación es no experimental porque se estudia en un periodo establecido el año 2018, con los hechos que están ocurriendo naturalmente, sin intervenir o manipular las variables.

3.1.2.2. *Transversal.*

Se enfoca al lugar donde se recopila la información basada en un solo momento y en un tiempo específico.

3.1.3. Tipo de investigación.

3.1.3.1. Investigación documental.

La investigación documental se basada en la recopilación de información de libros, artículos, trabajos impresos de organismos adjuntos y otros tipos de documentos.

Este tipo de investigación contribuyó en la compilación de información, que sustentará la parte legal, administrativa que rige las normas, reglas basadas en políticas estatales, locales de instituciones como Ministerio de Turismo, Gobiernos autónomos descentralizados parroquiales, y la Fecaipac que ha sido analizadas, además de la información necesaria para poder obtener datos adecuados para la investigación

3.1.3.2. Investigación descriptiva.

Permite definir las particularidades de la comunidad frente al turismo como un hecho significativo, relacionado al estudio de las dos variables (variable independiente- planificación turística; variable dependiente - desarrollo local) para definir las predicciones.

3.1.3.3. Investigación correlacional.

El objetivo correlacional es comprobar la hipótesis aplicando el método estadístico chi cuadrado y determinar la influencia de la variable A que corresponde a planificación turística sobre la variable B que es desarrollo local, esto “nos sirve para representar numéricamente y mostrar la fuerza y dirección de una relación”.

3.1.3.4. Investigación de campo.

Implica una investigación natural in situ, combinando métodos de observación, encuestas y opiniones a grupos focales de la comunidad.

3.2. Unidad de análisis

a) Variable independiente – planificación turística: La unidad de análisis de la variable independiente es la población de turistas que llegó a la comunidad

Machángara hasta el Centro Turístico Pucará Tambo durante el primer trimestre del periodo 2019, respondiendo a los cuestionamientos acerca de esta variable.

- b) Variable dependiente – desarrollo local:** Se consideró a la población de agentes locales en el periodo 2019, quienes aportaron con su criterio sobre el desarrollo turístico, además se tuvo acceso a dos opiniones de actores involucrados directamente en el turismo de Cacha y un miembro de la comisión de turismo del Gad parroquial con información relevante para esta investigación.

3.3. Población de estudio

- a) Población I – variable independiente:** Corresponden a los turistas que visitan y se albergan en el Centro Turístico Pucará Tambo, según cifras del informe económico a la Fecaipac registradas en el periodo 2018 con una población de 577 turistas.
- b) Población II – variable dependiente:** Para la segunda población el universo lo constituyen la población económicamente activa de la comunidad Cacha Machángara información según el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Cacha, 2014-2019 tiene un total de 129 personas.

3.4. Tamaño de la muestra

3.4.1. Muestra I – variable independiente.

Para el cálculo de la muestra uno que corresponde los turistas que visitan y se albergan en el Centro Turístico Pucará Tambo, con una población de 577 turistas del año 2018, la fórmula a utilizarse es según Canavos (1992) para cálculo de una población finita.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

E: error máximo aceptable (0.05)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

z: nivel de confianza. Se lo toma en relación del 95% de confianza equivalente a (1,96)

Cálculo:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 577}{577 * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 162$$

Aplicando la fórmula de Canavos se determinó que, para una población de 577 turistas, representa una muestra de 162 encuestas por aplicar.

3.4.2. Muestra II – variable dependiente.

Para determinar el cálculo del tamaño de la muestra, se considera al total de 129 actores locales considerados como parte de la población económicamente activa, mediante la cual aportaron con información sobre el desarrollo del turismo local, en donde se utilizó la fórmula para una población finita la de (Canavos,1992)

Cálculo:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 129}{129 * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 82$$

Se determinó que el número de encuestas que van a aplicarse es a 82 miembros de la población seleccionada.

3.5. Selección de la muestra

Población I: La muestra es probabilística, considerando, que todos los turistas tenían la posibilidad de ser seleccionados para el estudio, por lo que era necesario recopilar la información en el lugar donde se desarrolla la actividad.

Población II: Considerando que la muestra es no probabilística, por escoger porciones con fines específicos para conocer a través de la encuesta el criterio de los actores más cercanos en la actividad turística de Cacha.

3.6. Operacionalización de variables

Se adjunta la tabla en (Anexo 2)

3.7. Técnicas e instrumentos de investigación

3.7.1. Técnica.

Los métodos aplicados a las personas para la recolección de información, entre las que se destacan son la observación, cuestionario y encuestas.

. Observación.

Se permitió captar la realidad existente, la conducta de los turistas, acciones de los prestadores de servicios y la percepción de la hospitalidad del lugar, en los momentos de encuentro con los turistas.

. Encuesta.

Esta investigación se basó en la compilación de información primaria basada en criterios a través de encuestas de la variable independiente a una muestra de 162 visitantes fluctuantes, que demanda el Centro Turístico.

Además, se aplicó encuestas a 82 actores locales valiéndose de las reuniones de la Fecaipac por la junta de aguas, además se consultó a un referente vinculado al ente público del Gad parroquial y actores directos en el desarrollo del turismo en Cacha.

3.7.2. Instrumento.

. *Ficha de observación.*

Se utilizó este instrumento para conocer la opinión de los actores de las dos variables con un cuestionario conformado por 18 preguntas, 06 preguntas de referencia general y 12 preguntas en escala de Likert, para determinar si la planificación turística influye en el desarrollo local (Anexo 9).

. *Cuestionario.*

Se utilizó este instrumento para conocer la opinión de los actores de las dos variables con un cuestionario conformado por 18 preguntas, 06 preguntas de referencia general y 12 preguntas en escala de Likert, para determinar si la planificación turística influye en el desarrollo local. (Anexo 7).

3.8. Validez de los instrumentos

Para considerar válido los instrumentos, los resultados se expusieron a juicio de expertos, estas opiniones consensuadas por los profesionales expertos en el área turística que analizan y contribuyen a la pertinencia de la investigación de las variables realizadas.

3.8.1. Designación de los expertos.

Para determinar a los expertos selectos se ha considerado situar por sus sapiencias, su nivel de conocimientos, aptitudes de investigadores, experiencia en el área turística, funciones desempeñadas, debido a sus múltiples actividades que dispongan de espacios de tiempo y estímulo para contribuir con el análisis del tema, se

muestra a continuación a expertos, entidad que laboran y sus funciones desempeñadas (Anexo 10).

Cuadro 1
Expertos seleccionados

<i>No</i>	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargos</i>
1	PhD. Silvia Aldaz	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas, Carrera de Gestión Turística y Hotelera
2	PhD. José Medardo Álvarez Román	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas, Carrera de Gestión Turística y Hotelera
3	Mgs. Danilo Quintana	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ciencias Políticas, Carrera de Gestión Turística y Hotelera

Elaborado por: Fidel Peñafiel

3.8.2. Interpretación y validación de informe de expertos

Concluido el procedimiento de evaluación con los expertos seleccionados se determina que el instrumento aplicado coincide con el apropiado, va acorde con la investigación de las variables que presenta sus condiciones recomendables de coordinación y coherencia con los indicadores, esta información permitirá alcanzar las metas establecidas.

3.8.3. Instrumentos de medición satisfactorios.

Para lograr una investigación exitosa acorde al criterio científico, se precisa verificar la confiabilidad de los instrumentos aplicados para obtener una información razonable y que permita esclarecer el verdadero contexto de las variables de investigación.

Se aplicó el método del coeficiente Alfa de Cronbach para determinar la validez y confiabilidad de los instrumentos de solidez internos aplicados, este procedimiento calcula el límite inferior del coeficiente de confiabilidad determinado en 0 como mínimo y 1 como máximo. Pero en el análisis de los valores de 0.70 a 0.80 es

satisfactorio para ser evaluado como preciso al llegar a 1, además hay consideraciones del Alfa de Cronbach que demuestran sus evaluaciones según su grado de confiabilidad: $\alpha < 0.50$ se considera inaceptable; $\alpha > 0.50$ su valor es pobre; $\alpha > 0.60$ se replica a cuestionable; $\alpha > 0.70$ es aceptable su evaluación; $\alpha > 0.80$ se considera bueno; $\alpha > 0.90$ hasta 1 es excelente.

Bajo esta modalidad se analizó el presente estudio de investigación con la validación realizada por expertos en tres encuestas reales considerando su experticia en la dominación de la asignatura de turismo determinando el procedimiento siguiente.

Tabla 3
Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad		
Constructos	Alfa de Cronbach	No de elementos
Planificación Turística	0.805	18
Desarrollo Local	0.877	18

Elaborado por: Fidel Peñafiel

3.8.4. Análisis e interpretación de la información.

Para determinar la evaluación y el análisis de los resultados, se respaldó en el uso del programa IBM SPSS statistics versión 25 con la información obtenida de los expertos y basada en la escala de Likert se registró toda la información en su base de datos y se procedió a realizar los análisis respectivos y demostrando los siguientes resultados:

El coeficiente de Cronbach luego del proceso asignó a la variable independiente planificación turística el valor 0.805 y a la variable dependiente que corresponde el desarrollo local, que definió el valor de Cronbach de 0.877, demostrando que la aplicación de los instrumentos tiene la confiabilidad necesaria.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

La comunidad Machángara de la parroquia Cacha deberá considerar que la acción del turismo dentro de la epistemología, es de carácter práctico y que depende su progreso de acuerdo a los avances de las nuevas tendencias, por que el ser humano está capacitado para interpretar las diferentes realidades que van modificando para conservar su dependencia.

No mantener un paradigma basado en un patrón de ser mercadológico que busque el desarrollo inversionista, sino que responda a la solvencia del bien común y a la sociedad a la cual está dirigida como es el caso de la Comunidad Machángara

4.1.2. Análisis e interpretación de la variable Independiente: Planificación turística.

La verificación de los resultados obtenidos a través de las encuestas realizados a turistas para determinar el enfoque de la variable que se ha propuesto analizar, para un mejor propósito de estudio se utilizó el programa estadístico IBM SPSS Statistic V.25, con la aplicabilidad de ciertas herramientas que determinan las necesidades requeridas.

Toda la información que reposa en las encuestas se analizó mediante la base de datos del SPSS las mismas que arrojan resultados y gráficos disponibles para hacer los respectivos análisis y conocer los resultados que se plantearon el inicio de este estudio de investigación, partiendo de una base para la presentación de la propuesta que se plantea a la comunidad para el progreso del desarrollo local de Cacha.

Se muestran los resultados obtenidos y asimilando el análisis respectivo para cada respuesta según sus variables.

Se ha consultado a los turistas valorando que dentro de esta perspectiva tiene una importancia significativa los que han determinado los siguientes resultados:

1. Determine el género

Tabla 4
Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	98	60.49%
Femenino	64	39.51%
Total	162	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019
Elaborado por: Fidel Peñafiel

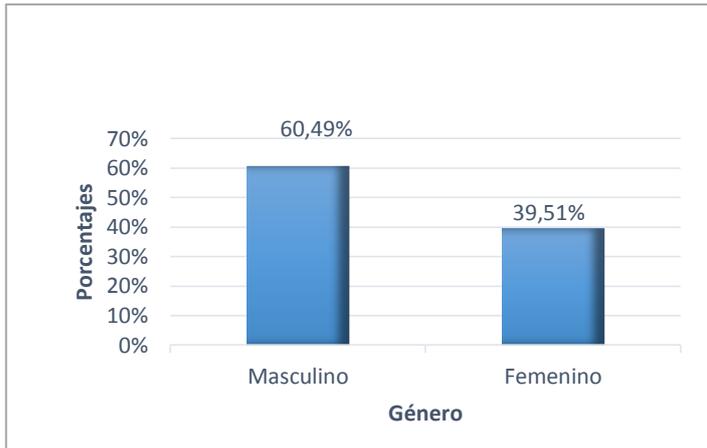


Gráfico 1. Género

Fuente: Tabla 4

Elaborado por: Fidel Peñafiel

El porcentaje más alto de encuestados recae en el género masculino con el 60,49% y el género femenino con el 39.51 % demostrando que Cacha es visitado turísticamente en su mayoría por varones, debiendo considerar que las actividades en las zonas rurales deben ser dirigidas en su gran mayoría para el género masculino.

2. Indique su edad

Tabla 5.
Edad

Rango de edad	Turistas	Porcentaje
(10 – 20]	13	8,02%
(20 – 40]	128	79,01%
(40 - 50]	21	12,96%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

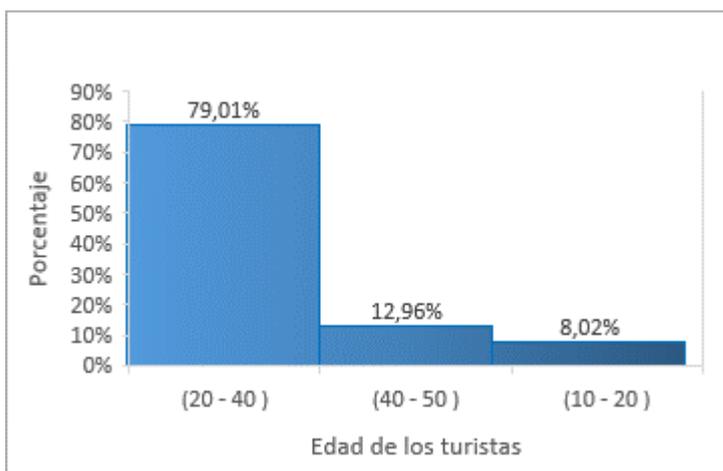


Gráfico 2. Edad

Fuente: Tabla 5

Elaborado por: Fidel Peñafiel

La categoría del visitante se enmarca en las edades entre 20-40 años, el 79.01 % tienen la posibilidad de realizar actividades turísticas en Cacha Machángara por considerarse jóvenes con toda la fortaleza para cualquier actividad, los que están entre las edades de 40-50 años representan solo el 12.96 % que también buscan alternativas de ocio en el turismo rural, con actividades cortas y no muy forzadas, mientras que la clase menor representa el 8.02% teniendo la posibilidad de acceder a ciertas alternativas con el cuidado de los padres.

3. Identifique su nivel de instrucción

Tabla 6
Nivel de instrucción

Nivel de instrucción	Turistas	Porcentaje
Secundaria	9	5,56%
Universitaria	153	94,44%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

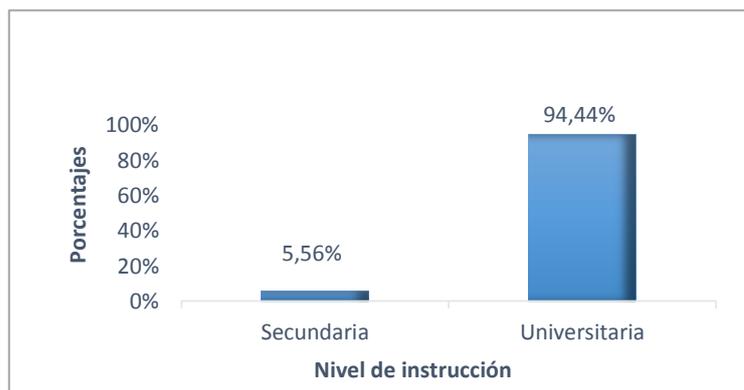


Gráfico 3. Nivel de instrucción

Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Fidel Peñafiel

En lo que se refiere al nivel educativo de los encuestados el 94.44 % de los que asistencia al Centro Turístico de Cacha Machángara poseen un nivel de instrucción profesional superior, tan solo el 5.56% confirman que no tienen título profesional universitario, es decir que el conocimiento valora contemplar las bondades que dispone nuestro Centro Turístico, por lo que se puede direccionar hasta este segmento las oportunidades de mayor accesibilidad y promoción.

4. Parte del país que procede

Tabla 7
De qué parte del país procede

Regiones	Turistas	Porcentaje
Costa	11	6,79%
Sierra	149	91,98%
Amazonía	2	1,23%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

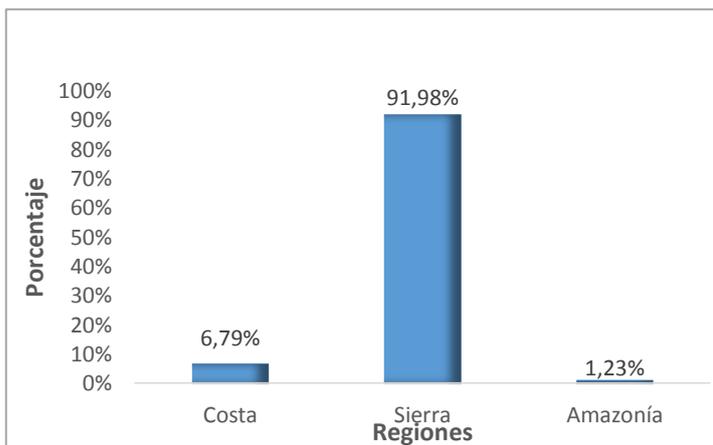


Gráfico 4. De que parte del país procedencia

Fuente: Tabla 7

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los turistas que visitan Cacha Machángara en su gran mayoría provienen de la región sierra con el 91.98 %, la razón de procedencia es por tratarse de un lugar que presenta clima frío, pero que no es impedimento para los visitantes litorales, solamente acuden en un 6.79% según la encuesta muestral, esto demuestra que no hay una amplia difusión del sector hacia las zonas tropicales y habrá que sugerir ciertas alternativas de promoción y ofertar las bondades de Cacha Machángara.

5. Motivo de su llegada

Tabla 8
Motivo de su llegada

Motivos	Turistas	Porcentaje
Estudio	45	27,78%
Ocio	57	35,19%
Gastronomía	38	23,46%
Conocer otra cultura	22	13,58%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

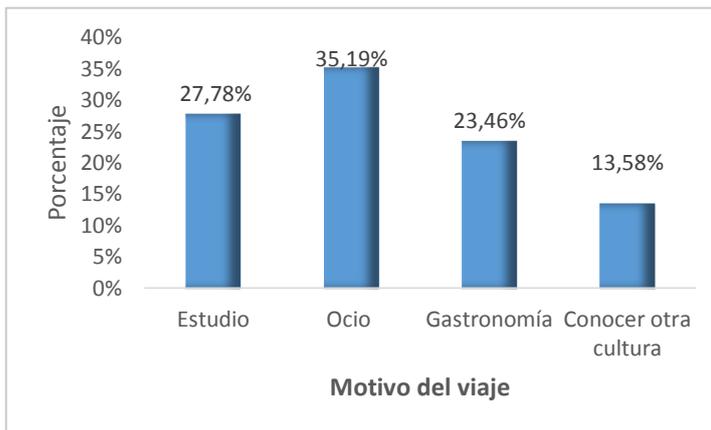


Gráfico 5. Motivo de su llegada

Fuente: Tabla 8

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los motivos que impulsan a llegar hasta Cacha Machángara, son los turistas que les gusta del ocio, remarca el 35.19 % los que dedican a actividades diferentes a las habituales en los tiempos libres, hay grupos de turistas que vienen por estudio representa el 27.78 %, un lugar alejado del ruido y la tranquilidad, para disfrutar de la gastronomía propia del lugar figura el 23.46 %, esto deduce que está en expectativa la variedad de platos que se puede ofrecer, los que visitan por conocer otra cultura dispone el 13.58%, esto pone en relieve que mientras más variedad de actividades exista, vendrán mucho turistas con sus gustos y preferencias, además fortalecer y proporcionar en cuanto a la cultura como alternativa.

6. Conoce Cacha Machángara

Tabla 9
Conoce Cacha Machángara

Regiones	Turistas	Porcentaje
Si	22	13,58%
No	58	35,80%
Algo	82	50,62%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

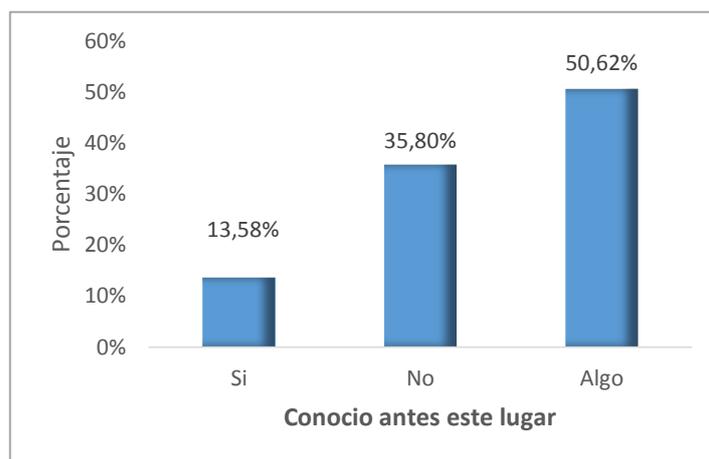


Gráfico 6. Conoce Cacha Machángara

Fuente: Tabla 9

Elaborado por: Fidel Peñafiel

El Centro Turístico de Cacha Machángara a pesar de su trayectoria, no es muy conocido por los turistas de otras latitudes, existe un desconocimiento del 35.8 % de los consultados, sin embargo los que conocen algo de este sector figura el 50.62 % es decir que la actividad turística que se realiza en Cacha Machángara no se difunde con precisión , y los que realmente visitan a menudo este lugar consta del 13.58 % de los encuestados, son evidencias de que hace falta una amplia promoción del turismo local y se demuestra por qué no hay muchos visitantes que cubran las necesidades para mejorar la economía del sector.

7. Medio de difusión que se enteró de Cacha Machángara

Tabla 10
Medios de difusión

Medio	Turistas	Porcentaje
Internet	116	71,60%
Televisión	4	2,47%
Boca a boca	1	0,62%
Telefónica	41	25,31%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

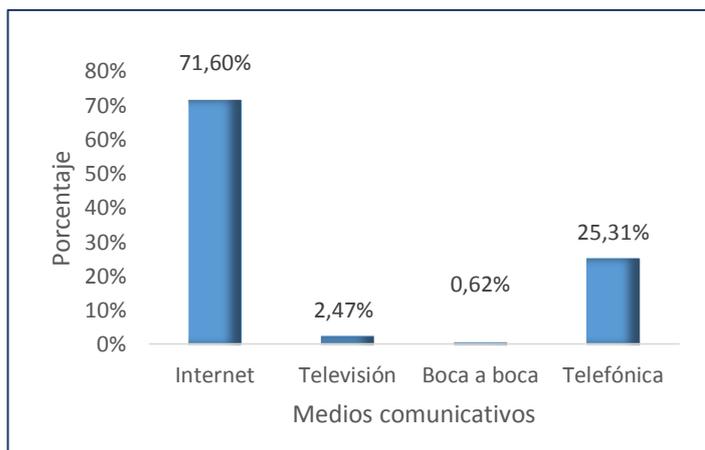


Gráfico 7. Medios de difusión

Fuente: Tabla 10

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los diferentes medios por los cuales se enteraron del turismo de Cacha Machángara ha sido por internet como primera opción demostrado por el 71.60 % de clientes, se da por las facilidades de las redes sociales que ayuda al impulso de la actividad turística, la segunda opción vía teléfono, en este caso por WhatsApp, Instagram o Messenger, son herramientas más utilizadas para intercambiar información acerca de los servicios turísticos ofrecidos, si la tendencia informática de las aplicaciones son los medios de difusión efectivas hay que beneficiarse de ellas.

8. Medio de transporte para llegar a Cacha Machángara

Tabla 11
Medio de transporte

Transporte	Turistas	Porcentaje
Taxi	9	5,56%
Vehículo propio	122	75,31%
Bus público	29	17,90%
Transporte turístico	2	1,23%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

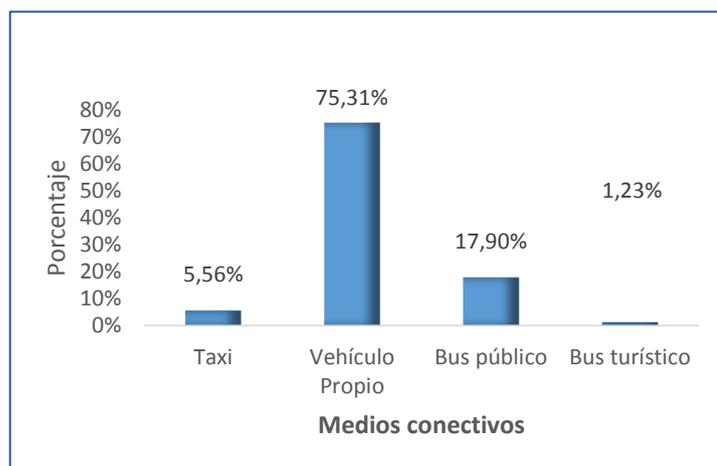


Gráfico 8. Medio de transporte

Fuente: Tabla 11

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los medios más accesibles para llegar a Cacha Machángara, en primera instancia a través de su propio vehículo señala el 75.31 % entre las opciones, se considera al segundo medio más elegido el bus público con el 17.90 % de utilidad, y en tercera opción a través del taxi con el 5.56 % de aceptación, la mayoría de los turistas llegan en su propio vehículo por arribar con su familia, los buses tienen rutas de recorrido muy distanciado esto hace que opten por tomar un taxi, también se crea la necesidad de un parqueadero cómodo.

9. Promocionar la gastronomía

Tabla 12
Promocionar la gastronomía

Gastronomía	Turistas	Porcentaje
Si	161	99,38%
No	1	0,62%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel



Gráfico 9. Promocionar la gastronomía

Fuente: Tabla 12

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los resultados evaluados a cerca del fomento de la gastronomía en Cacha Machángara según los visitantes han contestado que el 99.38 % están a favor de su difusión, solo el 0.62 % mencionan que no es necesario su promoción, lo que significa que hay mucha variedad de alimentos propios del lugar que se puede generar para el disfrute de los turistas amantes de la buena comida, esto dará un atractivo a que los días domingos y feriados tengan la posibilidad de visitar Machángara y degustar de los platos típicos ofrecidos para el evento.

10. Tipo de actividad turística a realizar en Cacha Machángara

Tabla 13
Tipo de actividad turística requerida

Actividad	Turistas	Porcentaje
Caminatas	83	51,23%
Ecoturismo	18	11,11%
Turismo rural	22	13,58%
Excursiones	28	17,28%
Camping	11	6,79%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

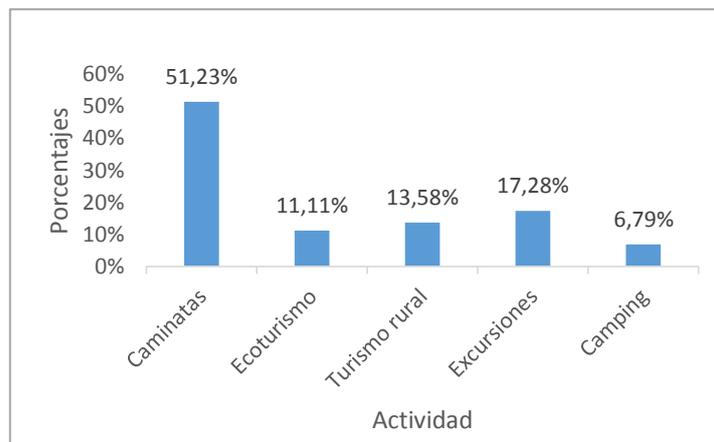


Gráfico 10. Tipo de actividad turística requerida

Fuente: Tabla 13

Elaborado por: Fidel Peñafiel

La diferencia de cada turista es que tiene características heterogéneas para realizar sus actividades en este caso Cacha se diferencia por disponer de lugares muy aptos para hacer del turismo una de sus actividades, los visitantes han contestado que el 51.23% prefieren las caminatas, con el 17.28 % les gusta las excursiones y a los que les gusta el turismo rural el 13.58 % lo confirman, sé que puntualiza que hay mucha variedad de actividades que se puede promocionar para el disfrute de los turistas amantes de la naturaleza y considerar que se debe hacer innovación en el diseño de ofertas.

11. Falencias existentes en el Centro Turístico Pucará Tambo

Tabla 14
Falencias en el Centro Pucará Tambo

Actividad	Turistas	Porcentaje
Servicios	55	33,95%
Infraestructuras	62	38,27%
Alimentación	7	4,32%
Conducta	3	1,85%
Otros	35	21,60%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

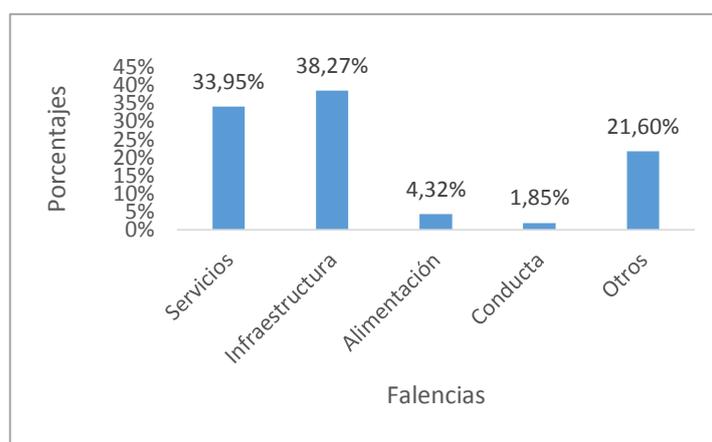


Gráfico 11. Falencias en el Centro Pucará Tambo

Fuente: Tabla 14

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los visitantes han contestado que el 38.27 % mencionan que hace falta más infraestructura, muchos carecen de algunas necesidades, el 33.95 % de los servicios turísticos tienen falencias en cuanto a sus prestaciones y el 21.60 % menciona que hay deficiencia en otras actividades, la existencia de falencias en el Centro Turístico de Cacha Machángara nos pone en alerta, que el cliente cada día es más exigente y que hay que tener cierta preparación para afrontar nuevos retos, de esta forma habrá más amplitud de desarrollo turístico en la comunidad y cumplir los retos de satisfacción del cliente.

12. Información y señalización para llegar a Cacha Machángara

Tabla 15
Información y señalización

Información y señalización	Turistas	Porcentaje
Si	113	69,75%
No	49	30,25%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

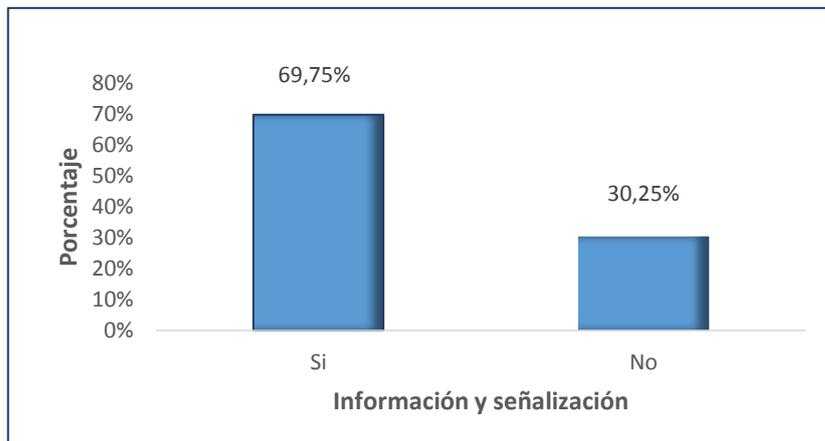


Gráfico 12. Información y señalización

Fuente: Tabla 15

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Se ha consultado a los visitantes si han tenido la facilidad de encontrar información y señalización para llegar a Cacha Machángara, lo cual demuestran que, si han dispuesto de información local, el 69.57 % han podido llegar fácilmente y mientras que el 30.25 % no han tenido acceso a la información necesaria, uno de los factores que vincula a un destino es la disposición de información y señalización, muchos turistas no encuentran la ruta adecuada para llegar a Machángara especialmente los que viene de otras provincias, lo importante es disponer de señalización desde la entrada a Riobamba, esta es una necesidad latente.

13. Modalidad de viaje

Tabla 16
Modalidad de viaje

Forma de viaje	Turistas	Porcentaje
Solo	12	7,41%
Acompañado	137	84,57%
Grupo	13	8,02%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

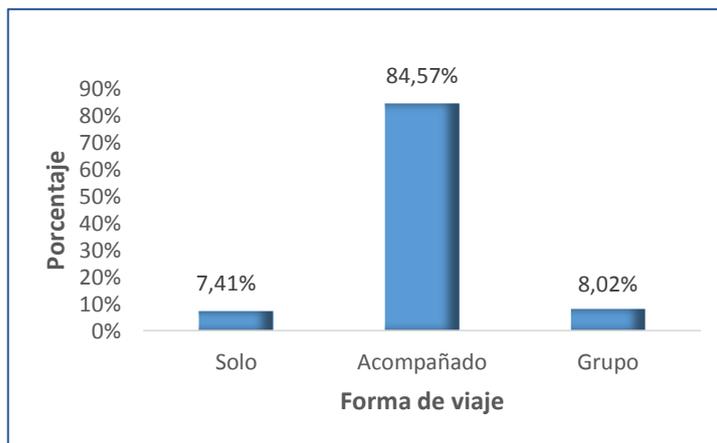


Gráfico 13. Modalidad de viaje

Fuente: Tabla 16

Elaborado por: Fidel Peñafiel

La modalidad de viaje de los turistas que llegan a Cacha Machángara es generalmente acompañada el 84.57 % llegan como parejas de esposos o a su vez amigos, por tratarse de un lugar que necesita de compañía, así mismo los que viajan en grupo son poco solo el 8.02 % especialmente los que vienen de afuera, y los que viajan solos representa el 7.41%. Esto nos demuestra que muchos visitantes llegan con su familia, existe la necesidad de implementar nuevas actividades solo para padres y lugares exclusivos para niños y jóvenes, la expectativa está en cubrir la demanda con una buena recreación.

14. Preferencia de atractivos

Tabla 17
Preferencia de atractivos

Atractivos	Turistas	Porcentaje
Naturales	81	50,00%
Culturales	79	48,77%
Otros	2	1,23%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

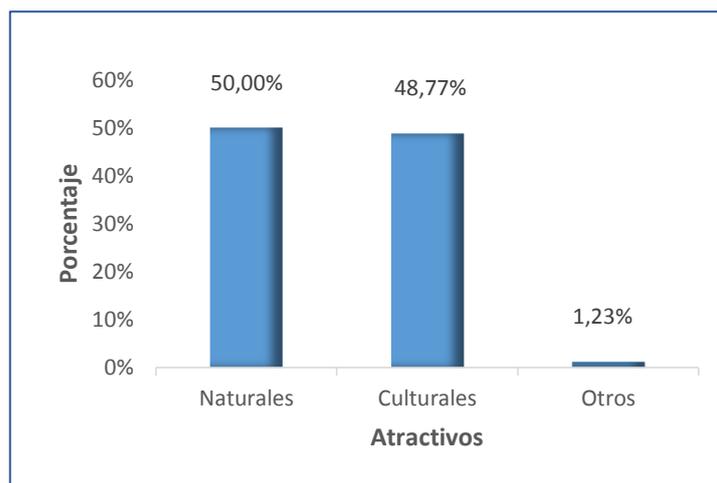


Gráfico 14. Preferencia de atractivos

Fuente: Tabla 17

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los visitantes de Cacha Machángara hacen su arribo basados en las preferencias establecidas, los que tienen acogida por los recursos naturales que posee este lugar está el 50%, mientras que los que optan por los atractivos culturales representan el 48.77 % de la población consultada y con el 1.23 % prefieren otro tipo de actividad especialmente atractivos recreacionales, los amantes de la naturaleza tienen sus preferencias y buscan alternativas de conocer lugares naturales que tengan el impacto respectivo, pero como es un lugar histórico no puede pasar por desapercibido sin conocer algo de la cultura local.

15. La calidad del servicio

Tabla 18
Calidad del servicio

Calidad de servicio	Turistas	Porcentaje
si	96	59,26%
No	66	40,74%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019
Elaborado por: Fidel Peñafiel

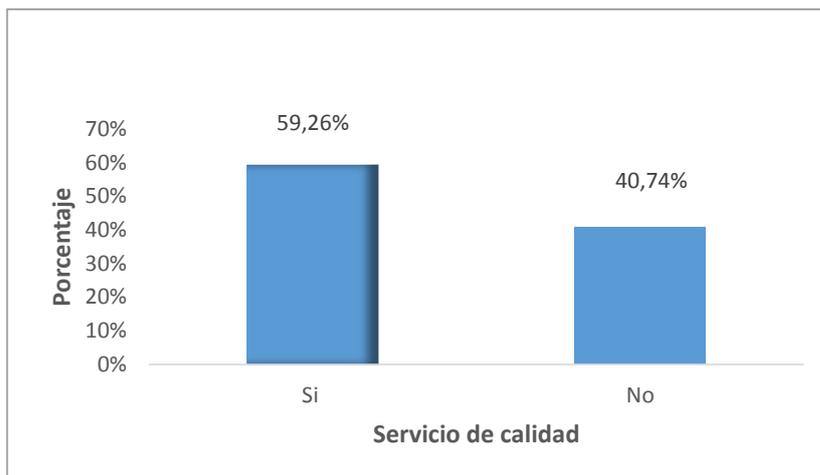


Gráfico 15. Calidad del servicio
Fuente: Tabla 18
Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los servicios que presta Pucará Tambo de Cacha Machángara ha tenido una calificación de 59.26 % que si brinda un buen servicio, especialmente en el campo de la actividad gastronómica y guianza del museo, pero una pequeña diferencia determinan que no hay un buen servicio demostrando el 40.74% de los encuestados, esto hace notar que hay una insatisfacción casi de la mitad de visitantes, lo que implica que se necesita mejorar rotundamente el servicio generado en Cacha Machángara, para promover a través de estrategias de actualización de conocimientos en la modalidad de calidad del servicio.

16. Disponibilidad de gasto en la visita a Cacha Machángara

Tabla 19
Disponibilidad del gasto

Valor	Turistas	Porcentaje
(50 – 100]	157	96,91%
(100 – 200]	5	3,09%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019
Elaborado por: Fidel Peñafiel

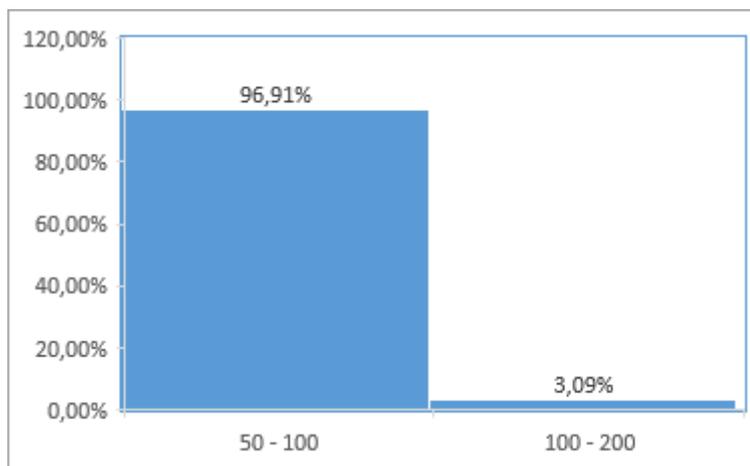


Gráfico 16. Disponibilidad en el gasto

Fuente: Tabla 19

Elaborado por: Fidel Peñafiel

En cuanto al disponible que pretende gastar un turista en Cacha Machángara está entre los valores de 50 a 100 dólares con un porcentaje del 96.91%, lo que conlleva a determinar que disponen de un valor mínimo para el ocio y la diversión turística, pocos han demostrado que desean utilizar más servicios que ofrece el Centro Turístico, es así que el 3.09 % pretenden gastar de 100 a 200 dólares en actividades turísticas completas, buscar opciones de que el turista trate de gastar más con mejores propuesta y alternativas, especialmente con la venta de artesanías que es un impulso para los artesanos locales.

17. Recomendaciones a otras visitantes venir a Cacha Machángara

Tabla 20
Recomendaciones a otros visitantes

Recomiendan	Turistas	Porcentaje
Si	161	99,38%
No	1	0,62%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

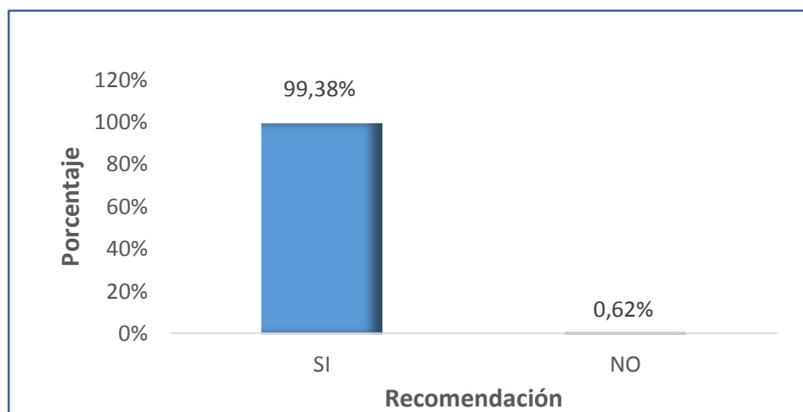


Gráfico 17. Recomendaciones a otros visitantes

Fuente: Tabla 20

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Todos los visitantes han tenido una respuesta favorable al solicitar si pueden recomendar a otros turistas que vengan a visitar Cacha Machángara, el 99.38 % han respondido que sí, mientras que un porcentaje mínimo del 0.62 % han mencionado que no pueden sugerir por este destino, nuestra idiosincrasia tiene varios aptitudes que repercuten en la generación de recomendaciones, lo hacen por conveniencia, otros por favores, no tenemos la cultura de ser generosos en brindar un respaldo a los destinos turísticos que están en desarrollo, Machángara necesita muchos más turistas que visiten y puedan hacer turismo según su preferencia.

18. Hospedarse en el Centro Turístico Pucará Tambo

Tabla 21
Hospedarse en Pucará Tambo

Le gustaría hospedarse	Turistas	Porcentaje
Si	147	90,74%
No	15	9,26%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

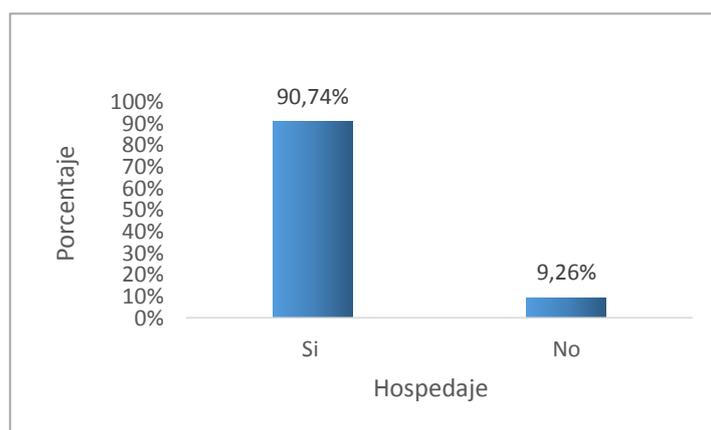


Gráfico 18. Le gustaría hospedarse en Pucará Tambo

Fuente: Tabla 21

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Todos los visitantes que han llegado a Cacha Machángara han contestado que tendrían el agrado de hospedarse en Pucará Tambo demostrando el 90.74 % de los consultados, pues es un lugar muy tranquilo, pero no lo han hecho por vivir cerca, mientras que un 9.26 % demuestran que no les gustaría hospedarse por ser un lugar frío, los turistas necesitan de más información acerca del turismo que se promociona en Machángara, muchos no conocen las bondades que tiene este sector, especialmente al hospedarse en cabañas construidas con materiales propios del lugar que mantienen una temperatura adecuada.

19. Necesidades encontradas en el Centro Turístico Pucará Tambo

Tabla 22

Necesidades encontradas en el Centro Turístico Pucará Tambo

Necesidades	Turistas	Porcentaje
Información	11	6,79%
Infraestructura	54	33,33%
Diversidad de actividades	61	37,65%
Más inversión	3	1,85%
Promoción del lugar	33	20,37%
Total	162	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

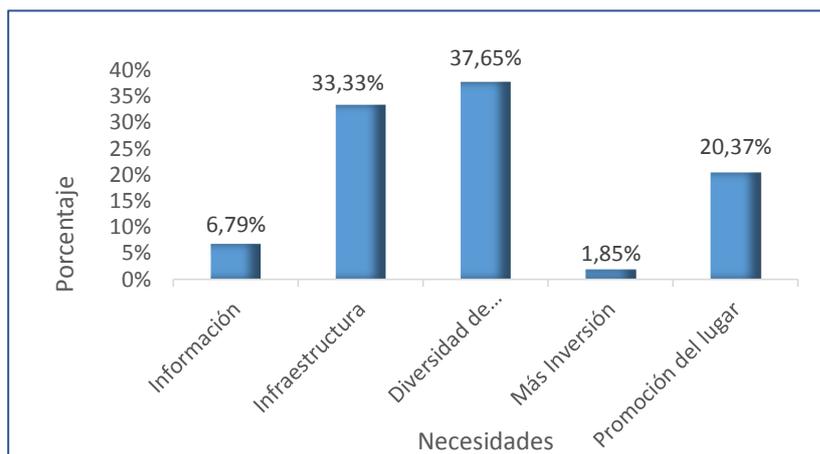


Gráfico 19. Necesidades del Centro Turístico

Fuente: Tabla 22

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Todos los consultados han reconocido que Cacha Machángara tiene ciertas deficiencias en la oferta de servicios, especialmente la falta de una variedad de actividades que sea llamativa para el visitante, el 37.65 % sienten esa necesidad, el 33.33 % manifiestan que falta de más infraestructura y lo que ha llamado la atención es que falta promocionar más el turismo de Cacha lo demuestra el 20.37 %, que comprueba que es difícil llegar a muchos futuros demandantes con facilidad, lo más básico el 6.79 % menciona que hace falta difundir las ofertas que dispone, si un producto no es conocido no tendrá la connotación del consumido para ser solicitado, se propone nuevas estrategias con alternativas de diversificar las actividades.

4.1.3. Análisis e interpretación de la variable dependiente: Desarrollo local

Los resultados obtenidos mediante encuestas realizados a los agentes locales o pobladores y personajes involucrados al turismo ayudan a determinar el rumbo de la variable que se ha propuesto analizar, para mayor facilidad y eficiencia del estudio se utilizó el programa estadístico IBM SPSS Statistic V.25, con la aplicabilidad de ciertas herramientas que comprueban las necesidades requeridas en la comunidad de Cacha Machángara.

Todo el testimonio que contienen las encuestas se comprobó mediante la base de datos del SPSS brindando resultados y gráficos disponibles para hacer los respectivos análisis y conocer los alcances que se plantearon al inicio de este estudio de investigación, partiendo de una base para la presentación de la propuesta que se plantea a la comunidad para el progreso del desarrollo local de Cacha.

Se muestran los resultados obtenidos y asimilando el análisis respectivo para cada respuesta según esta variable con los siguientes resultados.

1. Menciona el género

Tabla 23
Género

Género	Agentes locales	Porcentaje
Masculino	48	59%
Femenino	34	41%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

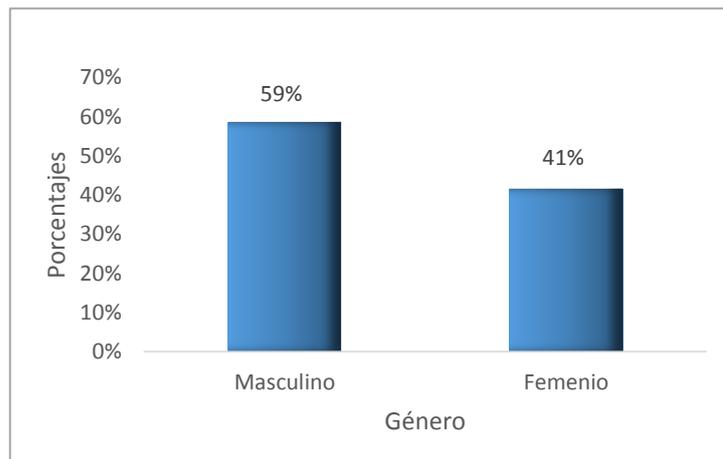


Gráfico 20. Género

Fuente: Tabla 23

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Se ha consultado a miembros de la comunidad y han determinado que el 59 % de la población encuestada fueron varones lo que significa que las acciones particulares de la comunidad son manejadas por el género masculino, mientras que las mujeres solo representan el 41 % de la población examinada. Todas las actividades que se generan en la comunidad aún son decididas por el varón lo que imposibilitan que haya una equidad en el desarrollo de Machángara.

2. Mencione su edad

Tabla 24
Edad

Edad	Agentes locales	Porcentaje
(11 – 20]	8	10%
(20 – 40]	38	46%
(40 – 50]	32	39%
(50 - 65 +	4	5%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

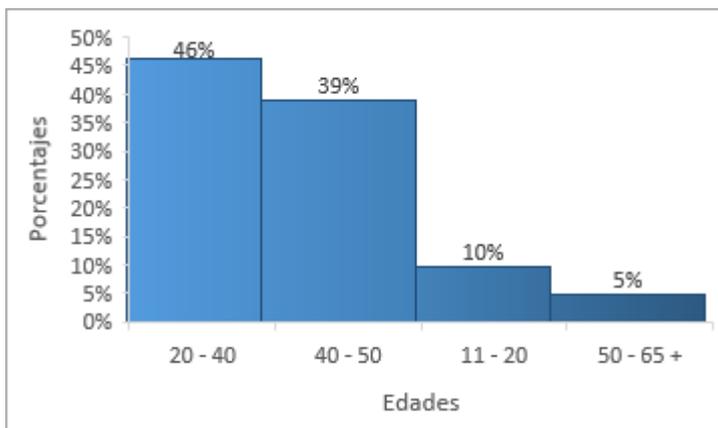


Gráfico 21. Edad

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Fuente: Tabla 24

La edad de los agentes locales consultados oscilaba entre los 20 a 40 años con un porcentaje del 46 % como la población más joven, mientras que la población de entre los 40 a 50 años tuvieron la capacidad de responder la consulta con el 39% y en un porcentaje del 10% a la población más pequeña de entre los 11 a los 20 años y con un 5 % los miembros de edades adultas de 50 a 60 años con su vasta experiencias, muchos jóvenes de Cacha Machángara han emigrado a otras ciudades pero los fines de semana regresan a sus terrenos y son los que apoyan a los adultos a ser partícipe de los eventos turísticos que se promueven.

3. Manifieste su profesión

Tabla 25
Profesión

Profesión	Agentes locales	Porcentaje
Agricultor	37	45%
Artesano	4	5%
Comerciante	16	20%
Otro	25	30%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

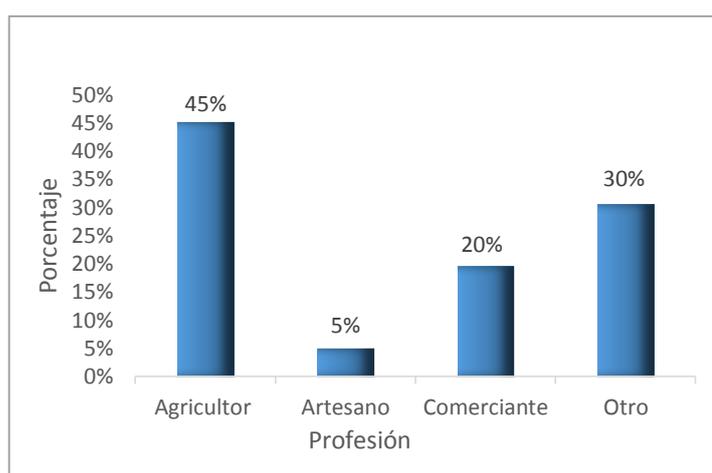


Gráfico 22. Profesión

Fuente: Tabla 25

Elaborado por: Fidel Peñafiel

La profesión de los pobladores en cuanto a la actividad que realizan en su localidad, el 45% se dedican a la agricultura, en segundo término, los que se dedican a otras actividades diferentes como la construcción están con el 30% de los pobladores locales consultados, al comercio se dedican el 20 % de los consultados y un 5 % a la profesión de artesanos.

Toda la población de Cacha Machángara sustenta su economía en sus variadas actividades, la mayoría tienen que dejar sus propiedades para buscar ingresos que sustenten sus gastos, el turismo dentro de sus posibilidades lo miran como una actividad que será rentable a largo plazo.

4. Vinculación con la organización

Tabla 26
Vinculación con la organización

Vinculación	Agentes locales	Porcentaje
Directa	20	24%
Indirecta	22	27%
Ninguna	40	49%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

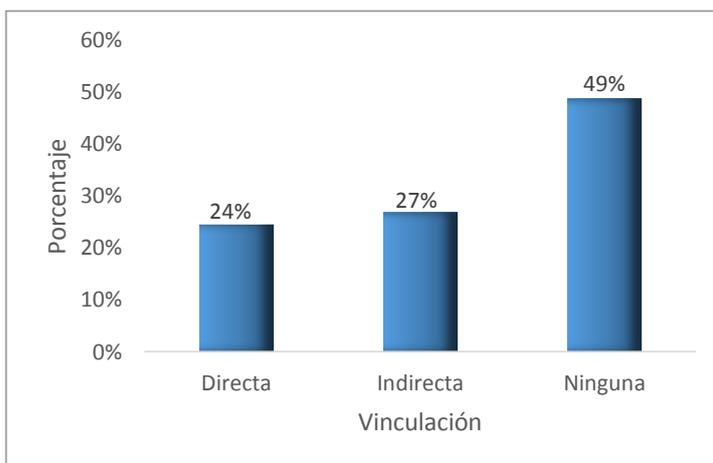


Gráfico 23. Vinculación con la organización

Fuente: Tabla 26

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los pobladores consultados mencionan que el 49 % no han tenido ninguna vinculación con la organización, solo el 24 % están afines directamente con los destinos de la comunidad, mientras que el 27 % mencionan que tienen una relación indirecta con la institución, hay líderes que siempre están inmersos en los planes de la organización como entes políticos, no tienen una definición clara para impulsar el desarrollo turístico, cada quien vela por sus intereses, la realidad es que ciertos comuneros solo siguen a los que manejan la comunidad.

5. Conocimiento del Centro Turístico Pucará Tambo

Tabla 27
Conoce Pucará Tambo

Conoce	Agentes locales	Porcentaje
Si	38	46%
No	0	0%
Algo	44	54%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

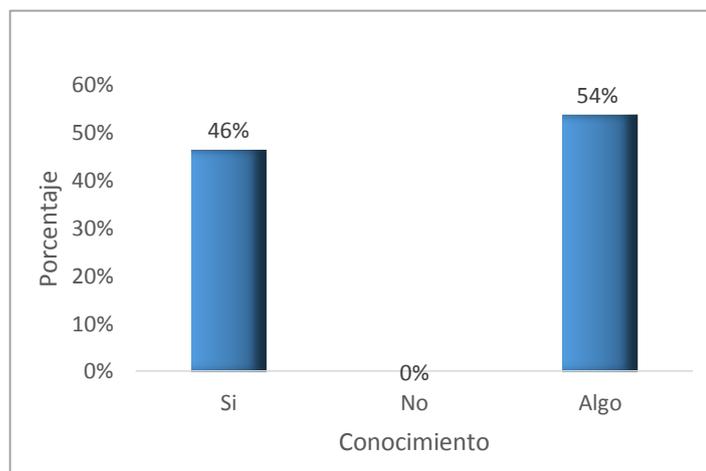


Gráfico 24. Conoce Pucará Tambo

Fuente: Tabla 27

Elaborado por: Fidel Peñafiel

A pesar que la comunidad es poseedor de un Centro Turístico cultural y que es su ícono, solo el 46 % tiene conocimiento de sus actividades, mientras que el 54 % de los consultados conoce en pequeña escala, esto significa que no tienen mucho interés por los destinos de Pucará Tambo, los que están vinculados son ciertos representantes comunitarios que han laborado por algunos años en el turismo, y quieren potencializar la actividad, pero la comunidad no aporta con su gestión, porque necesitan el aval de la Fecaipac.

6. Motivo que los comuneros no manejan el Centro Turístico

Tabla 28

La comunidad no maneja el Centro Turístico

Causas	Agentes locales	Porcentaje
Desconocimiento	46	56%
Requisitos	12	15%
Falta de oportunidad	24	29%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

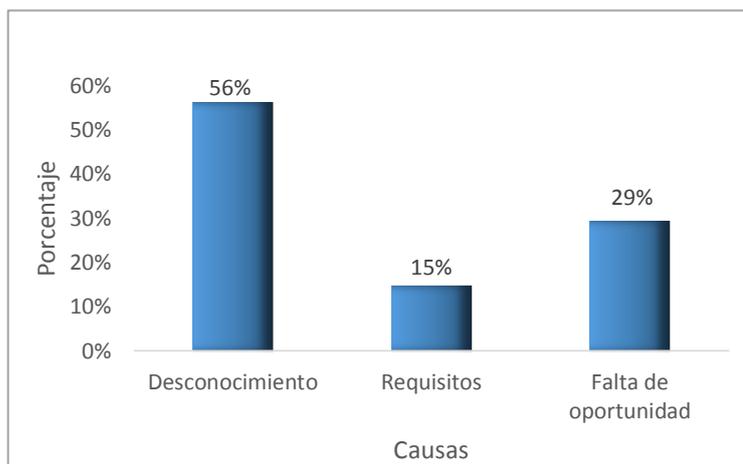


Gráfico 25. La comunidad no maneja el Centro Turístico

Fuente: Tabla 28

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Las causas del por qué los agentes locales no manejan el Centro Turístico Pucará Tambo ha sido por varias razones, una de ellas el desconocimiento de la actividad turística que representa el 56 %, otros consideran que el 29 % no han tenido la oportunidad de hacerlo por tratarse de una gran responsabilidad, el 15% manifiestan que por ser una actividad que requiere de muchos requisitos y no se puede cumplirlos, además no cuentan con un respaldo económico que soporte la inversión y el pago de sueldos.

7. Papel del Gad parroquial frente al turismo

Tabla 29
Papel del Gad parroquial

Relación con el Gad	Agentes locales	Porcentaje
Apoyo	13	16%
Ningún apoyo	12	15%
Solo temporadas	57	70%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

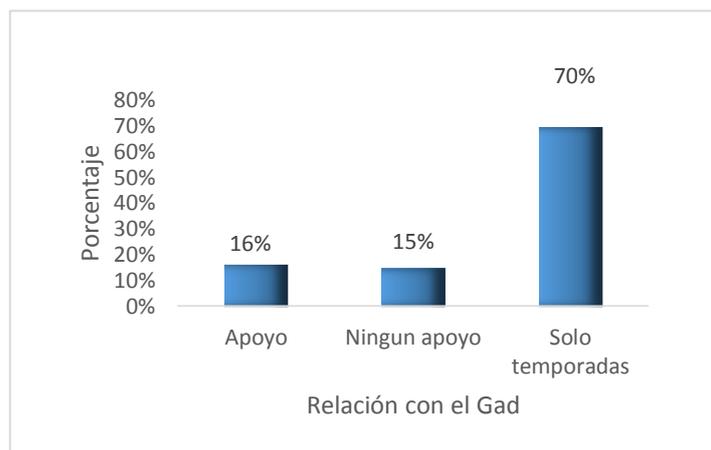


Gráfico 26. Papel del Gad parroquial

Fuente: Tabla 29

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Al realizar la consulta del papel que desempeña el Gad parroquial con la comunidad, el 70 % han contestado que el gobierno parroquial apoya al turismo solamente en épocas de fiestas o eventos culturales que se realiza en Cacha, no hay un apoyo significativo que solvente alguna inversión, solo el 16% manifiestan que el ente público interviene en lo que se refiere a señalización y mantenimiento de las vías, pero el 15% restante revelan que no han tenido protagonismo en beneficio del turismo, el ente público no gestiona para obtener recursos que sirva de soporte para nuevas inversiones, sólo trasciende con el presupuesto estatal que es de carácter administrativo.

8. Expectativa de los entes públicos frente al desarrollo turístico

Tabla 30
Papel de otros entes públicos

Apoyo de instituciones públicas	Agentes locales	Porcentaje
Ninguna	4	5%
Poco	21	26%
Ofrecimientos	57	70%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

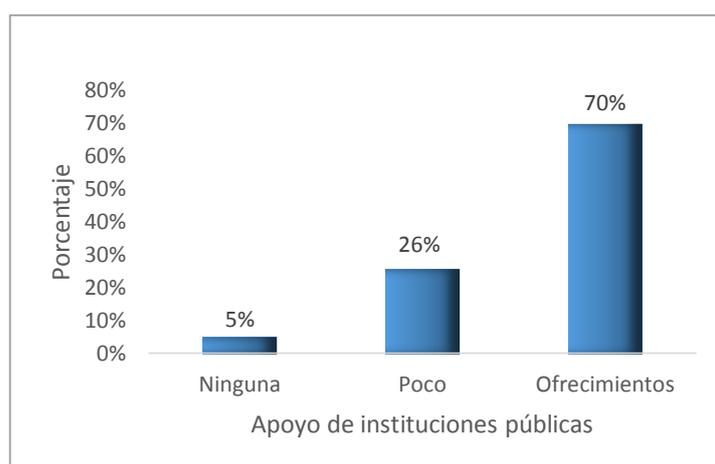


Gráfico 27. Papel de otros entes públicos

Fuente: Tabla 30

Elaborado por: Fidel Peñafiel

En cuanto al aporte de los entes públicos relacionados al turismo como municipio de Riobamba y el Ministerio de Turismo según las respuestas obtenidas por los entrevistados, el 70 % han contestado que los mencionados entes, no apoyan en la cooperación de la comunidad Cacha Machángara, solamente expectativas, promesas y ofrecimientos futuros los cuales no se efectivizan, el 26 % mencionan que han recibido un aporte pequeño con modestas charlas a los artesanos y socialización en aspectos técnicos de la reactivación de las artes antiguas, el 5% de las respuestas mencionan que no reciben ningún tipo de ayuda técnica, ni económica para el desarrollo del turismo, por esta razón están en manos de una empresa privada, la cual ha venido manejando los destinos del turismo de Cacha.

9. Patrimonio cultural y ancestral invaluable

Tabla 31
Patrimonio cultural invaluable

Patrimonio cultural	Agentes locales	Porcentaje
Si	62	76%
No	20	24%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

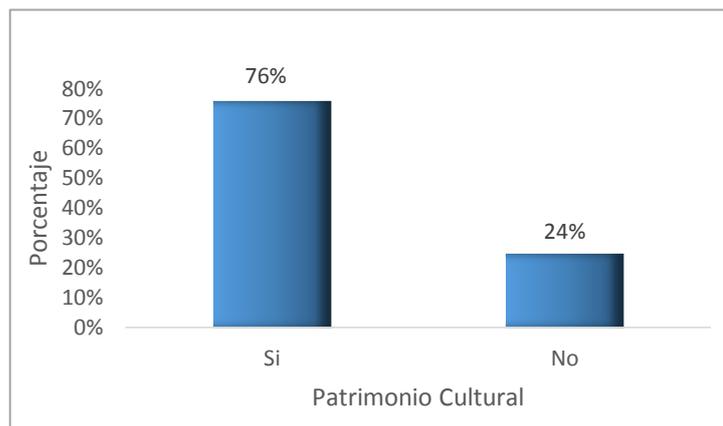


Gráfico 28. Patrimonio cultural invaluable

Fuente: Tabla 31

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Muchos de los residentes locales no valoran su cultura como un patrimonio especial, solo el 76 % han contestado que sí valoran su identidad cultural y considerada valiosa, por lo cual deben mantener las tradiciones respaldadas por los habitantes del lugar, mientras que el 24% desconocían que su patrimonio es valioso, muchos jóvenes lo han dejado su vestimenta e inclusive su lengua nativa, por mantener una doble cultura desde niño, poco a poco se van tejiendo nuevos rumbos de a culturización, solo mantienen la tradición los más antiguos.

10. Atractivos que prefieren los turistas de Cacha Machángara

Tabla 32

Gustos por los atractivos

Razones a venir	Agentes locales	Porcentaje
Atractivos naturales	13	16%
Atractivos culturales	61	74%
Otros	8	10%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

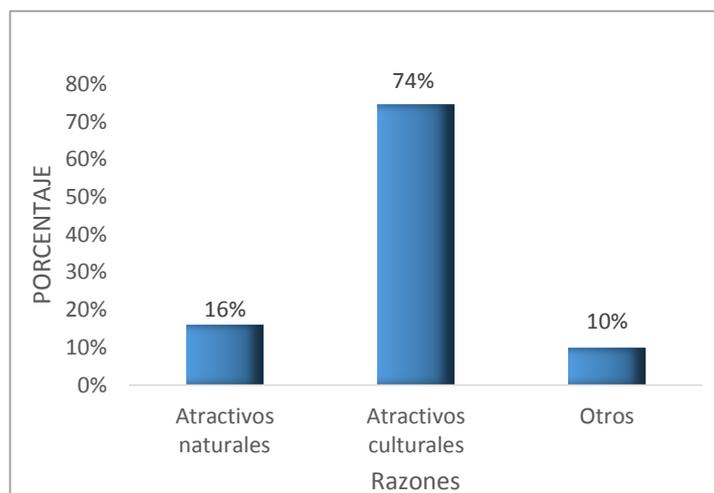


Gráfico 29. Gustos por los atractivos

Fuente: Tabla 32

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cacha Machángara es un lugar poseedor de recursos valiosos para el desarrollo del turismo, el 74% de los turistas vienen por los atractivos culturales, en especial en épocas de fiestas patronales de la localidad, el 16 % prefieren los atractivos naturales, son complementos del paisaje cultural que poseen, y el 10% de los resultados mencionan que vienen por otros atractivos, como el turismo deportivo especialmente cuando se realizan campeonatos de fútbol inter parroquiales y cuando llegan visitas de familiares por vacaciones en el verano.

11. Gustos por el turismo rural

Tabla 33
Preferencias del turismo rural

Prefieren	Agentes locales	Porcentaje
Si	82	100%
No	0	0%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

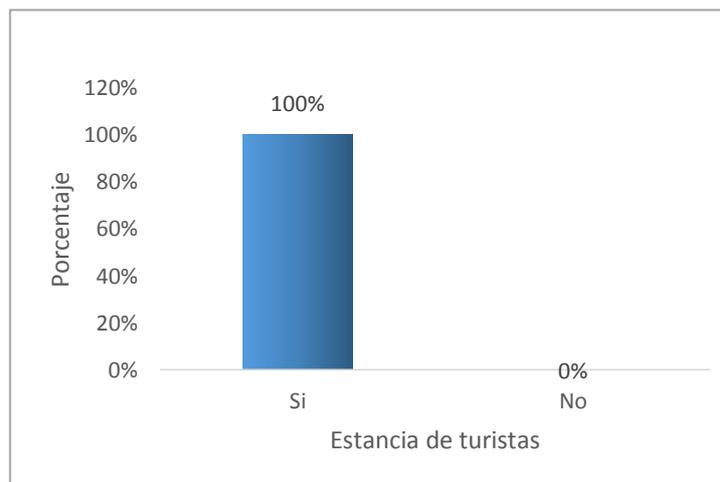


Gráfico 30. Preferencias del turismo rural

Fuente: Tabla 33

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Se han consultado a los pobladores si estarían dispuestos que los turistas vengan a convivir en sus localidades realizando diferentes actividades con ellos y el 100% han sugerido que si, por el hecho que necesitan de alguien que les ayude en sus actividades cotidianas y como toda cultura ecuatoriana el extranjero es bien recibido en cualquier parte, esta no es la excepción, a pesar que ciertos grupos son muy herméticos en cuanto a compartir sus tradiciones, por la vergüenza y creen que lo van a adueñarse de sus recursos.

12. Habitantes migran de Cacha a otros lugares

Tabla 34
Causas de la migración

Razones	Agentes locales	Porcentaje
Falta de empleo	65	79%
Más oportunidades	13	16%
Es más rentable	4	5%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

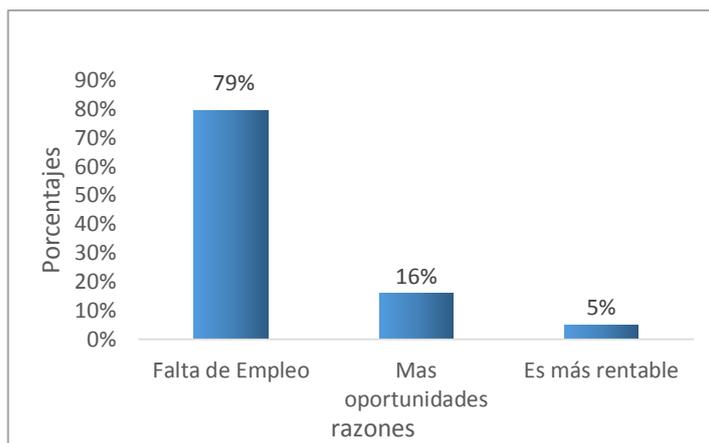


Gráfico 31. Causas de la migración

Fuente: Tabla 34

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Uno de los problemas que tiene Cacha ha sido la migración de sus pobladores a las ciudades cercanas, el 79 % de ellos manifiestan que la gente abandonan el lugar por la falta de empleo, sus tierras ya nos son muy productivas, un 16 % mencionan que en el campo no hay más oportunidades de surgimiento si solo se depende de la agricultura, pero los tiempos ya no son los mismo y necesitan más posibilidades de emerger, el 5 % describen que trabajar fuera de Cacha es más rentable, muchos salen con motivos de estudio y trabajo, pero al pasar el tiempo se afianzan en ese lugar que les dio la oportunidad, en especial los estudiantes ya no pretenden regresar a sus tierras, quedando solo los adultos mayores en su gran mayoría.

13. Los pobladores de Cacha se benefician del turismo

Tabla 35

Cacha es beneficiario del turismo

Beneficio del turismo	Agentes locales	Porcentaje
Si	25	30%
No	41	50%
No sabe	16	20%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

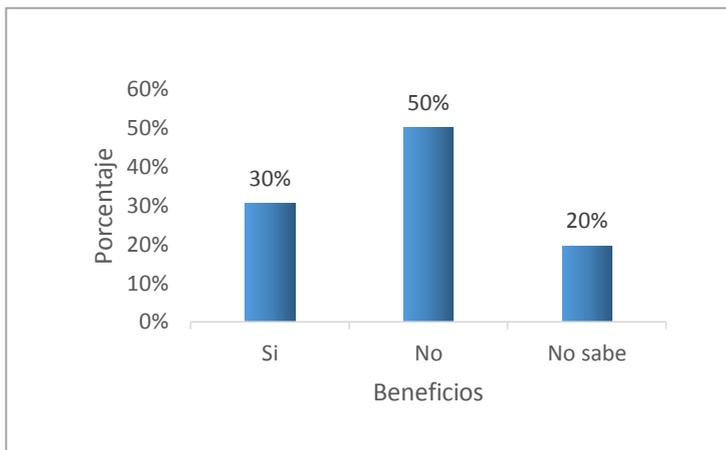


Gráfico 32. Cacha es beneficiario del turismo

Fuente: Tabla 35

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Unos de los temas más delicados ha sido consultar si el turismo que se desarrolla en Cacha Machángara ha beneficiado a los residentes, 50% mencionan que no hay contribución del turismo para los agentes locales, en cierta forma solo el 30% tienen un relativo beneficio, generalmente los artesanos y promotores de sus productos locales que tratan de vender en el Centro Turístico Pucará Tambo, el 20 % no conocen si hay una utilidad o un déficit en el turismo local, solamente la Fecaipac recibe cierta contribución mensual por parte del Centro Turístico, dineros que son manejados por dicha entidad.

14. Servicios básicos satisfactorios en la comunidad Cacha Machángara

Tabla 36
Servicios básicos satisfactorios

Satisfacción de servicios	Agentes locales	Porcentaje
Si	52	63%
No	30	37%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

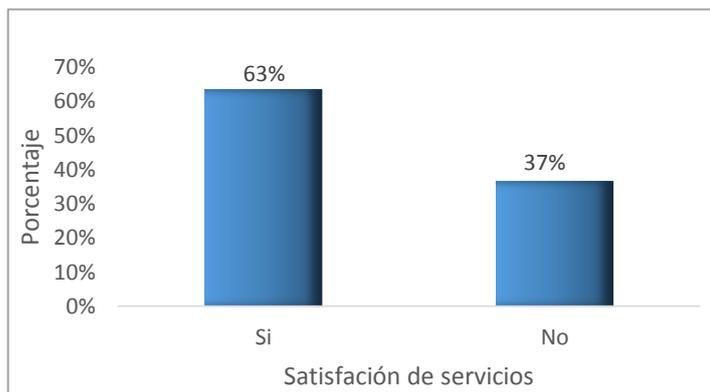


Gráfico 33. Servicios básicos satisfactorios

Fuente: Tabla 36

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Los principales servicios básicos que recibe Cacha Machángara según los usuarios han contestado que 63% están satisfechos con la dotación de agua, luz, pero el 37 % han manifestado que no están complacidos con el servicio de agua, no disponen en su mayoría como un recurso vital, energía eléctrica es lo más usual que poseen, pero el servicio de teléfono e internet solo poseen ciertos habitantes, es una herramienta que hoy en día es primordial por tanto es una necesidad urgente, especialmente para los trabajos de jóvenes y estudiantes.

15. Cacha Machángara cuentan con suficiente superestructura

Tabla 37

La superestructura de Cacha Machángara

Estructura adecuada	Agentes locales	Porcentaje
Si	12	15%
No	70	85%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

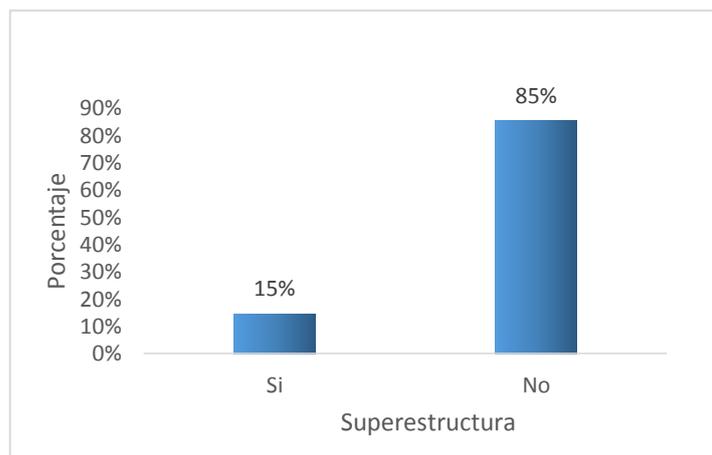


Gráfico 34. La superestructura de Cacha Machángara

Fuente: Tabla 37

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Lo que afecta al turismo del Centro Turístico Pucará Tambo es la falta de ampliación de su superestructura que permita evolucionar la actividad turística, el 85 % manifiestan que falta de instalaciones que permita disfrutar de actividades diferentes y que tengan más acogida y sean adecuadas, el 15 % determinan que si cumple con las características necesarias para ejercer la actividad turística, en realidad muchos de los usuarios han comentado que se requiere de otras actividades a más de las que ya existen, como por ejemplo juegos para niños y que los adultos puedan realizar diferentes actividades con más espacio de tiempo.

16. Los programas de salud de Cacha Machángara

Tabla 38

Programas de salud de Cacha Machángara

Programa de salud	Agentes locales	Porcentaje
Si	54	66%
No	28	34%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

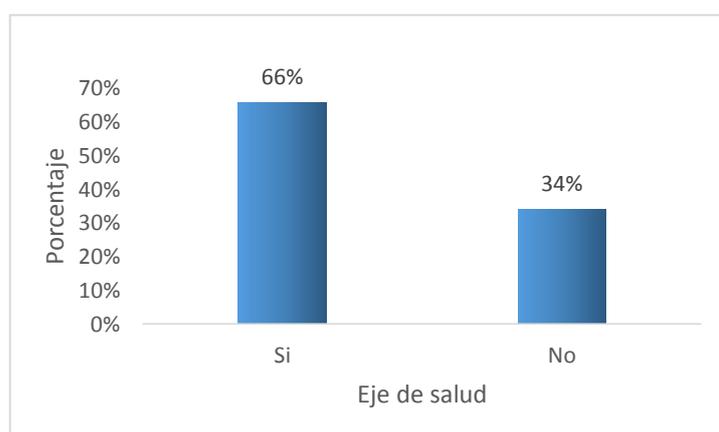


Gráfico 35. Programas de salud de Cacha Machángara

Fuente: Tabla 38

Elaborado por: Fidel Peñafiel

En cuanto a la consulta de los programas de salud que cuenta Cacha, el 66 % están de acuerdo por el servicio de salud que brinda el ministerio, a pesar de que tienen un centro de salud con poco personal, han implementado la visita en cada comunidad con servicio de salud preventiva y con programas de salud integral por parte de la empresa Cachamsi y estudiantes de español médico que llegan a Pucará Tambo, solo el 34 % no están de acuerdo con el sistema de atención y prevención médica, son muy lentos y la mayoría de ellos van a los centros de salud urbanos públicos, algunos hasta las clínicas privadas de Riobamba para una mejor atención.

17. A nivel educativo se imparten tutorías sobre la cultura de Cacha

Tabla 39
Tutorías de turismo en la educación

Tutorías turismo	Agentes locales	Porcentaje
Si	29	35%
No	37	45%
Algo	16	20%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

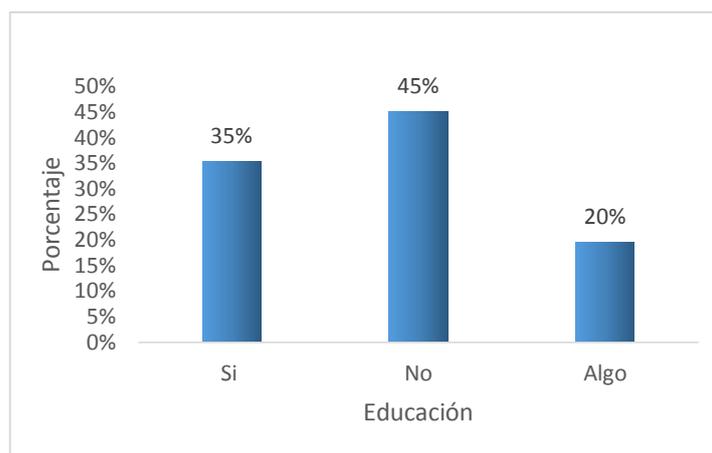


Gráfico 36. Tutorías de turismo en la educación

Fuente: Tabla 39

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Para que Cacha tenga una mejor respaldo del turismo, la población debe tener un cierto conocimiento sobre esta actividad, una de las alternativas es que los niños desde las aulas escolares deben recibir tutorías a cerca de la cultura y conocimiento de sus paisajes con lo que cuenta, por esta razón el 45 % de los pobladores menciona que los niños no reciben tutorías acerca del turismo de su localidad , pero el 35 % de los residentes manifiestan que si hay respaldo a cerca del turismo de Cacha, y el 20 % de ellos relatan que, tienen pocos espacios de aprendizaje sobre la cultura de Cacha relacionado con el turismo, lo que se considera un retroceso de las futuras generaciones en cuanto al fomento del turismo de su localidad.

18. Todos los niños y jóvenes terminan sus estudios en Cacha

Tabla 40

Estudiantes terminan sus estudios en Cacha

Concluye bachillerato	Agentes locales	Porcentaje
Si terminan	20	24%
No terminan	5	6%
Emigran	49	60%
Abandona	8	10%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

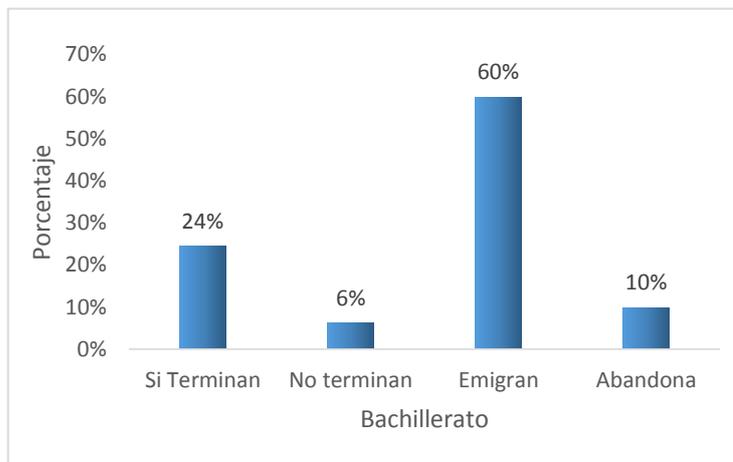


Gráfico 37. Estudiantes terminan sus estudios en Cacha

Fuente: Tabla 40

Elaborado por: Fidel Peñafiel

El aspecto educativo de Cacha ha ido cambiando paulatinamente, el 60 % de los encuestados mencionan que los estudiantes emigran a otros centros educativos de Riobamba para recibir una mejor educación diferente al de su localidad, solo el 24 % precisan que los estudiantes si terminan su colegiatura en Cacha, hay un testimonio del 10 % que abandonan el estudio para dedicarse a trabajar por la necesidad económica. El 6 % de los estudiantes no terminan sus formaciones por razones que a veces están fuera de ellas, se cazan o quedan huérfanos, etc. Mientras la población no se educa satisfactoriamente no habrá un desarrollo sustentable en Cacha Machángara.

19. La seguridad ciudadana de Cacha Machángara

Tabla 41
Seguridad de Cacha Machángara

Seguridad ciudadana	Agentes locales	Porcentaje
Si	45	55%
No	33	40%
Otros	4	5%
Total	82	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas en Cacha Machángara febrero, 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

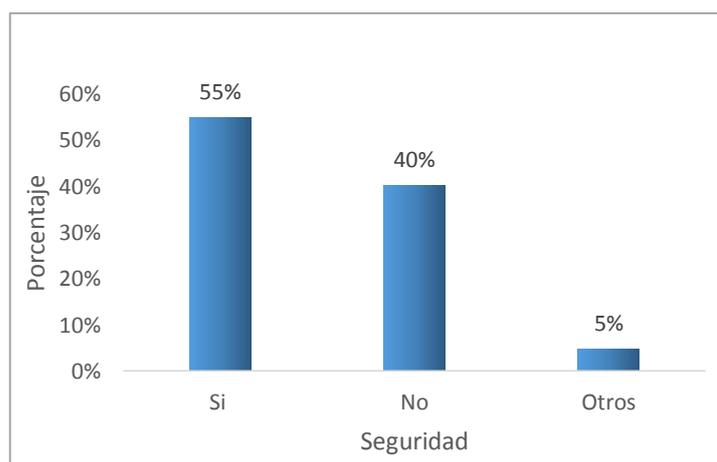


Gráfico 38. Seguridad de Cacha Machángara

Fuente: Tabla 41

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Un destino turístico con un desarrollo sostenible la seguridad es importante, todos los turistas exigen tranquilidad, se ha consultado y el 55% de los pobladores manifiestan que si hay seguridad ciudadana en la comunidad Cacha Machángara, mientras que el 40 % no están de acuerdo que existe seguridad plena, las personas que cruzan por tierras ajenas tienen problemas con sus propietarios, hace falta una socialización con los moradores y que consideren que el turismo es de franja abierta y solo un 5 % determinan que la inseguridad existe por el celo de sus tierras, y hay un hermetismo que nos les permite la afluencia de turistas a los sitios naturales sin antes

haberlo solicitado un permiso, esta actitud de los moradores no conviene para el turismo.

4.2. Prueba de hipótesis

4.2.1. Hipótesis General

H₀: la planificación turística no influye significativamente en el desarrollo local de la Parroquia Cacha comunidad Machángara.

H₁: La Planificación turística influye significativamente en el desarrollo local de la Parroquia Cacha comunidad Machángara., luego de realizar la comprobación respectiva se verifica y se confirma que la hipótesis alternativa es acertada.

4.2.2. Hipótesis Específicas

- El diagnóstico influye significativamente en el desarrollo local de la comunidad Machángara, luego de realizar la comprobación.
- La organización influye significativamente en el desarrollo local de la comunidad Machángara, luego de la comprobación respectiva.
- La Identidad local influye significativamente en el desarrollo local de la comunidad Machángara, luego de su comprobación pertinente.
- La evaluación influye significativamente en el desarrollo local de la comunidad Machángara, luego de comprobar su efectividad.

4.2.3. Elección de la prueba estadística

Para el cálculo es evidente someter a una dódima de hipótesis con el uso del programa estadístico de chi-cuadrado, esta opción nos ayuda a determinar la alianza de las dos variables que se ha considerado con el nivel de significancia del 5%.

4.2.4. Prueba de hipótesis específica 1

a.- Planteamiento de la hipótesis

H₀: El diagnóstico no influye significativamente en el desarrollo de la Parroquia Cacha, comunidad Machángara luego de realizar la comprobación correspondiente.

H₁: El diagnóstico turístico influye significativamente en el desarrollo local de la Parroquia Cacha, comunidad Machángara luego de realizar la comprobación respectiva.

b.- Establecer el nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

c.- Elección del estadístico de prueba

Para determinar la prueba se ha considerado la correlación de chi-cuadrado de Pearson y el análisis de las dos variables de estudio que determinan si influyen significativamente.

Tabla 42
Prueba del chi-cuadrado del Diagnóstico

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,933 ^a	4	,042
Razón de verosimilitud	13,400	4	,009
N de casos válidos	162		

Fuente: IBM SPPSS statistic V.25

Elaborado por: Fidel Peñafiel

d.- Lectura de P_valor

El resultado de P_valor = 0.042

e.- Decisión

El cálculo de Chi cuadrado considerado para la prueba de hipótesis específica 1, de acuerdo al nivel de significación ($0.05 = 5\%$), demuestra que $p\text{-valor} = 0.042 < \alpha = 0.05$, lo que revela que se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se admite la hipótesis alternativa (**H₁**).

4.2.5. Prueba de hipótesis específica 2

a.- Planteamiento de la hipótesis

H₀: La organización no influye significativamente en el desarrollo local de la Parroquia Cacha, comunidad Machángara, luego de realizar la comprobación.

H₁: La organización influye significativamente en el desarrollo local de la Parroquia Cacha comunidad Machángara, luego de realizar la comprobación respectiva.

b.- Establecer el nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

c.- Elección del estadístico de prueba

Se calculó la prueba de hipótesis específica 2, utilizando el instrumento estadístico del Chi-cuadrado, que plantea los aspectos observados y determinando lo esperado.

Tabla 43
Prueba del chi-cuadrado de la Organización

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,810 ^a	4	,029
Razón de verosimilitud	5,840	4	,211
N de casos válidos	162		

Fuente: IBM SPSS statistic V.25

Elaborado por: Fidel Peñafiel

d.- Lectura de P_valor

El resultado esperado de P_valor = 0,029

e.- Decisión

El cálculo de chi-cuadrado considerado para la prueba de hipótesis específica 2, de acuerdo al nivel de significación ($0.05 = 5\%$), se demuestra que $P\text{-valor} = 0.029 < \alpha = 0.05$, lo que demuestra que se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se admite la hipótesis alternativa (**H₁**).

4.2.6. Prueba de hipótesis específica 3

a.- Planteamiento de la hipótesis

H₀: La identidad local no influye significativamente en el desarrollo local de la parroquia Cacha, comunidad Machángara luego de realizar la comprobación.

H₁: La identidad local influye significativamente en el desarrollo local de la parroquia, Cacha, comunidad Machángara luego de realizar la comprobación respectiva.

b.- Establecer el nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

c.- Elección del estadístico de prueba

Se calculó la prueba de hipótesis específica 3, utilizando el instrumento estadístico del Chi-cuadrado, que plantea los aspectos previstos y determinando lo pretendido.

Tabla 44
Prueba del chi-cuadrado de la Identidad Local

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,869 ^a	2	,020
Razón de verosimilitud	8,232	2	,016
N de casos válidos	162		

Fuente: IBM SPPSS statistic V.25

Elaborado por: Fidel Peñafiel

d.- Lectura de P_valor

El resultado de P_valor = 0.020

e.- Decisión

El cálculo de Chi cuadrado considerado para la prueba de hipótesis específica 3, de acuerdo al nivel de significación (0.05 = 5%), se demuestra que P-valor = 0.020 < α = 0.05, lo que revela que se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se admite la hipótesis alternativa (**H₁**).

4.2.7. Prueba de hipótesis específica 4

a.- Hipótesis

H₀: La evaluación no influye significativamente en el desarrollo local de la Parroquia Cacha, comunidad Machángara luego de realizar la comprobación.

H₁: La evaluación influye significativamente en el desarrollo local de la comunidad Machángara de la parroquia Cacha, luego de realizar la comprobación respectiva.

b.- Nivel de significancia

$$\alpha = 0,05$$

c.- Elección del estadístico de prueba

Se estableció la prueba de hipótesis específica 4, utilizando la herramienta estadística del Chi-cuadrado, que plantea ciertas directrices previstas y puntualizando lo pretendido.

Tabla 45
Prueba del chi-cuadrado de la Identidad Cultural

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,503 ^a	2	,039
Razón de verosimilitud	6,037	2	,049
N de casos válidos	162		

Fuente: IBM SPSS statistic V.25

Elaborado por: Fidel Peñafiel

d.- Lectura de P_valor

El resultado esperado de P_valor = 0.039

e.- Decisión

El cálculo de chi-cuadrado considerado para la prueba de hipótesis específica 4, de acuerdo al nivel de significación ($0.05 = 5\%$), se demuestra que $P\text{-valor} = 0.039 < \alpha = 0.05$, lo que revela que se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se admite la hipótesis alternativa (**H₁**).

4.2.8. Prueba de hipótesis general

a.- Hipótesis

H₀: la Variable planificación turística no influye significativamente en el desarrollo local de la Parroquia Cacha, comunidad Machángara luego de realizar la comprobación.

H₁: La Planificación turística influye significativamente en el desarrollo local de la comunidad Machángara de la parroquia Cacha, luego de realizar la comprobación respectiva.

b.- Nivel de significancia

$\alpha = 0,05$

c.- Elección del estadístico de prueba

Se determinó la dócima de hipótesis general, empleando la herramienta estadística del Chi-cuadrado, que plantea ciertas referencias previstas y especificando lo pretendido.

Tabla 46

Prueba del chi-cuadrado de la Planificación y Desarrollo Local

Pruebas de chi-cuadrado				Fuente:
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	IBM SPPSS statistic V.25
Chi-cuadrado de Pearson	7,550 ^a	2	,023	Elabora
Razón de verosimilitud	7,938	2	,019	do por:
N de casos válidos	162			Fidel Peñafiel

Los datos que prueban la hipótesis general y específica (Anexo 12)

Dócima específica hacia la derecha ($\alpha=0.023$) como se observa en el siguiente gráfico.

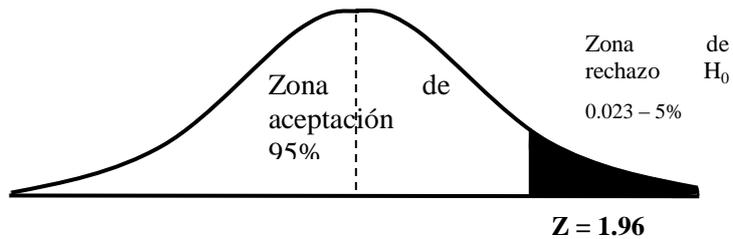


Ilustración 2. Campana de Gauss, zona de aceptación y rechazo
 Elaborado por: Fidel Peñafiel (2019)

d.- Lectura de P_valor

$$P_valor = 0.023$$

e.- Decisión

El cálculo de chi-cuadrado considerado entre la variable planificación turística y desarrollo local, de acuerdo al nivel de significación ($0.05 = 5\%$), demuestra que P_valor = 0.023 es $< \alpha = 0.05$, lo que revela que se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se admite la hipótesis alternativa (**H₁**), determina que la Planificación turística influye significativamente en el desarrollo local de Parroquia Cacha, comunidad Machángara, Cantón Riobamba.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- 1.** La información obtenida aplicando las encuestas establece que la planificación turística en la comunidad Machángara influye significativamente en las acciones futuras, debe convertirse en la herramienta de procedimiento, porque el accionar del turismo en el centro Pucará Tambo es parcial; no han logrado afirmarse como un destino cotizado, considerado y requerido por un mercado turístico exigente, no se valora las potencialidades y se desaprovecha las oportunidades de desarrollo en el aspecto socioeconómico de la localidad.
- 2.** Los servicios turísticos generados en Cacha deben sujetarse a un diagnóstico situacional que determine la oferta y demanda turística, considerando las características de los recursos disponibles para convertirlo y definirlo como un importante producto turístico, obviar la proporción y publicación falsa con imaginarias expectativas relacionadas a la realidad de la oferta, esto provocaría a turistas descontentos y disminución en la demanda proyectada, según las encuestas realizadas el 51.23% optan por las caminatas que se promociona, esta coyuntura de la demanda y oferta deben encaminar enlazadas, así como el interés de la comunidad.
- 3.** En una comunidad que busca el progreso del turismo, la organización que sustenta la comunidad está disgregadas no encuentran una ruta para un mejor desenvolvimiento, siendo necesario los comités de coordinación y de apoyo, que busque una articulación comprometida entre los diferentes actores locales y agentes públicos o privados que dispongan de elementos primordiales y recursos elementales para apoyar el impulso de la comunidad, la organización de la comunidad forja como figura en los planes de un desarrollo para conseguir el posicionamiento del destino turístico.

4. El análisis referente a la identidad local refleja que existe una influencia significativa en el desarrollo local de Machángara, involucrarse en la actividad turística especialmente autoridades locales, la comunidad quienes tienen la potestad de promover el fortalecimiento del progreso comunitario ligados a la cultura, al consultar sobre que atractivos prefieren en Cacha el 48.77% han manifestado que les gusta ser partícipes de los eventos culturales, de la música, su comida, la vestimenta colorida, la solidaridad; muchos gestores del turismo local, necesitan de una comprometida formación educativa y concientización ligada a la valoración de la cultura tradicional íntegra y ética, con estas acciones lograrán mediante políticas establecidas por las organizaciones partícipes el desempeño de la actividad turística.

5. Un destino turístico debe tener una evaluación constante para determinar la dimensión del estado del inventario turístico, apreciación de los recursos disponibles y sobre todo los resultados obtenidos, la investigación demuestra el resultado de un nivel de significancia de 0.039, esto demuestra que la evaluación tiene influencia directa con el desarrollo turístico de Machángara, además en el análisis de encuestados determinan que el 40.74% no están conformes con el servicio, esto significa que aún no hay una cultura de análisis de resultados para determinar nuevas acciones en la prestación de servicio, también se debe enfocar al turismo relacionado con la cultura en el plano internacional, hoy en día se destaca como demanda progresiva estos acontecimientos, que brindan amplios beneficios como alternativa de progreso para la comunidad y el respaldo al desarrollo local.

5.2. Recomendaciones

- 1.** Dentro de los aspectos de la sostenibilidad, deben realizarse actividades conjuntas tanto la comunidad, el Estado y el sector privado, poder aplicar una planificación turística en beneficio del desarrollo local, para controlar y ejecutar la “puesta en valor” del patrimonio cultural y natural que posee, por tanto, se requiere de un plan de desarrollo turístico para la comunidad Machángara, que solvete las múltiples alternativas de desarrollo en beneficio del progreso de la comunidad local.
- 2.** Es necesario que la comunidad Machángara disponga de un diagnóstico que determine los inventarios de los recursos disponibles sean naturales o culturales y su jerarquización, esto determinará la posibilidad de atraer más turistas identificando los servicios y actividades que ofrece, manteniendo siempre el principio de sostenibilidad y el interés de la comunidad.
- 3.** Hay que recordarle a la comunidad y sus miembros, mantener una buena organización es primordial, que asuman su rol protagónico no solo los involucrados actualmente en el manejo y conservación del patrimonio que disponen en su dimensión territorial, con esta acción podrá conseguir una adecuada socialización e implementación de eventos culturales y educativos relacionados con el desarrollo turístico.
- 4.** Todos los atractivos que posee la comunidad Machángara demuestran su identidad, es necesario comprender que esto permite el acceso del fluido de la ofertar y demanda, pero existen actores que impiden circular dentro del territorio, esta es una constante que vulnera el desarrollo de la actividad turística, la alternativa que beneficiaría al sector es, incluir en los productos turísticos un valor constante por el uso del suelo de territorios particulares.

5. Considerar la evaluación como una alternativa que medirá el progreso del destino turístico; dejando prejuicios actuales y considerando la inclusión a miembros adultos de la comunidad que poseen amplios conocimientos ancestrales, que se vinculen a ser parte de los productos turísticos como interpretaciones culturales, también considerar a la academia y a los gestores públicos como participantes en procesos de evaluación periódica para determinar la eficiencia en la oferta de servicios turísticos.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. Plan de Desarrollo Turístico Para la Parroquia Cacha Comunidad Machángara del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

6.2. Introducción

La comunidad Cacha Machángara es un lugar lleno de historia y poseedor de recursos excepcionales que facilitan desarrollar la actividad turística especialmente apuntando a la diversidad cultural y establecerse en el aporte económico para beneficio de la sociedad local, la propuesta tiene la finalidad de regular y establecer un proceso adecuado de las actividades y el control apropiado de los recursos naturales y culturales que disponen por lo cual cada lineamiento que se aplique será según la necesidad de la comunidad, que servirán de soporte para encaminar a los mecanismos del desarrollo turístico para el cual está diseñado, en base a los elementos de la planificación se consoliden en la verdadera difusión del turismo de Cacha.

Se ha establecido que la problemática encontrada en Cacha Machángara se adjudica por una inadecuada misión en el progreso del turismo, esto se identifica en la baja demanda que existe, acompañado de una variante calidad de los servicios que ofrece, recursos naturales que van en decadencia por las malas prácticas de la actividad agrícola, atractivos que no disponen de senderos evidentes.

Por consiguiente, al considerar a Cacha Machángara como un territorio lleno de una riqueza natural e identidad cultural, la que pone en manifiesto la expectativa de muchos turistas a visitar nuestro referente especial, la metodología que se utilizó, fue de acuerdo al escenario encontrado actualmente, situación que se determina en base al método ponderado basado en resultados, por lo cual se plantearon estrategias de estudio para diseñar los planes y proyectos que beneficiará a la comunidad, este modelo a

emplear servirá como herramienta de la planificación y como un instrumento que le permitirá desarrollar las actividades previstas dentro de la actividad turística

A nivel local se pretende consolidar la cooperación del sector público, privado y de la planificación para intercalar propuestas y aprovechar las oportunidades que brinda la actividad turística y considerarlo como una alternativa para cubrir las necesidades del desarrollo social y que contribuya al mejoramiento holístico de Cacha.

Los gobiernos seccionales encargados de las competencias turísticas no han tenido un rol protagónico por lo que muchos actores han tomado las riendas de la mayoría de los destinos turísticos y han obtenido un protagonismo en beneficio del turismo de nuestra localidad.

Esta propuesta planteada se basa en los lineamientos de autor Ladislao Mallen basado en proyectos de desarrollo comunal que se direccionaron a ciertas alternativas y opiniones que permita diseñar una planificación basada en la organización y manteniendo la identidad local para beneficio de los actores locales.

6.3. Objetivos

6.3.1. Objetivo General

Elaborar un plan de desarrollo turístico para el fortalecimiento local de la comunidad Machángara, Parroquia Cacha, Cantón Riobamba.

6.3.2. Objetivos Específicos

- Realizar el diagnóstico del estado actual de la comunidad Machángara.
- Realizar el análisis que permita determinar las estrategias y lineamientos del plan
- Elaborar un plan de acción que permita fortalecer el desarrollo turístico local de Cacha Machángara.

6.4. Desarrollo de la propuesta

6.4.1. Modelo de planificación turística

El propósito de Cacha Machángara es cumplir y mejorar estrictamente los servicios turísticos disponibles y para fortalecer su operación se ha considerado necesario disponer de un modelo referencial que permita al destino desplegar eficientemente según las necesidades de la comunidad, el plan presenta la siguiente forma.

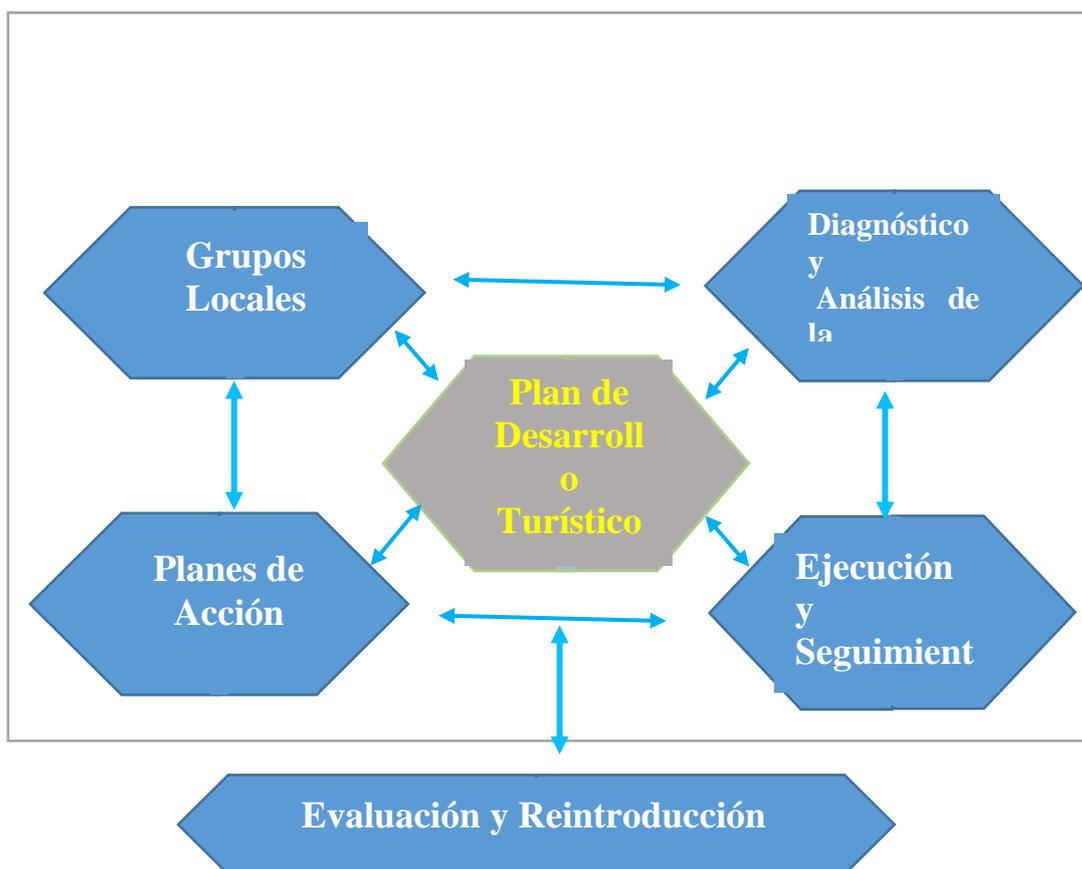


Ilustración 3. *Modelo de planificación turística*

Fuente: Ladislao Mallen (2015)

Elaborado por: Fidel Peñafiel

6.4.2. Diagnóstico del estado actual de Cacha Machángara

6.4.2.1. Espacio geográfico de la comunidad.

Cuadro 2
Espacio geográfico

Referencias	Ubicación
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Parroquia	Cacha
Comunidad	Machángara
Población	139 Hb.
Clima	Frío
Temperatura	12°C a 20°C
Coordenadas	Latitud 1705799 W Longitud - 78701315S

Fuente: Gad parroquial Cacha 2015-2018

Elaborado por: Fidel Peñafiel

a) Localización y límite político

La comunidad Machángara está localizada en la cabecera parroquial rural Cacha ubicada a 12 km de la ciudad de Riobamba con una extensión de 128.16 hectáreas y con una altitud promedio de 3.116 m.s.n.m.

b) Sus límites político administrativo son:

Norte: Comunidad de Shilpala

Sur: Comunidad Bashug y Obraje

Este: Comunidad Casaloma y Verdepamba

Oeste: Comunidad Cauñag y Guagshi

c) Mapa de la comunidad Machángara



Ilustración 4. *Mapa de la comunidad Cacha Machángara*

Fuente: Google Maps Satelital, (2019)

Elaborado por: Fidel Peñafiel

El escenario que enmarca este estudio, posee un colectivo social basado en 34 familias como se detalla a continuación.

d) Población de Cacha Machángara

Tabla 47
Población de Cacha Machángara

Género	Masculino	Femenino	Niños	Niñas
Integrantes	55	56	11	17
Total	55	56	11	17

Fuente: PDOT Cacha 2015, cuadro 29

Elaborado por: Fidel Peñafiel

e) Vías de acceso

La accesibilidad hacia la comunidad Machángara de la parroquia Cacha se vincula a través de la vía de 2 carriles que va desde Riobamba hasta la parroquia Yaruquíes, la misma que permite continuar por una vía pavimentada hasta llegar a la Cabecera Parroquial con una distancia exacta de 10.9 km y con un tiempo de 20

minutos, esta vía conecta también con algunas otras comunidades y tiene enlace como alterna con la panamericana sur en el sector de Gatazo, que une al cantón Colta, vía que se dirige a Cuenca y Guayaquil.

f) Usos del suelo

La mayoría de la población destina el uso del suelo a la producción agrícola con un 45% de cultivos de papa, maíz habas, cebada especialmente en las zonas más altas por ser tierras secanas y para el autoabastecimiento.

Existen además áreas naturales como montañas, lagunas, pequeños bosques deforestados que están destinados al turismo y otros sirven de miradores turísticos, pero en especial las áreas destinados al deporte que es otra forma de incentivar al turismo.

g) Recursos naturales

Los recursos naturales que posee Cacha Machángara son sitios edificados por la madre naturaleza con una Geomorfología de relieves montañosos y planicies, con sus características diferentes y únicas, hace posible ser visitada por muchos turistas con el ámbito de satisfacer ciertas necesidades de la naturaleza humana.

h) Recursos culturales

Son componentes que se han establecido a través del tiempo convirtiéndose en históricos entre las cuales las manifestaciones culturales que hay sucesión de una generación a otra. En Cacha Machángara los valores históricos considerados, estos tienden a ser valorados espiritualmente como sagrados los cuales no tiene una definición óptima por su confidencialidad.

Estos recursos de valor patrimonial deben tener una protección y ser amparados por los grupos sociales que patrocinan, para evitar su extinción y que las nuevas

generaciones tienden a mostrar al mundo la riqueza de estos patrimonios culturales disponibles.

6.4.2.2. Ámbito socio - cultural

Dentro de la parroquia en general existen 30 centros educativos de índole fiscal, con ciclos de primaria y bachillerato, además la asistencia en alfabetización para adultos, resaltando que no hay preparatoria para niños de primera de básica, la migración a obligado a que algunos centros se hayan cerrado, forzando a ciertos estudiantes a trasladarse a otros centros más distantes teniendo como obstáculo la insuficiente presencia de transporte para acudir al establecimiento.

En cuanto al ámbito de la salud, se considera escasa porque cubre las necesidades de salud un solo médico que recorre las diferentes comunidades, pero la comunidad Machángara cuenta con un subcentro de salud con un horario de 8 horas, para los casos de emergencia se traslada a los centros de Riobamba, y los que disponen de más recursos pueden acudir a centros privados.

6.4.2.3. Ámbito económico productivo

Este sector ha sido el más desfavorable por considerarse escaso en la generación de oportunidades de trabajo, la gran mayoría de habitantes hacen de su economía fuera de la localidad emigrando hacia la ciudad especialmente los más jóvenes, las actividades económicas productivas son básicas y pocos son los que aún desempeñan la productividad agrícola, siendo los productos con más rendimiento las habas, maíz, cebada y que su destino de producción es para el comercio en pequeñas cantidades y el autoabastecimiento.

En cuanto a la actividad manufacturera y artesanal, se destaca en la producción de tejidos tradicionales como fajas, cintas, ponchos, bayetas, anacos, blusas, kawañas entre otros, y la producción de miel de abejas y sus derivados.

6.4.2.4. Infraestructura y equipo

En un país como el nuestro en donde aún estamos con el turismo en desarrollo necesita de los elementos básicos necesarios para proveer de los servicios turísticos, conformados por el proveedor de agua, alcantarillado, gas doméstico, líneas de comunicación, energía eléctrica, recolección de basura, líneas viales, transporte, rutas, servicio de salud, educación y vínculos comerciales manifiesta (Goeldner & Ritchie, 2011).

La comunidad Machángara cuenta con los recursos para desarrollar ciertas estrategias complementarias de atracción, los cursos vacacionales, visitas domiciliarias a adultos mayores con sus tradiciones de vestimenta, los espectáculos de fiestas locales o ceremoniales que atraen a turistas para fomentar el atractivo cultural, promover las prácticas recreativas por senderos, puentes, cuevas, quebradas, facilitando de esta forma la actividad turística.

6.4.2.5. Ámbito político administrativo

Los gobiernos parroquiales descentralizados tendrán la libertad de ejercer como autónomos dentro de su aspecto político, administrativa y financiera y se establecen estamentos de solidaridad, igualdad territorial, incluir a los miembros de la comunidad como participantes sociales y en el aspecto de subsidiariedad, deben estar involucrados de forma directa al progreso del turismo de Cacha Machángara, mediante sus cooperaciones de conformidad a sus competencias.

Según manda la constitución **art. 421**, los gobiernos autónomos descentralizados son los encargados obligatoriamente de la planificación y ordenamiento territorial.

Y asimismo **art. 255** cada parroquia rural dispondrá de una junta parroquial, formada por los vocales que son elegidos por el pueblo los que adquieren mayor votación.

Cacha se constituyó como parroquia rural del cantón Riobamba el 13 de noviembre de 1980 y fue publicado en el registro oficial 315.

El Gad parroquial constituye en su plan territorial a 23 comunidades, la cual Cacha Machángara es la comunidad que posee la estructura de base turística y además es parte de una organización jurídica conformada por líderes de las comunidades llamada Federación de Pueblos Indígenas de la Nación Puruhá Cacha, Fecaipac son los que determinan las acciones turísticas que ejerce el Centro Turístico Pucará Tambo, su estructura orgánica está conformada así:

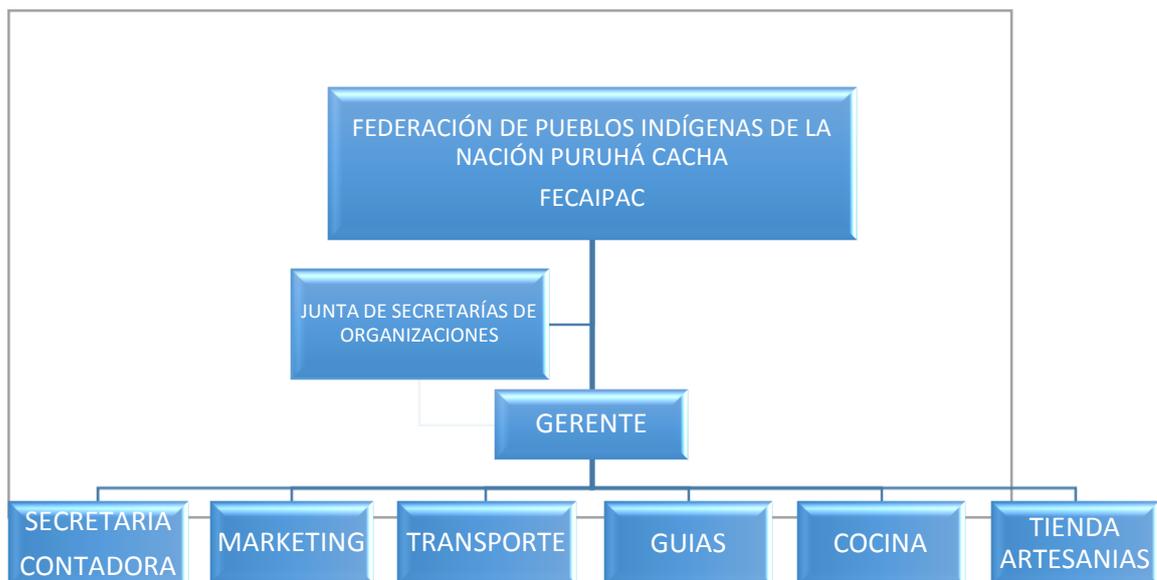


Ilustración 5. Estructura orgánica de actores locales

Fuente: Pucará Tambo 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

a) Rol del gobierno parroquial y cantonal

La actual ley de turismo pretende que cada gobierno cantonal y local, tiene el poder de decisión sobre los sectores sociales que promueven la actividad turística, por tanto, debe:

- Contar con políticas de impulso y planificación del turismo a nivel específico de Cacha Machángara.
- Crear ordenanzas de fortalecimiento y desarrollo turístico.
- Acceso a renovación de permisos de funcionamiento anual de las entidades turísticas locales.
- Control e inspección para mantener la calidad de los servicios de los locales turísticos.
- Catastro de los bienes turísticos actualizados
- Protección e inspección de los monumentos patrimoniales culturales y ambientales
- Respaldo con la promoción turística de la localidad según corresponda.

b) Papel de los actores de la comunidad en la actividad turística

Debe producirse una acción compartida dentro de la organización turística, vinculando a cada representante social con su misión y su adeudo en la gestión.

- Buscar acceso a posibilidades de generar empleo.
- Mantener un cuidado del dominio patrimonial sea este natural o cultural.
- Conservar el sentido de pertenencia con una cultura viva.
- Buscar la solvencia a través del encadenamiento con pequeñas empresas turísticas

c) Estructura organizativa de los actores locales de la comunidad Cacha Machángara.

La población debe tener acceso a la información que se fomenta desde las altas esferas en la toma de decisiones sobre temas de índole diverso y que haga conocer a su gremio como emisora, esta información posibilita el actuar y conocer cómo afectada o beneficiaria, las alternativas que surgirán las diferentes actuaciones.

En este caso se pone a consideración las comisiones que actúan dentro de la comunidad conformado por varios tipos de actores y sus actividades.

Tabla 48.
Actores locales de la comunidad

Población local	Centros enseñanzas	Organizaciones	Administración pública	Empresas
Grupo de Mujeres	Fomento Ancestral	Kamach	Gad P de Chimborazo	Apica
Artesanos	Talleres de formación	Inti Ñan	Gad C de Riobamba	Cooperativa de transportes Rey Cacha
Criadero de Llamas	Capacitación	Junta de aguas	Gad P de Cacha	Cachamsi
Actores turísticos		Fecaipac	Ministerio de turismo Ministerio del Ambiente	Centro Turístico P.T Operadora Cacha Optur

Fuente: Equipo técnico del Gad parroquial de Cacha
Elaborado por: Fidel Peñafiel

d) Necesidades de actores identificadas

Tabla 49.

Necesidades de los actores locales de la comunidad

Actores involucrados	Políticas, competencias	Necesidades de actores locales
Gad Provincial de Chimborazo	Planificación y desarrollo del territorio basado en la participación y reconocimiento de la diversidad cultural y control de los Gad en planes de desarrollo. Impulsar al turismo por ser un sector primordial para la generación de divisas.	Coordinar con los demás Gad's y fortalecer las políticas de respaldo en el fomento de la actividad turística, sobre todo en las dimensiones económicas, ambientales y sociales.
Gad Cantonal Riobamba	Impulsar el desarrollo humano para fortificar el desarrollo local participativo, con el contingente ciudadano.	Implementar la generación de pequeños emprendimientos buscando facilidades de asesoramiento vinculados a los
Gad parroquial de Cacha	Tienen competencias en planificar el desarrollo local, con el ordenamiento territorial en coordinación con el Gad provincial y cantonal, respetando la plurinacionalidad.	El Gad parroquial tiene la facilidad y la legalidad de fortalecer las actividades locales de Cacha con incentivos que beneficiará al desarrollo local.
Ministerio de Turismo zona 3	Incentiva a los gobiernos locales y emprendedores a generar y potenciar la gestión turística con innovación en la generación de proyectos y ventas de productos y servicios. Complementando con servicio de capacitación en formación integral.	Los gobiernos provinciales deben fomentar las capacitaciones y que se alinean a programas que coordina el MINTUR para todos los actores turísticos.
Ministerio del Ambiente	Su propósito es disminuir la fragilidad ambiental, relacionado al cambio climático que afecta a lo social y económico.	Buscar alternativas de protección de las zonas consideradas débiles, con prevenciones que disminuya la tala de bosques y el deterior del ambiente rural.
Teniente político	Tiene la facultad de resolver casos de violencia y asuntos relacionados con la comunidad, no hay policía comunitaria.	Toda comunidad tiene la necesidad de un ambiente de tranquilidad, en las actividades turísticas se siente la necesidad de un apoyo de seguridad coordinado.
Apicultores Apica	Emprendimiento que ofrece a la sociedad productos derivados de la miel de abejas y la venta directa en Cacha Machángara.	Son pequeñas empresas que aportan con generación de puestos de trabajo, deben coordinar y buscar alternativas de crecimiento.
Coop. de transportes Rey Cacha	Ofrece la prestación de servicios regulares de pasajeros desde Riobamba a la parroquia Cacha en horarios usuales.	El transporte es básico en una localidad, los buses deben cubrir las rutas que demanda de la población de satisfacer las necesidades de traslado.
Cachamsi	Empresa relacionada al turismo de cacha, aporta con turistas para hospedarse en Pucará Tambo por varios días.	Cacha Machángara necesita del respaldo significativo de empresas que apoyen al turismo local de pucará tambo en la generación de recursos económico.
Centro Turístico Pucará Tambo	Lugar emblemático de Cacha que sirve para realizar rituales y ceremonias en las fiestas culturales y se realizan actividades turísticas relacionadas al turismo alternativo	Las ofertas de servicios turísticos deben mejorar en cuanto a las condiciones de recreación con actividades diferentes.
Operadora Cacha Optur	Empresa encargada de la operación de las actividades turísticas que se generan en Cacha.	Buscar alternativas y promocionar más los productos y servicios de Cacha Machángara para fortalecer el turismo local.
Academia Universidades	La formación de profesionales en el área turística.	Apoyar con el fortalecimiento de vinculación con la sociedad en temas turísticos actuales.

Fuente: Equipo técnico del Gad parroquial de Cacha

Elaborado por: Fidel Peñafiel

6.4.2.6. *Ámbito turístico*

a) Atractivos turísticos

En la comunidad Cacha Machángara según la investigación se determinó que su mayor demanda en líneas de productos locales son los recursos naturales con caminatas a diferentes lugares que según la extensión de acuerdo al su relieve, conforma numerosos atractivos como; colinas, lomas, quebradas, lagunas, iglesias, monumentos, pero se complementa con las atracciones de la cultura viva que son el referente exclusivo en las manifestaciones culturales como se muestra (Anexo 5).

b) Artesanías

La laboriosa actividad de los hábiles artesanos de Cacha, figuran en la confección de artículos tejidos con lana de oveja como: ponchos, fajas, bayetas, cintas, shigras, muñecas de Cacha con sus atuendos, además hay lugares que confeccionan artículos de cerámica y de totora, tradiciones que deben ser transmitidas a las nuevas generaciones.

c) Servicios turísticos

Los principales atractivos se destacan como el monumento a Shyri XV Cacha Duchicela, iglesia histórica de Cacha, además se destacan historias, cuentos y leyendas tradicionales como: el cóndor cazador, antogalla, atun aya. Las fiestas de carnaval celebraciones con bailes y rituales.

Los servicios turísticos de Cacha Machángara se desarrollan en el Centro Turístico Pucará Tambo, con sus instalaciones que fueron diseñadas con materiales propios de la zona para mantener una auténtica tradición legendaria, este centro cuenta con los requerimientos básicos exigidos por el Ministerio de Turismo.

- **El Centro Turístico Pucará Tambo**

El Centro Turístico Pucará Tambo localizado en la parte alta y poseedor de un mirador localizada en la comunidad Machángara, parroquia Cacha, en la ruta que une Cacha y Colta, donde dispone de una edificación de aproximadamente 650 m² que conforma a lo exigido por las normas de construcción. Las características arquitectónicas del inmueble construido con materiales locales e inspirados por arquitectura indígena ancestral lo dotan de un especial atractivo para el desarrollo de la actividad proyectada. El área total del terreno donde está edificado dispone 22.365 metros cuadrados que se acondicionaron con jardín, piscina y parking del establecimiento.

proporciona los servicios de hospedaje, alimentación, venta de artesanías con producción local como; ponchos, bayetas, fajas, bolsos, además ofertan productos apícolas orgánicos, dispone de un museo etnográfico en donde se exponen las tradiciones culturales de los antepasados y que aún perduran algunas prácticas en pocas áreas de la zona de Cacha en especial por los adultos mayores, visita al criadero de cuyes el huerto de plantas medicinales, Dispone de 8 cabañas de alojamiento con todos los servicios con capacidad para 36 personas.

Tabla 50
Servicios principales de Cacha Machángara

Servicios Turísticos	Capacidad de Cabañas
Alojamiento	36 pax
Restaurante	50 pax
Paquetes turísticos	6 pax
Camino de los Puruháes	

Fuente: Cacha-optur 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cuadro 3
Servicios Complementarios

Servicios Complementarios
Venta de artesanías
Venta de productos apícolas
City tour por las instalaciones
Observación de plantas medicinales
Servicio de Internet

Fuente: Cacha-optur 2019

Elaborado por: Fidel Peñafiel

- **Las Casa de descanso o Samarina Wasi**

La Casa de descanso o Samarina Wasi: cuenta con servicios de alojamiento capacidad para 18 personas, entra en funcionamiento en épocas de fiestas parroquiales y el resto del año está subutilizada, no tiene accionar en al ámbito turístico. En esta comunidad, a más de Pucara Tambo no existe otro lugar que disponga de servicios de restaurantes o alimentación, excepto los domingos y días de reuniones se dispone de venta de comidas por comerciantes móviles, y pequeñas tiendas de abastos que proveen de provisiones a la comunidad.

d) Demanda turística de Cacha Machángara

En referencia al ingreso de turistas al Centro Turístico de Cacha Machángara, cuenta con datos estadísticos que demuestran que hay dos rubros, los unos con sólo visitas quienes solamente pagan por el ingreso al centro con un recorrido cultural, llegando en el año 2016 - 1.129 entre niños nacionales y extranjeros, en el 2017 arribaron 1.715 visitantes y en el 2018, acudieron 1.848 turistas de vistas. Otro grupo que utiliza el servicio mayoritario del Centro Turístico en mención, son estos: hospedajes, servicio de alimentación, guías nativos y paquetes turísticos a los diferentes atractivos naturales que posee Cacha.

Tabla 51
Demanda de Comunidad Machángara

País	Año 2016		Año 2017		Año 2018	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
Turistas						
Francia				9		2
Italia				6		
Ecuador	78		141		173	
Portugal				2		
España				3		
Alemania				6		
Sri Lanka				2		
Suiza				4		2
EEUU				1		5
Países bajos				3		1
Reino Unido						1
Lima- Perú						1
Total	78	0	141	36	173	12

Fuente: Cacha-optur, Pucará Tambo 2018

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Además, llegan grupos de turistas con reservas ya estipuladas con la empresa Cachamsi en un vínculo especial con Pucará Tambo y Leaders of Today que hacen uso de los servicios completos en cierta época del año, contribuyendo así a la generación de ingresos para el Centro Turístico en toda su dimensión así:

Tabla 52
Demanda de extranjeros

Huéspedes	Año 2016		Año 2017		Año 2018		Fuente:
Turistas	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	
Cachamsi		12		20		24	Cacha-optur
Leaders of Today		200				368	' Pucará Tambo
Total	0	212	0	20	0	392	

2018

Elaborado por: Fidel Peñafiel

6.4.2.7. Análisis turístico estratégico DAFO

Dentro de este episodio se manejó cierto tipo de investigaciones orientados a los actores locales directos, tomando en consideración a los involucrados en el área turística de Cacha, con información valiosa y precisa, para que afronte el futuro

manifestando las diferentes estrategias que determinan cumplir con las probabilidades de crecimiento turístico a corto o mediano plazo, se establece a través de las debilidades, fortaleza, amenazas y oportunidades.

Cuadro 4
Análisis DAFO

Análisis	Factores	Ámbitos
D	Participación pasiva de la comunidad	internos
	Profesionales no son especializados	
	Escasa demanda de turistas no cubre necesidades	
	Desconocimiento y desvalorización del potencial turístico	
	Escaso respaldo turístico de entidades públicas	
	Inexistencia de una planificación	
	Reducida cultura de marketing	
A	Pérdida de masas boscosas en algunos atractivos	externos
	Surgimiento de modernos competidores	
	Pérdida de la identidad cultural	
	Cambios políticos	
	Generación de nuevas medidas económicas	
	Crisis en la economía interna del país	
F	Beneficio del internet y modernas tecnologías	interno
	Cuenta con atractivos naturales y culturales	
	Dispone de instalaciones para eventos culturales	
	Apoyo de artesanos locales con artesanías	
	Probabilidad de establecer vínculos con otras empresas	
	Vía de Riobamba a Cacha es asfaltada y señalizada	
O	Conexiones con otras comunidades	externos
	Adelantos tecnológicos como las tics	
	Presencia de voluntarios fines de semana	
	Confianza del turista por las motivaciones	
	Articulación de entes públicos y la comunidad	
	Estudiantes realizan diferentes estudios de titulación	

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Se canalizó este procedimiento DAFO con miembros de la comunidad y actores involucrados en el turismo de Cacha Machángara en un conversatorio, considerando los factores internos y externos que influyen en el desarrollo turístico a través de las

fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas para afrontar el futuro del turismo de Cacha sea a mediano o largo plazo.

a) Matriz de evaluación de factores internos

Se proyecta evaluar el entorno del escenario actual que se encuentra en el Centro Turístico analizando las posibles fortalezas y las repentinas debilidades que muestran el camino para lograr determinar el análisis, al asignar los valores a cada ponderación de entre 1 y 4; 1 = deficiente; 2 = promedio; 3 = mayor al promedio; 4 = superior.

El valor (peso) asignado a los factores va de **0.0** como el menor y 0.99 como el más relevante con una suma total de 1(unos).

Tabla 53
Matriz de Evaluación de Factores Internos

Factor crítico de éxito Internos	Peso 0.0 -1	Calificación 1 a 4	Ponderada	Elaborado por: Fidel Peña fiel
Fortalezas				
Beneficio del internet y modernas tecnologías	0.08	4	0.32	R eali zad o el cál
Cuenta con atractivos naturales y culturales	0.07	3	0.21	
Dispone de instalaciones para eventos culturales	0.08	4	0.32	
Apoyo de artesanos locales con artesanías propias	0.07	4	0.28	
Probabilidad de establecer vínculos con otras empresas	0.10	4	0.40	
Vía de Riobamba a Cacha es asfaltada y señalizada	0.08	3	0.24	
Debilidades				
Participación pasiva de la comunidad	0.08	2	0.16	
Profesionales no son especializados	0.08	2	0.16	
Escasa demanda de turistas no cubre necesidades	0.08	2	0.16	
Desconocimiento y desvalorización del potencial turístico	0.07	1	0.07	
Escaso respaldo turístico por entidades públicas	0.05	2	0.10	
Falta de empleo local	0.05	1	0.05	
Inexistencia de una planificación	0.05	2	0.10	
Reducida cultura de marketing	0.06	1	0.06	
Valor ponderado	1		2.63	

Este valor se obtiene de multiplicar el peso de cada factor por el valor, al sumar su total nos indica una medición, en este caso nos da un valor ponderado de 2.63 que está sobre la media, lo que significa que hay una fortaleza en la organización de los factores internos, las cuales puede mejorar y ser útiles en el análisis del desempeño turístico.

b) Matriz de evaluación de factores externos

Conservando la metodología diseñada se busca determinar los factores que son de índole externo los que determinan la situación de las oportunidades y amenazas, se pretende determinar los riesgos negativos y estrategias enfocados a fortalecer la planificación en el desarrollo local de una actividad cambiante y a veces incierta.

Para el análisis se asigna valores a cada ponderación de entre 1 y 4; 1 = deficiente; 2= promedio; 3 = mayor al promedio; 4 Superior. El valor (peso) asignado a los factores van de **0.0** como el menor y 0.99 como el más relevante dando un total de uno (1).

Tabla 54
Matriz de Evaluación de Factores Externos

Factor crítico de éxito Externos	Peso 0.0 -1	Calificación 1 a 4	Ponderada
Oportunidades			
Conexiones con otras comunidades	0.11	4	0.44
Adelantos tecnológicos como las tic's	0.10	4	0.40
Presencia de voluntarios fines de semana	0.10	4	0.40
Confianza del turista por las motivaciones	0.12	3	0.36
Articulación de entes públicos y la comunidad	0.10	4	0.40
Estudiantes realizan diferentes estudios de titulación	0.08	3	0.24
Amenazas			
Pérdida de masas boscosas en algunos atractivos	0.08	2	0.16
Surgimiento de modernos competidores	0.07	2	0.14
Pérdida de la identidad cultural	0.08	2	0.16
Cambios políticos	0.05	1	0.05
Generación de nuevas medidas económicas	0.05	1	0.05
Crisis en la economía interna del país	0.06	1	0.06
total	1		2.86

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Elaborado el cálculo, este valor se obtiene multiplicando el peso de cada factor por el valor, la sumatoria total nos revela una medición, obteniendo un valor ponderado de 2.86 que sobrepasa la media, lo que significa que hay valor superior de las oportunidades con 2.24 con relación a las amenazas con 0.62 en su evaluación lo que

hace prever que los factores externos son favorables aún para el turismo, a pesar de todo se tiende a mejorar y ser útiles en el análisis desempeño turístico de Cacha Machángara.

c) Matriz de estrategias DAFO cruzada de factores internos y externos

Con la información de las matrices Internas y externas DAFO se procede a la combinación de variables para establecer las estrategias enfocadas para mejorar el desarrollo local de Cacha Machángara.

Estrategia FO: Genera estrategias en base a las fortalezas y emplear las oportunidades que se manifiestan como tácticas de empuje para el desarrollo del turismo.

Estrategia FA: Se manifiesta con mucha fortaleza para superar las adversidades o amenazas externas, estas estrategias van con el ánimo de defender las fortalezas.

Estrategia DO: Estas tácticas muestran un apoyo para convertir a las debilidades internas en oportunidades, dando la posibilidad de cambiar a las debilidades.

Estrategia DA: Fortificar y convertir cada ítem de las debilidades para impedir las amenazas externas, estas, además pretenden minimizar las debilidades internas para protegerse de las amenazas.

En este sentido se procede a realizar la matriz de impacto cruzado DOFA

Cuadro 5
Matriz DAFO cruzada ponderada

Factores Internos		Factores Externos		Oportunidades	Amenazas
		O1	Conexiones con otras comunidades.	A1	Pérdida de masas boscosas en algunos atractivos
		O2	Adelantos tecnológicos como las tic's	A2	Surgimiento de modernos competidores
		O3	Presencia de voluntarios fines de semana	A3	Pérdida de la identidad cultural
		O4	Articulación de entes públicos y la comunidad		
Fortalezas		Estrategias		Estrategias	
		F O		F A	
F1	Beneficio del internet y modernas tecnologías	F O - 1 Establecer la participación activa de la comunidad en conjunto con el Centro Turístico PT, para buscar un desarrollo turístico sostenible del sector.		F A - 1 Conservar los atractivos naturales y la identidad cultural para ofertar un producto de calidad.	
F2	Dispone de instalaciones para eventos culturales				
F3	Apoyo de artesanos locales con artesanías				
F4	Probabilidad de establecer vínculos con otras empresas				
Debilidades		Estrategias		Estrategias	
		D O		D A	
D1	Participación pasiva de la comunidad.	D O - 1 Establecer una articulación colectiva entre los entes públicos, privados y la comunidad, para promover nuevas actividades turísticas encaminadas a futuras demandas.		D A - 1 Buscar alternativas de conexiones con otras comunidades para fortalecer el potencial turístico frente a la competencia.	
D2	Profesionales no son especializados.				
D3	Escasa demanda de turistas no cubre necesidades.				
D4	Escaso respaldo turístico y falta de empleo local				
D5	Inexistencia de una planificación				

Elaborado por: Fidel Peñafiel

6.4.3. Elaboración del plan de acción para el desarrollo local de la Comunidad

Cacha Machángara.

6.4.3.1. Introducción

El plan de acción pretende ser una herramienta que permita el desarrollo local de la comunidad Machángara, trabajando en conjunto con el Centro Turístico cultural Pucará Tambo, el cual actualmente se encuentra funcionando y brinda una opción de ingresos económicos para la población local de la comunidad.

El modelo pretende mejorar la planificación dentro de este Centro Turístico, donde la comunidad es partícipe y brindar una herramienta que ayude para que la gente comience a involucrarse en buscar el mejoramiento continuo, con el fin de atacar los bajos índices de pobreza que existe y de esta forma colocar al turismo como un medio importante dentro de la comunidad, pero sin dejar de lado su ingreso actual que se centra en la parte agrícola y ganadera.

Durante la realización del plan de acción, se tuvo reuniones conjuntas con los pobladores y de esta manera se determinó los beneficios y amenazas, y en base a la información recolectada procedimos en la elaboración de los programas en pro a la comunidad, con el fin de disminuir los problemas y necesidades.

La propuesta que se plantea para Cacha Machángara como aporte al desarrollo turístico es un modelo de acción que puede implementarse en este sector, está basado en las condiciones y necesidades del sector por lo que su aplicación servirá como guía para futuras presentaciones para los actores turísticos.

Elementos que forman parte de la cultura organizativa

6.4.3.2. Misión

Ofrecer al turista nacional y extranjero un servicio confiable y personalizado, destacando especialmente la historia de la cultura Cacha y Puruhá

Ilustración 6. Misión

Fuente: Pucará Tambo

Elaborado por: Fidel Peñafiel

6.4.3.3. Visión

Ser un destino turístico natural y cultural emblemático que promueva el testimonio de la cultura Puruhá en Chimborazo y el Ecuador

Ilustración 7. Visión

Fuente: Pucará Tambo

Elaborado por: Fidel Peñafiel

6.4.3.4. Valores

Cacha Machángara debe fomentar los principios éticos en el Centro Turístico, estos valores atraen y conquistan clientes mediante la; puntualidad, tolerancia, justicia, compañerismo, amor, amistad, bondad y amabilidad, un trato moderado ayuda a mejorar las ventas.

6.4.3.5. Imagen corporativa de Machángara

Cacha Machángara con su Centro Turístico Pucará Tambo, posee ya una imagen corporativa la cual presenta al público para su comunicación, que fluya como una

identificación la cual queda grabada en las mentes de los clientes y poder asimilar el lugar a través de la imagen con su slogan.



Ilustración 8. Imagen Corporativa
Maravilla Andina “El ambiente, la naturaleza, la paz”

Fuente: Pucará Tambo 2019
Elaborado por: Fidel Peñafiel

6.4.3.6. Programas y proyectos para el Plan de acción de desarrollo local de la Comunidad Cacha Machángara.

Para la realización del presente plan de acción se tomó como base las estrategias realizadas en el análisis DAFO, los cuales permitieron realizar los siguientes programas con el fin de mejorar el desarrollo local dentro del sector.

- Programa de fortalecimiento para la participación activa de la comunidad
- Programa de conservación de atractivos naturales y culturales
- Programa de articulación entre los entes públicos, privados y la comunidad
- Programa de fortalecimiento del sector turístico de la zona de Cacha.
- Programa de gestión ambiental.

Cuadro 6
Matriz consolidada de programas y proyectos del plan de acción

Objetivo	Programa	Proyecto	Actividad	Responsable	Presupuesto	Ficha Evaluación	Tiempo
Generar reuniones de trabajo con la comunidad para generar una cultura turística.	Programa de fortalecimiento para la participación activa de la comunidad.	Fortalecimiento organizativo	Talleres creativos que permitan promover y fortalecer la cohesión social con actividades prácticas en el perfil grupal.	Centro Turístico Pucará Tambo	480	Fecaipac Comisión de Turismo GAd Cacha	1 Año
Preservar los atractivos naturales a través de la concientización de la población.	Programa de conservación de atractivos naturales y culturales.	Protección de los recursos naturales evitando su deterioro.	Talleres prácticos que permitan descubrir la importancia que tiene un recurso natural en buen estado y las facilidades turísticas a los lugares de	Centro Turístico Pucará Tambo	600	Fecaipac Comisión de Turismo GAd Cacha	1 Año
Promover la conservación de la identidad cultural como medio atractivo para los turistas.		Revitalización cultural de Cacha Machángara	Reuniones y encuentros activos con los moradores para destacar la importancia que respalda la identidad cultural	Centro Turístico Pucará Tambo	500	Fecaipac Comisión de Turismo GAd Cacha	2 años
Gestionar mecanismo de cooperación del el sector público y privado para inversión turística.	Programa de articulación entre los entes públicos, privados y la comunidad	Convenios interinstitucionales para incentivos turístico	Realizar convenios con entidades más cercanas a la comunidad y gestionar con proyectos que respalden la iniciativa o inversión con el propósito de aprovechar sus fortalezas. .	Centro Turístico Pucará Tambo	80	Fecaipac Comisión de Turismo GAd Cacha	1 Año
Difundir las actividades turísticas del sector para una mejor oferta.		Fortalecimiento turístico y económico	Buscar alternativas de desarrollo ampliando la frontera de los atractivos que posee la parroquia, promover nuevas posibilidades de ofertas a los turistas	Centro Turístico Pucará Tambo	480	Fecaipac Comisión de Turismo GAd Cacha	2 años
Realizar programas de capacitación a usuarios locales, para mejorar la calidad del servicio turístico.		Capacitación y desarrollo turístico	Capacitación en temas primordiales como: Hospitalidad, manipulación de alimentos, Alojamientos, técnicas de guianza, plan de negocios, conservación del ambiente, gestión administrativa, actos culturales.	Centro Turístico Pucará Tambo	600	Fecaipac Comisión de Turismo GAd Cacha	1 Año
Promocionar la oferta de Cacha Machángara para el crecimiento turístico.	Programa de fortalecimiento del sector turístico de la zona de Cacha.	Vinculación con agencias y operadoras mayoristas	Vincularse con agencias y operadoras a nivel nacional para mejorar la promoción del destino turístico.	Centro Turístico Pucará Tambo	320	Fecaipac Comisión de Turismo GAd Cacha	1 Año
Promocionar el destino turístico de Cacha Machángara por sitios web.		Marketing digital y comercialización	Promocionar el destino turístico de Cacha Machángara por aplicaciones digitales para mostrar al usuario nuestras ofertas.	Centro Turístico Pucará Tambo	200	Fecaipac Comisión de Turismo GAd Cacha	1 Año
Contar con un sistema estadístico de movimiento de turistas para análisis internos.		Control estadístico del movimiento de turistas	Talleres creativos que permitan promover y fortalecer las actividades turísticas mediante la información estadística y poder adoptar cualquier decisión por los administradores locales.	Centro Turístico Pucará Tambo	400	Fecaipac Comisión de Turismo GAd Cacha	1 Año
Elaborar un protocolo de gestión ambiental por medio de las buenas prácticas.	Programa de gestión ambiental	Incentivo a la preservación del medio ambiente	Actividades y operaciones turísticas basadas en el turismo con sostenibilidad integral que conllevan verificar las buenas prácticas ambientales de Rainforest Alliance.	Centro Turístico Pucará Tambo	560	Fecaipac Comisión de Turismo GAd Cacha	1 Año

Elaborado por: Fidel Peñafiel

En el siguiente cuadro se establece un resumen de los programas y proyectos que se desarrollará en el plan de acción.

Cuadro 7
Programas y proyectos a ejecutarse

PROGRAMA	PROYECTO
1. Programa de fortalecimiento para la participación activa de la comunidad	1.1. Fortalecimiento organizativo
2. Programa de conservación de atractivos naturales y culturales.	2.1. Protección de los recursos naturales evitando su deterioro. 2.2. Revitalización cultural de Cacha Machángara.
3. Programa de articulación entre los entes públicos, privados y la comunidad.	3.1. Convenios interinstitucionales para incentivos turísticos.
4. Programa de fortalecimiento del sector turístico de la Comunidad Machángara.	4.1. Fortalecimiento turístico y económico. 4.2. Capacitación y desarrollo turístico 4.3. Vinculación con agencias y operadoras mayoristas 4.4. Marketing digital y comercialización 4.5. Control estadístico del movimiento de turistas.
5. Programa de gestión ambiental de la Comunidad Machángara	5.1. Incentivo a la preservación del medio ambiente

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Finalmente se han establecido los proyectos que serán consideraras en el desarrollo del plan de acción.

6.4.3.7. Diseño de los proyectos para el plan de acción

Cuadro 8

Proyecto de fortalecimiento activo de la comunidad

<p>Programa 1.</p>  <p>Fortalecimiento para la participación activa de la comunidad</p>	
<p>Nombre del proyecto 1.1: Fortalecimiento organizativo</p>	
<p>Objetivo</p>	<p>Generar reuniones de trabajo con la comunidad para fomentar una cultura turística</p>
<p>Descripción de actividades</p>	<p>Talleres creativos que permitan promover y fortalecer la cohesión social con actividades prácticas en el perfil grupal, considerando las necesidades que inciden y valorando los recursos que disponen, para que los miembros tomen conciencia y se comprometan con las acciones a realizarse, se buscará la creatividad en los artístico, artesanal o folklórico y encaminar hacia una permanencia total de cada actor.</p>
<p>Plazo de ejecución</p>	<p>Se establecerán equipos de trabajo de 3 sesiones por trimestre, con reuniones los días domingos aprovechando las juntas comunales con resultados en un año</p>
<p>Beneficiarios</p>	<p>A miembros de la comunidad con aspiraciones de capacitarse en convivencia social.</p>
<p>Fuentes de verificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis situacional • Necesidades propuestas por beneficiarios.
<p>Involucrados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gad parroquial de Cacha • Ministerio de Turismo zonal 3 • Consejo Provincial de Chimborazo
<p>Costo del proyecto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 480 dólares, incluye tutor material de trabajo y refrigerios
<p>Seguimiento evaluación responsable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de turismo Gad parroquial de Cacha • Federación de pueblos indígenas de la Nación Puruhá Cacha. Fecaipac • Centro Turístico Pucará Tambo
<p>Herramientas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas grupales • Documentos de apoyo • Lista de beneficiarios • Útiles de oficina

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cuadro 9
Proyecto de valorizar los recursos naturales

<p>Programa 2.</p>  <p>Conservación de atractivos naturales y culturales</p>	
<p>Nombre del proyecto 2.1: Protección de los recursos naturales evitando su deterioro.</p>	
<p>Objetivo</p>	<p>Preservar los atractivos naturales a través de la concientización de la población.</p>
<p>Descripción de Actividades</p>	<p>Talleres prácticos que permitan descubrir la importancia que tiene un recurso natural en buen estado y las facilidades turísticas a los lugares de visita.</p>
<p>Plazo de ejecución</p>	<p>Se establecerán equipos de trabajo de 3 sesiones por trimestre, con reuniones los días domingos aprovechando las juntas comunales con resultados a largo plazo de 1 año</p>
<p>Beneficiarios</p>	<p>Los lugares turísticos de la comunidad beneficiarios del proyecto.</p>
<p>Fuentes de verificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vista cercana a los atractivos • Precisiones planteadas por beneficiarios.
<p>Involucrados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gad parroquial de Cacha • Ministerio del ambiente • Departamento ambiental del Consejo Provincial de Chimborazo
<p>Costo del proyecto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 600 dólares mantenimiento monumentos y espacios verdes
<p>Seguimiento evaluación responsable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de turismo Gad Parroquial de Cacha • Federación de pueblos indígenas de la Nación Puruhá Cacha. Fecaipac • Centro Turístico Pucará Tambo
<p>Herramientas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fichas del diagnóstico • Leyes y normativas • Lista de asistentes • Material fotográfico

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cuadro 10
Proyecto de revitalización cultural

<p>Programa 2.</p>  <p>Conservación de atractivos naturales y culturales</p>	
<p>Nombre del proyecto 2.2.: Revitalización cultural de Cacha Machángara</p>	
<p>Objetivo</p>	<p>Promover la conservación de la identidad cultural como medio atractivo para los turistas.</p>
<p>Descripción de Actividades</p>	<p>Reuniones y encuentros activos con los moradores para destacar la importancia que respalda la identidad cultural con capacidades para gestionar la administración cultural como entes productores y creadores culturales que prestan servicios manteniendo la vestimenta y originalidad de los miembros.</p>
<p>Plazo de ejecución</p>	<p>Se establecerán equipos de trabajo por 4 días en horarios hábiles con sesiones de 1 vez por trimestre con resultados a largo plazo de dos años.</p>
<p>Beneficiarios</p>	<p>A los actores turísticos y líderes comunitarios que tengan capacidad de gestión para la formación de tutores culturales.</p>
<p>Fuentes de verificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de investigación • Divulgación de la diversidad cultural. • Fuentes fotográficas
<p>Involucrados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gad Parroquial de Cacha • Ministerio de turismo zonal 3 • Departamento de cultura del Gad cantonal • Instituto Nacional de Patrimonio Cultural
<p>Costo del proyecto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 500 dólares comprar uniformes y socialización actores turísticos
<p>Seguimiento evaluación responsable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de turismo Gad Parroquial de Cacha • Federación de pueblos indígenas de la Nación Puruhá Cacha. Fecaipac • Centro Turístico Pucará Tambo
<p>Herramientas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos de soporte cultural • Lista de asistentes • Material fotográfico

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cuadro 11

Proyecto de convenios interinstitucionales para incentivos turísticos.

Programa 3. Articulación entre los entes públicos, privados y la comunidad	
Nombre del proyecto 3.1: Convenios interinstitucionales para incentivos turísticos.	
Objetivo	Gestionar mecanismo de cooperación del el sector público y privado para inversión turística.
Descripción de Actividades	Realizar convenios con entidades más cercanas a la comunidad y gestionar con proyectos que respalden la iniciativa o inversión con el propósito de aprovechar sus fortalezas.
Plazo de ejecución	A largo plazo depende de las gestiones ejecutadas 1 año.
Beneficiarios	A los miembros de la comunidad que ejerzan liderazgo.
Fuentes de verificación	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis situacional • Necesidades propuestas por operadores turísticos.
Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Gad Cantonal de Riobamba • Gad Provincial de Chimborazo • Empresa privada
Costo del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • 80 dólares cubren gastos de movilidad y trámites
Seguimiento evaluación responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de turismo Gad parroquial de Cacha • Federación de pueblos indígenas de la Nación Puruhá Cacha. Fecaipac • Centro Turístico Pucará Tambo
Herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Redacciones • Documentos de apoyo • Lista de asistentes

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cuadro 12

Proyecto de fortalecimiento turístico y económico

Programa 4.	
	
Fortalecimiento del sector turístico de la Comunidad Machángara	
Nombre del proyecto 4.1: Fortalecimiento turístico y económico.	
Objetivo	Extender las actividades turísticas del sector para una mejor oferta.
Descripción de Actividades	Buscar alternativas de desarrollo ampliando la frontera de los atractivos que posee la parroquia, promover nuevas posibilidades de ofertas a los turistas.
Plazo de ejecución	A largo plazo con resultados seguros y satisfactorios en 2 años
Beneficiarios	A los miembros de la comunidad que buscan promover el turismo ampliamente y al grupo Pucará Tambo
Fuentes de verificación	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis situacional • Necesidades propuestas por beneficiarios. • Necesidades de clientes
Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Gad parroquial de Cacha • Ministerio de Turismo zonal 3 • Centro Pucará Tambo
Costo del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • 480 dólares por costos de formación, materiales y refrigerios
Seguimiento evaluación responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de turismo Gad parroquial de Cacha • Federación de pueblos indígenas de la Nación Puruhá Cacha. Fecaipac • Centro Turístico Pucará Tambo
Herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas generales • Documentos de soporte • Lista de representantes de otras comunidades • Mapeo de actores

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cuadro 13

Proyecto de capacitación para mejorar la actividad turística

Programa 4.	
	
Fortalecimiento del sector turístico de la Comunidad Machángara	
Nombre del proyecto 4.2: Capacitación y desarrollo turístico.	
Objetivo	Realizar programas de capacitación a usuarios locales, para mejorar la calidad del servicio turístico.
Descripción de Actividades	Capacitación en temas primordiales como: Hospitalidad, manipulación de alimentos, Alojamientos, Técnicas de guianza, plan de negocios, conservación del ambiente, gestión administrativa, actos culturales, etc.
Plazo de ejecución	A largo plazo con resultados de cambio en la demanda de turistas en 1 año
Beneficiarios	A los miembros de la comunidad, grupos de guías, artesanos, chefs, tejedores y artístico – culturales, etc.
Fuentes de verificación	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis situacional • Necesidades obtenidas por encuestas • Necesidades requeridas
Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Gad Parroquial de Cacha • Ministerio de Turismo zonal 3 • Consejo Provincial de Chimborazo • Gad cantonal de Riobamba • Academia
Costos del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • 600 dólares, instrucción y costos de materiales, refrigerios
Seguimiento evaluación responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de turismo Gad parroquial de Cacha • Federación de pueblos indígenas de la Nación Puruhá Cacha. Fecaipac • Centro Turístico Pucará Tambo
Herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas generales • Documentos de apoyo • Lista de asistentes • Temas de respaldo

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cuadro 14

Proyecto de vinculación de agencias y operadoras mayoristas

Programa 4.



Fortalecimiento del sector turístico de la Comunidad Machángara

Nombre del proyecto 4.3: Vincularse con agencias y operadoras mayoristas.

Objetivo	Promocionar la oferta de Cacha Machángara para el crecimiento turístico.
Descripción de Actividades	El mercado turístico es muy amplio, pero se debe ampliar la zona de promoción con enlaces de operadores mayoristas, de esta manera aplicar con destinos para el mercado mundial.
Plazo de ejecución	Un plazo y proyección de un año pudiendo afianzarse a más tiempo
Beneficiarios	A los miembros de la comunidad que son operarios turísticos.
Fuentes de verificación	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis situacional • Necesidades encontradas.
Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Gad Parroquial de Cacha • Ministerio de Turismo zonal 3 • Centro Pucará Tambo • Operadores turísticos mayoristas
Costos del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • 320 dólares, incluye gastos de viaje y material impreso de ofertas
Seguimiento evaluación responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de turismo Gad parroquial de Cacha • Federación de pueblos indígenas de la Nación Puruhá Cacha. Fecaipac • Centro Turístico Pucará Tambo
Herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas grupales • Guías de apoyo • Lista de operadoras • Material de promoción

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cuadro 15
 Proyecto de marketing digital y comercialización

Programa 4.	
	
Fortalecimiento del sector turístico de la Comunidad Machángara	
Nombre del proyecto 4.4.: Marketing digital y comercialización	
Objetivo	Promocionar el destino turístico de Cacha Machángara por sitios web.
Descripción de Actividades	Buscar promocionar el destino turístico de Cacha Machángara por aplicaciones digitales para mostrar al usuario nuestras ofertas, de esta manera vender servicios turísticos a segmentos seleccionados que le gustas nuestro producto.
Plazo de ejecución	A mediano plazo con respuestas ventajosas de un año
Beneficiarios	A los miembros de la comunidad y operadores turísticos.
Fuentes de verificación	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis situacional • Necesidades propuestas por clientes.
Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Gad parroquial de Cacha • Ministerio de Turismo zonal 3 • Directiva de la comunidad
Costo del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • 200 dólares por pago de internet y aplicaciones
Seguimiento evaluación responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de turismo Gad parroquial de Cacha • Federación de pueblos indígenas de la Nación Puruhá Cacha. Fecaipac • Centro Pucará Tambo
Herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Internet digital • Aplicaciones web • Redes Sociales

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cuadro 16
Proyecto de control estadístico de turistas

<p>Programa 4.</p> <div style="text-align: right;">  </div> <p>Fortalecimiento del sector turístico de la Comunidad Machángara</p>	
<p>Nombre del proyecto 4.5: Control estadístico de movimiento de turistas.</p>	
<p>Objetivo</p>	<p>Contar con un sistema estadístico de movimiento de turistas para análisis internos.</p>
<p>Descripción de Actividades</p>	<p>Talleres creativos que permitan promover y fortalecer las actividades turísticas mediante la información estadística y poder adoptar cualquier decisión por los administradores locales, verificar cumplimientos, evolución de actividades, obligaciones cubiertas, se cumplen los objetivos.</p>
<p>Plazo de ejecución</p>	<p>A mediano plazo con tiempo de 1 sesión por mes con pruebas específicas.</p>
<p>Beneficiarios</p>	<p>A los miembros de la comunidad y el Centro Turístico Pucará Tambo</p>
<p>Fuentes de verificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis situacional • Necesidades propuestas por beneficiarios. • Investigaciones futuras
<p>Costos del proyecto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 400 dólares, incluye capacitación técnica del programa
<p>Involucrados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gad parroquial de Cacha • Ministerio de Turismo zonal 3 • Centro Pucará Tambo
<p>Seguimiento evaluación Responsable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de turismo Gad parroquial • Ministerio de turismo • Centro Turístico Pucará Tambo
<p>Herramientas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas grupales • Sistema de aplicación • Formatos de registros • Computadora personal • Tablas estadísticas

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Cuadro 17
Preservación del medio ambiente

Programa 5. Gestión ambiental de la Comunidad Machángara	
	
Nombre del proyecto 5.1: Incentivo a la preservación del medio ambiente.	
Objetivo	Elaborar un protocolo de gestión ambiental.
Descripción de Actividades	Actividades y operaciones turísticas basadas en el ecoturismo y el turismo con sostenibilidad integral que conlleva a verificar las buenas prácticas ambientales de Rainforest Alliance.
Plazo de ejecución	Un año con resultados verídicos
Beneficiarios	A los miembros de la comunidad y el Centro Turístico Pucará Tambo
Fuentes de verificación	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis situacional • Actividades diarias necesarias. • Investigaciones futuras
Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Gad parroquial de Cacha • Ministerio del ambiente • Centro Turístico Pucará Tambo • Gad Cantonal de Riobamba
Costo del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • 560 dólares para socializar el tema ambiental, refrigerios
Seguimiento evaluación responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Comisión de turismo Gad parroquial de Cacha • Ministerio del ambiente • Centro Turístico Pucará Tambo
Herramientas	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas operativas • Sistema de aplicación • Registros de cumplimiento • Observaciones espontáneas • Fotografías

Elaborado por: Fidel Peñafiel

6.4.3.8. Presupuesto de ejecución

Menciona los rubros correspondientes al presupuesto que se requerirá en la implementación de las estrategias propuestas con tiempos establecidos a mediano y largo plazo, según las condiciones de la comunidad.

Tabla 55
Presupuesto de inversión en actividades

Código	Proyectos	1	2	3	4	Total	Asume
		Trimestre	Trimestre	Trimestre	Trimestre		
1.1	Fortalecimiento organizativo	120	120	120	120	480	
2.1	Protección de los recursos naturales evitando su deterioro.	300			300	600	
2.2	Revitalización cultural de Cacha Machángara.	250			250	500	
3.1	Convenios interinstitucionales para incentivos turísticos.	20	20	20	20	80	
4.1	Fortalecimiento turístico y económico.	120	120	120	120	480	
4.2	Capacitación y desarrollo turístico	150	150	150	150	600	
4.3	Vinculación con agencias y operadoras mayoristas	80	80	80	80	320	
4.4	Marketing digital y comercialización	50	50	50	50	200	
4.5	Control estadístico del movimiento de turistas.	100	100	100	100	400	
5.1	Incentivo a la preservación del medio ambiente	140	140	140	140	560	
				Total		4.220	CTPT

Elaborado por: Fidel Peñafiel

6.4.3.9. Seguimiento y evaluación

Se contará con un taller de actividades con los miembros de la Fecaipac, la comunidad y el Centro Turístico Pucará Tambo para evaluar las actividades, los recursos y el personal, establecer un seguimiento para comprobar si se ha cumplido con el plan de desarrollo y si hay que hacer los correctivos necesarios pues las acciones están determinadas.

Monitoreo

Si se aplica este plan tendrá la suficiente prueba de ser verificado a cada momento durante su ejecución, debe cumplir los objetivos y si hay variaciones, considerarlas como una retroalimentación, todas las actividades serán calificadas importantes ninguna será excluida.

Evaluación

Será medida a través del cumplimiento fiel de cada acción u objetivo, por lo que considerará su efectividad al momento de verificar si está desempeñando con eficiencia lo establecido y logrando las metas trazadas.

Utilizar las mejores estrategias que ayuden alcanzar las metas en los plazos establecidos lo que estamos haciendo; Si algún objetivo no se ha cumplido, buscar alternativas para sobrellevar la dificultad; estas y muchas acciones hay que aprovecharlas y llegar hasta ponerlos en práctica.

Cuadro 18
Matriz de monitoreo y evaluación

Objetivo	Acciones	Indicador	Verificación	Alcances	Evaluaciones	
					Resultados	Medidas
Lograr concluir todas las actividades propuestas para beneficio del desarrollo turístico de Machángara.	Socialización de cada evento que se realizarán. Consideraciones especiales para emprendedores	Si el comité convoca a gran número de socios y comuneros que asistan a los eventos	Planes de control Actas Reuniones Miembros de Instituciones	X Alto = 80% Medio=60% Bajo = 40%	Los mejores tendrán procesos de apoyo en las actividades turísticas	Las evaluaciones serán contempladas y designadas “el mejor” al que cumple las actividades requeridas

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Para verificar el cumplimiento de las actividades previstas en el plan de acción, se considerará oportuno utilizar la matriz de monitoreo y evaluación para cada proyecto que determinará el cumplimiento de las acciones a ejecutarse, según el siguiente esquema.

Cuadro 19
Sistema de monitoreo y evaluación individual

Matriz de evaluación y seguimiento							
Programa 4. Fortalecimiento del sector turístico de la Comunidad Machángara							
Proyecto: Fortalecimiento turístico económico							
Objetivo: Extender las actividades turísticas del sector para una mejor oferta							
Metas: Lograr cumplir las actividades con el mayor grupo posible y en el tiempo determinado							
Propósito y resultados	Metas	Indicadores de efecto	(significado) del indicador	Verificación para cada indicador	Instrumento de información	Frecuencia	Preguntas que se origina de cada indicador ítem de registro
Miembros de la Comunidad pretenden ser parte del cambio y desarrollo	80 % de los actores tengan presencia en los proyectos hasta el final	% mínimo de pobladores que aún tienen cierta resistencia	varios grupos han superado las expectativas en relación al propósito	Priorizar las actividades con más problemas	Fichas y registros de asistencia	Anual	Nombre de los actores
		% de pobladores tienen la necesidad de cambio	Varios grupos ponen sus expectativas en ser emprendedores	Agentes Locales	Consultas relativas	Anual	¿Las actividades socializadas, serán de utilidad en la comunidad?

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Nivel de jerarquía con escala de corto rango

40 % = Bajo

60% = Medio

80% = Alto

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza Miguel, A. (2014). *Política Turística y Planificación del Turismo*. México: Trillas.
- Acerenza, M. A. (2005). *“Administración del turismo planificación y dirección”*. Trillas.
- Andrade, G., & Johana, S. (2012). Plan de Desarrollo Turístico Comunitario para la Parroquia de Papallacta, Cantón Quijos Provincia de Napo. Tesis para obtener el título de ingeniería en finanzas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Central del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Barrera, E. (2006). Turismo Rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. En *Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*. Buenos Aires.
- Barrera, E., & Muñoz, R. (2003). *Manual de Turismo Rural para micro pequeños y medianos empresarios rurales*. Promer.
- Bercial, R. Á. (2005). Nuevas Tendencias en el Desarrollo de Destinos Turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de turismo*. (15), 27- 44.
- Bonilla, M., & Molina, J. y. (2006). *La Planificación*.
- Brinckmann, W. E., Brinckmann, M. N., & Mueller, D. C. (2010). Desarrollo, complejidad y turismo sostenible. El uso del territorio frente a los retos del siglo XXI. *Papeles de geografía*. (51-52, 65-73.).
- Caro, J. L.-G.-F. (2014). *Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos turísticos culturales*.
- Cerro, F. L. (2015). Los recursos turísticos en un proceso de planificación: Inventario y evaluación. *Papers de turisme*, (7), 7-23.

- Congreso, N. (2002). (27 diciembre 2002) Ley de Turismo.[Registro oficial suplemento 733]. Modificado 29 dic. 2014.
- Constituyente, A. (2008). (20, octubre 2008). Constitución de la República del Ecuador.[registro oficial 449].
- Contreras, R. (2017). Empoderamiento campesino y desarrollo local. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (4), 55-68.
- Coraggio, J. I. (2003). *Las políticas públicas participativas: ¿obstáculo o requisitos para el desarrollo local?*
- Correa, C. N. (2014). Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el Cantón Chunchi, Provincia de Chimborazo: EsPOCH, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Turismo, pag.147. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Cubillos, C., González, C., Díaz, E., & Ruiz, F. J. (2013). Guía para la planificación del ecoturismo en parques nacionales naturales de Colombia. Parques Nacionales Naturales de Colombia. Colombia.
- Cuenca, A. C. (2019). Planificación Integral para el turismo local. Cuenca.
- Dachary, A. C. (2009). Pueblos originarios y turismo en América Latina: La conquista continúa. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(1), 69-91.
- De Franco, A. (2009). ¿Por qué precisamos de un desarrollo local integrado y sostenible?. *Instituciones y Desarrollo*. 6, 133-168.
- Di Clemente, E., Mogollón, J. M., & Guzmán, T. J. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura*. Educación, (9), 817-833.
- Gadpch. (2011). Plan de Ordenamiento Territorial. 127, 144.
- Gallicchio. (2006).

- Gaviria Ochoa, L. (14 de Septiembre de 2012). La Crisis de la Planificación en América Latina.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Cacha. (2015). Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Cacha.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Chimborazo . (p.127-144).
- Goeldner, & Ritchie. (2011). Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas. México: Limusa.
- Gorenstein, S., Napal, M., & Olea, M. (2007). “Territorios agrarios y realidades rururbanas. Reflexiones sobre el desarrollo rural a partir del caso pampeano bonaerense”. 91-113. Santiago de Chile.
- Gunsha, N. C. (2012). Propuesta para la Implementación de un Centro de Interpretación Cultural para el Centro Turístico pucará tambo, parroquia Cacha, cantón Riobamba, Provincia de chimborazo: Tesis previo a la obtener el título de Ingeniera en ecoturismo, Facultad de R.N. *ESPOCH*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Hernández, F. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hernández, R. B. (2010). Metodología de la investigación (5ta ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Inec. (2015). Compendio Estadístico.
- Juárez, A. G. (2013). Revisión del Concepto de Desarrollo Local desde una perspectiva territorial. 46(4-11).
- Kaplan, M. (1997). Crisis y Reformas del Estado Latinoamericano. Revista del CLAD, Reformas y Democracia.

- Leiva, L. J. (2013). Pensamiento y práctica de la Planificación en América Latina. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). Santiago, Chile.
- León, F. R. (2012). Diseño de Paquetes Turísticos para la Fundación Duchicela Parroquia Cacha Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo: Tesis como requisito para obtener el título de Ingeniero en ecoturismo, Facultad de Recursos Naturales ESPOCH. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- León, J., Ruiz, J., Saquí, N., & Valencia, D. (2016). Reactivación turística de lo pueblos Puruháes de la provincia de Chimborazo Cacha y Colta, para su desarrollo económico, tesis previa la obtención de título de ingeniero. Escuela Superior Politécnica del Ejército. Sangolquí, Pichincha, Ecuador.
- Linares, H. L. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 12(2).
- Lozada, H. (2010). Planificación Estratégica. Ventajas y desventajas.
- Madoery, O. (2009). Un análisis de caso desde la perspectiva del desarrollo territorial. Rosario, Argentina, 1995-2008. Semestre económico, 12(24), 69-92.
- Mallor, E. G., Gallarza, G. M., & Fayos, G. T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. 2, 11.
- Martínez, L. M. (2013). La Planificación en el Siglo XXI Desafíos Institucionales y Claves para un Nuevo Enfoque, Clad. Panamá.
- Ministerio de Turismo. (2004). Metodologías para Inventarios y Atractivos Turísticos.
- Molina, S. y. (2005). Planificación Integral del Turismo un Enfoque para Latinoamérica.

- Monterrubio, C. J. (2009). Comunidad Receptora: Elemento Esencial en la Gestión Turística. 3-11. México.
- Moreno Tovar, J. F. (2017). Lineamientos de planificación turística para el corregimiento Palomino, municipio de Dibulla, departamento de La Guajira, Colombia (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Colombia-Sede Bogotá). Bogotá, Colombia.
- Naranjo, S. A. (2015). Diseño de Productos turísticos culturales para la promoción Turística de la parroquia Cacha perteneciente al cantón Riobamba provincia de chimborazo: Trabajo previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Turística, Facultad de ingeniería UNACH. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Nechar, M. C. (2018). Epistemología del Turismo. Regiones y Desarrollo Sustentable. *17*, 33.
- Nogar, G. (2010). Los Espacios Rurales en Transformación. Cambios y escenarios, Un abordaje teórico. En Los espacios rurales: aproximaciones teóricas y proceso de intervención en turismo rural.
- Olivares, D. L. (2015). El papel del Geógrafo en la Formación y Planificación Turística. *Papers de Turisme. (93-109), 11*.
- OMT, O. M. (2005-2007).
- Opinión, P. (2009). *Material Bibliográfico " Diplomatura en Investigación de Mercados y opinión Pública". Escuela de Negocios José Gaii. Argentina.*
- Organización Mundial de Turismo. (2013). Organización Mundial del Turismo. Recuperado el 11.
- Osorio García, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Quivera, vol. 8, núm. 1, pp. 291-314 Universidad Autónoma del Estado de México Toluca. México.

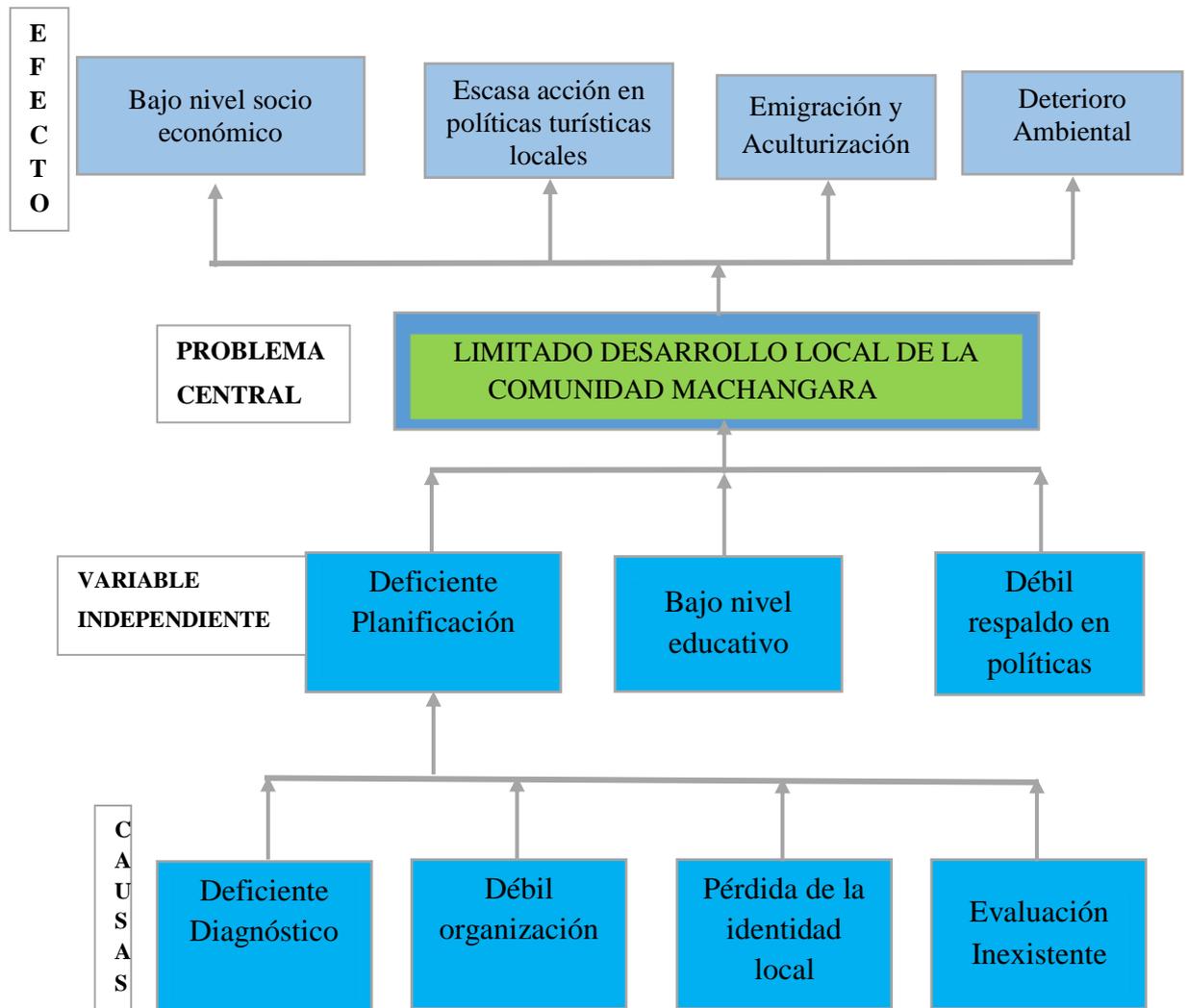
- Panosso, A. L. (2012). *Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas* (pp.27-28). México: Trillas.
- Paolo, L. J. (Marzo de 2014). *Hacia un Desarrollo Integrador y Equitativo: una introducción al desarrollo local.*
- Pérez Royo, j. (2014). *Curso de Derecho Constitucional*, Marcial pons, Madrid.
- Pérez, W. C. (2013). *Patrimonio y Turismo rural en Argentina: Exaltación de la Cruz, un caso del campo bonaerense.*
- Plandetur. (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible para Ecuador 2020.*
- Plandetur, M. d. (2020). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible par Ecuador.*
- Quan, S., & Wang, N. (2004). *Hacia un modelo estructural de experiencia turística: una ilustración de las experiencias gastronómicas en el turismo.* *Tourism Management.* (3), 297-305.
- Recanatesi, V. (2011). *La Dimensión Cultural del Turismo Tural.* en *Cultura y Turismo*, Secretaría de Cultura UNESCO.
- Richards, G. (2009). *Turismo cultural: patrones e implicaciones.* *Turismo cultural: estrategias, sostenibilidad y tendencias.* 25-48.
- Rodriguez, M. (2015). *Optimización de los Procesos de Gestión para el Mejoramiento del Programa Canasta Popular de la Fundación Utopía en la Ciudad de Riobamba en el Segundo Semestre del 2014: Previo a la obtención del grado de magíster en gestión empresarial, Instituto de Pos. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.*

- Rojas, P. H. (2009). Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de las Naciones Unidas contribuirían al desarrollo rural territorial?
- Román, M. (2017). Valorización de las manifestaciones culinarias ancestrales, para el fomento turístico cultural del pueblo de Cacha comunidad Machángara: Trabajo previo a la obtención del título de ingeniero en gestión turística y Hotelera, Facultad de Ingeniería, Unach. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Sandoval, C. (2014). Métodos y aplicaciones de la planificación regional y local en América Latina.
- Schulte, S. (2003). Guía Conceptual y Metodológica para el Desarrollo y la Planificación del sector turismo. 15. (U. N. Publications, Ed.)
- Sectur. (2009). Secretaría de Turismo de la Nación. Argentina.
- Sucuy, L. B. (2016). Diseño de un producto de turismo rural comunitario para la operadora de turismo Kacha optur S.A parroquia Cacha cantón Riobamba Provincia de Chimborazo: Titulación como requisito para obtener el título de Ingeniera en Ecoturismo, Facultad de R N, ESPOCH. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Tauber, F., Delucchi, D., & Martino, H. y. (2006). La planificación estratégica participativa. Para el desarrollo urbano y regional. Universidad Nacional de la Plata.
- Toselli, C. (2015). Turismo, Planificación Estratégica y Desarrollo Local, Revista turismo y Desarrollo Local. 8(18). Argentina.
- Varisco, C. (2016). Turismo rural: propuesta metodológica para un enfoque sistémico. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14(1), 153-167.

- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. (3), 14.
- Vidal, D. (2002). Una mirada al turisme cultural a Espanya. Revista de Girona. (212), 62-64.
- Vygotsky, L. S. (1987). Historia de Desarrollo de las Funciones Psíquicas Superiores
La Habana: Científico Técnica.

ANEXOS

Anexo 1 Árbol de problemas



Elaborado por: Fidel Peñafiel

Anexo 2. Operacionalización de la variable - independiente

Concepto	Concepto Operacional	Dimensión	Indicador	Ítems	Técnica Recolección de datos	Instrumentos de Procesamiento
Es un proceso que se basa en la investigación, evaluación y que busca optimizar la potencial contribución del turista al bienestar humano y a la calidad ambiental (Mirko Muzevic 2015)	Proceso basado en el diagnóstico que determina la actividad turística dentro de una organización determinada, que busca alcanzar su potencial mediante la identidad local que pretende su desarrollo y refleje los objetivos apoyados en la Evaluación.	diagnóstico	Oferta turística	¿Cómo califica los atractivos turísticos que dispone Cacha Machángara y son suficientes frente a la competencia? ¿Los servicios de hospedaje, alimentación y recreación que ofrecen Cacha Machángara se consideran: ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a Cacha Machángara? ¿En qué época del año sale Ud. de turismo? ¿Cuál es el motivo de su llegada a Cacha Machángara? ¿Considera Ud. que Cacha está en capacidad de cubrir la demanda en temporadas altas? ¿Qué tipo de atractivos turísticos prefiere los turistas? Naturales o Culturales ¿Cómo califica el interés de los turistas por conocer los atractivos turísticos de la comunidad Cacha Machángara? ¿Cómo considera usted al pretender que los actores locales deben involucrarse más en el desarrollo turístico? ¿Considera Ud. que los comités deben actuar en favor la comunidad Cacha Machángara?	Técnicas Observación Encuestas	Ficha de Observación
Proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico de un territorio en particular. Molina 1986.			Demanda Turística	¿Considera Ud. que la comunidad debe aportar con sus conocimientos ancestrales para fortalecer el desarrollo turístico local?		Cuestionario de preguntas
Es un proceso que analiza la actividad turística de un determinado espacio geográfico, diagnosticando su desarrollo y fijando un modelo de actuación, mediante el establecimiento de metas, objetivos, estrategias, y directrices. López 2002		organización	Características de los recursos	¿Cree Ud., que el turismo contribuye a mitigar la pobreza de la zona? ¿El apoyo a los artesanos locales impulsaría la economía de Cacha Machángara? ¿Cree Ud. que se debería promocionar más las tradiciones artístico- culturales? ¿Considera Ud. que Cacha debe promocionar totalmente su gastronomía? ¿Cómo califica la existencia de una adecuada seguridad ciudadana en Cacha Machángara? ¿Considera Ud. que se debería dar más acceso a los atractivos turísticos particulares de Cacha Machángara? La información preventiva que ayude al cuidado del ambiente de Cacha Machángara es: ¿Cree Ud. que Cacha Machángara es un lugar adecuado para el desarrollo del turismo? ¿Considera Ud. conocer qué tipo de turistas atraería el C.T.P.T de Cacha? considera Ud. cuáles son las necesidades que afectan al Centro Turístico Pucará Tambo y debería mejorar?		Programa estadístico IBM SPSS statistics V.25
			Interés de la comunidad local			
			Comité coordinador			
			Comités de apoyo			
			Comités de acción			
		Identidad local	Visibilizar su identidad Fortalecer la Cultura Tradición Gastronomía Solidaridad Producción Elaboración de un inventario Evaluación de los recursos disponibles			
		Evaluación	Análisis de resultados			

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Anexo 3. Operacionalización de la variable dependiente

Concepto	Dimensión	Indicador	Ítems	Técnica Recolección de datos	Instrumentos de procesamiento
Es un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial , las identidades o dimensión cultural , la dimensión política y la dimensión económica , relacionando las potencialidades del territorio y la sociedad local. (<i>Gallichio, 2006</i>)	- Socio Económica	-Creación de nuevas actividades-Mejorar la calidad de vida -Beneficios económicos. -Empleo	¿Conocer si la comunidad se beneficia del turismo, se considera? ¿Considera Ud. que con el turismo mejorará la calidad de vida de la comunidad? ¿Cómo califica a los servicios básicos a la que tiene acceso la comunidad? de saber es generador de puestos de trabajo? ¿Cómo califica Ud. la gestión del Gad Parroquia en beneficio del Turismo de Cacha Machángara? ¿Califique cuál es el aporte de los grupos sociales y ciudadanos con el turismo?	Técnicas Observación Encuestas	Cuestionario de preguntas Programa IBM SPSS statistics V.25 para las pruebas de comprobación de hipótesis.
	- Política	-Gobierno Local -Grupos Sociales - Ciudadano	¿Considera Ud. que la comunidad debería defender las costumbres ancestrales? ¿Cómo califica Ud. Saber que su patrimonio cultural es invaluable?		
	- cultural	- Identidad Local- Fortalecimiento cultural	¿Considera Ud. que el Turismo mitigará la migración de la población de Cacha? ¿Cree Ud. que en el sistema educativo local deben impartir tutorías sobre la cultura de Cacha?		
	-Territorial	- Vivencias culturales -Edad de la población	¿Considera Ud. que los moradores deben involucrarse en el manejo del Centro Turístico Pucará Tambo de Cacha?		
	- Territorial	-Uso del suelo -Participación local -Comunidad activa -Cuidado ambiental	¿Cómo califica el control existente del área Turística del Centro Turístico Pucará Tambo? ¿Cómo califica el cuidado y preservación del ambiental del Centro Turístico Pucará Tambo?		

Elaborado por: Fidel Peñafiel

Anexo 4. Matriz de consistencia

<i>Formulación del problema</i>	<i>Objetivo general</i>	<i>Hipótesis general</i>	<i>Variables dimensiones</i>	<i>Diseño de la investigación</i>	<i>Población muestra</i>
¿De qué forma la planificación turística influye en el desarrollo local de la parroquia Cacha comunidad Machángara cantón Riobamba provincia de Chimborazo?	Determinar la influencia de la planificación turística en el desarrollo local de la Parroquia Cacha comunidad Machángara cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.	La planificación turística influye significativamente en el desarrollo local de la parroquia Cacha comunidad Machángara del cantón Riobamba provincia de Chimborazo.	VARIABLE INDEPENDIENTE Planificación Turística	Diseño de la investigación Se considerará la investigación mixta y la no experimental, sin manipular las variables Independiente para medir el efecto.	Población Se considerará a la población local y la población turística que visita el Centro Turístico Pucará Tambo
PROBLEMAS DERIVADOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	DIMENSIONES	Tipo de investigación	Muestra
¿De qué forma el diagnóstico incide en el desarrollo local	Determinar la influencia del diagnóstico en el desarrollo local	El diagnóstico influye significativamente en el desarrollo local	VARIABLE DEPENDIENTE Desarrollo Local	Documental Descriptiva Correlacional Campo	El tamaño de la muestra se obtuvo de la población finita del número de turistas que visitan el Centro Turístico Pucará Tambo de Cacha Machángara y los agentes locales
¿De qué forma la organización influye en el desarrollo local	Identificar la influencia de la organización en el desarrollo local.	La organización influye significativamente en el desarrollo local	DIMENSIONES Socio- Económico Político Cultural		
¿De qué forma la identidad local influye en el desarrollo local	Establecer la influencia de la identidad en el desarrollo local	La identidad local influye significativamente en el desarrollo local	Político Territorial		
¿De qué forma la evaluación influye en el desarrollo local	Determinar cómo influye la evaluación en el desarrollo local	La evaluación influye significativamente en el desarrollo local			

Elaborado por: Fidel Peñafiel.

Anexo 5. Atractivos turísticos naturales

MINISTERIO DE TURISMO				CÓDIGO 001
NOMBRE DEL ATRACTIVO LA CUEVA DE ANTUN AYA				
1. DATOS GENERALES				
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA	
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA	
Categoría	NATURAL	Tipo	FENÓMENOS_ESPELEOLÓGICOS	
Subtipo	CUEVA O CAVERNA			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO				
Altura	3.119 m.s.n.m.			
Latitud	1708071	longitud	78696204	
Administrador	FECAIPAC			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO				
Clima	FRÍO			
Temperatura	15 °C			
Precipitación	390 mm			
Línea de producto	Naturaleza			
Escenario	Rural			
Tipo de ingreso	Libre			
Precio	1 a 5 per pax			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD				
Poblado más cercano	Riobamba			
Vías de acceso	Carretera			
Servicio de Transporte	Bus, Taxi			
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Entorno	Erosión			
6. HIGIENE Y SEGURIDAD				
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono			
Señalización	Tótems			
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles			
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
Medios de Promoción	Redes Sociales			
Registro de visitantes	Físico (papel)			
8. RECURSOS HUMANOS				
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo			
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Descripción del atractivo				
<p>El túnel de Antun aya, localizado a la entrada a la comunidad, relatan la leyenda de un ser muy espantajo de voracidad insaciable con un hueco en la garganta que acecha a las chicas solas y a los chicos que no duermen a tiempo, no respetan y que son plañideros. “Nuestras antecesoras nos relataban esa leyenda para portarnos bien. Mencionan que se encubre por el túnel Antun aya y el monstruo huía todas las madrugadas antes de la amanecida”</p> <p>Estos relatos de leyendas convertidos en atractivos místicos también constituyen parte de la cultura que va pasando y transmitiendo de generaciones, no se ha considerado como algo insignificante, La leyenda del ‘Antun Aya’ es oriunda de la parroquia Cacha y hoy la cueva es un símbolo transformado como un atractivo turístico.</p>				
Ubicación	Parroquia Cacha	Características	Natural	
Facilidades	Vía de acceso			
10. Anexo				
				
<p>Archivo Fotográfico</p> <p style="text-align: center;">Fotografía: Fidel Peñafiel 2019</p>				

MINISTERIO DE TURISMO				CÓDIGO 002
NOMBRE DEL ATRACTIVO LAGUNA CAPAC COCHA				
1. DATOS GENERALES				
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA	
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA	
Categoría	NATURAL	Tipo	LACUSTRE	
Subtipo	COCHA			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO				
Altura	3.112 m.s.n.m.			
Latitud	1720166	longitud	78697924	
Administrador	FECAIPAC			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO				
Clima	FRÍO			
Temperatura	15 °C			
Precipitación	390 mm			
Línea de producto	Naturaleza			
Escenario	Rural			
Tipo de ingreso	Libre			
Precio	1 a 5 per pax			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD				
Poblado más cercano	Riobamba			
Vías de acceso	Carretera			
Servicio de Transporte	Bus, Taxi			
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Entorno	Actividad agrícola, pecuaria			
6. HIGIENE Y SEGURIDAD				
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono			
Señalización	Tótems			
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles			
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
Medios de Promoción	Redes Sociales			
Registro de visitantes	Físico (papel)			
8. RECURSOS HUMANOS				
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo			
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Descripción del atractivo				
Pequeña laguna con características similares a una guitarra, está rodeada de totora la cual va cubriendo gran parte del agua, además existen alrededor vegetación como la paja, sigse, y pastos los cuales van destinados al pastoreo de ganado, la misma que sirve de fuente de bebedero, lugar muy atractivo que necesita de una protección ecológica.				
Ubicación	Parroquia Cacha		Características	Natural
Facilidades	Vía de acceso y camino rural			
10. Anexo				
Archivo Fotográfico				
				
Fotografía: Fidel Peñafiel				

MINISTERIO DE TURISMO				CÓDIGO 003
NOMBRE DEL ATRACTIVO CUNUC POGGIO				
1. DATOS GENERALES				
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA	
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA OBRAJE	
Categoría	NATURAL	Tipo	RIO	
Subtipo	FUENTE			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO				
Altura	3.110 m.s.n.m.			
Latitud	014210S	longitud	793910W	
Administrador	FECAIPAC			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO				
Clima	FRÍO			
Temperatura	15 °C			
Precipitación	390 mm			
Línea de producto	Naturaleza			
Escenario	Rural			
Tipo de ingreso	Libre			
Precio	1 a 5 per pax			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD				
Poblado más cercano	Riobamba			
Vías de acceso	Carretera			
Servicio de Transporte	Camioneta			
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Entorno	Actividad agrícola, pecuaria			
6. HIGIENE Y SEGURIDAD				
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono			
Señalización	Tótems			
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles			
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
Medios de Promoción	Redes Sociales			
Registro de visitantes	Físico (papel)			
8. RECURSOS HUMANOS				
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo			
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Descripción del atractivo				
Fuente de agua natural inodora con una vertiente muy débil, pero al llegar las horas de la madrugada esta emerge caliente, el lugar está cubierto de flora propia del lugar como: eucaliptos, sigse, paja capulí y pequeños matorrales, esta vertiente es apta para los baños de purificación que suelen practicar los habitantes en la fiesta del inti Raymi.				
Ubicación	Parroquia Cacha		Características	Natural
Facilidades	Vía de acceso y camino rural			
10. Anexo				
Archivo Fotográfico				
				
Fotografía: Laura Sucuy				

MINISTERIO DE TURISMO				CÓDIGO 004
NOMBRE DEL ATRACTIVO CERRO CHUYUC				
1. DATOS GENERALES				
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA	
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA MACHANGARA	
Categoría	CULTURAL	Tipo	MONTAÑA	
Subtipo	CERRO			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO				
Altura	3.694 m.s.n.m.			
Latitud	754780	longitud	9807585	
Administrador	FECAIPAC			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO				
Clima	FRÍO			
Temperatura	16 °C			
Precipitación	390 mm			
Línea de producto	Natural			
Escenario	Rural			
Tipo de ingreso	restringido			
Precio	1 a 5 dólares			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD				
Poblado más cercano	Riobamba			
Vías de acceso	Carretera			
Servicio de Transporte	Taxis, vehículos propios			
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Entorno	Deterioro por acción agrícola			
6. HIGIENE Y SEGURIDAD				
Servicios básicos	No posee			
Señalización	Tótems			
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles			
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
Medios de Promoción	Redes Sociales			
Registro de visitantes	Físico (papel)			
8. RECURSOS HUMANOS				
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo			
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Descripción del atractivo Este cerro lleva el nombre de Chuyuc, un vocablo tsáchila que traducido significa “salir del recién muerto” posee una vista espectacular desde los pantanos cerca de la laguna verde cocha, mantiene una gran cantidad de flora y avistamientos de avifauna, es un lugar que tiene la característica de ser un mirador tanto para las comunidades que lo rodean y más aún para la ciudad de Riobamba.				
Ubicación	Parroquia Cacha		Características	Natural
Facilidades	Vía de acceso tercer orden			
10. Anexo				
Archivo Fotográfico				
				
Fotografía: Fidel Peñafiel				

MINISTERIO DE TURISMO				CÓDIGO 005
NOMBRE DEL ATRACTIVO CERRO INGO				
1. DATOS GENERALES				
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA	
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA MACHANGARA	
Categoría	NATURAL	Tipo	MONTANA	
Subtipo	CERRO			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO				
Altura	3.552 m.s.n.m.			
Latitud	014131S	longitud	784259W	
Administrador	FECAIPAC			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO				
Clima	FRÍO			
Temperatura	16 °C			
Precipitación	390 mm			
Línea de producto	Natural			
Escenario	Rural			
Tipo de ingreso	Restringido			
Precio	1 a 5 \$			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD				
Poblado más cercano	Riobamba			
Vías de acceso	Carretera			
Servicio de Transporte	Taxis, vehículos propios			
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Entorno	Deterioro por erosión			
6. HIGIENE Y SEGURIDAD				
Servicios básicos	No posee			
Señalización	Tótems			
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles			
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
Medios de Promoción	Redes Sociales			
Registro de visitantes	Físico (papel)			
8. RECURSOS HUMANOS				
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo			
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Descripción del atractivo				
Es un cerro que no dispone de mucha vegetación debido a su formación de cangahua, es un lugar propicio para observar las montañas que rodean Riobamba, como el Chimborazo, Carihuayrazo, Tungurahua el Altar e inclusive el Sangay en la parte oriental, en este lugar está la pirámide que reposa gracias la misión Geodésica y acompañada de un sinnúmero de antenas de radios y televisión locales.				
Ubicación	Parroquia Cacha	Características	Natural	
Facilidades	Vía de acceso tercer orden			
10. Anexo				
Archivo Fotográfico				
				
Fotografía: Laura Sucuy				

Anexo 6. Atractivos turísticos culturales

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL				CÓDIGO 006
NOMBRE DEL ATRACTIVO PUCARA TAMBO				
1. DATOS GENERALES				
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA	
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA MACHÁNGARA	
Categoría	CULTURAL	Tipo	HISTÓRICA	
Subtipo	CENTRO CEREMONIAL			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO				
Altura	3.278 m.s.n.m.			
Latitud	014215S	longitud	784220W	
Administrador	CACHA OPTUR			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO				
Clima	FRÍO			
Temperatura	15 °C			
Precipitación	390 mm			
Línea de producto	Cultural			
Escenario	Rural			
Tipo de ingreso	pagado			
Precio	1 extranjeros, 0.50 Nacionales			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD				
Poblado más cercano	Riobamba			
Vías de acceso	Carretera			
Servicio de Transporte	Taxis, vehículos propios			
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Entorno	Deterioro			
6. HIGIENE Y SEGURIDAD				
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono			
Señalización	Madera y Tótems			
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles			
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
Medios de Promoción	Redes Sociales			
Registro de visitantes	Físico (papel)			
8. RECURSOS HUMANOS				
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo			
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Descripción del atractivo				
<p>Es un centro ceremonial cimentado para realizar ritos ceremoniales en las fiestas del inti Raymi, fue construido por la comunidad con paredes de materiales típicos del lugar (Cangahua) cubriendo sus techos con paja, tiene una figura de tambor y es un lugar trascendental sirve como observatorio cultural, cuenta con un museo etnográfico con exhibiciones de toda la tradición del pueblo de Cacha.</p> <p>Diseñado para el servicio de hospedaje, alimentación, venta de artesanías, fiestas ceremoniales del inti Raymi y también cuenta con guías nativos para tour turísticos dentro de la parroquia.</p>				
Ubicación	Parroquia Cacha		Características	Cultural
Facilidades	Vía de acceso asfaltado			
10. Anexo				
Archivo Fotográfico				
				
Fotografía: Pucará Tambo				

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL				CÓDIGO 007
NOMBRE DEL ATRACTIVO ARTESANÍAS DE CACHA				
1. DATOS GENERALES				
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA	
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA MACHÁNGARA	
Categoría	CULTURAL	Tipo	ETNOGRAFÍA	
Subtipo	ARTESANAL			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO				
Altura	3.201 m.s.n.m.			
Latitud	014301S	longitud	784201W	
Administrador	COMUNIDAD PUCARÁ QUINCHE			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO				
Clima	FRÍO			
Temperatura	15 °C			
Precipitación	390 mm			
Línea de producto	Cultural			
Escenario	Rural			
Tipo de ingreso	Restringido			
Precio	1 a 5 \$			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD				
Poblado más cercano	Riobamba			
Vías de acceso	Carretera			
Servicio de Transporte	Taxis, vehículos propios			
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Entorno	Deterioro por abandono			
6. HIGIENE Y SEGURIDAD				
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono			
Señalización	Tótems			
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles			
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
Medios de Promoción	Redes Sociales			
Registro de visitantes	Físico (papel)			
8. RECURSOS HUMANOS				
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo			
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Descripción del atractivo				
Cacha se caracteriza por mostrar al turismo lo auténtico en sus artesanías especialmente en las técnicas de tejido que se ha venido transmitiendo de generación en generación, son prendas confeccionadas en lana de oveja y liencillo, lo confeccionan para hombres y mujeres como: Ponchos, fajas y bayetas con un colorido único y con decoraciones geométricas, además se impulsa los artículos confeccionados de barro y productos elaborados de totora, piezas que son vendidas en los mercados locales y en Pucará Tambo en Cacha.				
Ubicación	Parroquia Cacha		Características	Cultural
Facilidades	Vía de acceso asfaltado			
10. Anexo				
Archivo Fotográfico				
				
Fotografía: Franklin León				

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL				CÓDIGO 008
NOMBRE DEL ATRACTIVO IGLESIA DE CACHA				
1. DATOS GENERALES				
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA	
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA MACHÁNGARA	
Categoría	CULTURAL	Tipo	HISTÓRICA	
Subtipo	ARQUITECTURA RELIGIOSA			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO				
Altura	3.208 m.s.n.m.			
Latitud	014222S	longitud	784201W	
Administrador	PARROQUIA CACHA			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO				
Clima	FRÍO			
Temperatura	15 °C			
Precipitación	390 mm			
Línea de producto	Histórica			
Escenario	Rural			
Tipo de ingreso	Libre			
Precio	0.50 a 1 \$			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD				
Poblado más cercano	Riobamba			
Vías de acceso	Carretera			
Servicio de Transporte	Taxis, vehículos propios, bus urbano rural			
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Entorno	Mantenimiento ocasional			
6. HIGIENE Y SEGURIDAD				
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono			
Señalización	Tótems			
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles			
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
Medios de Promoción	Redes Sociales			
Registro de visitantes	Físico (papel)			
8. RECURSOS HUMANOS				
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo			
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Descripción del atractivo				
Cacha se constituye con herencias históricas como la iglesia matriz católica, que según su característica está edificada con recursos y materiales propios del lugar, un tipo de contingente llamado cangahua, que es fuerte y resistente labrado en forma de bloque moderno que utilizan técnicas ancestrales para pulirlo y colocarlo de forma eficiente. Consta además de un portón de madera que abre a los fieles a reunirse en su interior para celebrar conmemoraciones religiosas como sacramentos, casorios y exequias.				
Ubicación	Parroquia Cacha		Características	Histórica
Facilidades	Vía de acceso asfaltado			
10. Anexo				
Archivo Fotográfico				
				
Fotografía: Tamia Tenesaca				

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL			Shiri Cacha
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL			CÓDIGO
NOMBRE DEL ATRACTIVO			009
MONUMENTO A SHIRI CACHA			
1. DATOS GENERALES			
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA MACHÁNGARA
Categoría	CULTURAL	Tipo	HISTÓRICA
Subtipo	MONUMENTO		
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO			
Altura	3.201 m.s.n.m.		
Latitud	014223S	longitud	784157W
Administrador	PARROQUIA CACHA		
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO			
Clima	FRÍO		
Temperatura	15 °C		
Precipitación	390 mm		
Línea de producto	Monumento		
Escenario	Rural		
Tipo de ingreso	Libre		
Precio	0.0 \$		
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD			
Poblado más cercano	Riobamba		
Vías de acceso	Carretera		
Servicio de Transporte	Taxis, vehículos propios, bus urbano rural		
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN			
Entorno	Mantiene buen aspecto		
6. HIGIENE Y SEGURIDAD			
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono		
Señalización	Tótems		
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles		
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN			
Medios de Promoción	Redes Sociales		
Registro de visitantes	Físico (papel)		
8. RECURSOS HUMANOS			
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo		
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO			
Descripción del atractivo			
En una figura histórica que manifiesta su fortaleza, lleva cabello largo y un festón que cubre su frente y con plumas en su cabeza como señal de líder, que consta en un monumento alto como símbolo y héroe indígena de las localidades puruháes que hoy se conoce como Cacha.			
Ubicación	Parroquia Cacha	Características	Cultural
Facilidades	Vía de acceso asfaltado		
10. Anexo			
Archivo Fotográfico			
			
Fotografía: Fidel Peñafiel			

NOMBRE DEL ATRACTIVO PRODUCTOS APÍCOLA CACHA			
1. DATOS GENERALES			
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA MACHANGARA
Categoría	CULTURAL	Tipo	TECNICAS Y CIENTIFICAS
Subtipo	PRODUCCIÓN APÍCOLA		
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO			
Altura	3.207 m.s.n.m.		
Latitud	014223S	longitud	784157W
Administrador	APICA CACHA		
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO			
Clima	FRÍO		
Temperatura	15 °C		
Precipitación	390 mm		
Línea de producto	Tecnológica		
Escenario	Rural		
Tipo de ingreso	Restringido		
Precio	1 a 5 \$		
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD			
Poblado más cercano	Riobamba		
Vías de acceso	Carretera		
Servicio de Transporte	Taxis, vehículos propios		
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN			
Entorno	Deterioro mantenimiento		
6. HIGIENE Y SEGURIDAD			
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono		
Señalización	Tótems		
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles		
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN			
Medios de Promoción	Redes Sociales		
Registro de visitantes	Físico (papel)		
8. RECURSOS HUMANOS			
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo		
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO			
Descripción del atractivo			
Conformada por una microempresa, su gestión es la de extracción de miel de abejas en estado natural, disponen de una planta productiva de 200 panales, conformados por socios de diferentes lugares, además se producen derivados como la cera, la jalea real, turroneo y el propóleo, productos que ayudan a la salud de los habitantes chimboracenses.			
Ubicación	Parroquia Cacha	Características	Cultural
Facilidades	Vía de acceso asfaltado		
10. Anexo			
Archivo Fotográfico			
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>			
Fotografía: Franklin León			

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL				CÓDIGO 011
NOMBRE DEL ATRACTIVO FIESTAS TRADICIONALES				
1. DATOS GENERALES				
Provincia	CHIMBORAZO	Cantón	RIOBAMBA	
Parroquia	CACHA	Localidad	CACHA MACHÁNGARA	
Categoría	CULTURAL	Tipo	ETNOGRAFÍA	
Subtipo	FIESTAS TRADICIONALES			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO				
Altura	3.278 m.s.n.m.			
Latitud	014215S	longitud	784220W	
Administrador	PARROQUIA CACHA			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO				
Clima	FRÍO			
Temperatura	15 °C			
Precipitación	390 mm			
Línea de producto	Cultural			
Escenario	Rural			
Tipo de ingreso	Libre			
Precio	1 \$			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD				
Poblado más cercano	Riobamba			
Vías de acceso	Carretera			
Servicio de Transporte	Taxis, vehículos propios, bus			
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Entorno	Deterioro por desgaste			
6. HIGIENE Y SEGURIDAD				
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono			
Señalización	Madera, Tótems			
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles			
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
Medios de Promoción	Redes Sociales			
Registro de visitantes	Físico (papel)			
8. RECURSOS HUMANOS				
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo			
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Descripción del atractivo				
<p>Los festejos de las fiestas tradicionales como el Pawkar Raymi, Inti Raymi y la más representativa fiesta de Parroquialización, se festejan en los meses de febrero, marzo, junio y noviembre, las mismas que son oficiadas en la plaza ceremonial de Pucará Tambo, dando inicio al evento con una jornada deportiva, bailes populares, danzas, desfiles coloridos y la tradicional comida típica.</p> <p>En las fiestas del Inti Raymi del 24 de junio, lo inician con un baño de purificación a las 4 de la mañana en la quebrada de cunuc poggio, luego a un desayuno andino de unidad, para trasladarse a la plaza ceremonial y hacer los rituales con Yachay Taitas y acompañados de chimboceros y flautistas, ceremonia que dura algún tiempo con rituales y curaciones, compartiendo igualmente en un pampa mesa , dirigido por un maestro de ceremonia, esto en compañía de muchos allegados de las comunidades y autoridades, este festejo se realiza como un agradecimiento a la Pacha Mama por las bondades recibidas durante el Periodo.</p>				
Ubicación	Parroquia Cacha		Características	Cultural
Facilidades	Vía de acceso asfaltado			
10. Anexo				
Archivo Fotográfico				
				
Fotografía: Franklin León				

Anexo 7. Instrumento de información - Variable Independiente



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN
SOSTENIBLE EN DESTINOS TURÍSTICOS

FORMATO PARA VALIDACIÓN DE ENCUESTAS 1

Encuesta dirigida a turistas que visitan la comunidad Machángara de la parroquia Cacha Cantón Riobamba, con la finalidad de recabar información y analizar la incidencia de la Planificación turística.

1	2	3	4	5
No influye	Influye poco	Influye ocasionalmente	Influye frecuentemente	Influye totalmente

Le agradecemos su cooperación al contribuir con las respuestas siguientes.

N°	Indicador	Escala					Observaciones
		1	2	3	4	5	
I. INFORMACIÓN GENERAL							
a	¿Cuál es su género? 1. Masculino () 2. Femenino ()						
b	¿Cuál es su edad? 1. Entre 05 y 10 años () 2. Entre 11 y 20 años () 3. Entre 20 y 40 años () 4. Entre 40 y 50 años () 5. de 51 Años en adelante ()						
c	¿Cuál es su nivel de instrucción? 1. Primaria () 2. Secundaria () 3. Universitaria () 4. Maestría () 5. PhD ()						
II. EL DIAGNÓSTICO							
1	¿Cómo califica los servicios de hospedaje, Alimentación y recreación que ofrece Cacha Machángara? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
2	¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a Cacha Machángara? 1. Taxi () 2. Transporte Turístico () 3. Bus Público () 4. Propio Vehículo () 5. Motocicleta ()						
3	¿Cómo califica la información y señalización existente para llegar a Cacha Machángara? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						

4	¿Cómo califica los atractivos naturales y culturales que posee Cacha Machángara? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
5	¿En qué época del año sale Ud. de turismo? Temporada alta () Vacaciones () Fin de Año () Feriados () Fin de semana ()						
III. DEMANDA TURISTICA							
6	¿Cuál es el motivo de su llegada a Cacha Machángara? 1. Por Turismo () 2. Estudio () 3. Trabajo () 4. Por vacaciones () Deportes ()						
7	¿Cómo califica Ud. saber que los actores locales están involucrados en el desarrollo turístico? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
8	¿Por qué medio se enteró del Centro Turístico Pucará Tambo de Cacha? 1. Por Internet () 2. Por Televisión () 3. Mensaje Telefónico () 4. Recomendación () 5. Publicidad Estatal ()						
9	¿Cuánto está dispuesto a gastar por un tour completo (hospedaje, alimentación, guía, transporte)? 1. 20 a 50 \$ () 2. 50 a 100 () 3. 100 a 200 () 4. 200 a 300 () 5. 300 a 500 ()						
IV. ORGANIZACIÓN							
10	¿Cómo considera Ud. el interés por conocer los atractivos de la comunidad Cacha Machángara? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
11	¿Considera Ud. que la comunidad debe aportar con sus conocimientos ancestrales para fortalecer el desarrollo turístico local?						

	1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
12	¿Cree Ud. que el turismo contribuye a mitigar la pobreza de la zona? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
V. IDENTIDAD LOCAL							
13	¿Cree Ud. que debería promocionar más las tradiciones artístico-culturales? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
14	¿Cree Ud. que Cacha Machángara debe promover nuevos y renovados emprendimientos? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
15	El apoyo a los artesanos locales a promover la economía de Cacha Machángara es: 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
VI. EVALUACIÓN							
16	¿Cree Ud. que Cacha Machángara es un lugar adecuado para el desarrollo del turismo? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
17	¿Cómo califica a la protección y conservación de los atractivos naturales y culturales de Cacha Machángara? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
18	La información preventiva que ayude al cuidado del ambiente de Cacha Machángara es: 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
19	¿Qué tipo de turismo atraería el C.T.P.T de Cacha? 1. Turismo de Naturaleza ()						

	2. Turismo de Salud () 3. Turismo cultural () 4. Turismo vivencial () 5. Turismo deportivo ()						
20	¿Cómo califica, el servicio que proporciona Pucará Tambo a los turistas? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
21	¿Cuáles son las necesidades que afectan al Centro Turístico Pucará Tambo, que debería mejorar? 1. Información () 2. Más infraestructura () 3. Diversidad de actividades () 4. Más Inversión () 5. Innovación ()						

Anexo 8. Instrumento de información - Variable dependiente



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO INSTITUTO DE POSGRADO MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS TURÍSTICOS FORMATO PARA VALIDACIÓN DE ENCUESTAS 2

Encuesta dirigida a los agentes locales de la comunidad Machángara de la parroquia Cacha Cantón Riobamba, con la finalidad de recabar información y analizar acerca del deficiente desarrollo turístico local.

1	2	3	4	5
No influye	Influye poco	Influye ocasionalmente	Influye frecuentemente	Influye totalmente

Le agradecemos su cooperación al contribuir con las respuestas siguientes.

N°	Indicador	Escala					Observaciones
		1	2	3	4	5	
I. INFORMACIÓN GENERAL							
a	¿Cuál es su género? 1. Masculino () 2. Femenino ()						
b	¿Cuál es su edad? 1. Entre 05 y 10 Años () 2. Entre 11 y 20 Años () 3. Entre 20 y 40 Años () 4. Entre 40 y 50 Años () 5. de 51 Años en adelante ()						
c	¿Cuál es su nivel de instrucción? 1. Primaria () 3. Secundaria () 4. Universitaria () 5. Maestría () 6. PhD ()						
d	¿Cuál es su profesión? 1. Agricultor () 2. Ganadero () 3. Artesano () 4. Comerciante () 5. Albañil ()						
II. INFORMACIÓN SOCIO ECONÓMICA							
1	¿Cree Ud. que los pobladores de Cacha Machángara se benefician del turismo? 1. Sin importancia () 2. Poco importante () 3. Medianamente importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
2	¿Considera Ud. que con el turismo mejorará la calidad de vida de la comunidad? 1. Sin importancia () 2. Poco importante () 3. Medianamente importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
3	¿Cree Ud. que Cacha Machángara debe promover nuevos emprendimientos?						

	1. Sin importancia () 2. Poco importante () 3. Medianamente importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
4	¿Considera Ud. saber cuántos puestos de trabajo se genera con el turismo? 1. Sin importancia () 2. Poco importante () 3. Medianamente importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
III. INFORMACIÓN POLÍTICO							
5	¿Cómo califica Ud. la gestión del Gad Parroquial en beneficio del turismo de Cacha Machángara? 1. Sin importancia () 2. Poco importante () 3. Medianamente importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
6	¿Cree Ud. que el aporte de los grupos sociales y ciudadanos al turismo es?: 1. Sin importancia () 2. Poco importante () 3. Medianamente importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
7	¿Cree Ud. que la existencia de seguridad ciudadana en Cacha Machángara es?: 1. Sin importancia () 2. Poco importante () 3. Medianamente importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
IV. INFORMACIÓN CULTURAL							
8	¿Cómo califica Ud. saber que su patrimonio cultural legendario e histórico es invaluable? 1. Sin importancia () 2. Poco importante () 3. Medianamente importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
9	¿Cree Ud. que influye en el turismo si la comunidad defiende las costumbres ancestrales? 1. Sin importancia () 2. Poco importante () 3. Medianamente importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
10	¿Por qué cree que las personas dejan Cacha y emigran a la ciudad? 1. Falta de empleo () 2. El campo no es rentable () 3. Más oportunidades () 4. Por estudio () 5. Por aculturación ()						
11	¿Cree Ud. que en el sistema educativo local se deben impartir tutorías sobre la cultura de Cacha?						

	1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
V. INFORMACIÓN TERRITORIAL							
12	¿Cree Ud. que la edad de la población influya en el desarrollo local? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
13	¿Cree Ud. que disponer de protección en el Centro Turístico Pucará Tambo de Cacha Machángara es?: 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						
14	¿Por qué motivo no se vinculan los moradores al manejo del Centro Turístico Cacha Machángara? 1. Descoordinación () 2. Financiamiento () 3. Negatividad () 4. Desconocimiento () 5. Falta de Oportunidad ()						
15	¿Cómo califica el cuidado y preservación del ambiental del Centro Turístico Pucará Tambo? 1. Sin Importancia () 2. Poco Importante () 3. Medianamente Importante () 4. Importante () 5. Muy importante ()						

Anexo 9. Fichas de observación

Ficha de Atractivos				Ficha 01
NOMBRE DEL ATRACTIVO				
1. DATOS GENERALES				
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba	
Parroquia	Cacha	Localidad	Cacha	
Categoría	Natural	Tipo	Fenómenos Espeleológicos	
Subtipo	CUEVA O CAVERNA			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO				
Altura	3.119 m.s.n.m.			
Latitud	1708071	longitud	78696204	
Administrador	FECAIPAC			
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO				
Clima	Frío			
Temperatura	15 °C			
Precipitación	390 Mm			
Línea de producto	Naturaleza			
Escenario	Rural			
Tipo de ingreso	Libre			
Precio	1 a 5 Per Pax			
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD				
Poblado más cercano	Riobamba			
Vías de acceso	Carretera			
Servicio de Transporte	Bus, Taxi			
5. ESTADO DE CONSERVACIÓN				
Entorno	Erosión			
6. HIGIENE Y SEGURIDAD				
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono			
Señalización	Tótems			
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles			
7. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN				
Medios de Promoción	Redes Sociales			
Registro de visitantes	Físico (papel)			
8. RECURSOS HUMANOS				
Nivel de Instrucción	Profesional guía Nativo			
9. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO				
Descripción del atractivo				
Ubicación	Parroquia Cacha	Características	Natural	
Facilidades	Vía de acceso			
10. Anexo				
Archivo Fotográfico				

Ficha de Planta Turística						Ficha
Nombre del Lugar						02
1. DATOS GENERALES						
Provincia: Chimborazo		Cantón	Riobamba			
Parroquia: Cacha		Localidad	Cacha			
Categoría: Centro Turístico		Tipo	Rural			
Subtipo: Cultural						
2. Ubicación del atractivo						
Altura	3.119 m.s.n.m.					
Latitud	1708071	longitud	78696204			
Administrador	FECAIPAC					
3. Identificación						
Tipo de planta	Centro Turístico y Cultural					
Nombre establecimiento	Pucará Tambo					
Tipo Institución	Pública		Privada	X		
Nombre del dueño	Fecaipac					
Tiempo duración	20 años					
Años de Inauguración	1996					
Nº de empleados	01 04	X	05 20		más de 20	
4. Generalidades del Servicio						
Tipo de Servicio	Diferenciado	X	Poco Diferenciado			
Sistema de Control gestión	Si		No	X		
Servicio de Transporte	X	Bus		Taxi		Particular
Gestión para la demanda	Si	X				
Maneja Estadísticas	Si	X	No		Cual:	Mintur
Última Capacitación	hace 3 meses	X	Último Año			hace 5 años
Servicios básicos	Agua, Luz, Teléfono					
Señalización	Tótems					
Servicios de comunicación	Redes sociales y Aparatos móviles					
5. Promoción y comercialización						
Medios de Promoción	Redes Sociales	hospedajes	X	Bebidas	X	
Registro de visitantes	Físico (papel)	Alimentos	X	Artesanías	X	
6. Recursos humanos						
Nivel de Instrucción	Profesional guía	X	Chef	X	Operarios	X
7. Descripción del atractivo						
Estado de la Construcción						
Metros de construcción	650 m2		Área	22,365 m2		
Remodelación	Si		Características	Tradicional	Natural	
Adecuaciones	Si					
7. Anexo						
Archivo Fotográfico						

Anexo 10. Validación de encuestas de la Variable Planificación Turística



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN
DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Quintana Danilo

Cargo: Docente Universitario

Título o grado

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en donde labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha:

TITULO DE PROYECTO INVESTIGATIVO

Planificación turística y desarrollo local de la parroquia Cacha comunidad Machángara, del cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

Instrumento de Medición, pertenece a la variable Independiente (Planificación Turística)

La presente evaluación de los expertos, tiene la potestad de dar una valoración a las preguntas según su equivalencia Si o No, y que determine la validez de la investigación e indicando las observaciones y sugerencias, para brindar una mejor presentación

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
	Total			

SUGERENCIAS:

Firma del experto (a): _____

Mgs. Danilo Quintana



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN
DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Aldaz Silvia

Cargo: Docente Universitario

Título o grado

PhD	()
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en donde labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha:

TITULO DE PROYECTO INVESTIGATIVO

Planificación turística y desarrollo local de la parroquia Cacha comunidad Machángara, del cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

Instrumento de Medición, pertenece a la variable Independiente (Planificación Turística)

La presente evaluación de los expertos, tiene la potestad de dar una valoración a las preguntas según su equivalencia Si o No, y que determine la validez de la investigación e indicando las observaciones y sugerencias, para brindar una mejor presentación

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	/		
	Total	/		

SUGERENCIAS:

.....

Firma del experto (a): 

Dra. Silvia Aldaz PhD



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

INSTITUTO DE POSGRADO

MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Álvarez Román José Medardo

Cargo: Docente Universitario

Título o grado

PhD	(X)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en donde labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha:

TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGATIVO

Planificación turística y desarrollo local de la parroquia Cacha comunidad Machángara, del cantón Riobamba provincia de Chimborazo periodo 2018.

Instrumento de medición, pertenece a la variable independiente (Planificación Turística)

La presente evaluación de los expertos, tiene la potestad de dar una valoración a las preguntas según su equivalencia Si o No, y que determine la validez de la investigación e indicando las observaciones y sugerencias, para brindar una mejor presentación

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	S:		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	S:		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	S:		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	S:		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	S:		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	S:		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	S:		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	S:		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	S:		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	S:		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	S:		
	Total			

SUGERENCIAS:

Firma del experto (a):

Anexo 11. Validación de encuestas de la Variable Desarrollo Local



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN
DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Quintana Danilo

Cargo: Docente Universitario

Título o grado

PhD	()
Doctor	()
Magister	(X)
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en donde labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha:

TITULO DE PROYECTO INVESTIGATIVO

Planificación turística y desarrollo local de la parroquia Cacha comunidad Machángara, del cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

Instrumento de Medición, pertenece a la variable Dependiente (Desarrollo Local)

La presente evaluación de los expertos, tiene la potestad de dar una valoración a las preguntas según su equivalencia Si o No, y que determine la validez de la investigación e indicando las observaciones y sugerencias, para brindar una mejor presentación

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
	Total			

SUGERENCIAS:

Firma del experto (a): _____

Mgs. Danilo Quintana



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN
DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Aldaz Silvia

Cargo: Docente Universitario

Título o grado

PhD	(X)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en donde labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha:

TITULO DE PROYECTO INVESTIGATIVO

Planificación turística y desarrollo local de la parroquia Cacha comunidad Machángara, del cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

Instrumento de medición, pertenece a la variable Dependiente (Desarrollo local)

La presente evaluación de los expertos, tiene la potestad de dar una valoración a las preguntas según su equivalencia Si o No, y que determine la validez de la investigación e indicando las observaciones y sugerencias, para brindar una mejor presentación

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
Total				

SUGERENCIAS:

Firma del experto (a): _____



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN
DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Álvarez Román José Medardo

Cargo: Docente Universitario

Título o grado

PhD	(X)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en donde labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha:

TÍTULO DE PROYECTO INVESTIGATIVO

Planificación turística y desarrollo local de la parroquia Cacha comunidad Machángara, del cantón Riobamba provincia de Chimborazo periodo 2018.

Instrumento de medición, pertenece a la variable dependiente (Desarrollo Local)

La presente evaluación de los expertos, tiene la potestad de dar una valoración a las preguntas según su equivalencia Si o No, y que determine la validez de la investigación e indicando las observaciones y sugerencias, para brindar una mejor presentación

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	S:		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	S:		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	S:		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	S:		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	S:		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	S:		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	S:		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	S:		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	S:		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	S:		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	S:		
	Total			

SUGERENCIAS:

.....

Firma del experto (a):

83	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4
84	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4
85	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
86	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4
87	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5
88	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
89	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
90	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
91	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5
92	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
93	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
94	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
95	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
96	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
97	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
98	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
99	4	4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
100	5	5	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
101	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4
102	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
103	5	4	4	5	4	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3
104	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
105	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5
106	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5
107	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
108	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
109	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
110	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
111	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4
112	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	4	4
113	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
114	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5
115	5	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
116	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
117	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
118	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4
119	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
120	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4
121	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
122	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
123	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
124	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
125	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4
126	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3
127	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
128	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
129	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
130	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5
131	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5
132	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
133	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	5
134	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5
135	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5
136	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
137	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5
138	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
139	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
140	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
141	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
142	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
143	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
144	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
145	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
146	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
147	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4
148	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
149	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
150	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
151	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
152	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
153	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
154	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
155	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
156	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
157	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
158	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4
159	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
160	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
161	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
162	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4