



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN, VINCULACIÓN Y
POSGRADO

DIRECCIÓN DE POSGRADO

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
MAGÍSTER EN TURISMO, MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS
TURÍSTICOS

TEMA:

GESTIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE ARTESANAL EN LA
RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO

AUTORA:

Ing. Silvia Verónica Erazo Muyulema

TUTOR:

PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade

RIOBAMBA-ECUADOR

2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, Diego Mauricio Calvopiña Andrade-PhD, 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 “Gestión Turística y Desarrollo Sostenible Artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo”, ha sido elaborado por la Ing. Silvia Verónica Erazo Muyulema, con el asesoramiento 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 informar en honor a la verdad.

Riobamba, 14 de mayo de 2021.



PhD. Diego Mauricio Calvopiña Andrade

C.I. 060208355-2

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: "GESTIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE ARTESANAL EN LA RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO" presentada por el maestrante: Silvia Verónica Erazo Muyulema; 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, 14 de mayo de 2021

PhD. Diego Calvopiña
TUTOR

PhD. José Álvarez
PRESIDENTE DE TRIBUNAL

Mgs. Patricio Flor
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



VERIFICACIÓN DIGITAL POR
OMAR
PATRICIO

Mgs. Renato Herrera
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



VERIFICACIÓN DIGITAL POR
RENATO HERRERA
HERRERA CHAVEZ

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Silvia Verónica Erazo Muyulema con cédula de identidad N° 060380935-1 soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y lineamientos alternativos realizados en la presente investigación y el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Ing. Silvia Verónica Erazo Muyulema

INVESTIGADORA

DEDICATORIA

A Dios, porque jamás me ha desamparado en ningún momento y a pesar de caer muchas veces siempre me ha levantado con más fuerza.

A mis padres Ángel Erazo y Mariana Muyulema por su ejemplo de amor, fortaleza y perseverancia.

A mi esposo Efraín; e hijos Gael y Romina mi esencia de vida quienes con su paciencia y alegría siempre motivaron tantos espacios de ausencia.

A mi hermana Adriana quien con su experiencia y consejos sabios siempre guía mi vida, por su puesto también a mi hermana Chio (+) que siempre estará en mi corazón quien desde el cielo nos cuida, te extrañamos tanto.

A mis sobrinos David, Mateo, Sofía y Alexander por aquellos momentos invaluable compartidos día a día, porque sin el apoyo de cada uno de ustedes sería imposible seguir adelante. Muchas bendiciones

Verónica Erazo

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia mi agradecimiento a los docentes, quienes fueron parte de la formación en este programa de Maestría, un grupo de profesionales con ética y experiencia que compartieron anécdotas y espacios de saber siendo la guía en este arduo camino.

De manera especial a la Mg. Susana Paz por su apertura, al PhD. Diego Calvopiña por su asesoría y valioso tiempo dedicado a dirigir el presente trabajo de investigación.

Además, a mis compañeros maestrantes por su entusiasmo y convivencia diaria.

ÍNDICE GENERAL

Contenido	N° Página
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	xviii

CAPÍTULO I. PROBLEMATIZACIÓN	1
1.1 Situación Problemática.....	1
1.2. Formulación del Problema	2
1.2.1. Problema General	2
1.2.2. Problema Específicos	2
1.3. Justificación	3
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2. Objetivos Específicos.....	4
1.5. Hipótesis.....	4
1.5.1 Hipótesis General.....	4
1.5.2 Hipótesis Específica.....	4
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Antecedentes de la investigación.....	5
2.2. Variable independiente	8
2.2.1. Funciones principales de la gestión.....	9
2.2.2. Gestión administrativa	10
2.2.3. Gestión turística	12
2.3. Variable dependiente.....	12
2.4. Relación entre las variables.....	14
2.5. Estado del arte.....	16
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	19
3.1. Enfoque de la investigación	19
3.2. Diseño de la investigación.....	19
3.3. Tipo de investigación.....	19
3.4. Población y muestra.....	19
3.5. Técnicas e instrumentos.....	21
3.5.1. Técnicas	21
3.5.2. Instrumentos.....	22

3.6.	Validez de los instrumentos.....	22
3.7.	Confiabilidad de los instrumentos	23
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		24
4.1.	Análisis e Interpretación de Resultados.....	24
4.2.	Variable independiente-gestión.....	24
4.2.1.	Gestión artesanal	24
4.2.1.12.	Discusión.....	34
4.2.2.	Entrevistas gestores del área protegida.....	35
4.3.	Variable dependiente-desarrollo sostenible artesanal	38
4.3.16.	Discusión.....	51
4.4.	Prueba de hipótesis.....	53
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		55
5.1.	Conclusiones	55
5.2.	Recomendaciones.....	56
CAPÍTULO VI. PROPUESTA.....		57
6.1.	Tema.....	57
6.2.	Introducción	57
6.3.	Objetivos	58
6.3.1.	Objetivo general.....	58
6.3.2.	Objetivos específicos	58
6.4.	Desarrollo.....	58
6.4.1.	Condiciones básicas para el modelo de gestión.....	58
6.4.1.1.	Mercado Turístico.....	59
6.4.1.2.	Recursos Creados.....	60
6.4.1.3.	Recursos Competitivos Generales	60
6.4.1.4.	Organización Turística Comunitaria	61
6.4.2.	Componentes básicos para construir el modelo de gestión turístico.....	71
6.4.2.1.	Planificación	71

6.4.2.2. Desarrollo de productos artesanales	82
6.4.2.3. Promoción	84
6.4.3. Articulación de elementos fundamentales para el Modelo de Gestión Turístico..	92
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES.	93
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	94
ANEXOS.....	98

ÍNDICE DE CUADROS

Contenido	N° Página
Cuadro 1. Expertos seleccionados.....	22
Cuadro 2. Directrices para diseñar la misión organizacional.....	72
Cuadro 3. Directrices para diseñar la visión organizacional.....	72
Cuadro 4. Plan de acción y actores turísticos.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido	N° Página
Tabla 1. Alfa de Cronbach	23
Tabla 2. La tienda de artesanías cuenta con una estructura organizativa.....	24
Tabla 3. Herramienta de planificación	25
Tabla 4. Apoyo gestión actores turísticos.....	26
Tabla 5. La actividad artesanal ha generado mayor desarrollo social o económico.....	27
Tabla 6. La actividad artesanal ha generado desarrollo social económico.....	28
Tabla 7. Productos artesanales de mayor acogida.....	29
Tabla 8. Tipo de visitantes ingresan a la tienda de artesanías	30
Tabla 9. La tienda de artesanías cuenta con imagen corporativa.....	31
Tabla 10. La tienda de artesanías cuenta con estrategias de promoción.....	32
Tabla 11. Presupuesto para promoción de la tienda de artesanías	33
Tabla 12. Género.....	38
Tabla 13. Edad	39
Tabla 14. Nivel de instrucción	40
Tabla 15. Medios de difusión	41
Tabla 16. Apoyo al desarrollo sostenible artesanal.....	42
Tabla 17. Frecuencia visita artesanías	43
Tabla 18. Tipo de productos artesanales de preferencia.....	44
Tabla 19. Productos artesanales a ofertar en la tienda.....	45
Tabla 20. Motivación adquisición artesanías	46
Tabla 21. Pago por consumo de artesanías	47
Tabla 22. Conocimiento sobre artesanías.....	48
Tabla 23. Tipo de artesanías que se expenden en la tienda.....	49
Tabla 24. Fuente de empleo con la venta de artesanías.....	50
Tabla 25. Tarifas de costos de ingreso al estacionamiento	67
Tabla 26. Tarifa para ingreso a baterías sanitarias.....	69
Tabla 27. Tejidos en lana de borrego y fibra de alpaca.....	82
Tabla 28. Productos lácteos procesados	83

Tabla 29. Frutas deshidratadas y otros	83
Tabla 30. Estrategias de promoción	85
Tabla 31. Fanpage en Facebook	87
Tabla 32. Publicidad pagada en Facebook.....	88
Tabla 33. Publicidad programada en Facebook.....	88
Tabla 34. Cuenta en WhattApp Business	89
Tabla 35. Crear e implementar el código QR	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenido	N° Página
Gráfico 1. La tienda de artesanías cuenta con una estructura organizativa.....	24
Gráfico 2. Herramienta de planificación.....	25
Gráfico 3. Apoyo gestión actores turísticos.....	26
Gráfico 4. La actividad artesanal ha generado mayor desarrollo social o económico.....	27
Gráfico 5. La actividad artesanal ha generado desarrollo socio económico.....	28
Gráfico 6. Productos artesanales de mayor acogida.....	29
Gráfico 7. Tipo de visitantes ingresan a la tienda de artesanías.....	30
Gráfico 8. La tienda de artesanías cuenta con imagen corporativa.....	31
Gráfico 9. La tienda de artesanías cuenta con estrategias de promoción.....	32
Gráfico 10. Presupuesto para promoción de la tienda de artesanías.....	33
Gráfico 11. Género.....	38
Gráfico 12. Edad.....	39
Gráfico 13. Nivel de instrucción.....	40
Gráfico 14. Medio de difusión.....	41
Gráfico 15. Apoyo Desarrollo Sostenible Artesanal.....	42
Gráfico 16. Frecuencia visita artesanías.....	43
Gráfico 17. Tipo de productos artesanales de referencia.....	44
Gráfico 18. Productos artesanales a ofertar en la tienda.....	45
Gráfico 19. Motivación adquisición artesanías.....	46
Gráfico 20. Pago por consumo de artesanías.....	47
Gráfico 21. Conocimiento sobre artesanías.....	48
Gráfico 22. Tipo de artesanías se expenden en la tienda.....	49
Gráfico 23. Fuente de empleo con la venta de artesanías.....	50
Gráfico 24. Región de aceptación de H_0	54

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Contenido	N° Página
Ilustración 1. Condiciones básicas para el modelo de gestión turística	59
Ilustración 2. Organigrama de servicio de artesanías	61
Ilustración 3. Flujograma del servicio de artesanías	70
Ilustración 4. Componentes básicos para construir el modelo de gestión turístico	71
Ilustración 5. Imagen de la tienda de artesanías	86
Ilustración 6. Página web creada	87
Ilustración 7. Creación del Código QR.....	90
Ilustración 8. Diseño etiquetas de papel ecológicas	91
Ilustración 9. Diseño Bags	91
Ilustración 10. Modelo de Gestión Turístico propuesto	92

RESUMEN

Esta investigación denominada “Gestión turística y desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo”. Constituye un análisis de la gestión turística en la tienda de artesanías del área protegida. El problema de la investigación es ¿Cómo influye la gestión turística en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo? El objetivo general es: analizar la influencia de la gestión turística en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. La investigación es hipotética deductiva, se establecieron interpretaciones cualitativas y cuantitativas, levantando información documental y de campo; considerando dos poblaciones de estudio: por una parte, los artesanos quienes comercializan sus productos y, por otra parte, los visitantes nacionales y extranjeros que ingresan a la Ruta de los refugios de nevado Chimborazo aplicando encuestas a las dos poblaciones. Para la validación de instrumentos y comprobación de hipótesis se utilizaron técnicas estadísticas como el Alfa de Cronbach. En esta investigación se analiza la deficiente gestión de las organizaciones artesanales en la tienda de artesanías de la Reserva Chimborazo, se evidencia el limitado accionar en las etapas: planificación, organización, dirección y control. Mediante el análisis factorial se determinó que la gestión no influye en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. Finalmente, se planteó una propuesta de modelo de gestión, con la finalidad de fortalecer su administración y facilitar la cooperación entre los organismos e instituciones públicas y privadas del sector turístico para alcanzar el desarrollo sostenible artesanal.

Palabras clave: gestión turística, desarrollo, sostenible, artesanías.

ABSTRACT

This study entitled "Tourism management and sustainable handicraft development in the Chimborazo Fauna Production Reserve" is a contribution to the analysis of tourism management in the handicraft shop located in the protected area. The research problem was identified as determining how the tourism management influences sustainable artisan development in the Chimborazo Fauna Production Reserve. The main objective was to analyze the influence of tourism management on sustainable artisan development in the Chimborazo Fauna Production Reserve. The study used hypothetical deductive, qualitative, and quantitative research approaches. The study gathered data from documents and field information considering two study populations: on the one hand, the artisans who commercialize their products and, on the other hand, the national and foreign visitors who enter the Chimborazo refuge route. The researcher gave surveys to both populations using statistical techniques such as Cronbach's. This research analyzed the poor management of the handicraft organizations in the handicraft store of the Chimborazo Reserve showing the limited action in the following stages: planning, organization, direction, and control. Through the factor analysis, it was determined that management does not influence sustainable artisan development in the reserve. Finally, a management model proposal was recommended to strengthen its administration, facilitate cooperation between the central public and private organizations and institutions of the tourism sector that will help achieve sustainable artisan development.

Keywords: tourism management, development, sustainable, handicrafts.

Reviewed by: MsC. Adriana Cundar, Ph. D.

ENGLISH PROFESSOR

c.c. 1709268534

INTRODUCCIÓN

El turismo es una alternativa para el desarrollo a nivel mundial; sin embargo, el crecimiento de flujos turísticos a los distintos destinos turísticos ha evidenciado diversos problemas en las comunidades receptoras debido a la limitada gestión; que sin criterios de sostenibilidad no permite visualizar el impacto social, ambiental y económico en sus emprendimientos. La Reserva de Producción de Fauna Chimborazo ha facilitado las instalaciones turísticas de la tienda de artesanía a cuatro organizaciones comunitarias Chorrera Mirador, Pulinguí San Pablo, Urku Wayra y Culebrillas desde el 2012 mediante de Convenio de Cooperación Interinstitucional con la finalidad de dar una alternativa de ingresos económicos a las comunidades locales con territorio en el área protegida.

La presente investigación permitirá fortalecer la gestión turística, en base a información generada de datos reales y oportunos, con la finalidad de alcanzar un desarrollo sostenible en la tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, facilitando el accionar y la cooperación entre los principales organismos e instituciones públicas y privadas interesadas en el sector turístico con la finalidad contribuir a que artesanos mejoren su calidad de vida.

Pero para ello es necesario que los artesanos de las provincias Chimborazo, Tungurahua, y Bolívar que deseen incorporarse a expender sus artesanías posean una herramienta con pautas claves para mejorar la calidad de los productos ofertados, además diversifiquen la oferta artesanal, obtengan una marca, lo cual permitirá conseguir mayores cuotas de mercado; constituyéndose en la principal forma de alcanzar un grado de competitividad aceptable para satisfacer las necesidades y expectativas de visitantes nacionales y extranjeros.

Para poder entender mejor acerca del objeto de estudio (tienda de artesanías) en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, se detallan seis capítulos.

El capítulo I: se detalla la problematización de la investigación, aquí constan antecedentes, argumentos de justificación, problema, objetivos planteados e hipótesis a comprobar para este caso de estudio.

El capítulo II: se indaga acerca del marco teórico, las necesidades de sustento documental, bibliográfico e investigaciones relacionadas a casos prácticos, fuentes epistemológicas y

definiciones de la gestión turística, enlazadas al desarrollo sostenible artesanal.

El capítulo III: corresponde a marco metodológico, se identifica el enfoque mixto, apoyándose en interpretaciones cualitativas y cuantitativas, el diseño de la investigación es hipotética deductiva, para ello fue necesario revisar información documental y ejecutar trabajo de campo; esta metodología considera la población de estudio y muestra respectivamente.

El capítulo IV: se refiere al análisis de resultados, para una discusión propia de criterios fundamentada en la prueba de hipótesis, permitiendo comparar los resultados planteados con los resultados alcanzados en la aplicación de la encuesta.

El capítulo V: se exponen las conclusiones y recomendaciones, fundamentando criterios que promueven diferentes alternativas, estrategias y condiciones propias del caso de estudio.

El capítulo VI: corresponde al diseño de la propuesta como producto de la investigación, juntamente con los objetivos y desarrollo del modelo de gestión turística para la sostenibilidad de la tienda de artesanías; el modelo de gestión pretende ser seguro, confiable y especializado.

CAPÍTULO I. PROBLEMATIZACIÓN

1.1 Situación Problemática

La tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; se ha facilitado a varias organizaciones indígenas asentadas dentro y en la zona de influencia del área protegida, entre ellas se estima la participación de aproximadamente setenta socios y socias, quienes expenden sus productos artesanales elaborados en lana de borrego y alpaca, éstas se expenden a los visitantes del área protegida a precios asequibles.

La gestión de la tienda de artesanías posee limitadas actividades orientadas a mejorar la competitividad y productividad del negocio, además no se reflejan estrategias para consolidar una estructura organizativa, administrativa para el efectivo funcionamiento de la empresa. La deficiente gestión puede conllevar al declive de la productividad y las ventas de una empresa, por ello es necesario tener en cuenta que la gestión es fundamental.

En consecuencia, se ha identificado una deficiente estructura organizacional que provoca desorganización al momento de administrar y distribuir el trabajo, del mismo modo la ineficiente gestión turística se evidencia con la inadecuada atención al cliente ocasionada por la rotación frecuente de artesanos quienes muchas veces no entienden ni hablan español, dificultando una comunicación fluida y elocuente, todo ello imposibilita alcanzar el desarrollo sostenible artesanal.

Por una parte, la carencia de planes, estrategias y acciones que conlleven al cumplimiento de metas con los recursos disponibles en la organización artesanal; aparte de la limitada articulación con actores públicos /privados que contribuyan con asesoramiento técnico y proyectos productivos, para el mejoramiento y diversificación de los productos que se expenden en la tienda de artesanías, lo cual limita el desarrollo sostenible.

Así también, las limitadas acciones para posicionar una marca que identifique a los artesanos en el mercado local ni en el mercado nacional, con la que los clientes puedan reconocer fácilmente la tienda de artesanías de la Reserva Chimborazo, visualizando el aporte de los visitantes a las comunidades anfitrionas al adquirir este tipo de productos.

En este contexto, la ineficiente gestión turística impide coordinar y dar seguimiento al recurso humano en las organizaciones artesanales para alcanzar la competitividad tanto en la administración estratégica como operativa, además la limitada visión para gestionar personal quien capacite en los distintos requerimientos de los artesanos.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cómo influye la gestión turística en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?

1.2.2. Problema Específicos

- ¿Cómo influye la planificación en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?
- ¿Cómo influye la organización en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?
- ¿Cómo influye la dirección en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?
- ¿Cómo influye el control en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?

1.3. Justificación

La gestión es primordial en las empresas turísticas porque sustenta las bases para la ejecución y potenciación de actividades que contribuyen al cumplimiento de los objetivos empresariales; en este contexto es necesario fortalecer el desarrollo sostenible artesanal en el área protegida, lo cual se refleja en las escasas acciones para comercializar los productos artesanales y elevar su competitividad en los niveles nacional o internacional. Una gestión turística eficiente es el motor para nuevas inversiones en infraestructura, y además una forma de enlazar la oferta y la demanda en los niveles empresarial y nacional. El desempeño económico de una empresa está directamente relacionado con su gestión y eficacia.

La presente investigación permitirá la toma de decisiones en lo que concierne a la gestión turística, en base a información generada de datos reales y oportunos, con la finalidad de alcanzar un desarrollo sostenible en la tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, facilitando el accionar y la cooperación entre los principales organismos e instituciones públicas y privadas interesadas en el sector turístico con la finalidad contribuir a que artesanos mejoren su calidad de vida.

Por lo tanto esta investigación aportará con datos bilaterales tanto para el sector privado como para el sector público; dando paso a que los artesanos colindantes al área protegida de las provincias Chimborazo, Tungurahua, y Bolívar posean herramientas para mejorar la calidad de los productos ofertados en la tienda de artesanías, poseer una marca, diversificar la oferta artesanal, alcanzar ventajas frente a la competencia y conseguir mayores cuotas de mercado; que permita satisfacer las necesidades de visitantes nacionales y extranjeros.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Analizar la influencia de la gestión turística en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

1.4.2. Objetivo Específicos

- Determinar la influencia de la planificación en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- Identificar la influencia de la organización en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- Analizar la influencia de la dirección en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- Establecer la influencia del control en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

La gestión turística influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

1.5.2. Hipótesis Específicas

- La planificación influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- La organización influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- La dirección influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- El control influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

El sistema de la Unión Europea en la gestión de destinos turísticos, parte de los siguientes aspectos: liderazgo (organización), planificación, recursos humanos, procesos, satisfacción del cliente, y medida y control de los requisitos previos para atender a la mejora de la calidad y su implantación. Este sistema está basado en la satisfacción tanto de los empleados turísticos, como de la sociedad local y de los turistas, así como en la consecución de una política y estrategia dirigida a la gestión de personal, a los recursos y proceso, y finalmente a la consecución de resultados económicos (Oyarzún & Szmulewicz, 2015).

En Colombia, mediante un proyecto de desarrollo se realiza la presentación sobre la ejecución realizada por el Laboratorio de Diseño e Innovación de Córdoba, que describe los diferentes proyectos para la atención al sector artesanal durante la vigencia 2015, desglosando cobertura geográfica, beneficiarios, actividades por módulo y resultados. Resume las gestiones realizadas con otras entidades, así como la articulación con programas como OVOP y los retos propuestos para 2016. Ilustra la participación en Expoartesánías 2015 con los productos desarrollados a través de las asesorías a las comunidades de cobertura (García, 2015).

De la misma manera, en la región costa de Ecuador se realiza una investigación abordando un modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de comunidades, donde el autor relata que el proceso de la administración de las actividades turísticas es muy importante para alcanzar la utilización óptima de los recursos con los que cuenta el sector, así como manifiesta que implementar acciones regidas bajo un modelo de gestión eficiente y eficaz benefician al sector en general (García, 2017).

En el año 2016, en la investigación: La gestión de emprendimientos y la incidencia en la población con necesidad de protección internacional (PNPI) en la provincia del Carchi; cuya finalidad fue analizar la gestión de emprendimientos y la incidencia en las familias en condición de refugio en la provincia del Carchi - Ecuador, mediante el trabajo conjunto entre la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y la Organización Hebrea de Ayuda para Inmigrantes y Refugiados (HIAS), se ha brindado apoyo técnico a través de proyectos de emprendimiento, ejecutados mediante capacitaciones en distintas áreas como psicológicas, financieras y contables, con el objetivo de que las personas refugiadas realicen un plan de

negocios conjuntamente con estudiantes de niveles superiores de la carrera de Comercio Exterior, quienes además son sus guías durante el proceso de consolidación y seguimiento del mismo, con el fin de que los emprendedores se sientan seguridad al momento de elegir el negocio y ponerlo en marcha, asegurando la rentabilidad del mismo (Realpe, 2016).

En el estudio de caso denominado: Ambiente y artesanía: Sinergia para el desarrollo rural sustentable realizado en la comunidad de San Miguel de Yahuarcocha, Provincia de Imbabura, Ecuador, cuyo objetivo de estudio fue valorar la potencialidad de una planta acuática [*Eichhornia crassipes* (Martius) Solms-Laubach] para la manufactura artesanal en los territorios aledaños a la Laguna de Yahuarcocha. , se evidencia el reconocimiento actual de las fibras naturales a nivel mundial está siendo evaluado por su potencialidad económica y social en comunidades desfavorecidas que necesitan desarrollar modelos de economía sustentable. El desarrollo de nuevos productos planteará en el futuro la necesidad de capacitar a los nuevos artesanos en términos relacionados con el ecodiseño y la comunicación del producto que permita evaluar los productos realizados desde un punto de vista de la artesanía sustentable (Lugo, Magal, & Shinin 2015).

Además en el año 2016 se realizó una investigación acerca de los: factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón San Miguel, provincia Bolívar, en el periodo 2015–2016, de autoría de Jenny Johana Chasi Llumitaxi y Sandra Janinna Quincha García quienes plantean como objetivo principal determinar los factores de sostenibilidad de los emprendimientos en el Cantón San Miguel de Bolívar, en el desarrollo de la investigación se pone en práctica tres tipos de encuestas, destinadas a personas que desean emprender, poseen emprendimientos y fracasaron en los mismos, se utilizó el método científico comprobando conocimientos establecidos en investigaciones previas, basándose en teorías científicas, la investigación de campo e investigación exploratoria. Seguido del método cualitativo ya que se da explicaciones y descripciones detalladas acerca de los emprendimientos para su fácil interpretación y comprensión, el método cuantitativo dando medición numérica y análisis estadístico; los cuales permiten a las personas alcanzar los objetivos que se han trazado, ayudándolos a distinguir de la competencia de diferente manera, siendo características que posee un emprendedor en las cuales se debe tener mayor cuidado, por ende, deben funcionar correctamente si desean alcanzar el éxito, estos dos factores son muy importantes ya que inciden totalmente en la sostenibilidad de los

emprendimientos (Chasi & Quincha, 2016).

De la misma forma en la zona centro-Ambato se han desarrollado investigaciones tales como la propuesta de la investigación realizada referente al desarrollo de una gestión turística eficaz, la cual menciona la disponibilidad de información respecto de los elementos que actúan en la actividad turística, teniendo como base las particularidades sociales y culturales de quienes habitan en el sector, los movimientos socioeconómicos, los productos y servicios turísticos que forman parte de la oferta, hasta el perfil del turista. En este sentido para lograr la obtención de la información antes descrita, se deben proponer acciones propias de la gestión turística, mismas que contengan una orientación integrada y participativa, es decir que involucre a los sectores públicos y privados; y que a su vez que se apropien de los compromisos de gestión que atañen a cada uno (Salas, Font, & Suárez 2015).

En el proyecto: Adaptación al cambio climático de las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo de la provincia de Chimborazo (trabajo institucional). La Fundación ECOPAR realizó el proyecto en comunidades priorizadas que se encuentran dentro de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, el proyecto se basó en la obtención de actividades complementarias que permitirán a la población local a cambiar el trabajo agrícola y pecuario tradicional por acciones que se encuentren dentro de las buenas prácticas ambientales, la metodología utilizada fue aprender haciendo en las capacitaciones de artesanías y huertos agroecológicos, mejorando sus técnicas y percibiendo de esta manera mayores ingresos económicos (ECOPAR, 2015).

Mediante revisión bibliográfica del proyecto: Diseño de un producto turístico artesanal para la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, se concluye que la ciudad de Riobamba cuenta con potencial artesanal para el desarrollo turístico, al poseer atractivos que han trascendido a través de los años, por lo que conservan la tradición en la ciudad, siendo esto un factor que beneficia para la realización de este proyecto, además que cuenta con los servicios básicos necesarios, así como la infraestructura y superestructura suficiente para que los turistas puedan tener una estadía placentera en la ciudad. Este proyecto logrará articular el trabajo artesanal tradicional con el turismo de la ciudad y con ello crear fuentes económicas para la ciudad mientras se revaloriza el arte en el ámbito artesanal (Ramos, 2016).

Según la investigación: Propuesta técnica para la gestión comercial de los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo; que comercializa los bienes y servicios producidos por personas con discapacidad, en un mercado de consumidores responsables que valoren cierta gestión social y humanitaria. Las técnicas que se utilizaron para cumplir con los objetivos de la investigación son la encuesta y la observación, los cuales sirvieron para analizar la proyección del mercado y los micro emprendimientos (artesanías, lavandería y fisioterapia), donde se puedan comercializar los bienes y servicios producidos.

Esta propuesta parte del diagnóstico el cual detalla información de los micro emprendimientos, el proceso de elaboración de las artesanías y prestación de servicio de lavandería y terapia física, luego se plantea estrategias y un plan comercial para promocionar a través de una campaña publicitaria los bienes y servicios que sirven para facilitar el acceso al mercado competitivo, de consumidores responsables y consientes del trabajo significativo que realizan los jóvenes y adultos con Discapacidad Intelectual, a través de la formulación de tácticas encaminadas a fortalecer el proceso de comercialización y ventas. Por último, se realiza proyecciones para identificar la factibilidad y crecimiento de los emprendimientos para el mediano y largo plazo. En el trabajo se recomienda aplicar la estrategia de comercialización para insertar los micro emprendimientos en el mercado potencial e incrementar las ventas y solventar los gastos que ocasionan al elaborar dichos bienes y servicios (López, 2016).

2.2. Variable independiente – Gestión Turística

La gestión es la acción y el efecto de gestionar y administrar. De una forma más específica, una gestión es una diligencia, entendida como un trámite necesario para conseguir algo o resolver un asunto, habitualmente de carácter administrativo o que conlleva documentación, otra referencia; es también un conjunto de acciones u operaciones relacionadas con la administración y dirección de una organización. Es decir, la gestión nos indica que se trata de realización de diligencias enfocadas a la obtención de algún beneficio, tomando a las personas que trabajan en la compañía como recursos activos para el logro de los objetivos. (Mora, Duran, & Zambrano, 2016).

La gestión se apoya en diversos instrumentos para poder funcionar, los primeros hacen referencia al control y mejoramiento de los procesos, en segundo lugar, se encuentran los

archivos, estos se encargarán de conservar datos y por último los instrumentos para afianzar datos y poder tomar decisiones acertadas. De todos modos, es importante saber que estas herramientas varían a lo largo de los años, es decir que no son estáticas, sobre todo aquellas que refieren al mundo de la informática. Es por ello que los gestores deben cambiar los instrumentos que utilizan a menudo (Mora, Duran, & Zambrano, 2016).

Las tres funciones principales de la gestión son:

- Crear un ambiente para el éxito.
- Eliminar los problemas el momento de que florezcan o, mejor, antes.
- Aprovechar las grandes oportunidades.

La gestión es un punto fundamental de toda la empresa, y si se realiza una buena gestión dentro de la organización crece, pero por otra parte se realiza una mala gestión la empresa decaerá (Mora et al., 2016).

2.2.1. Funciones principales de la gestión.

Planeación: esta función contempla definir las metas de la organización, establecer una estrategia global para el logro de estas metas y desarrollar una jerarquía detallada de planes para integrar y coordinar actividades, contempla las siguientes actividades:

- Asignación de recursos
- Programación

Organización: es la manera de diseñar la estructura de un negocio o empresa. Incluye la determinación de las tareas a realizar, quien las debe realizar, como se agrupan las tareas, quien reporta a quien y donde se toman las decisiones. La estructura organizacional debe diseñarse de tal manera que quede claramente definido quien tiene que hacer determinadas tareas y quien es responsable de los resultados (Mora et al., 2016).

Dirección: toda empresa, negocio, organización o institución está formada por personas, es responsabilidad de los administradores dirigir y coordinar las actividades de estas personas. La dirección consiste en motivar a los subordinados, dirigir actividades de otros (Mora et al., 2016).

Control: una vez fijadas las metas, formulado los planes, delineados los arreglos estructurales, entrenado y motivado el personal, existe la posibilidad de que algo salga mal. Para asegurar que las cosas vayan como deben, se debe monitorear el desempeño del negocio u organización para comparar los resultados con las metas fijadas y presupuestos

(Mora et al., 2016).

Dirigir comprende:

- Producir: resultados, metas, eficacia.
- Administrar: eficiencia, funciones.
- Emprender: crear, innovar.
- Integrar: personas, equipos y cultura.

2.2.2. Gestión administrativa

Está directamente relacionada con la dirección, existen dos campos bien definidos: administración y ejecución; dependiendo del tamaño, objetivos, fórmulas de constitución del ente orgánico, etc. Administración y ejecución estarán más o menos diferenciadas; bien entendido que, aún en las formas orgánicas más elementales la separación podría ser establecida (Calero, 2017).

En organizaciones pequeñas, administración y ejecución pueden estar confundidas. En las grandes, suelen estar separadas, si bien existe cierta tendencia por parte de los Consejos de Administración de las Sociedades Anónimas a asumir funciones de la alta gestión. (Calero, 2017).

Definido el objeto social, el nivel de Administración de una organización lo entrega al más alto escalón de la gestión como objetivo genérico a cubrir. Le entregará también una orientación política, una estructura orgánica, unos objetivos definidos en calidad, cantidad, y tiempo, una asignación inicial de medios, etc. Todo ello va a constituir el punto de partida de la gestión y va señalar el paquete de responsabilidad del gestor, con lo que habrá cubierto, en su nivel superior, el principio orgánico de la delegación en su triple dimensión de deberes, atribuciones y responsabilidad (Calero, 2017).

Es más fácil entender algo tan complejo como la administración, si se describe como una serie de partes por separado. Las descripciones de este tipo, denominado modelos, han sido utilizadas durante décadas por estudiantes y profesionales de la administración. El modelo es una simplificación del mundo real, usado para representar relaciones complejas en términos fáciles de entender. En efecto, recurrimos a un modelo cuando dijimos que las principales actividades administrativas son planear, organizar, dirigir y controlar. Este modelo fue desarrollado a fines del siglo XIX y todavía se emplea en la actualidad (Calero,

2017).

La planeación implica que los administradores piensen, a través de sus objetivos y acciones, y con anticipación, que sus acciones se basan en algún método, plan o lógica, más que en una mera suposición. Los planes dan a la organización sus objetivos y fijan el mejor procedimiento para obtenerlos. El primer paso en la planeación es la selección de las metas de la organización. Después se fijan los objetivos de las acciones (sus divisiones, departamentos, etc.), una vez escogidos los objetivos, se fijan los programas para alcanzarlos en una forma sistemática. Por supuesto, al seleccionar los objetivos y elaborar los programas, el administrador considera su factibilidad y si serán aceptables a los directivos y empleados de la organización (Calero, 2017).

La organización es el proceso de disponer y destinar el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización en una forma tal que puedan lograr los objetivos de la organización de manera eficiente. Así una empresa que se propone desarrollar software de computadora tendrá que ser muy distinta de otra que desee fabricar pantalones de mezclilla. Para fabricar un producto estandarizado como este último se requieren técnicas eficientes de línea de ensamble, mientras que para escribir programas de computadora se necesita equipos de profesionales: analistas de sistemas, ingenieros de software y operadores. Pese a que todas estas personas interactúan eficazmente, no se les puede organizar a partir de una línea de ensamble (Calero, 2017).

El liderazgo implica dirigir, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas fundamentales. A diferencia de la planeación y la organización que se ocupan de los aspectos más abstractos del proceso administrativo, el liderazgo es una actividad muy concreta; requiere trabajar directamente con la gente, al establecer la atmósfera adecuada, los administradores contribuyen a que los empleados den lo mejor de sí. Por último, el administrador debe cerciorarse de que las acciones de los miembros de la organización la lleven a la obtención de sus metas. Mediante la función de control, el administrador mantiene la organización en la vía correcta, sin permitir que se desvíe demasiado de sus metas (Calero, 2017).

Tradicionalmente se consideran que son cinco las actividades constitutivas de la función: planificar, organizar, dirigir, coordinar, controlar. Las cinco actividades anteriores han sido enumeradas por el orden cronológico, con relación a un problema determinado. La razón de

ser del mando es la dirección del trabajo de un grupo con vistas a conseguir un objetivo determinado, resultará que la tercera de ellas, dirigir, es la que enfrenta al Jefe con la circunstancia permanente de su función (Calero, 2017).

2.2.3. Gestión turística

La gestión turística es uno de los temas más importantes en la actualidad, debido a que busca garantizar la eficacia en la administración de las actividades, enfocándose en mejorar las condiciones de vida de las comunidades y el éxito del turismo. La gestión turística de un destino necesita un grado mayor de desarrollo para asumir procesos integrales de implantación de políticas turísticas; sin duda el gran reto para el destino en el futuro; ambos autores manifiestan que la gestión requiere asociar esfuerzos a distintos niveles, sea local, provincial, nacional, para poder complementar una eficiente planificación, organización y control de actividades (Escudero, 2018).

2.3. Variable dependiente – Desarrollo Sostenible Artesanal

El desarrollo del turismo sostenible, implica el manejo de recursos naturales, humanos, sociales, económicos y tecnológicos, con el fin de alcanzar una mejor calidad de vida para la población, y al mismo tiempo, velar porque los patrones de consumo actual no afecten el bienestar de las generaciones futuras. Es buscar el equilibrio entre las dimensión social, económica y medioambiental (Mura, & Reyes, 2015).

Entonces, es importante que quienes incursionan en el turismo como un servicio, tengan claro que el turista es un individuo que constantemente se vuelve más exigente respecto a los servicios que le permitan alcanzar satisfacción, esta verdad es aplicable en cotidianidad, pero con más fuerza y razón en el turismo, pues hay que garantizar que el turista cumpla sus expectativas del destino y regrese o sea un ente promotor e informante respecto al turismo de la localidad (Mura, & Reyes, 2015).

El turismo a su vez se convierte actualmente a nivel mundial en un generador de oportunidades especialmente de empleos en zonas deprimidas con vocación turística, esto lleva a que el territorio encuentre o determine su vocación respecto a la planificación y ordenamiento territorial. A su vez un elemento integrador de actividades complementarias que pueden volver al destino turístico más importante, más llamativo o simplemente el mejor (Mura, & Reyes, 2015).

Un elemento fundamental del turismo, es que respecto a su desarrollo, no se presenta aisladamente o de manera homogénea, al contrario es el causante de concentraciones de actividades múltiples en relación a la materia prima del turismo (atractivos naturales, culturales e históricos); por tanto el enfoque que se debe realizar respecto al desarrollo turístico no sólo debe considerar al desplazamiento del turista como tal, sino de manera técnica y con criterio la condición del destino turístico a donde el turista llega (Mura, & Reyes, 2015).

Según (Pesántez, 2015), se define al término sostenibilidad como: La actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación.

Se puede comprender entonces, que el turismo es una actividad de intercambio a todo nivel, pero sobre todo debe respetar los espacios sociales, comunitarios, culturales y ambientales, por un lado; mientras que por otro lado se pretende conseguir la visitación turística llegando al turista con una oferta turística atractiva pero amigable, diferente, pero integradora, única y dinámica. Para el desarrollo del turismo en las comunidades hay que tener en cuenta varios parámetros, el primero desde los locales, el esfuerzo de su cambio en la mentalidad al admitir dentro de su entorno y espacio a personas de cultura, pensamiento y características diferentes; de ahí la importancia de trabajar procesos organizativos que garanticen la calidad del servicio turístico (Caro, Acosta, Orgaz, & Castellanos 2015).

La sostenibilidad como principio rector del desarrollo turístico implica la necesaria planificación del turismo en el medio natural, lo que significa la utilización de las metodologías de planificación turística, evaluando de forma significativa los impactos sociales y ambientales de las actividades turísticas para que las mismas se adecuen a la filosofía de un turismo sostenible que explote los recursos sin degradarlos. El turismo como tal es una actividad que motiva todo tipo de sentimientos y sensaciones, pues el actor fundamental es la naturaleza, allí se desarrolla las mejores experiencias de vida para el turista, sea en la playa, montaña, bosque, desiertos, por mencionar algunos. Por lo tanto, la planificación turística debe ser permanente mente aplicada, monitoreada y evaluada, esto con el fin de controlar, regular y proteger el territorio, la actividad y prestación de servicios

y al turista respectivamente (Caro et al., 2015).

Así, el turismo crea puestos de trabajo, genera ingresos para la comunidad local, promueve el intercambio cultural y mejora las infraestructuras, al mismo tiempo que tiene algunos impactos negativos, desde el punto de vista económico, cultural, social y medioambiental alterando y destruyendo comunidades locales. La toma de conciencia de la existencia de estas percepciones negativas relacionadas con el desarrollo del turismo en una comunidad ha fomentado el énfasis en la noción de desarrollo turístico sostenible, reclamando la participación de los residentes en el proceso de desarrollo turístico. De esta manera, el grado en que se satisfacen los deseos de los residentes y su punto de vista es tomado en consideración, determina su receptividad tanto al desarrollo turístico como a los propios turistas (Caro et al., 2015).

El desarrollo sostenible ha sido ampliamente tratado en el turismo porque puede aunar las necesidades de los turistas, proporcionar oportunidades de crecimiento económico, proteger localizaciones físicas y mejorar la calidad de vida de los residentes, al mismo tiempo que fomenta las oportunidades futuras mediante la coexistencia del desarrollo turístico y la calidad medioambiental, por lo que el turismo basado en la comunidad se ha convertido en una herramienta importante para la gestión sostenible (Caro et al., 2015).

2.4. Relación entre las variables

2.4.1. Gestión y desarrollo sostenible artesanal

La evolución del turismo ha propuesto una amplia variedad de modelos que han contribuido al desarrollo y el crecimiento de la actividad desde muchos aspectos, varios que han tenido una gran connotación en la literatura científica, como los modelos enfocados a la competitividad del destino turístico en el marco de la sostenibilidad.

Un modelo de desarrollo turístico debe tomar la planificación como una fase básica, la calidad con la que se desarrolle la planificación asegura la duración del territorio en donde se desenvuelve el turismo; pues la planificación es el instrumento básico de gestión ya que posibilita la optimización de los efectos favorables y la minimización de los desfavorables. A partir de estos conceptos se comprende que la gestión turística abarca primordialmente el manejo adecuado de todos los elementos que conforman el sistema turístico, y su función es propiciar un cambio en el comportamiento de las entidades y personas que están involucradas en el mismo, como son los turistas, habitantes cercanos y autoridades locales,

permitiendo una visión más esperanzada en lo que respecta a su desarrollo.

El desarrollo sostenible es el término que se le da al equilibrio del manejo del planeta en tres ámbitos: ambiental, social y económico. Teniendo en cuenta que ningún recurso renovable deberá utilizarse a un ritmo superior al de su generación, ningún contaminante deberá producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado o absorbido por el medio ambiente, ningún recurso no renovable deberá aprovecharse a mayor velocidad de lo necesario para sustituirlo por uno renovable utilizado de manera sostenible (Mura, & Reyes, 2015).

Además, el desarrollo sostenible es aquel tipo de desarrollo que se da en una nación que puede mantener o sostener el equilibrio en la parte social, económica y ambiental; y desarrollo sustentable, es el tipo de desarrollo que genera una mejor calidad de vida, sin dejar que el consumismo afecte las generaciones futuras. Entonces, el desarrollo sostenible sólo se mantiene en la línea de estándares permitida, mientras que el sustentable, es aquel que crea o genera una mejor calidad de vida, de modo tal que este último implica todo lo que refiere el desarrollo sostenible, pero lo lleva a su mantenimiento en el tiempo, sin afectar negativamente a las generaciones futuras (Mura, & Reyes, 2015).

En la literatura sobre competitividad y turismo, varios estudios han destacado que la competitividad del destino turístico puede incrementarse mediante una gestión basada en la calidad medioambiental y en el desarrollo de un turismo sostenible; frente al modelo de desarrollo turístico tradicional, existe un modelo alternativo también conocido como extensivo-puntual. Este modelo tiene como premisas prevenir la contaminación e interesarse por la salvaguarda de los espacios naturales. Los autores exponen que las características de un modelo turístico deben basarse en cuatro vértices: consumidores, tecnología, producción y gestión, siendo la flexibilidad, la segmentación y la preocupación medioambiental elementos condicionantes del desarrollo turístico del destino (Castrillón, 2015).

En base a la preocupación por el medioambiente, como condicionante del desarrollo turístico, los autores establecen como nuevas coordenadas en la gestión del turismo: "...creciente sensibilidad ante la degradación paisajística y los costes medioambientales del crecimiento turístico; protección de espacios naturales, como franjas litorales, islas, ríos, montañas, flora, etc.; potenciación de los recursos naturales como oferta alternativa, que

permite recuperar el territorio como atractivo esencial; senderos, caminos de ronda, antiguos trazados ferroviarios, etc.; incorporación de recursos culturales en la oferta turística: museos, parques arqueológicos, festivales de música o gastronómicos típicos, itinerarios monumentales o históricos...” (Castrillón, 2015).

Existen cuatro claves principales que deberán seguir los destinos para ser competitivos: situar el medioambiente en primer lugar, hacer del turismo un sector líder, fortalecer los canales de distribución en el mercado y desarrollar un sector privado dinámico. Concretamente, cuando la autora refiere a generar un turismo responsable, promover una cultura de conservación y fomentar el interés por las cuestiones medioambientales, así como desarrollar núcleos de preservación medioambiental (Castrillón, 2015).

2.5. Estado del arte

Área protegida: La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) define área protegida como: Un espacio geográfico claramente definido, reconocido, dedicado y gestionado por medios legales y otros medios eficaces para lograr la conservación a largo plazo de la naturaleza y de los valores culturales y los servicios de los ecosistemas asociados (Borrini, Dudley, Jaeger, Lassen, Broome, & Sandwith, 2014).

Artesanías: son aquellos bienes realizados para el consumo doméstico y/o ritual, siendo objetos portadores de un valor histórico, cultural, utilitario o estético y realizado por el artesano individual o colectivamente mediante técnicas simples (Angelotti Pasteur, G., 2018).

Calidad: La calidad en el sector servicios hace referencia al acceso, interacción, buen trato del personal y su preparación para servir, recibir respuestas satisfactorias, ser escuchado para opinar sobre la calidad del servicio y apreciar mejoras en el mismo. En términos de un buen clima organizacional proporciona un ambiente propicio para favorecer una cultura de calidad enfocada en las metas de la organización y apropiada a su entorno saludable (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018).

Canales de distribución: En general, un canal de distribución no es otra cosa que la forma de hacer llegar un producto desde su punto de origen hasta el consumidor final (Acosta, 2017).

Demanda: La demanda se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de

cubrir sus necesidades Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado (Asesores en turismo, s.f.).

Desarrollo sostenible: El desarrollo sostenible está basado en satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las del futuro, el desarrollo local ha surgido como modelo de acción estratégica para hacer frente a la problemática de las comunidades locales que dispone de recursos propios del territorio. Los tres pilares básicos del desarrollo sostenible como los de espacio económico, medioambiental y social, la atención y análisis vira de una visión exclusivamente económica y estrecha a la hora de explicar el desarrollo, a otra inclusiva, integral e integradora que plantea la necesidad de equilibrio entre los tres ámbitos mencionados (López, Arriaga & Pardo, 2018).

Fidelización: “el análisis e implementación permanente de estrategias que lleven a la identificación de los tipos de consumidores con los que cuenta la organización y les de atención personalizada, con el fin de lograr relaciones a largo plazo con mejores índices de satisfacción y fidelidad”. (Gómez & Uribe, 2016)

Gasto turístico: Hace referencia a la suma pagada de la adquisición de bienes y servicios de consumo, y objetos valiosos, para uso propio o para regalar durante los viajes (Turismo O.M., Glosario Turístico, 2018).

Gestión: La palabra gestión proviene del latín *gestio*. Este término hace la referencia a la administración de recursos, sea dentro de una institución estatal o privada, para alcanzar los objetivos propuestos por la misma. Para ello uno o más individuos dirigen los proyectos laborales de otras personas para poder mejorar los resultados, que de otra manera no podrían ser obtenidos (Mora, Duran, & Zambrano, 2016).

Innovación: La innovación empresarial es una tendencia indispensable para la competitividad en medio de crecientes exigencias del mercado en materia de oportunidades y valor agregado de servicios y productos (Pérez, 2019).

Mercado: Es el lugar físico donde existe una diversidad de productos ofertados por entidades comerciales con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes actuales y potenciales. Los mercados constituyen importantes formas de organización económica y social. Permiten la cooperación de grandes cantidades de personas que de otro modo serían completos desconocidos entre sí; suelen ser considerados el modo más eficiente el modo

más eficiente para organizar la producción, y la distribución, en una economía compleja (Satz, 2019)

Oferta: Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística. Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas (SECTUR, s.f.).

Posicionamiento: el posicionamiento es el lugar que ocupa el producto y/o servicio en la mente de los clientes en relación a la competencia, dependiendo de una serie de percepciones, y sentimientos que los consumidores tienen de los productos que ofrecen las empresas (Reyes, 2017).

Promoción de ventas: Las estrategias de promoción deben cambiarse de acuerdo al avance de la globalización de mercados, los clientes se adaptan con facilidad a estos cambios, más aún si la competencia adopta con facilidad los avances tecnológicos (Reyes, 2017).

Publicidad: Es la rama que se encarga de informar y difundir a una o más personas sobre las características de un producto o servicio buscando un fin común (Zamora, 2019).

Turismo: se ha considerado como las actividades que disfrutan las personas (turistas) a través de sus viajes y las estadías en lugares diferentes de lo que están acostumbrados habitualmente, todo esto lo realizan durante un tiempo consecutivo menor a un año. Se considera también un fenómeno socio económico donde se influye de gran manera el crecimiento cultural y la riqueza de los pueblos, de igual forma los criterios para intercambiar conocimientos de la cultura, aventuras e idiomas (OMT, 2016).

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación

El enfoque incluye el diseño mismo del instrumento. A grandes rasgos, en la dinámica del quehacer investigativo de las Ciencias Sociales se pueden distinguir dos enfoques metodológicos: el cuantitativo y el cualitativo (Cauas, 2015).

Por lo tanto, para la presente investigación el enfoque utilizado fue mixto. Por una parte con el enfoque cuantitativo se procedió con la recolección y el análisis de datos que aportan con la gestión turística comprobando la hipótesis planteada, a través de la medición numérica, el conteo y la estadística, estableciendo la sostenibilidad artesanal de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; y por otra parte, con el enfoque cualitativo se propuso y filtró preguntas de investigación; con base en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones que debido a su flexibilidad se mueven entre los eventos y su interpretación.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño empleado para el presente proyecto fue la investigación hipotética-deductiva, basándonos en información de investigaciones anteriores para así identificar la influencia de la gestión turística. Consecuentemente, ésto desencadena un proceso de inducción, que remite el problema a una teoría para formular una hipótesis, a través de un razonamiento deductivo para validar la hipótesis empíricamente planteada acerca de la en la sostenibilidad artesanal de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

3.3. Tipo de investigación

Documental. - se recopiló y analizó fuentes secundarias de investigaciones relacionadas al tema en estudio con la finalidad de contribuir a la sostenibilidad artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

Trabajo de campo. - se ejecutó la recolección de información de fuentes primarias como: encuestas a visitantes y artesanos, entrevistas a gestores del área protegida inmersos en la actividad turística.

3.4. Población y muestra

En la presente investigación las poblaciones de estudio fueron: por una parte, los artesanos que conforman la tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, quienes contribuyeron con criterios respecto de la variable independiente (Gestión); y por

otro lado los visitantes de ingresan al área protegida quienes aportaron con criterios respecto de la variable dependiente (Desarrollo Sostenible Artesanal).

Además, fue pertinente conocer la percepción de gestores del área protegida con la finalidad de visualizar criterios de gestión para el fortalecimiento de la actividad artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

3.4.1. Población I

Artesanos que conforman la tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, conformada por 70 socios.

También, fue importante recabar criterios de gestores inmersos en el área protegida como: MAAE, que contribuyeron con información relevante acerca de la gestión.

3.4.2. Población II

Visitantes que ingresan al área protegida y adquieren artesanías elaboradas por comunidades locales, que en el año 2019 fueron 123 759 turistas.

3.4.3. Muestra I

Para el cálculo de la presente muestra, se consideró aplicar encuestas a los 70 artesanos que integran la Tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo por constituirse una muestra pequeña.

En cuanto a los actores turísticos identificados plenamente con injerencia dentro del área protegida está el Ministerio del Ambiente y Agua del Ecuador (MAAE), cuyo personal técnico aportó con información respecto a gestión.

3.4.4. Muestra II

Para el cálculo de la presente muestra, se utilizó la fórmula de población finita, propuesta por Sampieri & Baptista (2010) considerando una población de 123 759 visitantes que ingresan a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo en el año 2019. De los cuales 98 048 visitantes son nacionales y 25 711 son extranjeros.

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio (123 759 visitantes año 2019) e: error máximo aceptable (0.05)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Z: nivel de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación del 95% de confianza equivalente a (1,96)

Cálculo:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{123\ 759 * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(123\ 759 - 1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{123\ 759 * (3,8416) * (0,25)}{(123\ 758) * (0,0025) + (3,8416) * (0,25)}$$

$$n = 382$$

3.5. Técnicas e instrumentos

3.5.1. Técnicas

Fundamentado en el concepto de Sánchez (2015) quien manifiesta que las técnicas integran la estructura por medio de la cual se organiza la investigación; y, que además ordena las diferentes etapas de la investigación, aporta instrumentos para manejar la información, lleva el control de los datos, y finalmente orienta la obtención de conocimientos, en el presente trabajo de investigación se establecieron las siguientes técnicas de investigación.

3.5.1.1. Encuestas

Dirigidas a los artesanos que usan la infraestructura turística de la tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, quienes elaboran artesanías y necesitan fortalecer la Gestión Turística para alcanzar el desarrollo sostenible en el área protegida. Además, se aplicó encuestas a turistas que ingresan al área protegida, con la finalidad de conocer su punto de vista respecto del desarrollo turístico que ha tenido el sector artesanal y cuáles son las necesidades de la demanda.

3.5.1.2. Entrevistas

Dirigidas a técnicos del Ministerio del Ambiente y Agua del Ecuador (MAAE) que se están involucrados constantemente en la gestión turística en territorio.

3.5.2. Instrumentos

Según Martínez (2013) los instrumentos constituyen las estrategias que se emplean para recolectar la información que se requiere en el tema que se investiga, el instrumento es aquel que permite que la técnica se operative. En este sentido, los instrumentos empleados fueron los siguientes:

3.5.2.1. Cuestionario

Diseñado para artesanos que usan la tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, así también como para visitantes que ingresan al área protegida; para las preguntas se empleó la escala de Likert y también se recurrió a preguntas dicotómicas.

3.5.2.2. Guía de entrevista

Se diseñó una guía de entrevista estructurada o formal, dirigida a los profesionales con injerencia en el área protegida que aporten al desarrollo turístico como el Ministerio del Ambiente y Agua del Ecuador (MAAE).

3.6. Validez de los instrumentos

Para la validación de los instrumentos empleados en la presente investigación se acogieron los criterios de tres expertos que conocen acerca del tema de investigación: Gestión y Desarrollo Sostenible Artesanal; quienes han aportado desde su experiencia y formación académica.

Cuadro 1. *Expertos seleccionados*

N°	Nombres y Apellidos	Cargo	Institución
1	PhD. Diego Calvopiña	Docente de la Carrera Gestión Turística y Hotelera	Universidad Nacional de Chimborazo
2	Mg. Margoth Cali Pereira	Docente de la Carrera Gestión Turística y Hotelera	Universidad Nacional de Chimborazo
3	Mg. Andrea Garrido	Docente de la Carrera Gestión Turística y Hotelera	Universidad Nacional de Chimborazo

Fuente: Validación expertos

Elaborado por: Verónica Erazo.

3.7. Confiabilidad de los instrumentos

La fiabilidad o confiabilidad de los instrumentos, se refieren a la seguridad o estabilidad de una medida, es decir la confiabilidad es aquella que ayuda a solucionar los problemas prácticos o teóricos que forman parte de la investigación. La determinación de que un instrumento es un poco o muy confiable depende de los errores de medición estén presentes en el instrumento (Quero, 2010)

El alfa de Cronbach es el promedio de la correlación entre los ítems que hacen parte de un instrumento. El valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach es 0,70; los valores que se encuentren por debajo quiere decir que la estabilidad interna de la escala utilizada es baja. Por otra parte, el valor máximo esperado es 0,90; por arriba de este valor se considera que hay duplicación o redundancia en el instrumento (Oviedo, 2005)

En este contexto, los instrumentos fueron validados mediante el software de nominado SPSS, versión 25 cuya finalidad es gestionar datos a gran volumen. Inicialmente se aplicaron las encuestas de acuerdo a la planificación programada, posteriormente se ingresaron los datos conseguidos en el software SPSS generando los siguientes resultados:

Tabla 1.

Alfa De Cronbach

Estadísticas De Fiabilidad		
Constructos	Alfa De Cronbach	Nº De Elementos
Gestión	.733	10
Desarrollo Sostenible Artesanal	.709	13

Elaborado por: Verónica Erazo.

Los resultados alcanzados mediante la aplicación de alfa de Cronbach, determinan para la variable Gestión un resultado de 0.733; mientras que para la variable Desarrollo Sostenible Artesanal se obtuvo un valor de 0.709; lo que demuestra que los instrumentos son confiables por encontrarse entre los rangos establecidos.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis, interpretación de resultados

4.2. Variable independiente – Gestión Turística

4.2.1. Gestión artesanal

4.2.1.1. La tienda de artesanías cuenta con una estructura organizativa

Tabla 2.

La tienda de artesanías cuenta con una estructura organizativa

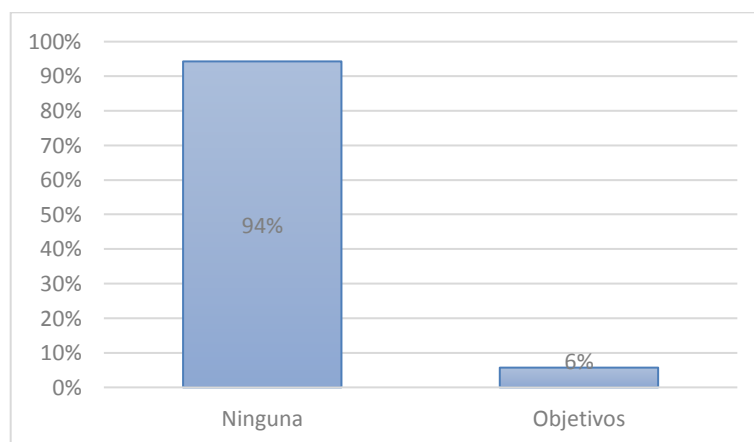
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ninguna	66	94%	94%	94%
Objetivos	4	6%	6%	100%
Total	70	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 1.

La tienda de artesanías cuenta con una estructura organizativa



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 94% de artesanos reconocen no contar con una estructura organizativa. En éste contexto, la mayoría de los encuestados manifiestan su necesidad de disponer de una estructura empresarial con procesos claros y elementales que ayude a la gestión de la tienda de artesanías.

4.2.1.2. Herramienta de planificación

Tabla 3.

Herramienta de planificación

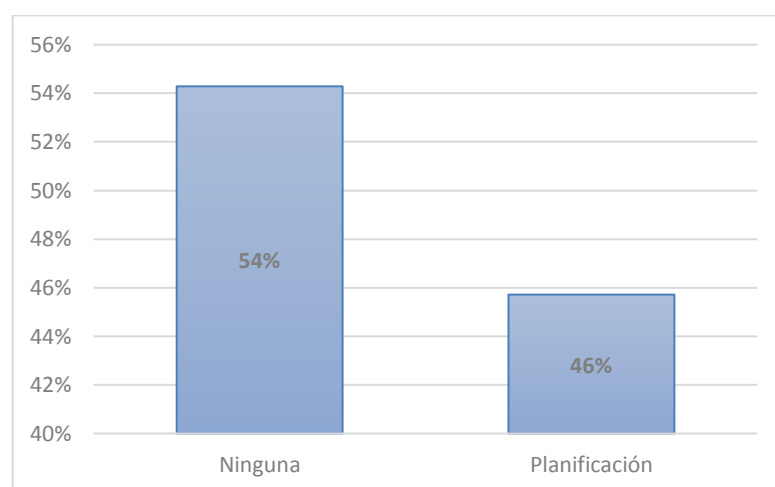
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ninguna	38	54%	54%	54%
Planificación	32	46%	46%	100%
Total	70	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 2.

Herramienta de planificación



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 54% de los artesanos suponen no contar con una herramienta de planificación. Por tal razón, más de la mitad de los socios de las organizaciones artesanales consideran no poseer ninguna herramienta de planificación con la cual coordinen de manera eficiente la tienda de artesanías; mientras que es resto de artesanos consideran la planificación por sí sola como una herramienta de gestión, disponiendo un mecanismo de control, que radica en una sanción económica en caso de no acudir a la venta diaria en la tienda de artesanías.

4.2.1.3. Apoyo en la gestión de actores turísticos

Tabla 4.

Apoyo en la gestión de actores turísticos

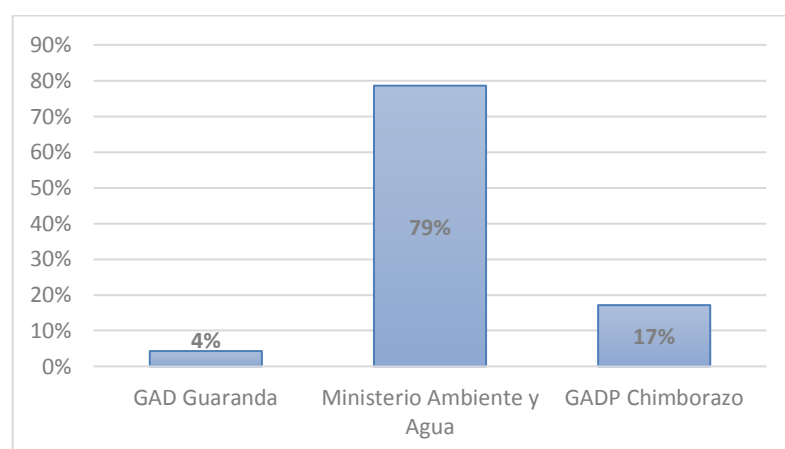
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
GAD Guaranda	3	4%	4%	4%
Ministerio Ambiente y Agua	55	79%	79%	83%
GADP Chimborazo	12	17%	17%	100%
Total	70	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 3.

Apoyo en la gestión de actores turísticos



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 79% de los artesanos consideran al Ministerio del Ambiente y Agua como apoyo en la gestión de la tienda de artesanías. Es así que, las $\frac{3}{4}$ de los encuestados consideran significativo el aporte del Ministerio del Ambiente y Agua con el rol de entidad pública que facilita las instalaciones turísticas del área protegida para la comercialización de artesanías, mientras que el resto valora el aporte del GADP Chimborazo, y del GAD Guaranda, surgiendo la necesidad de buscar aliados estratégicos que contribuyan la gestión de la tienda de artesanías.

4.2.1.4. En qué aspecto, la actividad artesanal ha generado mayor desarrollo

Tabla 5.

En qué aspecto, la actividad artesanal ha generado mayor desarrollo

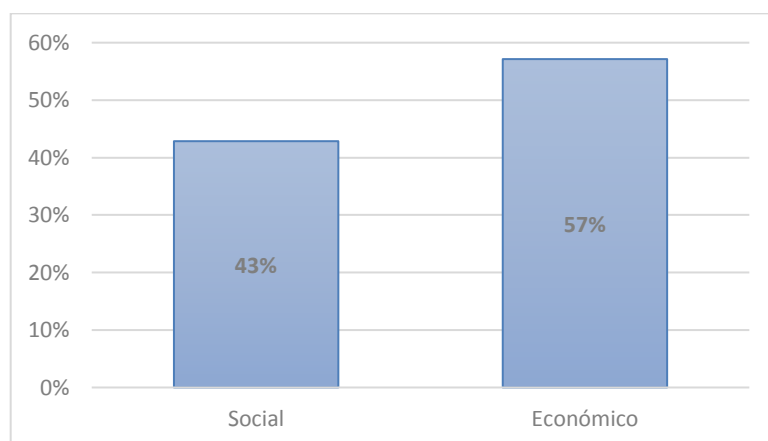
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Social	30	43%	43%	43%
Económico	40	57%	57%	100%
Total	70	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 4.

En qué aspecto, la actividad artesanal ha generado mayor desarrollo



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 57% de los artesanos piensan que la actividad artesanal ha generado mayor desarrollo en el aspecto económico. Es decir, según los encuestados la actividad artesanal ha sido más notoria en el componente económico debido al incremento de recursos económicos que contribuye a mejorar su economía familiar; mientras que en el componente social según la percepción de los encuestados reduce la migración hacia otros países en busca de oportunidades laborales.

4.2.1.5. La actividad artesanal ha generado desarrollo socio económico

Tabla 6.

La actividad artesanal ha generado desarrollo socio económico

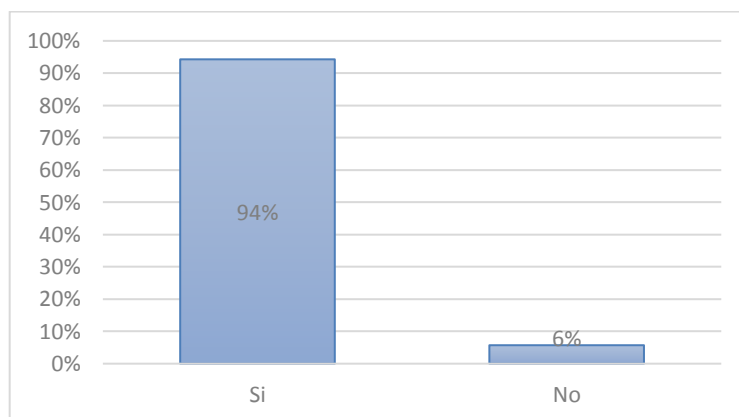
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Si	66	94%	94%	94%
No	4	6%	6%	100.0%
Total	70	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 5.

La actividad artesanal ha generado desarrollo socio económico



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 94% de los artesanos conciben que la actividad artesanal ha generado mayor desarrollo socio económico. Entonces, la percepción de los encuestados es significativa acerca de desarrollo socio económico que constituye a la actividad artesanal como ente dinamizador de la economía local en las zonas colindantes al área protegida; pero el impacto económico debería ser más notorio pues en comparación con el resto de rutas, la Ruta de los refugios del Nevado Chimborazo tiene mayor afluencia turística.

4.2.1.6. Productos artesanales de mayor acogida

Tabla 7.

Productos artesanales de mayor acogida

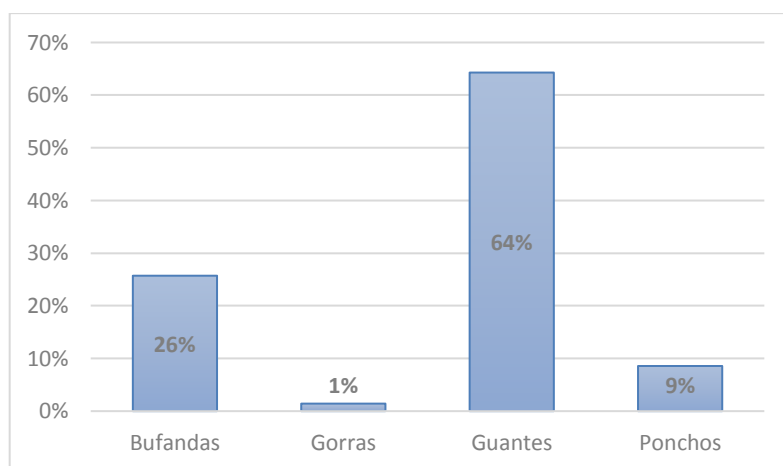
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Bufandas	18	26%	26%	26%
Gorras	1	1%	1%	27%
Guantes	45	64%	64%	91%
Ponchos	6	9%	9%	100.0%
Total	70	100%	100.0%	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 6.

Productos artesanales de mayor acogida



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 64% de los artesanos deducen que el producto de mayor acogida son los guantes. En éste sentido, los productos artesanales con importante acogida son los guantes debido a las condiciones climáticas extremas que ayudan a los visitantes a soportar el frío; seguido de ponchos y bufandas. Las estadísticas de turismo reflejan alta incidencia de visitantes de la costa, por ello este nicho frecuentemente se ven en la necesidad de comprar prendas tejidas que comúnmente no usan a diario.

4.2.1.7. Tipo de visitantes que ingresan a la tienda de artesanías

Tabla 8.

Tipo de visitantes que ingresan a la tienda de artesanías

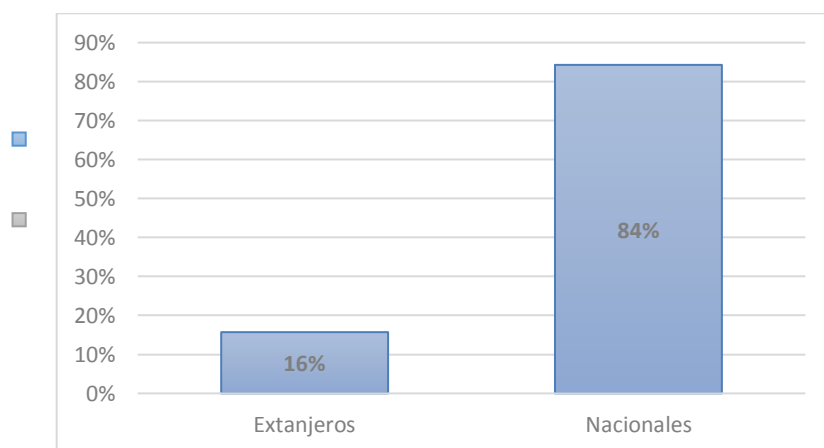
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Extranjeros	11	16%	16%	16%
Nacionales	59	84%	84%	100.0%
Total	70	100%	100.0%	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 7.

Tipo de visitantes que ingresan a la tienda de artesanías



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 84% de los artesanos manifiestan el tipo de visitantes que ingresan a la tienda de artesanías son nacionales. Por tal razón, se estima que más de las $\frac{3}{4}$ partes de visitantes nacionales ingresan a la tienda de artesanías y menos de la $\frac{1}{4}$ parte son visitantes extranjeros, siendo un nicho de mercado importante la gran demanda de visitantes nacionales.

4.2.1.8. La tienda de artesanías cuenta con imagen corporativa

Tabla 9.

La tienda de artesanías cuenta con imagen corporativa

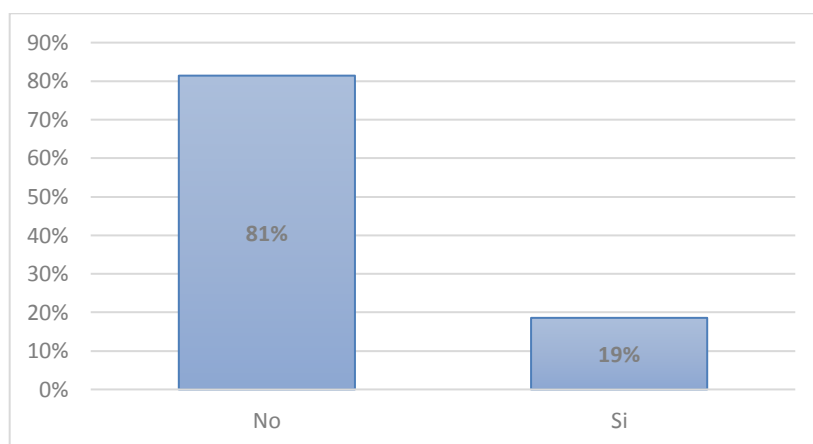
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	57	81%	81%	81%
Si	13	19%	19%	100.0%
Total	70	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 8.

La tienda de artesanías cuenta con imagen corporativa



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 81% de artesanos consideran que la tienda de artesanías no cuenta con una imagen corporativa. Es así que, la mayoría de los artesanos manifiestan no contar con una imagen corporativa consolidada en el mercado artesanal, mientras que un reducido segmento se ha dado a conocer en pequeños espacios de difusión masiva, pero de manera particular no como una organización consolidada.

4.2.1.9. La tienda de artesanías cuenta con estrategias de promoción

Tabla 10.

La tienda de artesanías cuenta con estrategias de promoción

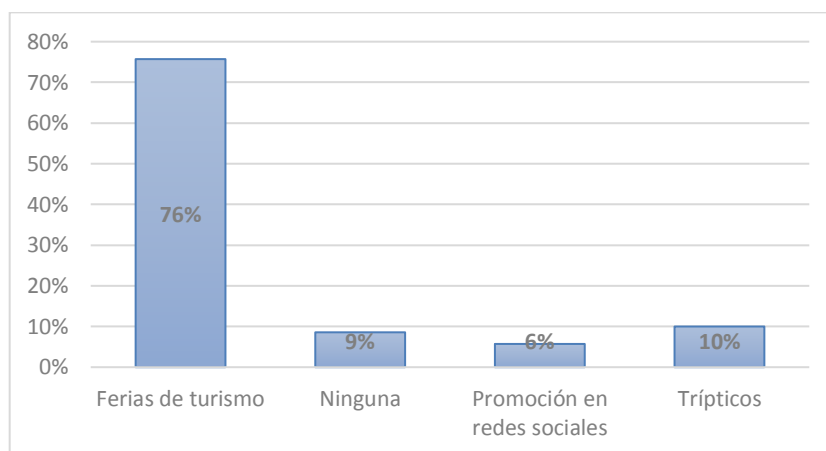
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Ferias de turismo	53	76%	76%	76%
Ninguna	6	9%	9%	84%
Promoción en redes sociales	4	6%	6%	90%
Trípticos	7	10%	10%	100.0%
Total	70	100.0%	100.0%	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 9.

La tienda de artesanías cuenta con estrategias de promoción



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 76% de los artesanos consideran que las ferias de turismo son estrategias de promoción. Por lo tanto, un número significativo de los artesanos reconocen a las ferias de turismo como una estrategia de promoción consolidada, que permite dar a conocer la existencia de la tienda de artesanías del área protegida como un servicio complementario ofertado a visitantes que ingresan a la Ruta a los refugios del Chimborazo.

4.2.1.10. Presupuesto para promoción de la tienda de artesanías

Tabla 11.

Presupuesto para promoción de la tienda de artesanías

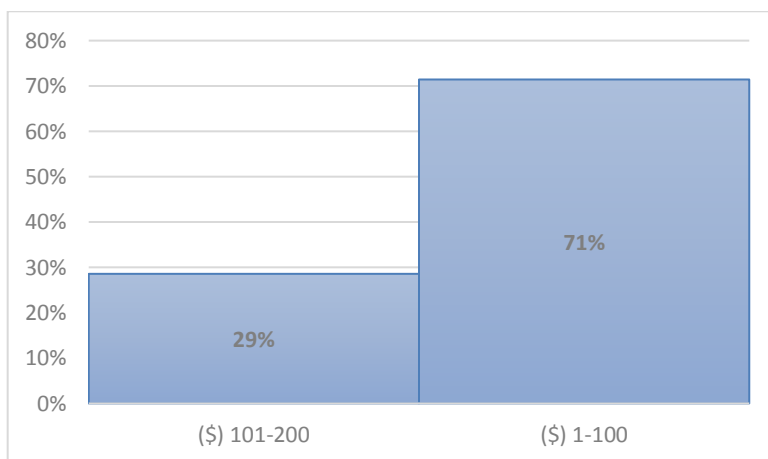
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
(\$) 101-200	20	29%	29%	29%
(\$) 1-100	50	71%	71%	100.0
Total	70	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 10.

Presupuesto para promoción de la tienda de artesanías



Fuente: Encuesta aplicada a artesanos de la RPFCH

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 71% de los artesanos manifiestan que se destina de \$ 1 -100 dólares para la promoción. Entonces una parte significativa de los encuestados afirma que se destina presupuesto entre (\$) 1-100 dólares para la promoción de los productos artesanales; pero al no contar con una estructura organizacional establecida no se visualizan estrategias de promoción trascendentes; razón por la cual no han alcanzado un posicionamiento en el mercado artesanal.

4.2.1.11. Discusión

Para (Bayas, & Mendoza, 2018) “en el diseño del modelo de gestión sostenible se establecieron objetivos, misión, visión, valores y metas corporativas, además de la implementación de una matriz de estrategias, incluyeron objetivos y actividades correspondientes para llevar a cabo un adecuado seguimiento del proceso de gestión. Por último, para dar mayor valor al trabajo de investigación se aplicó el método de expertos, donde se realizó el análisis de la propuesta del modelo de gestión y de cada uno de sus componentes”.

En el 2012 la organización Urku Wayra fue la pionera en solicitar que se le asigne un espacio para la venta de sus prendas elaboradas en lana de borrego y fibra de alpaca; posteriormente las organizaciones Chorrera Mirador; Pulinguí San Pablo y Culebrillas al ver una oportunidad para completar su economía familiar también se suman a esta iniciativa, a quienes se facilita el uso de las instalaciones turísticas de la tienda de artesanías.

Desde entonces las comunidades han sido beneficiarias de la infraestructura del área protegida, en este sentido las artesanías son una fuente alterna de ingresos para las comunidades locales pero gestionadas eficientemente se constituyen en el motor de nuevos emprendimientos.

De los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a la población de artesanos que conforman la tienda de artesanías, se evidencia lo siguiente:

Los artesanos desconocen cómo administrar la tienda de artesanías, carecen de una estructura organizacional definida que aporte con una adecuada herramienta de planificación que cuente con misión, visión y organizacionales; por lo tanto, no se han establecido vínculos con actores públicos ni privados que contribuyan al posicionamiento del negocio, el único actor público que apoya con la facilitación de las instalaciones turísticas es el Ministerio del Ambiente y Agua.

La única actividad que se ejecuta por parte de las organizaciones artesanales es la rotación de turnos cada cuatro días, la cual es considerada como una actividad para generar desarrollo mediante la asignación de responsabilidades. En lo referente a desarrollo sostenible en la parte económica los artesanos consideran ha generado ingresos para complementar la economía familiar mientras que en la parte componente social ha reducido la migración e incrementado las fuentes de empleo.

Según la percepción de los artesanos, entre los gustos y preferencias de los visitantes son de mayor interés los tejidos elaborados a mano con fibra de alpaca y lana de borrego debido a las condiciones climáticas extremas del área protegida; dentro de éstos productos artesanales son de mayor acogida los guantes, bufandas y gorras.

Así mismo, estiman que con mayor frecuencia ingresan a la tienda de artesanías visitantes nacionales, no cuentan con una imagen corporativa consolidada en el mercado artesanal; se reconocen a las ferias de turismo como una estrategia de promoción, afirman que se destina un presupuesto entre (\$) 1-100 dólares pero que no ve reflejada pues no se ha alcanzado el desarrollo sostenible artesanal de la tienda.

Por lo tanto, es sumamente importante contar con un modelo de gestión que sea le hilo conductor para la tienda de artesanías y que permita alcanzar el desarrollo sostenible artesanal.

4.2.2. Entrevistas gestores del área protegida

Por otra parte, con la finalidad de fortalecer la investigación se ha ejecutado entrevistas a las personas relacionadas con la gestión integral como es el caso del administrador y la especialista del área protegida, visualizando su percepción como actores en territorio.

4.2.2.1. Gestión

Una de las preguntas planteadas a las personas que se encuentran a la cabeza de la toma de decisiones en el área protegida, fue con respecto a la gestión en general de la tienda de artesanías y los encuestados manifiestan:

“La gestión de la tienda es buena durante estos meses que se ha podido aportar en el área debido a que genera réditos económicos para las cuatro comunidades con las cuales se ha firmado convenios para uso de la infraestructura turística” (E1).

“La gestión en la tienda de artesanías está llevándose por buen camino esperemos que posteriormente tenga mejores resultados en el área protegida, actualmente se cuentan con convenios donde se benefician cuatro comunidades” (E2).

4.2.2.2. Planificación

Acerca de acciones que sean una guía para el trabajo diario en la tienda de artesanías únicamente esta la rotación de horarios entre las cuatro organizaciones artesanales sobre lo cual se manifiesta:

“Se da a conocer que hasta el momento no se han planteado acciones para el mejoramiento de la tienda ni tampoco medidas de retribución al área protegida que se puedan visualizar, pero hay propuestas preliminares que se han dialogado con los artesanos como sistemas de video vigilancia y bienestar en el área” (E1).

“En el caso de las artesanías no se ven reflejadas acciones de planificación ni retribución en beneficio del área protegida hasta el momento, posteriormente una vez analizado el tiempo que usan la infraestructura turística mediante la firma de los convenios se espera poder establecer las mismas en beneficio del área protegida” (E2).

4.2.2.3. Organización

Las organizaciones que usan la infraestructura turística del área protegida carecen de una estructura organizativa, en este contexto los encuestas dan su criterio al respecto:

“El Ministerio del Ambiente y Agua ha coordinado mecanismos como convenios por el uso del espacio de la infraestructura turística con normativa vigente que se puede cambiar según las necesidades, la calidad de las artesanías no es óptima para satisfacer los diferentes segmentos de mercado que ingresan en el área, pero ayudan a solventar las condiciones climáticas extremas a través del expendio de prendas tejidas a mano.” (E1).

“También tiene que a ver variedad de productos en este sentido las expectativas de los visitantes nacionales acerca de las artesanías desconozco, pero la elaboración de artesanías crea fuentes de empleo a nivel local, sin embargo, desconozco si éstas siendo distribuidas de manera local o para todas las comunidades dentro del área protegida o solo están llevando para ciertas personas” (E2).

4.2.2.4. Dirección

En cuanto a actividades para coordinar y supervisar a los colaboradores los encuestados opinan de lo que conocen sobre el tema:

“Se ha buscado alianzas estratégicas con otras instituciones para poder brindar asesoramiento técnico con capacitaciones para generar mejores estrategias dentro de la tienda de artesanías, ya que si ellos están mejor capacitados pueden tener mejor visión acerca de las artesanías y con ello se puede tener mejores retribuciones económicas para las comunidades” (E2).

“Las alianzas interinstitucionales que se han generado a parte de la GIZ, se ha tenido conversaciones con el Prefectura de Chimborazo y con el Instituto Técnico Superior Isabel

de Godín para poder dar capacitaciones en artesanías, pero no me queda tan claro si solo quedaron en acercamientos o se ejecutaron” (E2).

“Toda campaña de marketing o cualquier plataforma digital ayuda a la venta de productos, los visitantes que ingresan al área tienen la necesidad de suplir las condiciones climáticas extremas primordialmente” (E1).

“Yo creo que el marketing es importante como una estrategia de promoción, pero también es importante la diversificación de productos una vez que exista variedad para los diferentes segmentos de mercado se puede buscar una estrategia para socializar o comercializar las artesanías” (E2)

4.2.2.5. Control

Mientras que, en lo que concierne al control los artesanos que ocupan la tienda de artesanías no reflejan acciones de seguimiento y comparación de los resultados alcanzados con los fijados para el cumplimiento de los objetivos de la organización; en este sentido los encuestados exponen su opinión:

“Los consumidores de artesanías van con la expectativa que sean productos de calidad, quienes más consumen productos artesanales son nacionales, creando fuentes de empleo a nivel local” (E1).

“En cuanto a calidad a los artesanos todavía les falta ya que son los mismos productos que tienen entre ellos. dentro de la normativa turística no existe lineamientos que detallen la oferta de artesanías, considero importante la diversificación de artesanías, pero también los productos deben ser funcionales, productos que la gente quiera comprarlos es decir a precios módicos” (E2).

“Se desconoce si las ganancias generadas en la tienda de artesanías son distribuidas entre las comunidades equitativamente” (E1).

“Con respecto a la distribución equitativa de las ganancias de las artesanías se desconoce” (E2).

4.3. Variable dependiente – Desarrollo Sostenible Artesanal

Con la ayuda del programa estadístico IBM SPSS y Excel se procesó los datos de las encuestas aplicadas in situ a los visitantes que ingresan a la Ruta de los Refugios del Chimborazo, estableciendo para su respectivo análisis tablas y gráficos.

4.3.1. Género

Tabla 12.

Género

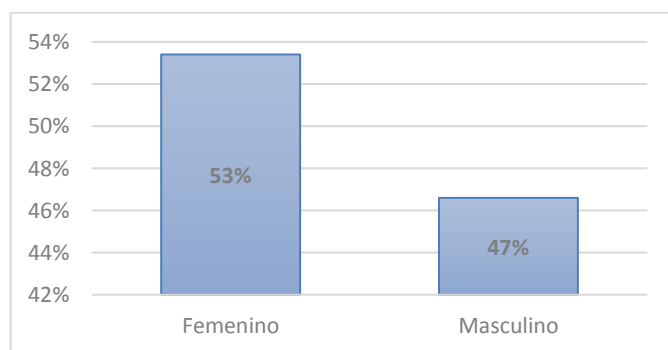
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Femenino	204	53%	53%	53%
Masculino	178	47%	47%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 11.

Género



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 53% de visitantes son de género femenino y el 47% son de género masculino. Por lo tanto, en las encuestas aplicadas a visitantes que ingresan a la Ruta a los refugios del Chimborazo, el ingreso es equitativo en cuanto al género; siendo la ruta con mayor afluencia turística, de las 12 rutas existentes en el área protegida dentro de las cuales se pueden realizar actividades como: trekking, ciclismo y alta montaña.

4.3.2. Edad

Tabla 13.

Edad

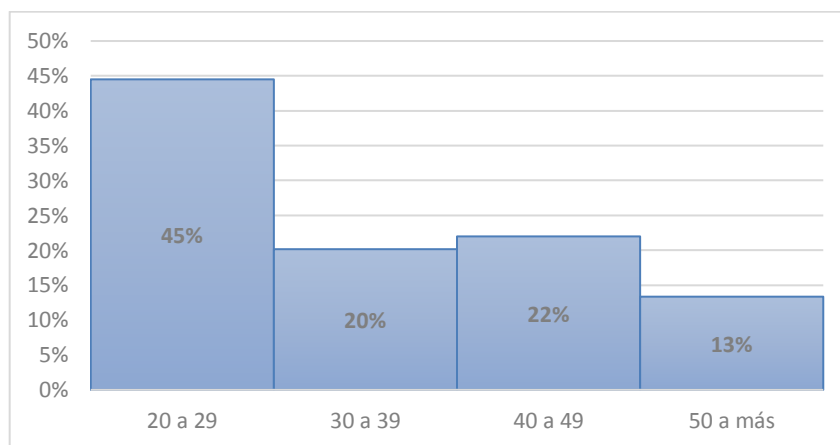
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
20 a 29	170	45%	45%	45%
30 a 39	77	20%	20%	65%
40 a 49	84	22%	22%	87%
50 a más	51	13%	13%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 12.

Edad



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 45 % de visitantes ostentan una edad dentro del rango de 20 a 29 años. Entonces, la edad promedio de visitantes al área protegida se encuentra de 20 a 29 años, consecuentemente de manera similar los rangos de edad de 30 a 39 años y 40 a 49 años; visualizando alta incidencia de jóvenes que visitan el área protegida con expectativas de aventura en espacios naturales y al aire libre.

4.3.3. Nivel de instrucción

Tabla 14.

Nivel de instrucción

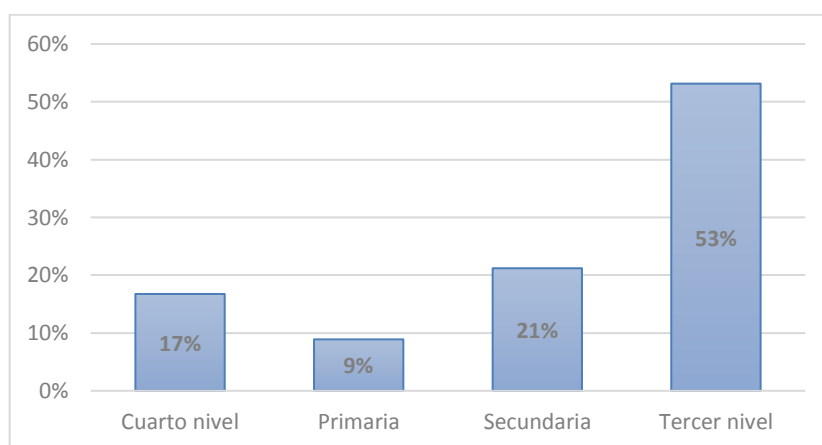
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Cuarto nivel	64	17%	17%	17%
Primaria	34	9%	9%	26%
Secundaria	81	21%	21%	47%
Tercer nivel	203	53%	53%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 13.

Nivel de instrucción



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 53% de los visitantes poseen un nivel de instrucción de tercer nivel. En cuanto al nivel de instrucción de los visitantes encuestados, más de la mitad reflejan que su formación es tercer nivel, mientras que el resto de encuestados se constituyen de nivel secundario, cuarto nivel y finalmente primaria; en consecuencia, se podría concluir que el 100% de los encuestados ha cursado la primaria marcando una tendencia de turistas informados en el destino al cual visitan.

4.3.4. Medios de difusión

Tabla 15.

Medios de difusión

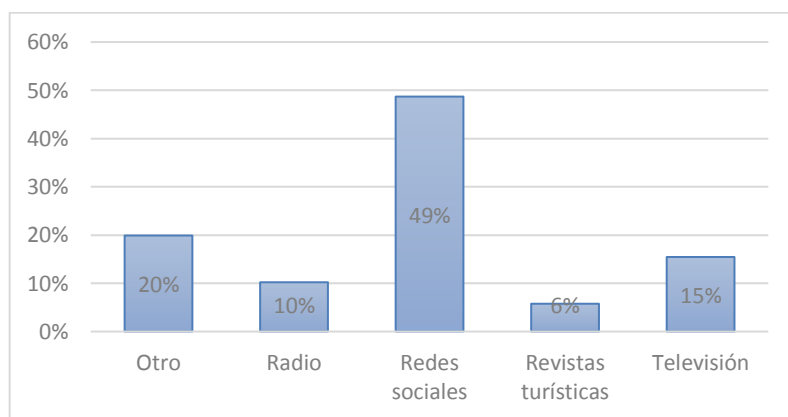
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Otro	76	20%	20%	20%
Radio	39	10%	10%	30%
Redes sociales	186	49%	49%	79%
Revistas turísticas	22	6%	6%	85%
Televisión	59	15%	15%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 14.

Medio de difusión



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 49% de visitantes se informan mediante redes sociales. Es decir un rango significativo de visitantes manifiestan que el medio de difusión a través del cual se informan son redes sociales como: Instagram, Tik Tok, Twitter, Whatts app, Facebook, Twitch, You Tube; consecuentemente la opciones otro (turismo y boca a boca), televisión y radio influyen en menor escala; confirmando el edad de los encuestados que son relativamente jóvenes, por lo tanto la tendencia es redes sociales.

4.3.5. Apoyo al desarrollo sostenible artesanal

Tabla 16.

Apoyo al desarrollo sostenible artesanal

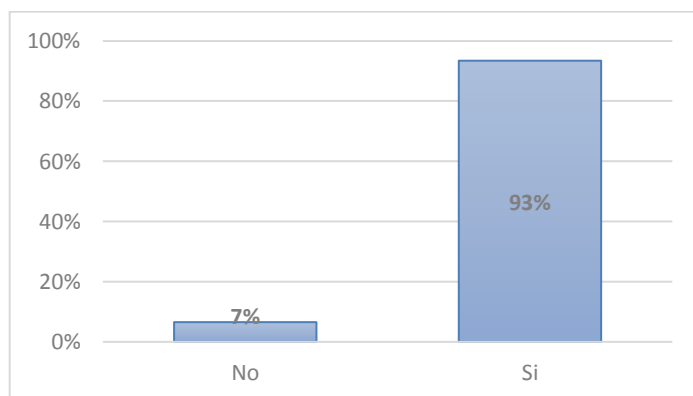
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
No	25	7%	7%	7%
Si	357	93%	93%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 15.

Apoyo al desarrollo sostenible artesanal



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 93% de visitantes opinan que apoyarían al desarrollo sostenible artesanal. Los visitantes encuestados demuestran un apoyo significativo al desarrollo sostenible de la tienda de artesanías, lo cual demuestra el interés por consumir productos artesanales ya sea con la finalidad de suplir una necesidad o llevar un recuerdo del nevado más alto del Ecuador; y además contribuir con una fuente de ingreso económico para las comunidades que viven dentro y en la zona de influencia de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

4.3.6. Frecuencia visita artesanías

Tabla 17.

Frecuencia visita artesanías

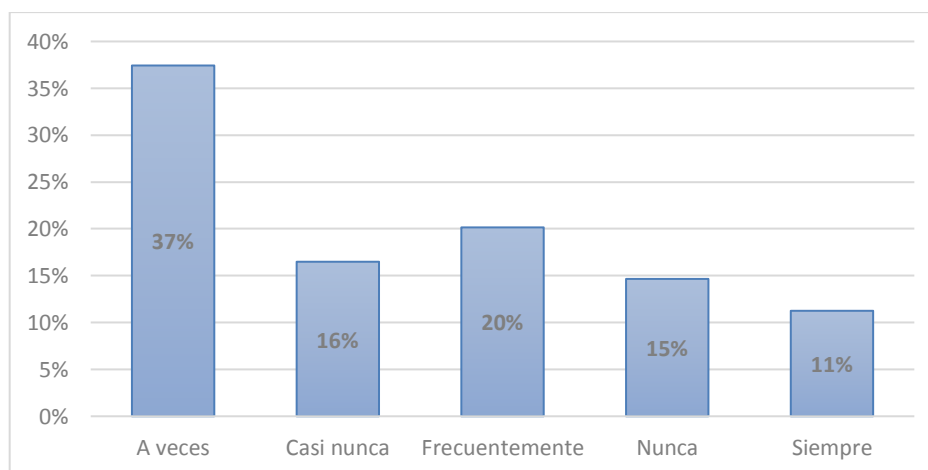
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
A veces	143	37%	37%	37%
Casi nunca	63	16%	16%	54%
Frecuentemente	77	20%	20%	74%
Nunca	56	15%	15%	89%
Siempre	43	11%	11%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 16.

Frecuencia visita artesanías



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 37% de visitantes han ingresado alguna vez a la tienda de artesanías. Entonces, la mayoría de encuestados mencionan que han ingresado ocasionalmente a la tienda de artesanías, lo cual demuestra que existe relativo interés por ingresar a la tienda de artesanías cuya causa probablemente sea la falta de diversificación de productos y la inadecuada atención al cliente.

4.3.7. Tipo de productos artesanales de preferencia

Tabla 18.

Tipo de productos artesanales de preferencia

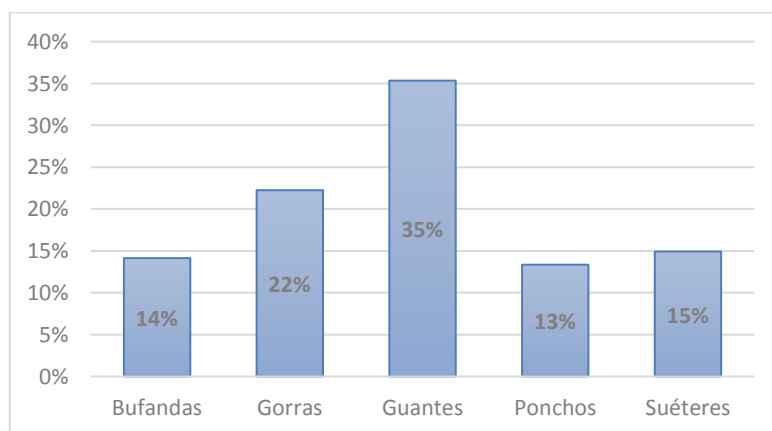
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Bufandas	54	14%	14%	14%
Gorras	85	22%	22%	36%
Guantes	135	35%	35%	72%
Ponchos	51	13%	13%	85%
Suéteres	57	15%	15%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 17.

Tipo de productos artesanales de preferencia



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 35% de visitantes manifiestan que el tipo de productos artesanales de su preferencia son los guantes. En consecuencia, la mayoría de visitantes optan por prendas que contribuyan a incorporar calor en esta altura, el resto de visitantes a menor escala manifiestan su preferencia por: guantes, gorras, bufandas y suéteres; a pesar de que los artesanos han incursionado en productos alternos como: lácteos, frutas deshidratadas y chocolate, los tejidos siguen siendo un nicho importante.

4.3.8. Productos artesanales a ofertar en la tienda

Tabla 19.

Productos artesanales a ofertar en la tienda

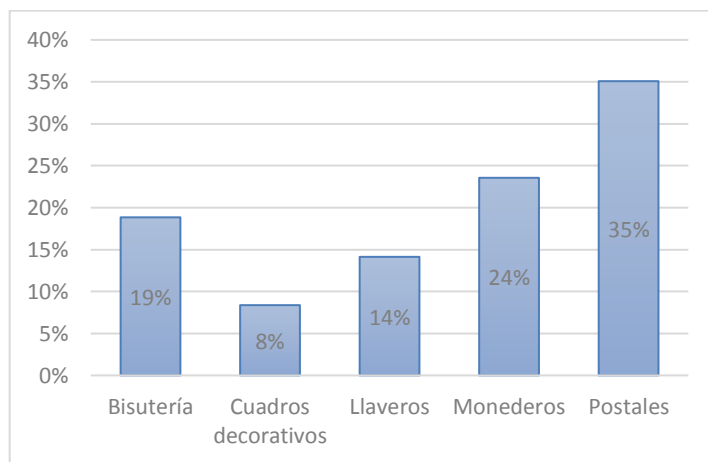
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bisutería	72	19%	19%	19%
Cuadros decorativos	32	8%	8%	27%
Llaveros	54	14%	14%	41%
Monederos	90	24%	24%	65%
Postales	134	35%	35%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 18.

Productos artesanales a ofertar en la tienda



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 35% de visitantes opinan acerca de los productos que desearían se oferten en la tienda de artesanías son postales. En éste sentido, un porcentaje significativo demuestra su interés por adquirir postales; mientras que un porcentaje menor de encuestados manifiestan su inclinación por productos variados como: monederos, bisutería y monederos, concluyendo que debería incursionarse en otro tipo de artesanías que motive al visitante a contar con opciones de compra.

4.3.9. Motivación adquisición artesanías

Tabla 20.

Motivación adquisición artesanías

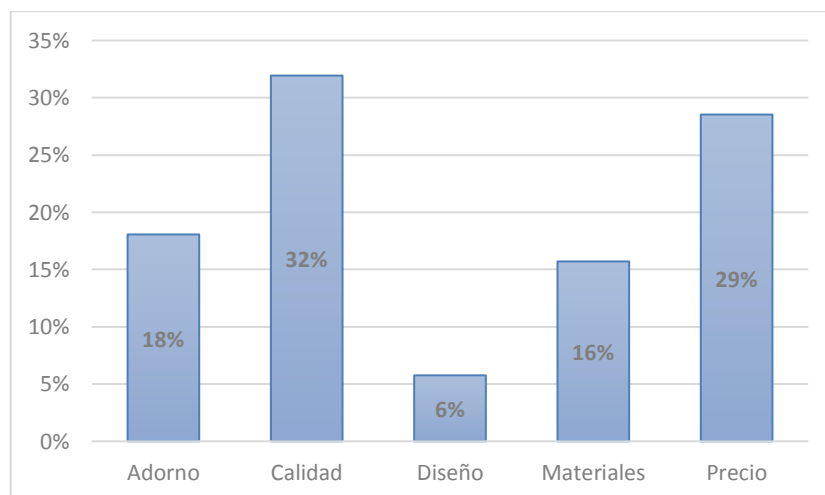
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Adorno	69	18%	18%	18%
Calidad	122	32%	32%	50%
Diseño	22	6%	6%	55%
Materiales	60	16%	16%	71%
Precio	109	29%	29%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 19.

Motivación adquisición artesanías



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 32% de visitantes consideran que la calidad es un motivo para la adquisición de artesanías. Por tanto, un rango trascendente de visitantes manifiesta su motivación por la cual adquieren artesanías, encontrándose calidad y precio en los estándares similares de importancia. Entonces los visitantes consideran importante adquirir un producto artesanal de calidad que cumpla sus expectativas de compra.

4.3.10. Pago por consumo de artesanías

Tabla 21.

Pago por consumo de artesanías

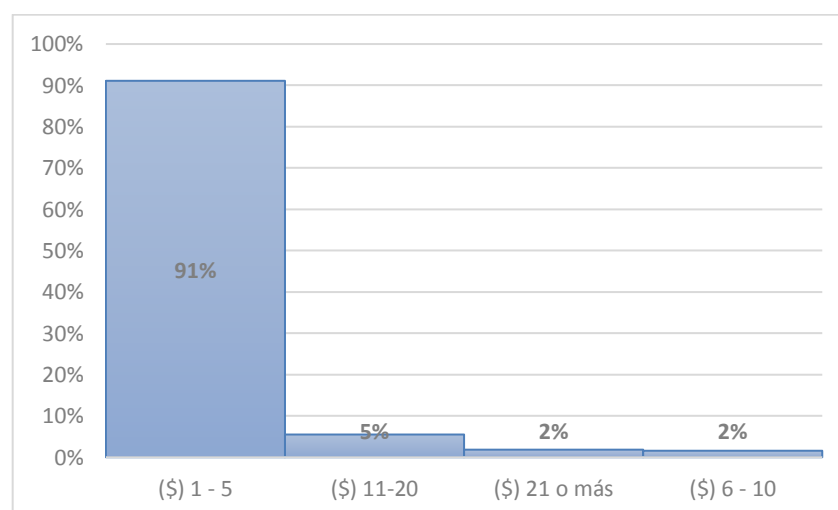
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
(\$) 1 – 5	348	91%	91%	91%
(\$) 11-20	21	5%	5%	96%
(\$) 21 o más	7	2%	2%	98%
(\$) 6 – 10	6	2%	2%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 20.

Pago por consumo de artesanías



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 91% de visitantes manifiestan que estarían dispuestos a pagar por consumo de artesanías entre (\$) 1 a 5 dólares. Es así que, la mayoría de visitantes encuestados manifiestan que están de acuerdo a pagar por el consumo de artesanías de (\$) 1 a 5 dólares; por lo tanto, la diversificación de artesanías debería enfocarse a éste rango que tiene mayor aceptación de consumo.

4.3.11. Conocimiento sobre artesanías

Tabla 22.

Conocimiento sobre artesanías

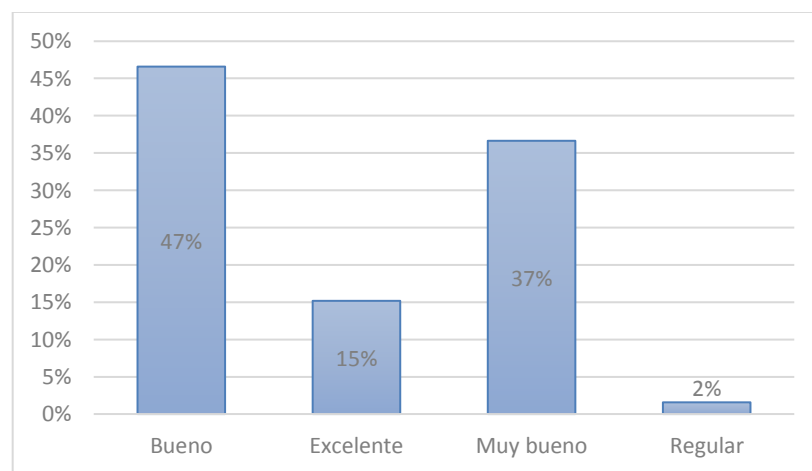
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	178	47%	47%	47%
Excelente	58	15%	15%	61%
Muy bueno	140	37%	37%	98%
Regular	6	2%	2%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 21.

Conocimiento sobre artesanías



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 47% de visitantes consideran que el conocimiento transmitido sobre artesanías es bueno. Entonces, en lo concerniente al conocimiento de los artesanos sobre el servicio que ofertan, la mitad de los encuestados están conformes con la facilitación del servicio, debido a que los artesanos dan a conocer el proceso de elaboración de artesanías y saberes ancestrales transmitidos por generaciones, creando interés por conocer más de la actividad artesanal.

4.3.12. Tipo de artesanías se expenden en la tienda

Tabla 23.

Tipo de artesanías se expenden en la tienda

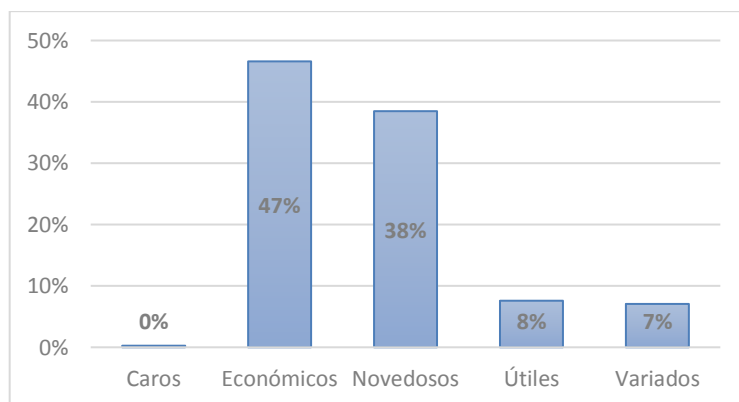
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Caros	1	0%	0%	0%
Económicos	178	47%	47%	47%
Novedosos	147	38%	38%	85%
Útiles	29	8%	8%	93%
Variados	27	7%	7%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 22.

Tipo de artesanías se expenden en la tienda



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 47% de visitantes estiman al tipo de artesanías que se expenden en la tienda como económicos. Dentro del tipo de productos que se expenden actualmente en la tienda de artesanías, los encuestados consideran esencial a los productos económicos y novedosos; por lo tanto, en la diversificación de artesanías se deberá tomar en cuenta al tipo de productos económicos para incursionar en nuevos tipos, corroborando la información anterior acerca del pago por artesanías.

4.3.13. Fuente de empleo con la venta de artesanías

Tabla 24.

Fuente de empleo con la venta de artesanías

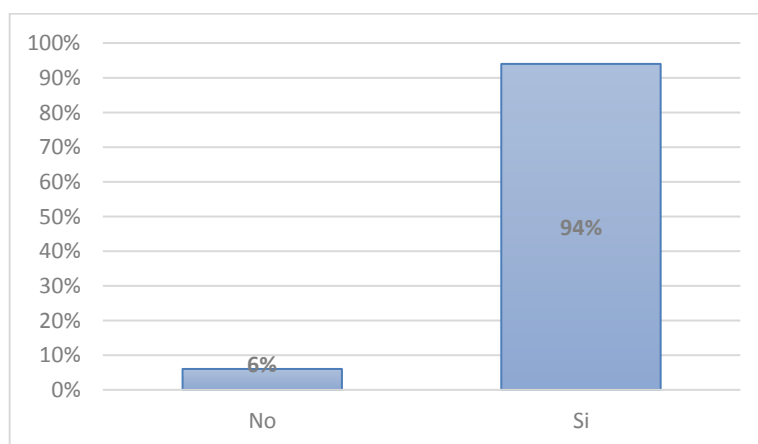
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
No	23	6%	6%	6%
Si	359	94%	94%	100%
Total	382	100%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

Gráfico 23.

Fuente de empleo con la venta de artesanías



Fuente: Encuesta aplicada a visitantes que ingresan a la RPFCH.

Elaborado por: Verónica Erazo.

El 94% de visitantes opinan que la venta de artesanías genera fuentes de empleo. Finalmente, la mayoría de los encuestados expresan que las artesanías crean fuentes de empleo para la población local, siendo una actividad alterna que complementa la economía familiar de los artesanos.

4.3.14. Discusión

En el 2012, en Ecuador, se da inicio a la gratuidad de ingreso para áreas protegidas por decreto presidencial, observando notoriamente que el flujo de visitantes ha incrementado en el área protegida, razón por la cual fines de semana y feriados acceden cientos de visitantes a la Ruta de los Refugios del Nevado Chimborazo por ser una de las rutas más conocidas de las doce existentes en las tres provincias Chimborazo, Tungurahua y Bolívar que forman parte de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

Es así, que con la finalidad de aprovechar este mercado potencial se propone la presente investigación aplicando encuestas a visitantes que acceden a diario por esta Ruta, demostrando los siguientes resultados:

La mayoría de los visitantes manifiestan su apoyo para del desarrollo sostenible artesanal mediante la adquisición de artesanías. El rango de edad de visitantes que ingresan a la ruta de los Refugios del Chimborazo de mayor incidencia es de 20 a 29 años, de género femenino; generalmente el nivel de instrucción de los visitantes es tercer nivel, los medios por los que se informan son redes sociales.

El ingreso de la mayor parte de visitantes a la tienda de artesanías de la Reserva Chimborazo no es frecuente; siendo los productos artesanales de preferencia: guantes, gorras y suéteres; existiendo el interés de ampliación de la oferta de artesanías a otros productos como: postales, monederos y bisutería, con precios accesibles.

Los visitantes manifiestan que su motivación principal para comprar artesanías es la calidad. Además, evalúan el conocimiento de los artesanos al momento de vender el producto como bueno, y consideran a los precios de las artesanías como asequibles. Finalmente, según la percepción de los visitantes, consideran que la venta de artesanías genera fuentes de empleo a nivel local.

Con estos resultados se evidencia la existencia de un segmento de mercado artesanal que merece ser atendido con productos variados, de calidad y de bajo costo; que identifique la característica del nevado Chimborazo como punto más cercano al sol; se deriva por lo tanto que, con mayor oferta los artesanos podrían alcanzar el desarrollo sostenible artesanal, a partir del uso de una herramienta (modelo de gestión) que los encamine con acciones estratégicas.

Con respecto a las artesanías ecuatorianas, expresan los valores patrimoniales y culturales de los pueblos, se producen desde la perspectiva de preservación tanto de los mismos valores culturales como de los recursos que constituyen sus materias primas; en este sentido, con la finalidad de visualizar el patrimonio cultural en el área protegida se incorporaron artesanías locales en el Centro de Servicios Turísticos El Arenal.

Actualmente a la sociedad le ha tocado volver hacia lo natural, alternado con lo esencial. Si bien las artesanías tienen la virtud de trascender en el tiempo, también deben ser renovadas de acuerdo a las tendencias actuales del mercado, constituyéndose en valores expresivos de las comunidades locales.

Los artesanos de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo son productores de larga experiencia que ponen en práctica sus conocimientos, destrezas, el lenguaje de sus manos, y el palpitar de su corazón con el máximo esmero en la elaboración de cada una de sus obras, reflejo de su paciencia y dedicación. De tal modo que cada producto, además de los valores culturales de sus respectivas tradiciones locales, es la materialización de su visión de la vida. Según (Dante C, 2017) “El crecimiento constante del turismo como una de las principales actividades dinamizadoras de la economía mundial demanda de manera imperativa su desarrollo y una gestión eficiente a largo plazo; en ese sentido se realizó la presente investigación titulada: “La gestión turística municipal y el desarrollo turístico del distrito de Huánuco – 2017”, la cual permitió obtener un aporte en el conocimiento técnico-teórico y entender mejor el desarrollo del sector turístico en el distrito de Huánuco.

Para (Escudero & Torres, 2018), en su investigación denominada “Modelo de gestión para el turismo rural en la zona centro de Manabí, Ecuador” destacan la importancia de diseñar un modelo de gestión turística para fomentar el turismo rural en la zona centro de la provincia de Manabí, además detallan la operatividad de los actores en los destinos turísticos para llevar a cabo la evaluación y control de las actividades; el modelo de gestión en mención servirá como guía para los actores públicos entre ellos las direcciones de turismo y los actores privados como los emprendedores de los lugares de interés turístico; aprovechando de manera sostenible los recursos naturales y culturales; a la vez mejorando la calidad de vida de las comunidades rurales.

Del análisis de la información recolectada sobre desarrollo sostenible artesanal, se resalta a la gestión turística como uno de los temas más importantes en la actualidad, debido a que

busca garantizar la eficacia en la administración de las actividades, enfocándose en mejorar las condiciones de vida de las comunidades y el éxito del turismo.

Considerando lo antes mencionado, cabe resaltar la importancia de un modelo de gestión para mejorar el desarrollo turístico a través de un instrumento técnico, vinculado a las nuevas modalidades del turismo, que permita ofrecer servicios de calidad a los turistas y mejorar la calidad de vida de la población.

4.4. Prueba de hipótesis

4.4.1. Hipótesis general

H_a: La gestión influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

H₀: La gestión no influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

Para demostrar la hipótesis general, se considera los resultados obtenidos en la tabla N° 3, donde se resumen los porcentajes correspondientes a la variable gestión determinante para el desarrollo sostenible artesanal y que fueron obtenidos mediante una autoevaluación realizada a los artesanos que usan la tienda de artesanías.

Para el contraste de la hipótesis se utiliza la distribución de proporción, donde:

$$p = \frac{32}{70} = 0,46\% \quad q = \frac{38}{70} = 0,54\% \quad n = 70$$

a) $H_0: P = 0,50$

$H_a: P < 0,50$

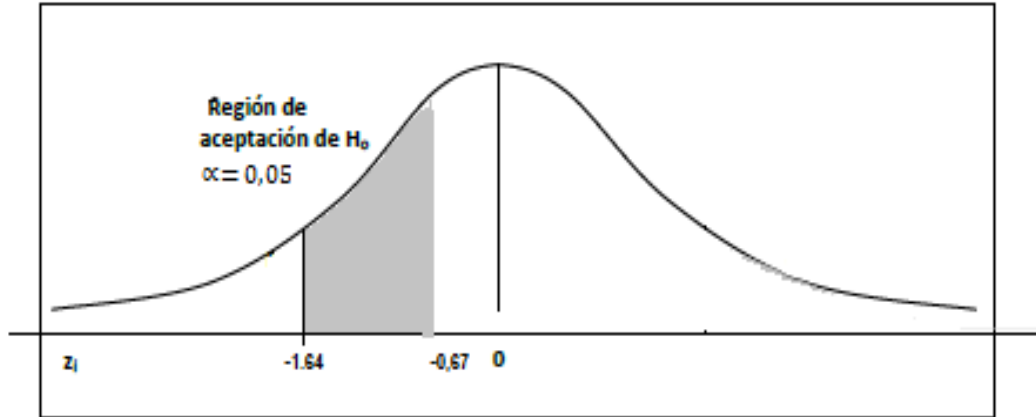
b) $\alpha = 0,05$

c)
$$z = \frac{p-P}{\sqrt{\frac{P*Q}{n}}} = \frac{0,46-0,50}{\sqrt{\frac{0,46*0,54}{70}}} = -0,67$$

d) Dócima unilateral hacia la izquierda $\alpha = 0,05$

Gráfico 24.

Región de aceptación de H_0



Elaborado por: Verónica Erazo.

e) Decisión

Como el valor de z calculado ($z = -0,67$), es mayor que el valor de z crítico ($z_c = -1,64$) y se ubica en la zona de aceptación de la hipótesis nula (H_0); entonces, se acepta la hipótesis nula (H_0); y se rechaza la hipótesis alterna (H_a). Es decir, la gestión turística no influye en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- La gestión no influye en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
- Se determinó la influencia de la planificación en el desarrollo sostenible artesanal de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; en este contexto, es primordial que la tienda de artesanías incluya un proceso de planificación mediante el cual se definan metas, estrategias, asignen recursos para alcanzar el desarrollo sostenible artesanal.
- Se identificó la influencia de la organización en el desarrollo sostenible artesanal de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; por lo tanto, en la tienda de artesanías es prioritario definir la estructura de un negocio que incorpore la designación de responsabilidades, reporte de actividades y toma de decisiones.
- Se analizó la influencia de la dirección en el desarrollo sostenible artesanal de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; es decir, en la tienda de artesanías es fundamental involucrar a colaboradores que demuestren liderazgo en la toma de decisiones e iniciativa en los procesos y coordinación, motivándolos a trabajar en un buen ambiente laboral.
- Se estableció la influencia del control en el desarrollo sostenible artesanal de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo; por lo tanto, en la tienda de artesanías es sumamente importante integrar mecanismos de control que contribuyan al monitoreo de las metas planteadas en coherencia con los resultados alcanzados.

5.2. Recomendaciones

- Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas reflejaron además ciertas limitaciones en cada una de las etapas de planificación, organización, dirección y control por lo cual amerita considerarse una propuesta de modelo de gestión.
- Todo proceso de gestión involucra planificación y organización, permitiendo que se cuente con planes, una adecuada estructura organizativa y distribución de recursos, además se recomienda un estudio técnico para la diversificación de artesanías permitiendo que los visitantes cuenten con variedad de productos.
- Por otra parte, todo proceso de gestión involucra dirección, pues es indispensable contar con una persona que lidere los procesos y coordine acciones en beneficio de los artesanos para estar a la vanguardia en tendencias de diseños, texturas y colores en el mercado artesanal con capacitaciones permanentes tanto en el tema artesanal como en el sector turístico.
- Todo proceso de gestión involucra control, con la finalidad de dar un monitoreo permanente a las actividades, lo cual permitirá realizar un análisis comparativo del estado actual y las metas trazadas inicialmente; a su vez generando estrategias de promoción y difusión en medios de comunicación con tendencia actual, para dar a conocer a visitantes nacionales y extranjeros acerca de las artesanías que se producen en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1. Tema

Modelo de Gestión Turística para la tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

6.2. Introducción

El Ministerio del Ambiente y Agua, a través de la Dirección de Áreas Protegidas y Otras Formas de Conservación administra la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, creada con el Acuerdo Ministerial N° 437, el 29 de octubre de 1987, con una extensión de 52 683 ha, ubicada en las provincias de Chimborazo, Tungurahua y Bolívar. Es una de las diez áreas protegidas más visitadas a nivel nacional.

La administración de la Reserva Chimborazo facilita el uso de la tienda de artesanías a tres comunidades quienes tienen territorio dentro el área protegida, tres de la provincia de Chimborazo (Casa Cóndor, Chorrera Mirador Alto y Urku Wayra), adicionalmente cuatro comunidades de la Provincia de Bolívar (Culebrillas, Natawa, Pachancho y Yacubiana), con la finalidad de la comercialización de productos artesanales basados en prendas tejidas a mano en fibra de alpaca y lana de oveja, productos procesados y artículos elaborados en paja de paramo, entre otros.

La comercialización se da bajo un sistema rotativo; es decir, rotan los días y las comisiones comunitarias para la venta, repitiendo el ciclo cada cuatro días durante todo el año. Los días feriados asisten todas las organizaciones y comunidades. La operación no es especializada desde el punto de vista comercial, los márgenes de ventas son poco rentables y la calidad de los productos apenas cubren las expectativas de los clientes.

Por esta razón, se propone un modelo de gestión seguro, confiable y especializado; para la operación integral de los servicios de estacionamiento, baterías sanitarias y productos artesanales; garantizando un proceso transparente y participativo se propone la conformación de un comité de gestión con funciones de planificación, administración, operación, monitoreo y seguimiento, con la participación de comunidades y autoridad ambiental.

En la presente propuesta se considera la creación de un Comité de Gestión, quién estará a cargo de la toma de decisiones, seguimiento permanente para las evaluaciones y contrataciones del personal para los servicios de artesanías, baterías sanitarias y estacionamiento, tomando en cuenta a las tres provincias con territorio en el área protegida

propiciando un espacio equitativo.

Como parte del fortalecimiento de la actividad turística es imprescindible contar con servicios de calidad, a través del presente modelo de gestión se pretende contar con una estructura organizativa artesanal eficiente que permita el desarrollo de la actividad turística con calidad, responsabilidad y transparencia.

6.3. Objetivos

6.3.1. General

Diseñar un modelo de gestión turístico para la tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo que contribuya al desarrollo turístico.

6.3.2. Específicos

- Identificar las condiciones básicas requeridas para la elaboración del Modelo de Gestión Turístico.
- Establecer los componentes básicos para la construcción del Modelo de Gestión Turístico.
- Articular los elementos fundamentales para el desarrollo del Modelo de Gestión Turístico.

6.4. Desarrollo

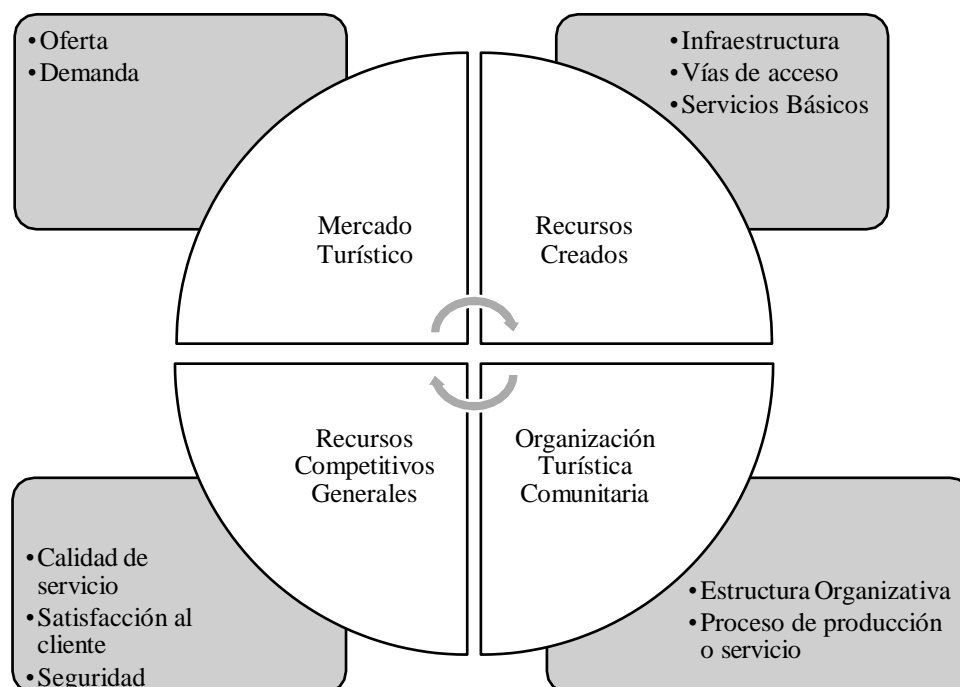
6.4.1. Condiciones básicas para el modelo de gestión

Tiene como finalidad ser el eje central con el que se puedan desarrollar las principales directrices para continuar a otros ámbitos, esta estructura es la que se encarga de controlar, organizar, monitorear todos los procesos en base a la gestión. Todos los miembros de la organización artesanal deben comprometerse para el desarrollo de las actividades y obtener los resultados esperados, mediante la inversión y ejecución de proyectos.

En este sentido, adaptadas a la realidad de los artesanos, se ha determinado las siguientes condiciones básicas consideradas para la construcción del modelo de gestión, lo cual contribuirá como herramienta de planificación para alcanzar el desarrollo turístico del servicio de artesanías, para ello se ha considerado como base la metodología propuesta por (CODESPA, 2011).

Ilustración 1.

Condiciones básicas para el modelo de gestión turística



Fuente: CODESPA, 2011

Modificada por: Verónica Erazo, 2021

6.4.1.1. Mercado Turístico

6.4.1.1.1. Oferta

Dentro del servicio de artesanías el cual fue nuestro objeto de investigación, se expenden tejidos elaborados a mano con fibra de alpaca y lana de borrego como: gorras, bufandas, guantes, pasamontañas, chales, ponchos, cuelleras, suéteres, diademas de lana, medias cuyos precios fluctúan entre 4,00 dólares y 35 dólares; además complementariamente productos alimenticios procesados como: quesos, turrone, chocolates y melcochas; y, artículos elaborados en paja de páramo como: canastos, llaveros, porta cubiertos, entre otros. Así mismo la comercialización de frutos deshidratados, mermeladas, manjar de leche y tés de plantas medicinales como el mortiño, jengibre y sunfo.

6.4.1.1.2. Demanda

La tienda de artesanías se encuentra localizada en el Centro de Servicios Turísticos El Arenal (CSTA) de la Reserva Chimborazo, punto estratégico de acceso hacia la Ruta a los

refugios del Nevado Chimborazo, considerada como la quinta área protegida más visitada a nivel nacional del Patrimonio Áreas Naturales del Ecuador (PANE), que para el año 2019 fue 123 759 visitantes siendo una oportunidad para captar ingresos hacia la tienda y además se podría diversificar las artesanías, dando a los visitantes la posibilidad de escoger entre la variedad de productos artesanales.

6.4.1.2. Recursos Creados

6.4.1.2.1. La infraestructura turística

La infraestructura está facilitada por el Ministerio del Ambiente y Agua a los artesanos que poseen territorio dentro del área protegida, contando con infraestructura apropiada para facilitar un servicio de calidad a visitantes nacionales y extranjeros que ingresan a la Ruta de los refugios del Chimborazo.

Pero, adicionalmente se propone la remodelación de la tienda de artesanías, la cual contará con espacio mejor distribuido (Anexo 08).

6.4.1.2.2. Vías de acceso

Al estar en el acceso donde se registra a los visitantes que ingresan al área protegida, se cuenta con dos vías principales Riobamba – Guaranda y Ambato – Guaranda las cuales son de primer orden.

Para llegar a la tienda de artesanías del área protegida se lo puede realizar por diferentes medios de transporte: buses interprovinciales 10 de Noviembre, Flota Bolívar, Atenas que atraviesan la vía Riobamba-Guaranda, además se movilizan taxis y camionetas de alquiler que salen desde las ciudades Riobamba, Ambato y Guaranda.

6.4.1.2.3. Servicios básicos

La tienda de artesanías al formar parte de la infraestructura de la Reserva Chimborazo cuenta con servicio de energía eléctrica, telefonía satelital, internet, agua entubada, pozo séptico, esenciales para el desarrollo de la actividad turística.

6.4.1.3. Recursos Competitivos Generales

6.4.1.3.1. Calidad de servicio

A partir del año 2012 los artesanos inician la venta de tejidos elaborados en fibra de alpaca y lana de borrego en el área protegida, todos estos años fueron etapas de aprendizaje continuo, experiencia y constancia, las tres organizaciones artesanales procuran que las prendas tejidas se encuentran en estándares óptimos de calidad, variedad de modelos y

colores.

6.4.1.3.2. Satisfacción del cliente

Las prendas tejidas en fibra de alpaca y lana de borrego son indispensables a los 4 350 m.s.n.m. lugar donde se encuentra la tienda de artesanías pues incorporan abrigo en los visitantes que ingresan al área protegida; pero en conversaciones mantenidas con visitantes se ha sugerido diversificar la oferta de artesanías para dar mayor oportunidad al visitante en la elección de productos artesanales.

6.4.1.4. Organización Turística Comunitaria

6.4.1.4.1. Estructura Organizativa

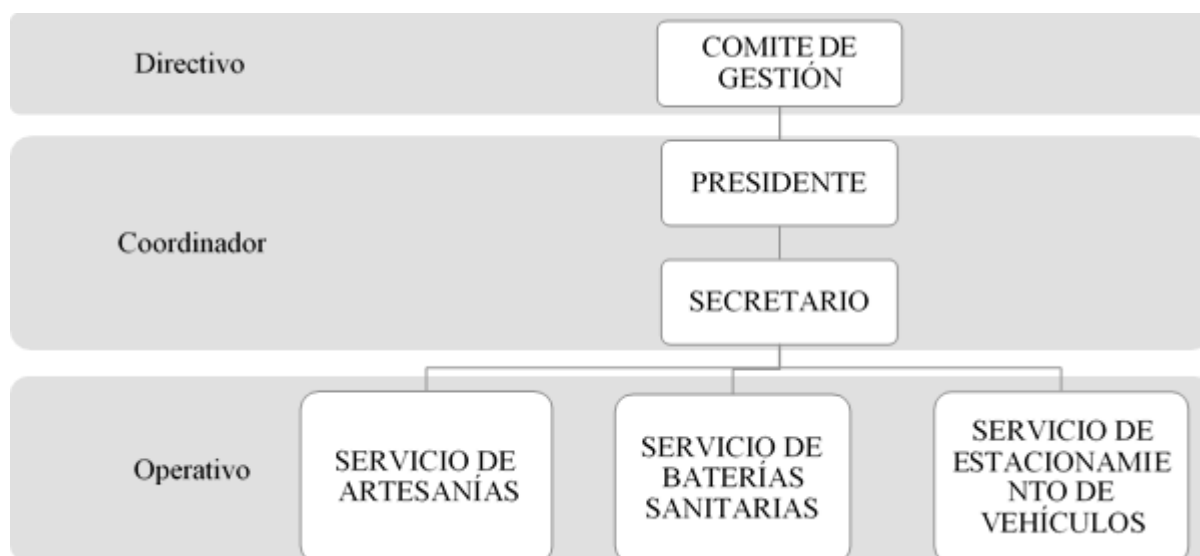
Como parte del fortalecimiento de la actividad turística es imprescindible contar con servicios de calidad por lo tanto a través del presente modelo de gestión se pretende contar con una estructura organizativa artesanal eficiente que permita el desarrollo de la actividad turística con calidad, responsabilidad y transparencia.

Para una mejor operación de los servicios se ha considerado la creación de un Comité de Gestión, quién estará a cargo de la toma de decisiones, seguimiento permanente para las evaluaciones y contrataciones del personal del servicio de: artesanías, tomando en cuenta a las tres provincias con territorio en el área protegida propiciando un espacio equitativo.

En este sentido, se incorpora un organigrama estructural de los servicios:

Ilustración 2.

Organigrama de servicio de artesanías



Elaborado por: Verónica Erazo.

6.4.1.4.2. Comité de Gestión

El Comité de Gestión estará conformado de la siguiente manera:

- ✓ Una persona responsable de la administración del MAAE – Reserva Chimborazo.
- ✓ Las comunidades que venden actualmente en la tienda serán consideradas como socias fundadoras y tendrán un/a delegado/a al comité de gestión.
- ✓ Un representante de los emprendimientos de turismo comunitario.
- ✓ Un representante de las organizaciones que elaboran productos procesados.
- ✓ Un representante de una ONG.

Se coordinará a través de los GAD San Juan, San Andrés, Pilahuín, Salinas y Guaranda quienes apoyarán con la selección de tres personas con el perfil idóneo, mediante actas de asamblea que respalden un proceso democrático y participativo por cada parroquia para atender el servicio de artesanías.

Será el encargado de organizar la retribución de las utilidades que se obtengan de los servicios: estacionamiento de vehículos y baterías sanitarias en el Centro de Servicios Turísticos El Arenal de la Reserva Chimborazo, los mismos que serán distribuidos en las comunidades, a través de un fondo concursable que consiste en la presentación de propuestas de un proyecto dirigido a comunidades. Además, el comité de gestión elegirá por unanimidad al presidente y secretario.

Además, promoverá y difundirá el quehacer artesanal de las comunidades locales, reflejando una muestra activa del trabajo para elaborar artesanías como una manifestación del arte popular y ancestral de las comunidades que integran la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

6.4.1.4.3.1. Presidente/a

Será la primera autoridad de la organización comunitaria, responsable de la planificación, organización, desarrollo, supervisión, evaluación y control de todas las actividades administrativas del servicio que brinda el establecimiento, tomando en cuenta la visión y misión.

Además, contará con el siguiente perfil:

- ✓ Tener actitud de liderazgo.

- ✓ Poseer mínimo el título de bachillerato.
- ✓ Ser miembro de la asociación por un mínimo de dos años.
- ✓ Manejar adecuadamente relaciones humanas y las responsabilidades.
- ✓ Saber discernir las problemáticas laborales.
- ✓ Dominar habilidades, actitudes y aptitudes.
- ✓ Poseer conocimientos básicos sobre paquetes informáticos.

6.4.1.4.3.2. Secretario/a

Es la persona que tendrá la responsabilidad de llevar un buen control de la documentación que maneja la asociación, de informar de forma escrita y verbal las principales propuestas que se presentan.

Deberá contar con el siguiente perfil:

- ✓ Ser parte de la organización.
- ✓ Tener experiencia como secretario/a en alguna de las organizaciones comunitarias.
- ✓ Tener el título mínimo de bachiller.
- ✓ Capacidad de liderazgo.
- ✓ Redacción adecuada de actas.
- ✓ Retentiva de las actividades.
- ✓ Saber aplicar un lenguaje adecuado en la redacción de documentos.
- ✓ Ser organizado en las diversas responsabilidades.
- ✓ Tener conocimientos en paquetes informáticos.

6.4.1.4.3.3. Administrador/a del servicio de artesanías.

Es la persona encargada de administrar los servicios de artesanías, estacionamiento y baterías sanitarias por lo tanto rendirá cuentas de los ingresos al Comité de Gestión. Además, se encargará de receptar los productos elaborados por artesanos en condiciones óptimas de calidad, para garantizar que la comercialización en la tienda de artesanías cumple con los criterios de calidad y seguridad en los productos procesados certificando su periodo de caducidad.

Cobrará las tarifas establecidas para los servicios de baterías sanitarias y estacionamiento de vehículos, será la única persona que administre el dinero por el uso de los servicios de

los visitantes.

Deberá contar con el siguiente perfil:

- ✓ Poseer el título de mínimo bachiller
- ✓ Debe tener experiencia en atención al cliente.
- ✓ Experiencia en ventas y comercialización.
- ✓ Tener conocimientos mínimos de contabilidad.
- ✓ Empatía (Saber ponerse en el lugar de los demás para entenderlos mejor).
- ✓ Ser bueno comunicando conceptos.
- ✓ Empoderamiento.
- ✓ Seguridad.
- ✓ Proactividad.
- ✓ Tener conocimientos en paquetes informáticos.

6.4.1.4.3.4. Responsable del estacionamiento de vehículos

Será la persona encargada de velar por el buen funcionamiento del servicio de estacionamiento de vehículos.

Deberá contar con el siguiente perfil:

- ✓ Tener buenas relaciones humanas.
- ✓ Poseer conocimientos de atención al cliente.
- ✓ Ser proactivo
- ✓ Empoderamiento
- ✓ Ser responsable, disciplinado y puntual.

6.4.1.4.3.5. Responsable de las baterías sanitarias

Será la persona encargada de velar por el buen funcionamiento, limpieza permanente y organización del servicio de baterías sanitarias.

Deberá contar con el siguiente perfil:

- ✓ Tener buenas relaciones humanas.
- ✓ Poseer conocimientos de atención al cliente.
- ✓ Ser proactivo
- ✓ Empoderamiento.

- ✓ Ser responsable, disciplinado y puntual.
- ✓ Ser amable.
- ✓ Ser pulcro y ordenado.
- ✓ Ágil en la limpieza inmediata frente a desmanes en las baterías sanitarias.
- ✓ Capacidad de información al cliente.
- ✓ Conocimientos básicos de gasfitería.

6.4.1.4.4. Proceso de producción o servicio

6.4.1.4.4.1. Servicio de la tienda de artesanías

Caracterización:

El Centro de Servicios Turísticos El Arenal dispone de una tienda con dos espacios para la comercialización de artesanías y productos procesados, debidamente equipadas con estanterías, muebles y servicios básicos. La infraestructura será facilitada a las comunidades que posean territorio dentro de la reserva para que puedan comercializar sus productos y a su vez generar ingresos para completar la economía familiar.

La tienda ofrecerá un servicio especializado, competitivo y estratégico que contará con cantidades en stock, variedad y calidad en sus productos provenientes de las comunidades, con facilidades de pago (cajero automático, datáfono - dispositivo de pago con tarjeta), administrado por una persona experta en ventas y administración. Adicionalmente se espera mejorar los volúmenes de venta con márgenes de utilidad significados, a través, del aprovechamiento del potencial de visitantes al área. A continuación, precisamos algunas características:

- ✓ La prestación del servicio por parte del Ministerio del Ambiente y Agua (MAAE) será sin fines de lucro, por lo que las comunidades se encargarán del mantenimiento y funcionamiento adecuado de la infraestructura como retribución.
- ✓ El acceso de las comunidades a la tienda se dará a través de un acuerdo con el MAAE.
- ✓ La operación de la tienda se realizará a través de un comité de gestión participativo.
- ✓ La gestión en su totalidad será acompañada por el MAAE, quién es el organismo rector para dar constante seguimiento del buen funcionamiento al servicio.

Operación

En la tienda, se comercializarán los productos artesanales de todas las comunidades interesadas, que cuenten con productos que cumplan estándares mínimos de calidad establecidos de manera conjunta. El servicio de artesanías será operado por un administrador/a, contratado por el comité de gestión, que detallaremos más adelante. Además, se contará con equipos para facilitar el pago y la administración.

El abastecimiento de los productos será mensual, por lo que las comunidades deberán entregarlos previa coordinación con el administrador. Los precios de los productos serán previamente establecidos en el comité y el pago será mensual según inventario de productos vendidos por comunidad.

Las comunidades se encargarán de mantener la infraestructura en condiciones adecuadas realizando actividades de mantenimiento periódicamente. Adicionalmente, deberán participar activamente en los procesos de capacitación y en reuniones según lo establezca el comité.

El financiamiento para el pago de los servicios del administrador, se obtendrá de la operación de los servicios de estacionamiento y baterías sanitarias. A continuación, un mapa donde se detalla el proceso de funcionamiento del servicio.

6.4.1.4.4.2. Servicio de estacionamiento de vehículos

Caracterización

En la actualidad, en el área protegida existen espacios designados para que los visitantes estacionen sus vehículos, es operado por el personal de guardaparques y gratuito. Este servicio será entregado a las comunidades que posean y se encuentren dentro del territorio del área protegida para que puedan administrar mediante el comité de gestión y a su vez generar ingresos.

Este servicio ofrece a todos los visitantes un sistema de parqueo que organiza el flujo de vehículos de manera eficiente y segura, sin alterar el ecosistema por la erosión y contaminación.

El servicio será operado por personas de las comunidades previamente seleccionadas y contratadas por el comité de gestión. Tendrá un costo diferenciado por tipo de vehículo. Con su prestación se espera obtener márgenes de utilidad, que beneficien como retribución

a las comunidades por sus espacios en conservación, mediante la utilización de los estacionamientos por parte de los visitantes con este medio de transporte.

Operación

Los vehículos solicitantes del servicio deberán ubicarse en los estacionamientos al exterior del Centro de Servicios, cuyo espacio es de 3.500m² con capacidad de 120 vehículos; donde tendrán un tiempo de 15 minutos para permanecer sin costo, hasta registrarse y pagar el servicio de estacionamiento en la tienda de artesanías.

El personal de operación, deberá informar a los usuarios lo siguiente:

- El tiempo de permanencia en el estacionamiento sin costo.
- El lugar para realizar el registro de ingreso.
- La tienda de artesanías será el lugar destinado para pago de los servicios.

Cada vehículo antes de ingresar al Centro de Servicios debe entregar el ticket a la persona responsable del control. Los estacionamientos tanto del área de ingreso, como los del Refugio Carrel contarán con personal de apoyo para la organización de los vehículos y evitar en este último caso, invadan el estacionamiento exclusivo para montañistas y personas con discapacidad. Los estacionamientos contarán con lugares específicos para personas con discapacidad y serán los más cercanos al registro de visitantes.

Las personas de las comunidades que cuentan con vehículos y prestan el servicio de transporte tendrán conocimiento sobre el funcionamiento y las tarifas por concepto de estacionamiento, se les asignará un área específica para su uso; sin embargo, serán exonerados de los costos, tendrán derechos y obligaciones con el área protegida.

Tabla 25.

Tarifa de costos de ingreso al estacionamiento

N°	Detalle	Costo
1	Automóviles	2,00
	Camionetas	2,00
2	Busetas	3,00
	Camiones	3,00
	Buses	3,00
3	Vehículos alta montaña	5,00

Elaborado por: Verónica Erazo

6.4.1.4.3. Servicio de baterías sanitarias

Caracterización

El Centro de Servicios Turísticos El Arenal cuenta con baterías sanitarias, donde aproximadamente 400 turistas/ día los utilizan, superando este número durante fines de semana y días feriados. Este servicio es gratuito, y el mantenimiento es realizado por el personal de Guardaparques con apoyo de las comunidades que comercializan sus productos artesanales en el área protegida.

La Reserva de Producción de Fauna Chimborazo no dispone de recursos suficientes para adquirir los insumos de limpieza requeridos para la operación diaria de este servicio, y para el mantenimiento de la infraestructura de manera periódica, ocasionando constantes llamados de atención por parte de los turistas nacionales y extranjeros que visitan los diferentes atractivos.

Las baterías sanitarias del Centro de Servicios Turísticos constan de dos secciones; una para uso de caballeros y otra para damas debidamente equipados, con accesibilidad para personas con discapacidad.

Este servicio será entregado a las comunidades que posean y se encuentren dentro del territorio del área protegida para su operación a través de una persona contratada, lo cual implica un cambio en las condiciones de uso para los visitantes, que tendrá un costo. Los recursos económicos que se generen por este servicio serán destinados para el abastecimiento de materiales de limpieza y pago de honorarios de la persona encargada.

A continuación, precisamos algunas características:

- La prestación del servicio por parte del Ministerio del Ambiente y Agua (MAAE), a las comunidades será sin fines de lucro, por lo que las comunidades se encargarán del mantenimiento y funcionamiento adecuado de las baterías sanitarias.
- La administración se realizará a través del comité de gestión participativo.
- El mantenimiento de los pozos sépticos será realizado anualmente con el asesoramiento del personal técnico del Ministerio del Ambiente y Agua (MAAE).

Operación

Como ya mencionamos, se contratará una persona para la operación de este servicio. El horario de atención de 08h00 a 17h00. Los precios de los productos serán previamente

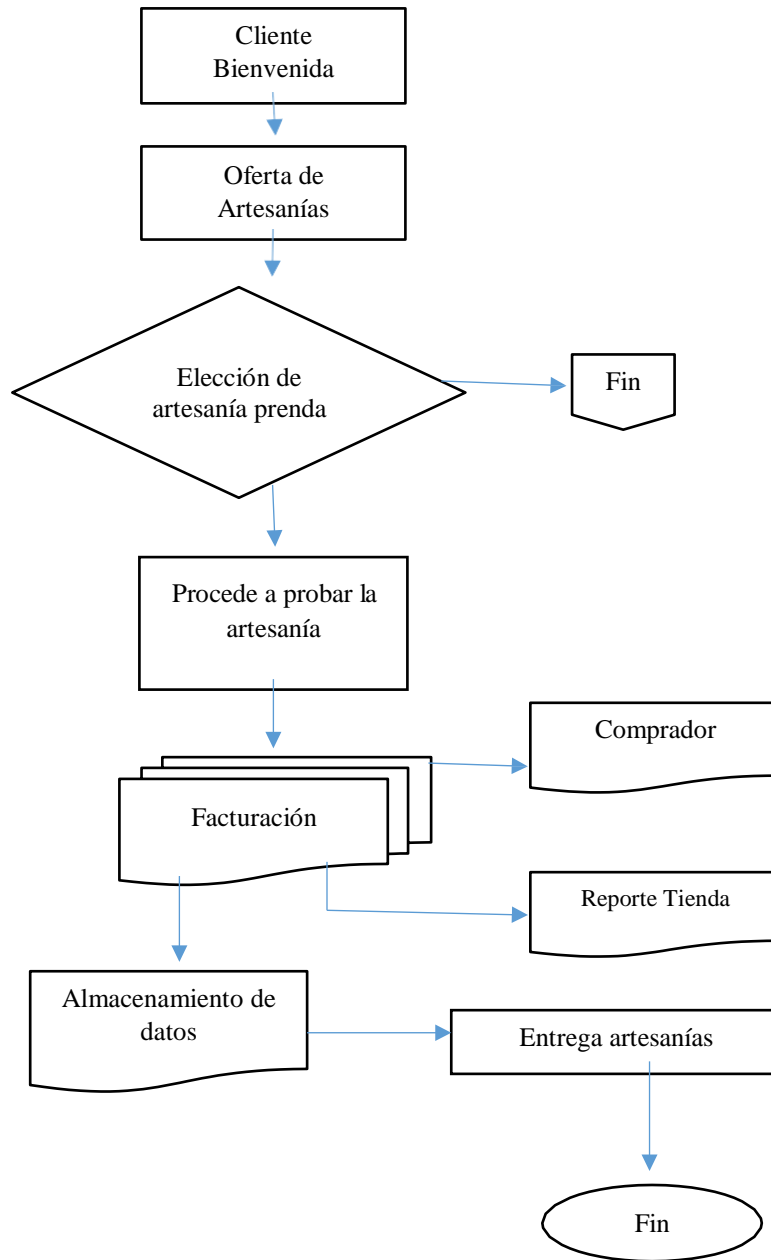
establecidos. Este servicio también será administrado por el responsable de la tienda de artesanías, quien tendrá un rol de administrador.

Tabla 26.

Tarifa para ingreso a baterías sanitarias

N°	Detalle	Costo
1	Costo papel higiénico (1m)	0,25
2	Costo de toallas sanitarias	0,25

Elaborado por: Verónica Erazo

Ilustración 3.*Flujograma del servicio de artesanías*

Elaborado por: Verónica Erazo

6.4.2. Componentes básicos para construir el modelo de gestión turístico

De acuerdo a los resultados emitidos en la presente investigación se ha establecido una estructura compuesta por tres componentes para la construcción del modelo de gestión: Planificación, Desarrollo de productos artesanales, Promoción.

Ilustración 4.

Componentes básicos para construir el modelo de gestión turístico



Fuente: Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza SECO, 2014

Modificada por: Verónica Erazo, 2021

6.4.2.1. Planificación

En este componente se considera la misión, visión y objetivos que desean alcanzar las organizaciones artesanales.

6.4.2.1.1. Diseño de la misión organizacional

Considerando la guía metodológica planteada por Valda (2013), se ha considerado de forma participativa.

Cuadro 2.*Directrices para diseñar la misión organizacional*

Concepto	Preguntas
Detalla el rol que desempeña en la actualidad la organización, para alcanzar su visión, es la razón de ser de la empresa (Kotler & Armstrong, 2004)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Quiénes somos? 2. ¿Qué buscamos? 3. ¿Qué hacemos? 4. ¿Dónde lo hacemos? 5. ¿Por qué lo hacemos? 6. ¿Para quién trabajamos?

Fuente: Valda, 2013

Misión propuesta

Somos una empresa que promueve los saberes ancestrales a través de la elaboración de artesanías autóctonas hechas a mano, brindamos alternativas de artesanías de la más alta calidad para visitantes que ingresan al área protegida; promoviendo la sostenibilidad de la actividad artesanal y la sustentabilidad de los artesanos.

6.4.2.1.2. Diseño de la visión organizacional

Del mismo modo, considerando la guía metodológica planteada por Valda (2013), se ha considerado de forma participativa.

Cuadro 3.*Directrices para diseñar la visión organizacional*

Concepto	Preguntas
Corresponde al camino al que se dirige la empresa, a largo plazo; y, sirve de rumbo e incentivo en las decisiones estratégicas de crecimiento, junto a las decisiones de competitividad (Jack, 2000)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio? 2. ¿Cómo seremos en el futuro? 3. ¿Qué haremos en el futuro? 4. ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?

Fuente: Valda, 2013

Visión propuesta

En el 2026, ser una empresa líder a nivel nacional e internacional en la venta y comercialización de artesanías que visualicen la iniciativa, tradición y cultura de nuestros pueblos ancestrales garantizando la satisfacción de nuestros clientes mediante el desarrollo de artesanías hechas a mano con calidad y responsabilidad social.

6.4.2.1.3. Objetivos de la organización

- ✓ Mejorar la prestación del servicio, a través de talleres de capacitación que fortalezcan la actividad turística
- ✓ Diseñar el orgánico funcional para el fortalecimiento del trabajo en equipo y la asignación de funciones y responsabilidades.
- ✓ Incrementar la rentabilidad de la tienda, generando ingresos adicionales para mejorar la calidad de vida de los artesanos.

6.4.2.1.4. Plan de acción y actores

Para realizar una gestión adecuada, el plan de acción se constituye en una herramienta esencial en la organización artesanal.

Cuadro 4.*Plan de acción y actores turísticos*

Objetivo	Acciones	Quién llevará a cabo (Actores Turísticos)	Cómo se realizarán	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la prestación del servicio, a través de talleres de capacitación que fortalezcan la actividad turística 	<p>Capacitación en administración de empresas, atención al cliente, información turística.</p> <p>Capacitación en manejo de equipos de computación, redes sociales.</p>	<p>Ministerio de Turismo, MIES, Ministerio de Ambiente y Agua, Artesanos.</p>	<p>Se invitará mediante convocatorias a las personas interesadas a formar parte de estos procesos de capacitaciones.</p>	<p>Espacio físico (casa comunal).</p> <p>Material para capacitación (cuaderno, esfero, papelotes, marcadores)</p>
<ul style="list-style-type: none"> Diseñar el orgánico funcional para el fortalecimiento del trabajo en equipo y la asignación de funciones y responsabilidades. 	<p>Delegación de responsabilidades para mejorar las funciones administrativas y operativas de la tienda.</p> <p>Elaborar mapas de proceso.</p> <p>Implementar una cultura organizacional.</p>	<p>Ministerio de Ambiente y Agua. Artesanos.</p>	<p>Mediante una reunión participativa se trabajará con los artesanos en la elaboración y socialización del orgánico funcional.</p>	<p>Espacio físico (casa comunal).</p> <p>Material para capacitación (cuaderno, esfero, papelotes, marcadores)</p>

-
- Incrementar la rentabilidad de la tienda, generando ingresos adicionales para mejorar la calidad de vida de los artesanos. Capacitar a la población en elaboración de artesanías diferentes a los que elaboran actualmente. Ministerio de Turismo. Convocar a los artesanos capacitaciones para la diversificación de artesanías. Espacio físico (casa en comunal). Material para capacitación (cuaderno, esfero)
-

Elaborado por: Verónica Erazo.

6.4.2.1.5. Desarrollo social, económico y ambiental

El desarrollo social y económico tiene que ver directamente con la sostenibilidad de la organización artesanal, una fuente adicional de ingresos económicos contribuye a la disminución de la pobreza, disminución de la migración, y por consiguiente concatena al incremento de fuentes de empleo e incremento de recursos económicos, garantizando el bienestar social, económico y cultural de los artesanos.

En el ámbito ambiental los beneficiarios de la tienda de artesanías apoyarán constantemente en las campañas de limpieza del área protegida que por una parte está relacionada directamente con visitantes que ingresan a las diferentes rutas turísticas y, por otra parte, a tránsito vehicular de las vías Riobamba-Guaranda y Ambato-Guaranda.

6.4.2.2. Desarrollo de productos artesanales

En cuanto a la oferta existente en la tienda de artesanías podemos detallar:

Tabla 27.

Tejidos en lana de borrego y fibra de alpaca

N°	Producto	Precio (\$)
1	Gorras	6.00
2	Pasamontañas	6.00
3	Bufandas	6.00
4	Guantes	6.00
5	Cuelleras	6.00
6	Diademas-lana	3.00
7	Ponchos	35.00
8	Suéteres	25.00
9	Chales	20.00
10	Medias	6.00

Fuente: Primaria

Elaborado por: Verónica Erazo

Tabla 28.*Productos lácteos procesados*

N°	Producto	Precio (\$)
1	Queso fresco grande	9.00
2	Queso fresco pequeño	5.00
3	Queso de orégano	5.00
4	Queso de ají	5.00
5	Queso de albaca	5.00
6	Queso de cuatro sabores	7.00
7	Queso mozzarella pequeño	3.00
8	Queso mozzarella grande	5.00

Fuente: Primaria

Elaborado por: Verónica Erazo

Tabla 29.*Frutas deshidratadas y otros*

N°	Producto	Precio (\$)
1	Funda frutas mix	1.50
2	Mermeladas	3.00
3	Tés	1.50
4	Chocolates	1.00
5	Turrone	1.00
6	Melcochas	1.00
7	Maíz de dulce	1.50
8	Maíz de sal	1.50
9	Galletas de quinua	2.00
10	Vicuñas de felpa	5.00
11	Cestos en paja	5.00
12	Porta vasos de paja	3.50
13	Bisutería en mullos	3.00

Fuente: Primaria

Elaborado por: Verónica Erazo

6.4.2.3. Promoción

6.4.2.3.1. Estrategias de promoción y comunicación

Para posicionar las artesanías en el mercado, es necesario establecer estrategias eficaces, pero además con el involucramiento de diversos actores, que continuación, se detallan:

Tabla 30.*Estrategias de Promoción*

Estrategias	Acciones	Responsable	Inversión	Ejecución	Observación
Disponer una imagen turística que identifique a la tienda de artesanías.	Elaboración de una imagen corporativa.	Verónica Erazo	50.00	Diciembre 2021	Presupuesto responsable
	Diseño de una página web, informar a consumidores potenciales.		300.00	Enero 2021	
	Creación de un a fanpage en Facebook.		100.00		
Mejorar la prestación del servicio, a través de talleres de capacitación que fortalezcan la actividad turística.	Talleres de capacitación a en: atención al cliente, marketing digital e innovación.	Artesanos	600.00	Marzo 2021	Presupuesto artesanos
Elaboración de souvenirs para posicionar la imagen corporativa.	Diseño de fundas para productos vendidos (bags) y etiquetas de cartón ecológicas para artesanías.	Verónica Erazo	50.00	Enero 2019	Presupuesto de responsable

Elaborado por: Verónica Erazo.

6.4.2.3.2. Imagen corporativa

Ilustración 5.

Imagen de la tienda de artesanías



Elaborado por: Verónica Erazo.

Slogan: Creadas para ti

6.4.2.3.2.1. Descripción del logotipo

En fondo de color verde se ha escogido por encontrarse en un área protegida de importancia nacional, además recuerda la renovación cíclica del mundo natural, que renace en la primavera, fresco y lleno de potencial. El verde mantiene una relación con la realidad concreta, simboliza también la función sensorial, directamente tangible en la vegetación.

Es representativo la silueta del Nevado Chimborazo, de gran atractivo por ser la más alta montaña medida desde el centro de la tierra; además de la madeja de hilo se asocia también a la capacidad de alimentar, cuidar y proteger la organizacional artesanal. Habilidad que desarrollan cada artesano por cuidar de sí mismo y de los demás.

6.4.2.3.3. Medios de comunicación

Los medios de comunicación que han sido considerados para dar a conocer a los visitantes acerca de la oferta de artesanías, se han establecido estrategias que se detalla a continuación:

Tabla 31.*Fanpage en Facebook*

Estrategia # 1	Fanpage en Facebook
Objetivo	Fomentar un espacio informativo para los socios y público en general (18-65 años de edad) de la ciudad de Riobamba.
Descripción	Facebook ayuda a mantener relaciones digitales a través de contenidos y mensajes es necesario contar con una cuenta personal.
Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> - Crear una página empresarial - Revisar las políticas de Facebook - Usar un nombre Empresarial - Configurar foto de perfil y portada q llame la atención.
Responsable	Administrador/a tienda artesanías
Tiempo de duración	Creación de la fanpage por una única ocasión. Mantenimiento de la fanpage en forma constante
Presupuesto	Ninguno
Link Facebook	https://www.facebook.com/

Elaborado por: Verónica Erazo.

Ilustración 6.*Creación de una Fanpage*

The image shows a screenshot of a Facebook business page for 'Nevado Chimborazo Artesanías'. The page layout includes a left-hand navigation menu with options such as 'Inicio', 'Noticias', 'Administrar tienda', 'Bandeja de entrada', 'Tienda de apps para negocios', 'Recursos y herramientas', 'Notificaciones', and 'Estadísticas'. The main content area displays a photograph of a store interior with various handicrafts on display. Below the photo is the page name 'Nevado Chimborazo Artesanías' and a blue button labeled '+ Agregar un botón'. The top navigation bar includes search, home, and notification icons.

Elaborada por: Verónica Erazo

Tabla 32.*Publicidad pagada en Facebook*

Estrategia # 2	Publicidad pagada en Facebook
Objetivo	Llegar de manera directa al público objetivo deseado
Descripción	A través de la publicidad pagada se puede optar por la segmentación la misma que permite seleccionar exclusivamente el perfil del público objetivo.
Tácticas	- Contar con el presupuesto - Seleccionar los días que se desea que la publicidad circule por la red social Facebook.
Responsable	Administrador/a tienda artesanías
Tiempo de duración	Mínimo 1 publicidad pagada por 7 días.
Presupuesto	\$30 (10 días en Facebook) por los 12 meses seria \$360 anual

Elaborado por: Verónica Erazo.

Tabla 33.*Publicidad programada en Facebook*

Estrategia # 2	Publicidad programada en Facebook
Objetivo	Lograr publicar anuncios de manera automática en la página de Facebook.
Descripción	Al realizar publicidad programada en Facebook depende del administrador la fecha y hora en que va a comenzar a circular de manera automática la publicación, dando como ventaja que no se bombea a los usuarios de publicidad o anuncios en un solo instante. Por otro parte, ayuda optimizar tiempo al administrador ya que en un tiempo determinado puede crear distintas publicaciones, pero ponerlas a circular en distintos días u horarios.
Tácticas	- Realizar la publicación - Configurar día y hora - Guardar y tenerla en lista de publicaciones programadas
Responsable	Administrador/a tienda artesanías
Tiempo de duración	Si es orgánica la publicación se mantiene en la página.
Presupuesto	\$30 (10 días en Facebook) por los 12 meses seria \$360 anual

Elaborado por: Verónica Erazo.

Tabla 34.*Cuenta en WhattApp Business*

Estrategia # 3	Cuenta en WhattApp Business
Objetivo	Manejar información confidencial de manera directa con el socio optimizando tiempo y tráfico de mensajes en alguna otra red social.
Descripción	Para la red social de WhatsApp Business es necesario habilitar un número celular mediante el cual los socios pueden acceder de manera fácil.
Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> - Disponer de un número celular corporativo exclusivamente de uso de la APP. WhatsApp Business - Configurar el perfil de la cuenta - Políticas de la entrega de información - Configuración y activación de mensajes de respuesta automática
Responsable	Administrador/a tienda artesanías
Tiempo de duración	24/7
Presupuesto	Aplicación gratuita

Elaborado por: Verónica Erazo.

Tabla 35.*Crear e implementar el código QR*

Estrategia # 3	Crear e implementar el código QR
Objetivo	Posicionar la marca mediante la entrega de material P.O.P el mismo que lleva impreso el código QR.
Descripción	El código QR permite guardar información relevante de la empresa o marca la cual se puede leer mediante una aplicación en el móvil. Es importante que el material P.O.P (objetos o cosas que llevan impreso el logo corporativo o marca) se entreguen a los socios o público en general ya que de esta manera la Institución se da a conocer y fideliza clientes.
Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> - Crear el código QR - Poseer el Material P.O.P en el cual ira impreso el código y el logo de la institución.
Responsable	Administrador/a tienda artesanías
Presupuesto	Aplicación gratuita
Generador de código QR	https://es.qr-code-generator.com/

Elaborado por: Verónica Erazo.

Ilustración 7.

Creación del Código QR



Elaborado por: Verónica Erazo.

Las alianzas estratégicas que se aplicarán están dadas por: Buscar las mejores fórmulas para la venta de artesanías a nivel nacional e incluso al exterior a través de alianzas estratégicas con Hoteles, Hosterías, Agencias de Viajes para ofertar conjuntamente los productos artesanales.

Material impreso: Se diseñará una gama de folletos, brochure institucional, trípticos, siendo las principales piezas gráficas que servirán para promocionar la tienda de artesanías; los mismos serán distribuidos en las diferentes hosterías y hoteles que se encuentren en ciudades de influencia.

Ilustración 8

Diseño etiquetas de papel ecológicas



Elaborado por: Verónica Erazo

Ilustración 9

Diseño Bags



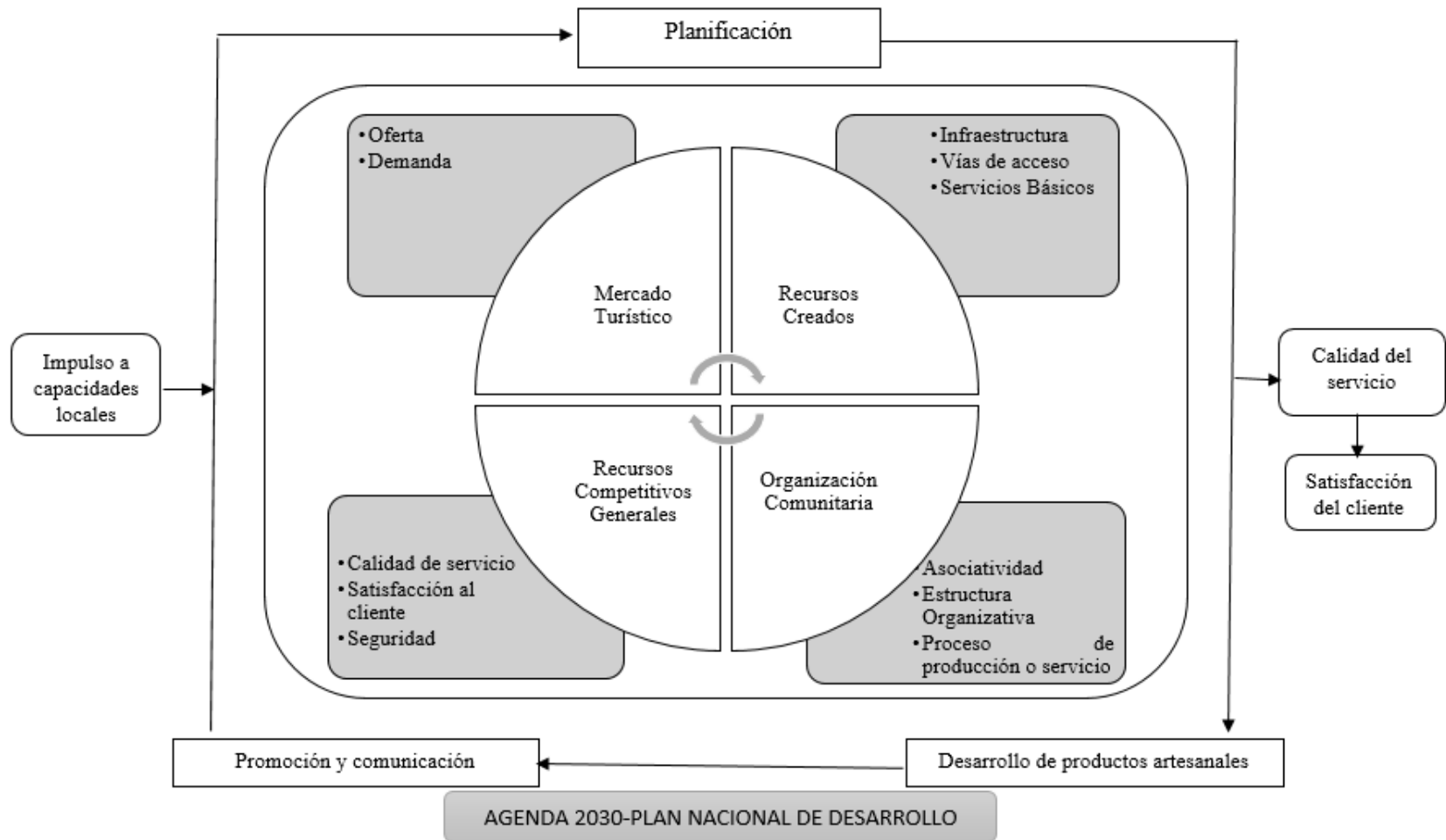
Elaborado por: Verónica Erazo

6.4.3. Articulación de elementos fundamentales para el Modelo de Gestión Turístico

En cuanto a los componentes de gestión se ha estimado que cada rol es importante para el cumplimiento de los objetivos, siendo cada dimensión consecuente la una con la otra y de similar importancia permitiendo generar un modelo de gestión que articule acciones y presupuestos para garantizar resultados en la tienda de artesanías; por lo tanto, en función de cuatro dimensiones se ha considerado:

Ilustración 10.

Modelo de Gestión Turístico propuesto



Elaborado por: Verónica Erazo M.

CONCLUSIONES

- En la presente propuesta se identificaron las condiciones básicas y componentes básicos que se requieren para el modelo de gestión que comprende la integración de visitantes, artesanos y actores turísticos dando paso a la sostenibilidad del entorno. El proceso de elaboración de artesanías es parte de un legado cultural y se da como una alternativa que genera ingresos económicos a las poblaciones locales.
- El modelo se apunta a mejorar la eficiencia de la gestión de la tienda de artesanías, por lo que va más allá de la productividad económica acatando estándares de calidad en cada uno de los productos artesanales, y el manejo sostenible de los recursos con responsabilidad social; pero además visualizando el cuidado del entorno natural.
- Por otra parte, se propone estrategias y acciones para coordinación con entidades públicas y privadas, ya que sirven de gran oportunidad para el desarrollo e innovación de artesanías, por último, se necesita de la evaluación y control de los objetivos planteados a través de las estrategias consideradas anteriormente para el buen funcionamiento de lo establecido en el modelo propuesto.

RECOMENDACIONES

- Las artesanías al igual que el resto de servicios disponibles para visitantes en el Centro de Servicios Turísticos El Arenal (CSTA) se deberían fusionar con la finalidad de incorporar un modelo de gestión integral, que sea el hilo conductor dando la pauta de cómo administrar eficientemente generando el desarrollo sostenible artesanal.
- Es importante que la administración del área protegida considere la propuesta forjada en el presente trabajo de investigación, pues constituye una herramienta fundamental acerca de condiciones y componentes básicos para el desarrollo turístico artesanal. Además, los colaboradores que presten el servicio en la tienda de artesanías deben actualizar sus conocimientos permanentemente, lo cual les permitirá mantenerse según tendencias de la época, además para futuras investigaciones se podría realizar una propuesta de innovación de productos artesanales, manteniendo una adecuada atención al cliente, con calidad y calidez.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angelotti Pasteur, G. (11 de 03 de 2018). *Artesanía prohibida*. Obtenido de Recuperado de: <https://googl/.com>
- Acosta, A. L. (2017). Canales de distribución.
- Borrini-Feyerabend, G., Dudley, N., Jaeger, T., Lassen, B., Broome, N., Philips, A., & Sandwith, T. (2014). *Gobernanza de Áreas Protegidas*.
- Calero Mora, J. D. P. (2017). *Gestión administrativa y calidad de los servicios en la Municipalidad provincial*. Huaral, 2015.
- Caro González, F. J., Acosta Guzmán, J. A., Orgaz Agüera, F., & Castellanos Verdugo, M. (2015). Turismo, desarrollo sostenible y percepción de los stakeholders. Un estudio de caso en República Dominicana. *Revista de Economía del Caribe*, 15, 153-182.
- Castrillón, I. D., Canto, A. G., Cantorna, A. S., & Cerradelo, L. B. (2015). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *CULTUR-Revista de Cultura e Turismo*, 5(2), 101-124.
- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. *Bogotá: biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia*, 2.
- Chasi, J. & Quincha, S. (2016). Factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos en el cantón San Miguel, provincia Bolívar, en el periodo 2015-2016 (Tesis pregrado). Universidad Estatal de Bolívar Guaranda-Ecuador.
- CODESPA. (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA: Una experiencia regional andina*. Lima-Perú. Recuperado el 07 de noviembre de 2020, de <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2013/02/modelo-gestion-turismo-rural-comunitario-codespa.pdf>
- Coraggio, J. L. (2011). La sostenibilidad de los emprendimientos de la economía social y solidaria. *Otra Economía*, 2(3), 41-57.
- Damian, I. E., & Suárez-Barraza, M. F. (2015). Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura. *Intangible Capital*, 11(1), 147-165.
- ECOPAR, (2015). *Adaptación al cambio climático de las comunidades Chorrera Mirador y Pulinguí San Pablo de la provincia de Chimborazo*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Escudero, J. P. B., & Torres, M. C. M. (2018). Modelo de gestión para el turismo rural en la zona centro de Manabí, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 4(2), 81-102.

- García Estefan, D. (2015). Informe final 2015 Laboratorio de Diseño e Innovación de Córdoba.
- García, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades Manabitas del Ecuador. *Cultura*, 81-104. Recuperado el 19 de febrero de 2019, de [file:///D:/Documents/Downloads/1088-Texto%20do%20artigo-7585-1-10-20180216%20\(1\).pdf](file:///D:/Documents/Downloads/1088-Texto%20do%20artigo-7585-1-10-20180216%20(1).pdf)
- Gómez, L., & Uribe, J. (2016). Marketing Relacional: La evolución del concepto. *Espacios*, 36(25), 16. Recuperado el 10 de abril de 2021, de <http://www.revistaespacios.com/a16v37n25/16372511.html>
- Hernández H., Barrios I. & Martínez D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16 (28), 179-195.
- Jack, F. (2000). *Negocios Exitosos*. McGraw Hill. Recuperado el 03 de mayo de 2019, de <https://jcvalda.wordpress.com/2013/09/07/guia-para-elaborar-correctamente-la-vision-y-mision-de-la-empresa/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Fundamentos de marketing*. Recuperado el 03 de mayo de 2019, de <https://jcvalda.wordpress.com/2013/09/07/guia-para-elaborar-correctamente-la-vision-y-mision-de-la-empresa/>
- López Chicaiza, R. N. (2016). *Propuesta técnica para la gestión comercial de los emprendimientos productivos de la Fundación Protección y Descanso, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2016* (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).
- López, I., Arriaga, A., & Pardo, M. (2018). *La dimensión social del concepto de desarrollo sostenible: La eterna olvidada* (No. ART-2018-105999).
- Lugo-Morin, D. R., Magal-Royo, T., & Shinn, C. (2015). Ambiente y artesanía: Sinergia para el desarrollo rural sustentable. *Spanish Journal of Rural Development*, 6(3-4), 57-64.
- Mora-Pisco, L. L., Duran-Vasco, M. E., & Zambrano-Loor, J. G. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 511-520.
- Mura, H. G. C., & Reyes, J. I. P. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (78), 40-54.

- OMT. (2016). Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas.
- Oviedo, H. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfade Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 572-580. Recuperado el 30 de diciembre de 2020, de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v34n4/v34n4a09.pdf>
- Pérez, C. M. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: por la competitividad regional. *ECONÓMICAS CUC*, 40(1), 91-104.
- Pesántez, W. (2016). Sostenibilidad. Guayaquil, 2015. [PDF]<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7995/1/TESIS%20PARADOR%20TUR%C3%8DSTICO.pdf>.pp.8
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252. Recuperado el 29 de diciembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>
- Ramos Parra, G. F. (2016). *Diseño de un producto turístico artesanal para la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo* (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).
- Realpe Delgado, O. (2018). La gestión de emprendimientos y la incidencia en la población con necesidad de protección internacional (PNPI) en la provincia del Carchi. *Comercio Y Negocio*, (6), 61 - 69.
- Reyes Rodríguez, A. E. (2017). *Estrategias de promoción y posicionamiento del mercado para el karaoke discoteca "PUNTO G" de la ciudad de Santo Domingo* (Bachelor's thesis).
- Rigol, L. 2011. La gestión de la demanda turística como concepto. Universidad de Holguín-Cuba. TURyDES. Revista de investigación en turismo y desarrollo local. Vol,9. No 9. (En línea). Formato PDF. Consultado 29 oct. 2019. Disponible en <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/rmpc.pdf>
- Salas, W., Font, M., & Suárez, R. (2015). *www.uniandes.edu.ec*. Recuperado el 03 de octubre de 2019, de <https://www.uniandes.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Consideraciones-para-un-modelo-de-gesti%C3%B3n-tur%C3%ADstica-local-.pdf>
- Satz, D. (2019). *Por qué algunas cosas no deberían estar en venta: los límites morales del*

mercado. Siglo XXI Editores.

Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza SECO. (2014). *Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos*. Perú: Arkabas. Recuperado el 08 de Abril de 2019,

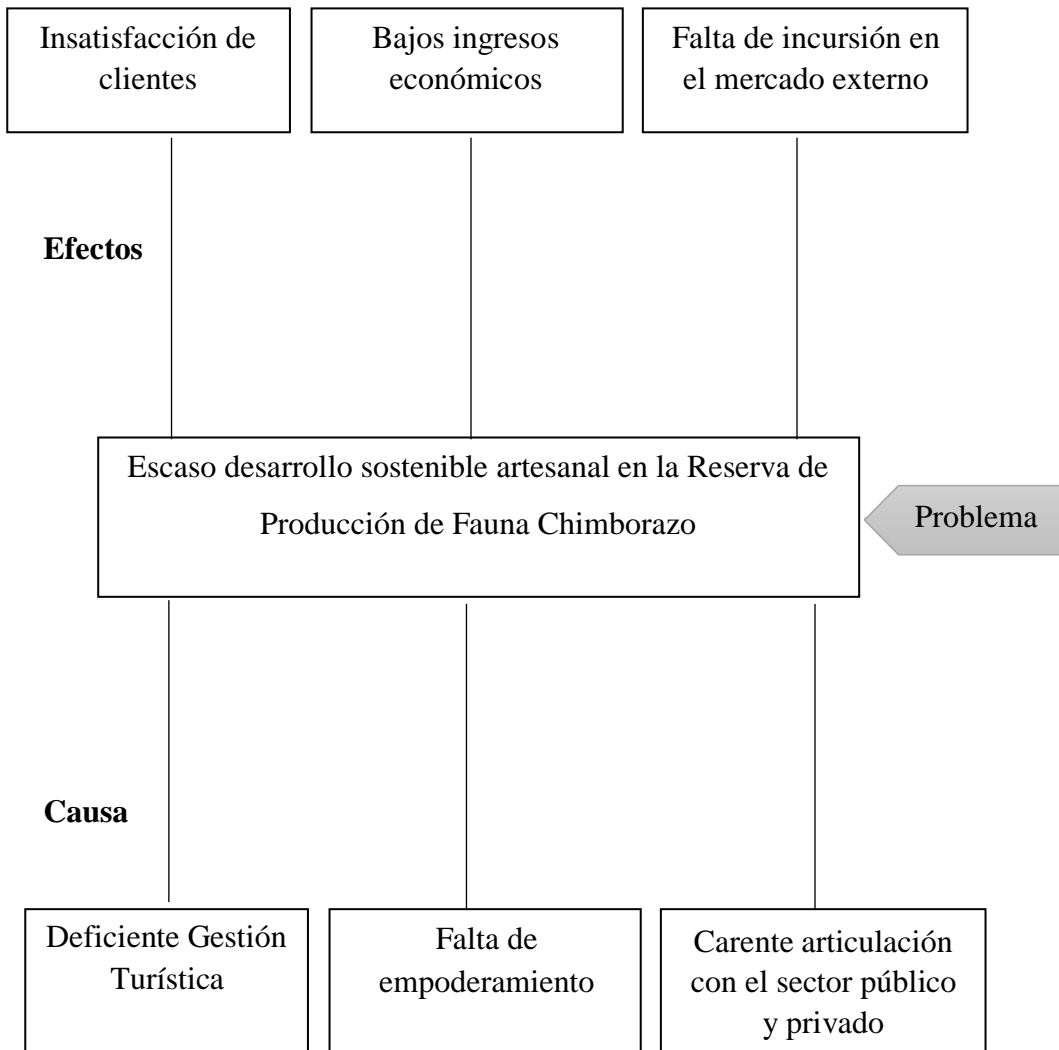
de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf

Valda, J. (07 de septiembre de 2013). *Grandes Pymes*. Recuperado el 03 de mayo de 2019, de <https://jcvalda.wordpress.com/2013/09/07/guia-para-elaborar-correctamente-la-vision-y-mision-de-la-empresa/>

Zamora, Y. W. T. (2019). ¿Qué es Publicidad y Propaganda? *Publicidad*.

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problemas



Elaborado por: Verónica Erazo M

Anexo 2. Operacionalización de variables

Variable	Concepto	Categoría o Dimensión	Indicadores	Técnica e Instrumento
Independiente: Gestión Turística	La gestión turística es un proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz; consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones en la entidad, desarrollado por un órgano de dirección que cuenta con grupos de personas, recursos y autoridad para el establecimiento, logro y mejora de los propósitos de constitución de la organización, sobre la base del conocimiento de las leyes y principios, de la sociedad, la naturaleza humana y la técnica, así como de información en general (Rigol, 2011).	Gestión	Planificación Organización Dirección Control	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
Dependiente: Desarrollo Sostenible Artesanal	El desarrollo del Turismo Sostenible, implica el manejo de recursos naturales, humanos, sociales, económicos y tecnológicos, con el fin de alcanzar una mejor calidad de vida para la población, y al mismo tiempo, velar porque los patrones de consumo actual no afecten el bienestar de las generaciones futuras. Es buscar el equilibrio entre la dimensión social, económica y medioambiental (Mura & Reyes, 2015).	Desarrollo sostenible artesanal	Económico Ambiental Social Cultural	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Anexo 3. Matriz de consistencia**“GESTIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE ARTESANAL EN LA RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO”**

Problema General	Objetivo General	Hipótesis Principal	Variables	Metodología
¿Cómo influye la gestión turística en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?	Determinar la influencia de la gestión turística en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.	La gestión turística influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.	Variable Dependiente Desarrollo sostenible artesanal	Tipo de estudio: Modelo Logit Técnicas Encuestas
1. ¿Cómo influye la planificación en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?	1. Analizar la influencia de la planificación en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.	1. La planificación influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.	Variable Independiente Gestión turística	Instrumentos Cuestionario Población 1: Artesanos
2. ¿Cómo influye la organización en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?	2. Identificar la influencia de la organización en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.	2. La organización influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.	* Planificación * Organización * Dirección * Control	Población 2: Guías
3. ¿Cómo influye la dirección en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?	3. Analizar la influencia de la dirección en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.	3. La dirección influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.		
4. ¿Cómo influye el control en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?	4. Establecer la influencia del control en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.	4. El control influye significativamente en el desarrollo sostenible artesanal en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.		

Elaborado por: Verónica Erazo M.

Anexo 4. Encuesta variable independiente: gestión



MAESTRÍA EN TURISMO
Mención gestión sostenible
en destinos turísticos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
UNIDAD DE POSGRADO
MAESTRIA EN TURISMO
MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS TURÍSTICOS
ENCUESTA DIRIGIDA AL SEGMENTO DE ARTESANOS-GESTIÓN

Formulario N° _____ Fecha: _____ Encuestador: Ing. Verónica Erazo M.

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información acerca de la gestión sostenible artesanal en la tienda de artesanías en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

Instrucciones:

- ✓ Esta encuesta es de carácter anónima, los datos obtenidos serán confidenciales.
- ✓ Marque con una (X), en el paréntesis que indique su respuesta.
- ✓ Escriba con letra clara los renglones, donde sea necesario.

I. INFORMACIÓN ESPECÍFICA (GESTIÓN)

1. La tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo cuenta con:

Misión	Visión	Objetivos	Estrategias	Políticas	Ninguna
--------	--------	-----------	-------------	-----------	---------

2. ¿Con qué herramienta de planificación cuenta la tienda de artesanías de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?

Plan de trabajo	Modelo de gestión	Planificación territorial	Ninguna
-----------------	-------------------	---------------------------	---------

3. De los siguientes actores turísticos, ¿cuál de ellos apoya en la gestión de tienda de artesanías en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo?

- | | |
|--|---|
| 1) <input type="checkbox"/> Ministerio de Turismo | 8) <input type="checkbox"/> GAD Parroquial San Andrés |
| 2) <input type="checkbox"/> Ministerio del Ambiente y Agua | 9) <input type="checkbox"/> GAD Parroquial Pilahuín |
| 3) <input type="checkbox"/> GAD Provincial Chimborazo | 10) <input type="checkbox"/> ESPOCH |
| 4) <input type="checkbox"/> GAD Municipal Riobamba | 11) <input type="checkbox"/> UNACH |
| 5) <input type="checkbox"/> GAD Municipal Guano | 12) <input type="checkbox"/> ONG: Especifique _____ |
| 6) <input type="checkbox"/> GAD Municipal Guaranda | 13) <input type="checkbox"/> Otros: Especifique _____ |
| 7) <input type="checkbox"/> GAD Parroquial San Juan | 14) <input type="checkbox"/> Ninguno |

4. ¿Qué actividades se han realizado para generar ingresos en la tienda de artesanías?

- | | |
|--|---|
| 1) <input type="checkbox"/> Planteamiento de objetivos. | 5) <input type="checkbox"/> Actividades de liderazgo y control. |
| 2) <input type="checkbox"/> Formulación de estrategias. | 6) <input type="checkbox"/> Supervisión y motivación. |
| 3) <input type="checkbox"/> Desarrollo de planes de acción. | 7) <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores. |
| 4) <input type="checkbox"/> Asignación de responsabilidades. | |

5. ¿En qué aspectos, la actividad artesanal ha generado mayor desarrollo social o económico? (Califique en una escala del 1 al 5, siendo 1 el grado mínimo y 5 el máximo).

- | | |
|---|---|
| 1) <input type="checkbox"/> Talleres de capacitación | 4) <input type="checkbox"/> Incremento de recursos económicos |
| 2) <input type="checkbox"/> Seguridad ciudadana | 5) <input type="checkbox"/> Incremento de fuentes de empleo |
| 3) <input type="checkbox"/> Disminución de la migración | 6) <input type="checkbox"/> Disminución de la pobreza |

6. ¿Conoce los gustos y preferencias de los clientes de la tienda de artesanías?

- 1) Sí ¿ Cuáles? _____
 2) No ¿ Cuáles? _____

7. ¿Qué producto artesanal tiene mayor acogida por los clientes de la tienda de artesanías?

- 1) Gorras 4) Guantes 7) Ponchos 10) Medias
 2) Pasamontañas 5) Cuelleras 8) Suéteres 11) Collares de mullos
 3) Bufandas 6) Diademas-lana 9) Chales 12) Quesos

8. ¿Qué visitantes ingresan frecuentemente a la tienda de artesanías? 1) Nacionales 2) Extranjeros**9. La tienda de artesanías ¿cuenta con una imagen corporativa que permita estar en la mente del consumidor (turista)?** 1) Sí 2) No**10. ¿Cuál de las siguientes estrategias de promoción se utilizan para atraer mayor número de turistas?**

- 1) Promoción en redes sociales 4) Ferias de turismo 7) De forma personalizada
 2) Promoción en página web 5) Correo electrónico 8) Alianzas con instituciones
 3) Trípticos 6) Llamadas telefónicas 9) Ninguna de las anteriores

11. ¿Cuál es el presupuesto mensual que se asigna para promocionar los productos artesanales de la tienda de artesanías?

1 – 100 USD	101 – 200 USD	Más de 201 USD	Ninguno
-------------	---------------	----------------	---------

Muchas gracias por su atención y ayuda.

Anexo 5. Encuesta variable dependiente: desarrollo sostenible artesanal



MAESTRÍA EN TURISMO
Mención gestión sostenible
en destinos turísticos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
UNIDAD DE POSGRADO MAESTRIA EN TURISMO
MENCION GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS TURÍSTICOS
ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE VISITANTES

Encuestador: Verónica Erazo M.

Fecha: ___ / ___ / ___ Formulario N° ___

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información para la reingeniería de la tienda artesanías en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

Instrucciones Generales

- Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos son estrictamente confidenciales
- Lea detenidamente cada ítem del cuestionario
- Marque con una X su respuesta, califique según su conocimiento, las temáticas indicadas

Información general:

1. ¿Cuál es su género? () Masculino () Femenino
2. ¿Cuál es su edad? () 20 a 29 años () 30 a 39 años () 40 a 49 años () 50 a más años
3. Grado de instrucción: () Primaria () Secundaria () Tercer nivel () Cuarto nivel
4. Medio de difusión: () Radio () Televisión () Redes sociales () Revistas turísticas () Otro_
5. Usted está dispuesto a ser participe en el desarrollo sostenible artesanal en el área protegida () SI () NO

Información específica:

6. Durante su visita a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, ¿Con qué frecuencia ha ingresado a la tienda de artesanías?

<input type="checkbox"/>	Nunca	<input type="checkbox"/>	Casi nunca	<input type="checkbox"/>	A veces	<input type="checkbox"/>	Frecuentemente	<input type="checkbox"/>	Siempre
--------------------------	-------	--------------------------	------------	--------------------------	---------	--------------------------	----------------	--------------------------	---------

7. ¿Qué tipo de productos artesanales, son de su preferencia? (Califique en una escala del 1 al 5, siendo 1 el grado mínimo y 5 el máximo).

<input type="checkbox"/>	Gorras	<input type="checkbox"/>	Bufandas	<input type="checkbox"/>	Guantes	<input type="checkbox"/>	Pasamontañas	<input type="checkbox"/>	Chales
<input type="checkbox"/>	Ponchos	<input type="checkbox"/>	Cuelleras	<input type="checkbox"/>	Suéteres	<input type="checkbox"/>	Diademas de lana	<input type="checkbox"/>	Medias

8. ¿Qué productos desearía que se oferten en la tienda de artesanías?

<input type="checkbox"/>	Cuadros decorativos	<input type="checkbox"/>	Vicuñas (en felpa)	<input type="checkbox"/>	Llaveros	<input type="checkbox"/>	Prendas bordadas a mano	<input type="checkbox"/>	Esferos
<input type="checkbox"/>	Cestos (en paja)	<input type="checkbox"/>	Monederos	<input type="checkbox"/>	Prendedores	<input type="checkbox"/>	Bisutería	<input type="checkbox"/>	Postales

9. ¿Cuál es la motivación por la que adquiere productos artesanales?

<input type="checkbox"/>	Diseño	<input type="checkbox"/>	Adorno	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>	Precio	<input type="checkbox"/>	Otro: especifique _____
--------------------------	--------	--------------------------	--------	--------------------------	---------	--------------------------	--------	--------------------------	-------------------------

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el consumo de artesanías?

<input type="checkbox"/>	5-10 dólares	<input type="checkbox"/>	11-20 dólares	<input type="checkbox"/>	21 dólares o más
--------------------------	--------------	--------------------------	---------------	--------------------------	------------------

11. ¿Cómo evalúa usted el conocimiento de los artesanos sobre los servicios y productos que ofertan?

<input type="checkbox"/>	Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy Bueno	<input type="checkbox"/>	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo
--------------------------	-----------	--------------------------	-----------	--------------------------	-------	--------------------------	---------	--------------------------	------

12. ¿Qué tipo de productos considera usted que se expenden en la tienda de artesanías?

<input type="checkbox"/>	Variados	<input type="checkbox"/>	Útiles	<input type="checkbox"/>	Novedosos
--------------------------	----------	--------------------------	--------	--------------------------	-----------

13. ¿Considera usted que la tienda de artesanías crea fuentes de empleo para la población local?

<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	No sabe
--------------------------	----	--------------------------	----	--------------------------	---------

“GRACIAS POR SU COLABORACIÓN”

Anexo 6. Entrevistas aplicadas a gestores del área protegida

N° Entrevista	Nombre y Apellido	Cargo
E1	Ing. Paúl Tito	Administrador Reserva Chimborazo - Ministerio del Ambiente y Agua
E2	Mg. Mayra Calderón	Especialista Reserva Chimborazo - Ministerio del Ambiente y Agua

Fuente: Entrevistas aplicadas a expertos gestores del área protegida
Elaborado: Verónica Erazo.

Anexo 7. Validación de los instrumentos Gestión-Desarrollo Sostenible Artesanal Experto 1. Mg. Margoth Cali



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 ESPECIALISTA: Margoth Cali Pereira

TÍTULO / GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magister.....	(X)

UNIVERSIDAD/EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 10 de Febrero 2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“GESTIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE ARTESANAL EN LA RESERVA DE
PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable: Desarrollo Sostenible Artesanal

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	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 investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara 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 redacción de las preguntas tiene un sentido 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 del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población 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		11		

Sugerencias:



Firmado electrónicamente por:

**MARGOTH
ISABEL CALI
PEREIRA**



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 ESPECIALISTA: Margoth Isabel Cali Pereira

TÍTULO / GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magister.....	(X)

UNIVERSIDAD/EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 10 de Febrero 2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“GESTIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE ARTESANAL EN LA RESERVA DE
 PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable: Gestión Turística

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	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 investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara 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 redacción de las preguntas tiene un sentido 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 del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población 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		11		

Sugerencias:



Firmado electrónicamente por:
MARGOTH
ISABEL CALI
PEREIRA

Experto 2. Mg. Andrea Garrido

**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 ESPECIALISTA: GARRIDO PATREL ANDREA MARGARITA

TÍTULO / GRADO: MAGISTER

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magister.....	(X)

UNIVERSIDAD/EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: Febrero 15, 2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"GESTIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE ARTESANAL EN LA RESERVA DE
PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable:

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	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 investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara 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 redacción de las preguntas tiene un sentido 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 del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población 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	11		

Sugerencias:

Firmado
digitalmente
por ANDREA
MARGARITA
GARRIDO
PATREL

Firma experto



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 especialista: GARRIDO PATREL ANDREA MARGARITA

TÍTULO / GRADO: MAGISTER

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magister.....	(x)

UNIVERSIDAD/EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: Febrero 15, 2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“GESTIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE ARTESANAL EN LA RESERVA DE
PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable:

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	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 investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara 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 redacción de las preguntas tiene un sentido 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 del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población 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	11		

Sugerencias:

Firmado
digitalmente
por ANDREA
MARGARITA
GARRIDO
PATREL

Firma experto

Experto 3. PhD Diego Calvopiña



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 ESPECIALISTA: CALVOPIÑA ANDRADE DIEGO MAURICIO

TÍTULO / GRADO:

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	()
Magister.....	()

UNIVERSIDAD/EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 10 de febrero de 2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**"GESTIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE ARTESANAL EN LA RESERVA DE
 PRODUCCIÓN DE FALNA CHIMBORAZO"**

El instrumento de medición pertenece a la variable: Gestión

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	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 investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	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 redacción de las preguntas tiene un sentido 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 del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población 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		11		

Sugerencias:

Firma experto



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 ESPECIALISTA: CALVOPIÑA ANDRADE DIEGO MAURICIO

TÍTULO / GRADO:

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	()
Magíster.....	()

UNIVERSIDAD/EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 10 de febrero de 2021

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"GESTIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE ARTESANAL EN LA RESERVA DE PRODUCCIÓN DE FAUNA CHIMBORAZO"

El instrumento de medición pertenece a la variable: Desarrollo sostenible artesanal

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

N	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 investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos menciona las variables de medición?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitara el logro de los objetivos de la investigación?	x		
6	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
8	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido 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 del instrumento de medición facilitara el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población 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	11		

Sugerencias:

Firma experto

Anexo 8. Remodelación y mobiliario tienda artesanías

Remodelación:

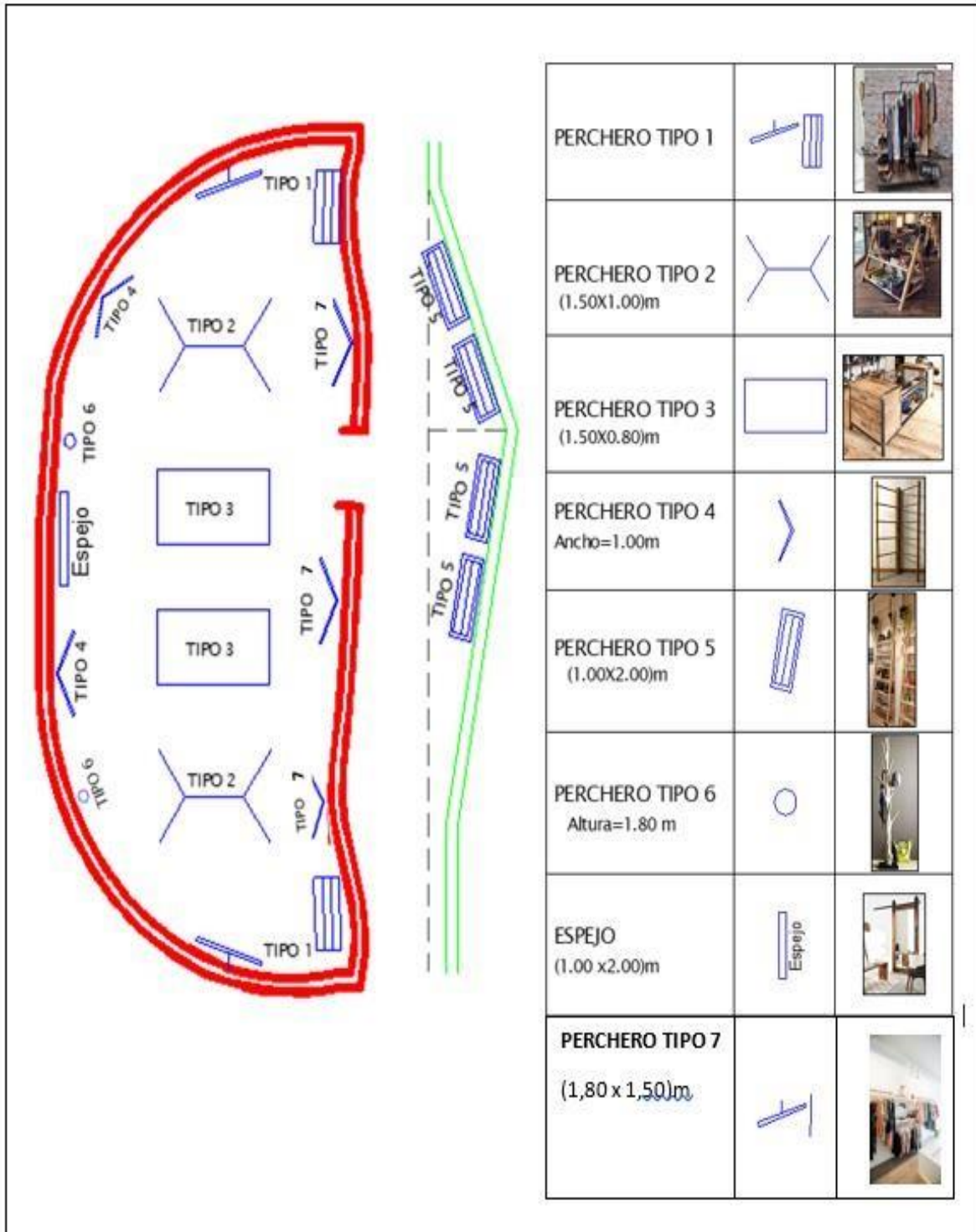
- Entablado de piso con duela de eucalipto 10cm, más pulido y barnizado de un área de 45.36 m²
- Barrederas de madera 41,00 m²
- Pintura interior de mampostería satinada lavable 144, 84 m²
- Instalaciones eléctricas: arreglo pozo de luz, vidrio templado e impermeabilizado de chova; cableado para iluminación 30m, instalación de 11 ojos de buey 7w; 6 focos para lámparas existentes más cableado
- Barnizado de 3 puertas de madera más corte

Mobiliario

- 2 percheros tipo 1: MDF más estructura metálica de 0,75 m x 1,50m
- 2 perchero tipo 2: madera de pino de 1,5 X 1,00 m
- 2 perchero tipo 3: MDF más estructura metálica, más vidrio templado de 1,50 X 0,80 m
- 2 perchero tipo 4: madera de pino de 1 x 1,70 m
- 4 perchero tipo 5: madera de pino de 1,00 x 2,00 m
- 2 perchero tipo 6: madera de pino de 1,80m
- 4 perchero tipo 7: madera de pino más estructura metálica de 1,80 x 1,50 m
- 2 bancas de madera de pino de 2m
- 1 espejo de 1,00 x 2,00 m

Nota: La madera a emplear en la remodelación será: para los muebles madera de pino, se recomienda utilizar colores claros y mucha iluminación. Los pisos serán de duela de madera de eucalipto.

Anexo 9. Plano tienda artesanías



Anexo 10. Estantería para la tienda artesanías

Ilustración 2. Modulares



Ilustración 3 Modulares.



Ilustración 4. Modulares



Ilustración 5. Modulares



Ilustración 6. Modulares



Ilustración 7. Modulares



Ilustración 8. Modulares



Anexo 11. Fotografías de las encuestas realizadas a los gestores del área protegida

Ilustración 9. Entrevista administrador



Ilustración 10. Entrevista especialista



Ilustración 11. Encuesta visitantes



Ilustración 12. Encuesta artesanos



Ilustración 13. Encuesta artesanos

