

**PLAN PARA EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO
TURÍSTICO CULTURAL EN LA RUTA PATRIMONIAL
DEL TREN EN EL TRAMO HUIGRA-ALAUÍ,
PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

RESPONSABLE: CARMEN ELIZABETH QUITO ROBALINO

TESIS

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TITULO
DE INGENIERO EN ECOTURISMO**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

RIOBAMBA – ECUADOR

2012

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado “PLAN PARA EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL EN LA RUTA PATRIMONIAL DEL TREN EN EL TRAMO HUIGRA-ALAUŚÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO” de responsabilidad de la señorita Egresada: Carmen Elizabeth Quito Robalino, ha sido prolijamente revisada quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Christiam Aguirre
DIRECTOR

Ing. Luis Quevedo
MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA – ECUADOR

2012

DEDICATORIA

A Dios por las bendiciones recibidas a lo largo de toda mi vida, a mi querida madre Berthita quien ha sido, es y será el pilar fundamental de mi existencia, su ejemplo de vida, apoyo incondicional, consejos y amor filial ha forjado en mi el espíritu de luchadora para vencer las adversidades continuas, a mis hermanas Consu, Mafer, y mi hermano Oliver por ser parte de esta lucha diaria, a mis cuñados y a todos mis sobrinos que son la fuente de esperanza para llegar a la cúspide de mis metas, de manera especial a mi querido Mois.

También dedico este trabajo a mis profesores, quienes me han transmitido sus conocimientos para mi desarrollo profesional y humano, permitiéndome confiar en mis capacidades alcanzadas en el transcurso de esta valiosa etapa estudiantil.

A mis amigas y amigos que de una u otra manera han formado parte de mí, convirtiéndose en el equilibrio emocional que necesite como ser humano.

Carmen Quito R.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme permitido culminar mis estudios, enviándome bendiciones desde su morada, para que cada día actúe con conciencia y valores inculcados desde mi núcleo familiar, por darme la capacidad necesaria para formarme como una profesional, por brindarme aquella luz que guía mi camino hacia el horizonte.

Mil gracias a mí querida familia por sus consejos, apoyo y amor incondicional que me ha permitido sentir una vida plena a pesar de las barreras presentadas en el camino que recorro diariamente.

También de manera especial a mi Tío Rodrigo que ha sabido crear en mí valor y fortaleza, a mi Tía Martha y mi primo Carlitos por confiar en mí y siempre darme valor para enfrentar las dificultades cotidianas.

Y por supuesto a mis profesores guías como lo fue el Ing. Christiam Aguirre en calidad de DIRECTOR y al Ing. Luis Quevedo en calidad de MIEMBRO, quienes supieron asesorarme de la mejor manera para la realización de este trabajo de investigación, ya que sin sus conocimientos y aportes brillantes transmitidos de manera oportuna, no hubiese sido posible la culminación de esta investigación.

Carmen Quito R.

ÍNDICE

CONTENIDO	PAG.
I. <u>TITULO</u>	1
II. <u>INTRODUCCIÓN</u>	1
A. JUSTIFICACIÓN	3
B. OBJETIVOS	4
1. Objetivo General	4
2. Objetivos Específicos	4
III. <u>REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA</u>	5
A. TURISMO	5
1. Turismo Sostenible	5
2. Tipología de Productos Turísticos	5
B. PATRIMONIO CULTURAL	8
1. Patrimonio Cultural Inmaterial	8
2. Instructivo para la Normalización del Fondo de Patrimonio Inmaterial	8
C. PLANIFICACIÓN	9
1. Distinciones Relevantes para la Planificación	9
2. Diagnóstico situacional para la planificación estratégica.	10
3. Plan Operativo Anual (POA)	11
D. DIAGNÓSTICO	13
1. Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)	13
2. Estudio de Mercado	14
E. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO	16
1. Inventario de Atractivos Turísticos	16
IV. <u>MATERIALES Y MÉTODOS</u>	19
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	19
1. Localización	19
2. Ubicación geográfica	19
3. Características Climáticas	19
4. Clasificación Ecológica	19
5. Características del Suelo	20
B. MATERIALES	20
1. Materiales	20
2. Equipos	20
C. METODOLOGÍA	21
1. Evaluación del potencial turístico cultural de la zona.	21
2. Elaboración de la viabilidad comercial del plan.	26
3. Formulación filosófica y estratégica del plan para el desarrollo de un producto turístico cultural en la Ruta Patrimonial del Tren en el tramo Huigra-Alausí.	27
4. Estructuración de los programas y proyectos para la operatividad del plan.	27
V. <u>RESULTADOS</u>	28
A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO CULTURAL DE LA	28

ZONA	
1.	Diagnóstico situacional del área de estudio 28
2.	Inventario del Potencial Turístico 45
B.	DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN 142
1.	Análisis de la Oferta 142
2.	Análisis de la Demanda 151
C.	FORMULACIÓN FILOSÓFICA Y ESTATÉGICA DEL PLAN PARA EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL EN LA RUTA PATRIMONIAL DEL TREN EN EL TRAMO HUIGRA-ALAUÍ. 185
1.	Análisis Situacional 185
2.	Formulación Filosófica del Plan 192
3.	Formulación Estratégica del Plan 193
D.	ESTRUCTURACIÓN DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS PARA LA OPERATIVIDAD DEL PLAN. 196
VI.	<u>CONCLUSIONES</u> 224
VII.	<u>RECOMENDACIONES</u> 225
VIII.	<u>RESUMEN</u> 226
IX.	<u>SUMARY</u> 227
X.	<u>BIBLIOGRAFÍA</u> 228
XI.	<u>ANEXOS</u> 230

LISTA DE TABLAS

CONTENIDO	PAG.
Tabla N° 01. Flora de la Ruta Patrimonial del tren tramo Huigra-Alausí	30
Tabla N° 02. Mamíferos de la Ruta Patrimonial del tren tramo “Huigra-Alausí”	31
Tabla N° 03. Aves de la Ruta Patrimonial del tren tramo “Huigra-Alausí”	32
Tabla N° 04. Distribución de la población del área de estudio	33
Tabla N° 05. Instituciones Educativas del área de estudio	35
Tabla N° 06. Cooperativas de transportes que recorren “Huigra-Alausí”	37
Tabla N° 07. Población Económicamente Activa	38
Tabla N° 08. Instituciones vinculadas con el sector turístico	44
Tabla N° 09. Análisis de los Atractivos Turísticos	142
Tabla N° 10. Análisis de la Planta Turística del cantón Alausí.	146
Tabla N° 11. Análisis de los Productos Turísticos	148
Tabla N° 12. Oferta sustitutiva para la Ruta Patrimonial del Tren tramo Huigra – Alausí	149
Tabla N° 13. Oferta complementaria para la Ruta Patrimonial del Tren tramo Huigra –Alausí	150
Tabla N. 14. Turistas Nacionales y Extranjeros	151

LISTA DE CUADROS

CONTENIDO	PAG.
Cuadro N° 01. Género de Turistas Nacionales	152
Cuadro N° 02. Edad de Turistas Nacionales	152
Cuadro N° 03. Nivel de Instrucción de Turistas Nacionales	153
Cuadro N° 04. Lugar de Residencia de Turistas Nacionales	154
Cuadro N° 05. Ocupación de Turistas Nacionales	154
Cuadro N° 06. Ingresos Económicos de Turistas Nacionales	155
Cuadro N° 07. Preferencia para viajar de Turistas Nacionales	156
Cuadro N° 08. Motivo para viajar de Turistas Nacionales	156
Cuadro N° 09. Frecuencia para Viajar de Turistas Nacionales	157
Cuadro N° 10. Con quién prefieren viajar los Turistas Nacionales	158
Cuadro N° 11. Gastos de viaje por día de Turistas Nacionales	158
Cuadro N° 12. Medios de Comunicación de Turistas Nacionales	159
Cuadro N° 13. Destino preferido de los Turistas Nacionales	160
Cuadro N° 14. Primera visita a la Nariz del Diablo de los Turistas Nacionales	160
Cuadro N° 15. A los Turistas Nacionales les gustaría conocer una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural?	161
Cuadro N° 16. A los Turistas Nacionales cuántos días les gustaría visitar Huigra?	162
Cuadro N° 17. Preferencia de Actividades Turísticas de Turistas Nacionales	162
Cuadro N° 18. Qué productos le gustaría que le ofrezcan durante su visita a Huigra?	163
Cuadro N° 19. Preferencia de Alojamiento de Turistas Nacionales	164
Cuadro N° 20. Preferencia de comida de Turistas Nacionales	165
Cuadro N° 21. Género de Turistas Extranjeros	167
Cuadro N° 22. Edad de Turistas Extranjeros	167
Cuadro N° 23. Nivel de Instrucción de Turistas Extranjeros	168
Cuadro N° 24. Lugar de Residencia de Turistas Extranjeros	169
Cuadro N° 25. Ocupación de Turistas Extranjeros	169
Cuadro N° 26. Ingresos Económicos de Turistas Extranjeros	170
Cuadro N° 27. Preferencia para viajar de Turistas Extranjeros	171
Cuadro N° 28. Motivo para viajar de Turistas Extranjeros	171
Cuadro N° 29. Frecuencia para Viajar de Turistas Extranjeros	172
Cuadro N° 30. Con quién prefieren viajar los Turistas Extranjeros	173
Cuadro N° 31. Gastos de viaje por día de Turistas Extranjeros	173
Cuadro N° 32. Medios de Comunicación de Turistas Extranjeros	174
Cuadro N° 33. Destino preferido de los Turistas Extranjeros	175
Cuadro N° 34. Primera visita a la Nariz del Diablo de los Turistas Extranjeros	176
Cuadro N° 35. A los Turistas Extranjeros les gustaría conocer una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural?	176
Cuadro N° 36. A los Turistas Extranjeros cuántos días les gustaría visitar Huigra?	177
Cuadro N° 37. Preferencia de Actividades Turísticas de Turistas Extranjeros	178

Cuadro N° 38.	Qué productos le gustaría que le ofrezcan durante su visita a Huigra?	179
Cuadro N° 39.	Preferencia de Alojamiento de Turistas Extranjeros	179
Cuadro N° 40.	Preferencia de comida de Turistas Extranjeros	180
Cuadro N° 41.	Proyección de la Demanda Potencial Nacional y Extranjera para los próximos 5 años	182
Cuadro N° 42.	Proyección de la oferta nacional y extranjera para 5 años	183
Cuadro N° 43.	Proyección de la demanda insatisfecha de turistas	183
Cuadro N° 44.	Proyección de la demanda insatisfecha de turistas	184
Cuadro N° 45.	Perfil de proyecto N° 1	198
Cuadro N° 46.	Presupuesto para el Programa 1.	199
Cuadro N° 47.	Perfil de proyecto N° 2	202
Cuadro N° 48.	Perfil de proyecto N° 3	203
Cuadro N° 49.	Perfil de proyecto N° 4	204
Cuadro N° 50.	Presupuesto para el Programa 2.	206
Cuadro N° 51.	Perfil de proyecto N° 5	209
Cuadro N° 52.	Perfil de proyecto N° 6	211
Cuadro N° 53.	Presupuesto para el Programa 3.	212
Cuadro N° 54.	Perfil de proyecto N° 7	215
Cuadro N° 55.	Presupuesto para el Programa 4.	217
Cuadro N° 56.	Perfil de proyecto 8	220
Cuadro N° 57.	Presupuesto para el programa 5.	222

LISTA DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PAG.
Gráfico N° 01. Estructura Orgánica del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí	41
Gráfico N° 02. Organigrama Estructural y Funcional de la Junta Parroquial Huigra	43
Gráfico N° 03. Género de Turistas Nacionales	152
Gráfico N° 04. Edad de Turistas Nacionales	153
Gráfico N° 05. Nivel de Instrucción de Turistas Nacionales	153
Gráfico N° 06. Lugar de Residencia de Turistas Nacionales	154
Gráfico N° 07. Ocupación de Turistas Nacionales	155
Gráfico N° 08. Ingresos Económicos de Turistas Nacionales	155
Gráfico N° 09. Preferencia para viajar de Turistas Nacionales	156
Gráfico N° 10. Motivo para viajar de Turistas Nacionales	157
Gráfico N° 11. Frecuencia para viajar de Turistas Nacionales	157
Gráfico N° 12. Con quién prefieren viajar los Turistas Nacionales	158
Gráfico N° 13. Gastos de viaje por día de Turistas Nacionales	159
Gráfico N° 14. Medios de Comunicación de Turistas Nacionales	159
Gráfico N° 15. Destino preferido de los Turistas Nacionales	160
Gráfico N° 16. Primera visita a la Nariz del Diablo de los Turistas Nacionales	161
Gráfico N° 17. A los Turistas Nacionales les gustaría conocer Huigra una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural	161
Gráfico N° 18. A los Turistas Nacionales cuántos días les gustaría visitar Huigra?	162
Gráfico N° 19. Preferencia de Actividades Turísticas de Turistas Nacionales	163
Gráfico N° 20. Cuál de los siguientes productos le gustaría que le ofrezcan durante su visita a Huigra?	164
Gráfico N° 21. Preferencia de Alojamiento de Turistas Nacionales	164
Gráfico N° 22. Preferencia de comida de Turistas Nacionales	165
Gráfico N° 23. Género de Turistas Extranjeros	167
Gráfico N° 24. Edad de Turistas Extranjeros	168
Gráfico N° 25. Nivel de Instrucción de Turistas Extranjeros	168
Gráfico N° 26. Lugar de Residencia de Turistas Extranjeros	169
Gráfico N° 27. Ocupación de Turistas Extranjeros	170
Gráfico N° 28. Ingresos Económicos de Turistas Extranjeros	170
Gráfico N° 29. Preferencia para viajar de Turistas Extranjeros	171
Gráfico N° 30. Motivo para viajar de Turistas Extranjeros	172
Gráfico N° 31. Frecuencia para Viajar de Turistas Extranjeros	172
Gráfico N° 32. Con quién prefieren viajar los Turistas Extranjeros	173
Gráfico N° 33. Gastos de viaje por día de Turistas Extranjeros	174
Gráfico N° 34. Medios de Comunicación de Turistas Extranjeros	175
Gráfico N° 35. Destino preferido de los Turistas Extranjeros	175
Gráfico N° 36. Primera visita a la Nariz del Diablo de los Turistas Extranjeros	176
Gráfico N° 37. A los Turistas Extranjeros les gustaría conocer una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural	177
Gráfico N° 38. A los Turistas Extranjeros cuántos días les gustaría visitar Huigra?	177

Gráfico N° 39.	Preferencia de Actividades Turísticas de Turistas Extranjeros	178
Gráfico N° 40.	Qué productos le gustaría que le ofrezcan durante su visita a Huigra?	179
Gráfico N° 41.	Preferencia de Alojamiento de Turistas Extranjeros	180
Gráfico N° 42.	Preferencia de comida de Turistas Extranjeros	180

LISTA DE FOTOGRAFÍAS

CONTENIDO	PAG.	
Foto N° 1 – 2:	Gruta de la Virgen de la Inmaculada Concepción	46
Foto N° 3 – 4:	Oficinas de Administración del Ferrocarril	49
Foto N° 5 – 6:	Estación del Ferrocarril Huigra N° 38	52
Foto N° 7 – 8:	Casa Núñez	56
Foto N° 9:	Casa Patrimonial	60
Foto N° 10 - 11:	Tumbas de los Constructores del Ferrocarril	63
Foto N° 12 - 13:	Tumbas de los pobladores del antiguo Huigra	66
Foto N° 14 - 15:	Yacimiento de Yashipa	69
Foto N° 16-17:	Petroglifo de Yashipa	72
Foto N° 18-19:	Yacimiento superficial en forma de tortuga	75
Foto N° 20-21:	Yacimiento superficial en forma de lagarto	75
Foto N° 22:	Monolito de la cruz del sur	78
Foto N° 23:	Monolito del guardián	78
Foto N° 24:	Cerro Puñay	81
Foto N° 25:	Plataformas Elípticas A y B	81
Foto N° 26:	Hachas	84
Foto N° 27:	Mortero	84
Foto N° 28:	Restos de cerámicas	84
Foto N° 29:	Hachas, arete y silbato	84
Foto N° 30:	Bordados en punto cruz	86
Foto N° 31:	Tejido de bolso	86
Foto N° 32:	Suéter tejido	87
Foto N° 33:	Almohada	87
Foto N° 34:	Misa en la gruta	88
Foto N° 35:	Grupo de Danza	90
Foto N° 36:	Morador de la localidad	93
Foto N° 37:	Morador de la localidad	95
Foto N° 38:	Cascada del río Panamá	99
Foto N° 39:	Cascada del Angas	103
Foto N° 40-41:	Nariz del Diablo	108
Foto N° 42-43:	Estación de Sibambe	111
Foto N° 44:	Estación del Ferrocarril de Alausí	115
Foto N° 45:	Mirador de San Pedro	119

Foto N° 46-47:	Puente Negro	122
Foto N° 48:	Reloj Público	125
Foto N° 49:	Mirador de Lluglly	129
Foto N° 50:	Iglesia La Matriz	131
Foto N° 51:	Moradora de Nizag	133
Foto N° 52:	Comunidad de Nizag	133
Foto N° 53:	Shigras	136

LISTA DE ANEXOS

CONTENIDO		PAG
Anexo 1.	Cajas de listas del patrimonio inmaterial.	230
Anexo 2.	Ficha de Parámetros de Evaluación (modificada)	233
Anexo 3.	Ficha de Parámetros de Evaluación	234
Anexo 4.	Encuesta para Turistas Nacionales.	235
Anexo 5.	Encuesta para Turistas Extranjeros.	238

I. PLAN PARA EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL EN LA RUTA PATRIMONIAL DEL TREN EN EL TRAMO HUIGRA-ALAUÍ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

II. INTRODUCCIÓN

En todo el mundo, los sitios que pertenecen al patrimonio cultural y las ciudades de gran riqueza arquitectónica, histórica y cultural están convirtiéndose en destinos de elección para un número creciente de turistas. Si bien este tipo de turismo no es nuevo, su masificación progresiva se ha producido a finales del siglo XX, y es probable que siga incrementándose a un ritmo aun mayor en el nuevo siglo.

Cada vez más ciudades y sitios culturales pueden obtener ahora beneficios económicos del turismo y destinarlos a mejorar la conservación de su patrimonio, ofreciendo al mismo tiempo nuevas oportunidades de empleo y obtención de ingresos.

El desarrollo del turismo en el Ecuador tiene su base en la existencia de “recursos”, que a su vez son considerados como “atracciones y actividades” relacionadas con el entorno natural, con el patrimonio cultural, con actividades productivas, con los estilos de vida y el paisaje, esto quiere decir que los territorios de los pueblos y nacionalidades del Ecuador y quienes nos encontramos asentados en ellos, constituimos el soporte de la actividad turística la misma que ha generado nuevas tendencias en los viajeros, cambios en el modo de consumo del turismo, exigiendo mayor calidad en los productos turísticos, en el entorno y en los servicios.

En la actualidad se han venido produciendo cambios importantes en los mercados turísticos a nivel mundial, gradualmente se está pasando del común turismo masivo hacia un turismo más humano, respetando valores auténticos de las comunidades locales, de esta manera se busca satisfacer a turistas cada vez más ávidos de nuevas experiencias y conocimientos.

Las estrechas calles empedradas, balcones adornados con flores y pintorescas fachadas han convertido a Alausí en una de las ciudades con uno de los centros

histórico más atractivos y valiosos del país. Posee una enorme riqueza natural y cultural, convirtiéndola en un sitio ideal para el desarrollo del turismo nacional e internacional.

Huigra “La Eterna Primavera”, llamada así por su bondadoso y saludable clima subtropical templado, está situada a orillas del río Chanchán; rodeada de hermosos paisajes al sur de la provincia del Chimborazo, fue la segunda población creada al paso del ferrocarril.

El 2 de mayo de 1902, el ferrocarril llegó por primera vez al valle de Huigra, lugar que reunía condiciones estratégicas para establecer un campamento, construir oficinas y viviendas al más puro estilo norteamericano, en este territorio se afincaron respetables familias de Guayaquil y del extranjero, poco a poco se dio origen a una población constituida por trabajadores, capataces e ingenieros ferroviarios, allí también llegaron comerciantes, desde Sibambe, Tambo, Cañar, Azogues y Cuenca, incluso mercantes libaneses, sirios, chinos y otros. Este lugar se convirtió en un centro de acopio y distribución de herramientas, ganado, víveres y demás artículos imprescindible para subsistir en la región.

Mediante el Acuerdo Ministerial N°. 029, del 1° de abril de 2008, la red ferroviaria del Ecuador fue declarada como "Patrimonio Cultural del Estado" por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, para devolver a los ecuatorianos el ferrocarril para su uso, disfrute y aprovechamiento.

Esto ha permitido articular acciones encaminadas a su rehabilitación, proyecto que beneficiará a más de seis millones de habitantes de 15 provincias y 39 municipios del país.

A. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo tuvo como finalidad realizar un plan para el desarrollo de un producto turístico cultural para la Unidad de Turismo de la Coordinación de Soberanía Alimentaria del Gobierno Provincial, cuyos principales insumos fueron los atractivos, incluyendo una gran variedad de facilidades y servicios complementarios que se adaptan a las necesidades de los clientes actuales y potenciales. Además de contribuir con la protección de los bienes del patrimonio cultural, su historia e identidad con un enfoque de desarrollo integral orientado hacia el turismo sostenible.

En la actualidad las empresas turísticas se ven inmersas en un mundo globalizado, por lo que es preciso ser competitivo para mantenerse en el mercado y a más de ello ser excelente para situarse entre los primeros lugares de preferencia y aceptación del cliente.

De ésta manera se posibilita programar la oferta para crear un producto turístico nuevo, combinando atractivos y servicios que generalmente se compran por separado (hospedaje, alimentación, transporte, información, recreación, etc.).

A partir del 2008 la declaratoria del sistema ferroviario como “Patrimonio Cultural del Estado” ha permitido recuperar y poner en valor la red ferroviaria ecuatoriana, como monumento civil y patrimonio histórico que contribuye al turismo, su rehabilitación busca dinamizar la economía de las poblaciones por las que atraviesa la línea férrea, para lo cual se desarrollarán proyectos que impulsen el encadenamiento productivo en las economías locales, mediante la implementación de rutas patrimoniales y el trabajo entre la empresa pública y las poblaciones locales.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

- a. Realizar un plan para el desarrollo de un producto turístico cultural en la Ruta Patrimonial del Tren en el tramo Huigra-Alausí, provincia de Chimborazo.

2. Objetivos Específicos

- a. Evaluar el potencial turístico cultural de la zona.
- b. Determinar la viabilidad comercial para la formulación del plan.
- c. Realizar la formulación filosófica y estratégica del plan para el desarrollo de un producto turístico cultural en la Ruta Patrimonial del Tren en el tramo Huigra-Alausí.
- d. Estructurar los programas y proyectos para la operatividad del plan.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

A. TURISMO

Según la OMT " El turismo es una actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos". (OMT, 1995)

De acuerdo a Garcés " El turismo es una actividad turística perteneciente al sector terciario y consiste en un conjunto de bienes y servicios que están necesariamente interrelacionados, de modo que si falta uno de ellos obstaculiza o impide la venta o prestación de todos los otros, tiene además la muy peculiar característica que es solo posible producirlos en localizaciones geográficas rígidamente predeterminadas, a las cuales se les traslada el turista, aunque su venta puede realizarse en el lugar de su producción o fuera de él".(Garcés, 1995)

1. Turismo Sostenible

Según la Organización Mundial de Turismo "El desarrollo turístico sostenible es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras. Al mismo tiempo que protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida." (OMT. 2003)

2. Tipología de Productos Turísticos

a. Turismo de Masas

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional,

pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

b. Turismo Individual

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

c. Turismo Cultural

Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

- 1) **Urbano:** desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad.
- 2) **Monumental:** vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- 3) **Arqueológico:** vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- 4) **Etnográfico:** vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
- 5) **Científico:** es una oferta turística para realizar investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.
- 6) **Gastronómico:** vinculado a la comida tradicional de un sitio.

d. Turismo Natural

- 1) **Ecoturismo:** basado en el contacto del visitante con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.

- 2) **Rural:** el desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.
- 3) **Agroturismo:** su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias. Se caracteriza porque el visitante participa activamente de las actividades productivas.
- 4) **Agroecoturismo:** es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de las labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.
- 5) **Ornitológico:** es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.

e. Turismo Activo

Las actividades más conocidas de turismo activo son las siguientes:

- 1) **Deportivo:** la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior.
- 2) **Aventura:** Utiliza el entorno o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento, por lo que requiere consecuentemente de espacios con poca carga turística y mejor aún, poco explorados. Las actividades que se realizan son muy diversas y dependen del entorno natural en el que se sitúe el predio. Así un río, por ejemplo, genera condiciones propicias para el rafting o canotaje; la montaña para el andinismo, además de otras actividades que pueden realizarse en casi todos los ambientes, como cabalgatas y senderismo.
- 3) **Religioso:** una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia.

f. Turismo de negocios

Aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general. (wikipedia. 2010)

B. PATRIMONIO CULTURAL

Está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular”.

1. Patrimonio Cultural Inmaterial

Son los frutos de la creatividad humana que no podemos tocar, pero sí sentir, contar, imaginar, pensar, disfrutar, enseñar. Estos son los recuerdos, las historias, los gustos, los valores, los conocimientos y las destrezas. Todo eso, que demuestra quiénes somos, habita en nuestra memoria, en nuestro pensamiento y en nuestra forma de ser. Lo hemos heredado de nuestras comunidades por medio de la palabra, escuchada o leída. Al interactuar con quienes compartimos la vida y los espacios, lo transformamos con nuestras vivencias y será el legado para las futuras generaciones. Este es el patrimonio cultural inmaterial, también conocido como patrimonio cultural intangible.

2. Instructivo para la Normalización del Fondo de Patrimonio Inmaterial

Es el registro para los bienes inmateriales que determina parámetros y valoración específica para cada ámbito, además señala que la información registrada debe ser normalizada y estandarizada bajo los mismos parámetros con la finalidad de contar con un registro real y válido que sirva para intereses institucionales como fuente de consulta para proyectos de inversión.

C. PLANIFICACIÓN

La planificación es un proceso de preparación de decisiones referentes al futuro del sistema a dirigir con lo que se condicionan y posibilitan futuras decisiones. Este proceso se basa en un pronóstico, previamente elaborado según métodos específicos y se articula, basándose en competencias especializadas, según las áreas de actividad del sistema.

La planificación es un proceso gradual, por el que se establece el esfuerzo necesario para cumplir con los objetivos de un proyecto en un tiempo y horario que deben ser cumplidos para que dicha planificación sea exitosa.

Existen diferentes herramientas y técnicas para abordar la planificación de un proyecto, las cuales permiten definir el curso de acción a seguir, que será tomado como base durante la ejecución del mismo. (inta.1997)

1. Distinciones Relevantes para la Planificación

En las acciones de la planificación se destaca el uso de la distinción entre:

- fines o metas (resultados pretendidos) y objetivos;
- medios, como estrategias o tareas (para conseguir los resultados).

a. Fines

Los fines se refieren al estado del conjunto que se pretende alcanzar. Estos fines suelen ser los elementos de la misión de una organización.

b. Objetivos

Los objetivos se definen como metas más concretas cuyo cumplimiento combinado contribuye al logro de los fines del sistema. En la metódica del Hoshin Kanri, es el despliegue articulado y ordenado de estos objetivos o metas (targets) en relación a los

medios o tareas a realizar lo que permite especificar de forma operacional y controlable la organización procesual de la implementación de un plan. Dado que en general, la complejidad de los problemas exige desarrollos planificados a realizarse a lo largo del tiempo.

c. Estrategias o Procesos

Las estrategias se conciben como aquellos procesos totales articulados en actividades u operaciones parciales y que se orientan a la consecución de los fines del sistema.

d. Actividades y Tareas – medios en la implementación

Constituyen la dimensión activa. En organizaciones, sus miembros suelen desarrollar varias tareas distintas que contribuyen a la realización de los planes.

e. Recursos (y/o presupuestos)

Los recursos incluyen tanto el personal, como los medios técnicos y materiales, la información, las tecnologías y procedimientos elaborados antes, el dinero etc. Todo proceso de planificación implica un cierto consumo de recursos, y por eso también hay que buscar en él un cociente de valor entre la utilidad de los planes y el coste implicado en su preparación. Este puede ser un coste económico. (inta.1997)

2. Diagnóstico situacional para la planificación estratégica.

El diagnóstico o análisis situacional es uno de los elementos fundamentales del proceso de la planificación estratégica, examina la situación de la institución, tanto en su medio interno (fortalezas y debilidades), como en su medio externo (oportunidades, aliados por una parte y amenazas oponentes). (TIERRA, P. 2009.)

a. Diagnóstico situacional: medio interno

Elemento fundamental del proceso de planificación estratégica, se orienta a dar respuestas a preguntas como:

- ¿Qué somos como institución?
- ¿Qué tenemos?
- ¿Qué hemos sido?
- ¿Hacia dónde nos dirigimos?

Conocer esto resulta vital, porque a la institución le permitirá saber que es capaz de hacer o de emprender.

El análisis del medio interno, como parte del diagnóstico, permite interpretar la situación de la institución, establecer la relación causa – efecto y concluir en una síntesis de puntos sólidos y problemas. En síntesis el análisis del medio interno constituye una evaluación de la organización, cuyo objetivo es identificar las fortalezas (logros) y debilidades (problemas).

b. Diagnóstico situacional: medio externo

Toda empresa u organización, tiene su razón de ser, en tanto su visión, misión y objetivos apuntan a contribuir el desarrollo económico, social y cultural de la comunidad y área de influencia en la cual están insertas Pero se requiere conocer e interpretar las exigencias del entorno. Sus preocupaciones entonces dejan de ser solamente intramuros, para proyectarse a lo externo. (TIERRA, P. 2009.)

3. Plan Operativo Anual (POA)

El Plan Operativo Anual (POA) es una herramienta de gestión que permite planificar las actividades para el año, verificar el avance de la ejecución de proyectos en relación a lo presupuestado, conocer la planificación de las tareas para el año y por tanto los flujos de caja, realizar un plan de seguimiento anual pertinente a las necesidades. (citado por MANCHENO, M. 2009)

a. Como se elabora el Plan Operativo Anual

El POA debe realizarse de manera participativa con todas las instituciones que conforman la red. Si las instituciones no conocen el POA no podrán comprometerse en las acciones que este los involucra.

El POA es un instrumento que se realiza anualmente y se lo presenta a nivel provincial para que lo evalúe y lo apruebe. Si este es aprobado, se aprueba también el flujo de caja para dar curso al presupuesto. (citado por MANCHENO, M. 2009)

b. Parámetros del Plan Operativo Anual

1) Prioridades Anuales

Está en estrecha relación con el objetivo del proyecto (general y específicos).

Son los objetivos que se pretende alcanzar para el año.

2) Resultados Esperados

Se deben lograr necesariamente para alcanzar la prioridad anual.

El resultado esperado es el nivel de logro que se espera alcanzar al finalizar el año relacionado con la prioridad para el año y se expresa como una situación alcanzada.

3) Indicadores de Resultados

Corresponden a distintos ámbitos: tiempo, calidad y cantidad.

Permiten verificar el nivel de logro en el cumplimiento de los resultados esperados.

4) Medio de Verificación

Son las fuentes que vamos a utilizar para cerciorarnos de que el resultado se ha logrado.

Puede existir más de un medio de verificación por resultado esperado.

5) Supuestos

Son situaciones que están más allá del control directo de la gerencia del proyecto. Los supuestos previstos en el momento de la planificación sirven para identificar riesgos y/o ventajas de eventuales variaciones.

6) Actividades

Conjunto estructurado de tareas necesarias y suficientes para el desarrollo de la línea. Su desarrollo requiere recursos materiales, humanos y financieros. (citado por MANCHENO, M. 2009)

D. DIAGNOSTICO

1. Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

El FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es uno de los instrumentos analíticos cuando se trata de evaluar colectivamente procesos internos de una organización o comunidad. También es utilizado con fines de diagnóstico como un instrumento de autoevaluación dentro de un proceso. (TIERRA, P. 2009.)

El análisis FODA provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas, dentro de este análisis se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del ámbito externo en relación al quehacer interno.

a. Fortalezas

Características intrínsecas de los insumos, procesos y productos que apoyan la institución para aprovechar las oportunidades o que le protegen de amenazas provenientes del entorno.

Tener una fortaleza, es sentirse fuerte, haber conseguido una buena posición, haber alcanzado un grado de solidez, poseer energía, firmeza y constancia en determinado campo, área o aspecto del quehacer institucional.”

b. Debilidades

Las debilidades son manifestaciones que denotan un problema, desventaja, dificultad, entropía o insatisfacción de necesidades. Son aquellas desventajas o factores que provocan vulnerabilidad en la institución y a las cuales otras similares presentan ventajas.

c. Oportunidades

Elemento o circunstancia del ambiente externo que a de no estar bajo control directo de la institución, puede constituirse en una contribución para alguna de sus actividades importantes.

d. Amenazas

Elemento del medio externo relevante que no puede convertirse en una desventaja – riesgo – peligro para el desempeño de alguna de las actividades más importantes de una institución o programa. (TIERRA, P. 2009.)

2. Estudio de Mercado

Estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público con la mercadología a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. (Sánchez G, 1997)

Para Sapag Chain “El estudio de mercado es uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitos. El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizaran como estrategia comercial.” (Sapag Chain N. y Sacpag Chain R, 2004).

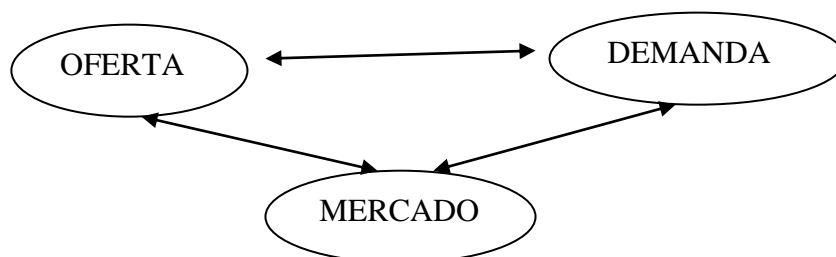
a. Mercado

Arboleda (1998). Define que el mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar.

Según Sapag Chain N. y Sacpag Chain R. (2004). El mercado es el comportamiento futuro de los factores económicos de un proyecto es afectado fuertemente por la estructura actual y esperada del mercado, el mercado lo conforman la totalidad de los compradores y vendedores potenciales del producto o servicio que se vaya a elaborar según el proyecto.

b. Estructura del Mercado

Según (Ricaurte C. 2006). La estructura del mercado modernamente se entiende como mercado el espacio físico o imaginario en el que influyen compradores (demandantes) y vendedores (oferentes) para hacer efectivo el intercambio



A la oferta y la demanda se le conoce como la fuerza del mercado, aquellas que les dan dinamismo y que hace posible la realización de las transacciones comerciales.

c. Análisis de la Oferta.

Para Sapag Chain N. y Sacpag Chain R, (2004). El termino oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios.

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

d. Análisis de la Demanda

Para Arboleda (1998). La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción.

Según Sapag Chain N. y Sacpag Chain R. (2004) el análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementara con la aceptación del proyecto.

El estudio de la demanda se dirige a calcular, con la mayor precisión posible, las cantidades reales y potenciales de consumo de determinado bien o servicio.

E. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

1. Inventario de Atractivos Turísticos

a. Marco Conceptual

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información

importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. (MINTUR, 2004)

b. Los Atractivos Turísticos

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (MINTUR, 2004)

c. Facilidades Turísticas

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo. (MINTUR, 2004)

d. Etapas para elaborar el Inventario de Atractivos

1. Clasificación de los atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. (MINTUR, 2004)

2. Trabajo de Campo

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías. (MINTUR, 2004)

3. Evaluación y Jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente. (MINTUR, 2004).

4. Clasificación de los Atractivos Turísticos

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología según del (MINTUR, 2004) se la hace en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.

En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

a) Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

b) Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.

c) Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR

1. Localización

El presente estudio de investigación se llevó a cabo en la Ruta Patrimonial del tren en el tramo Huigra – Alausí.

2. Ubicación Geográfica

Altitud: 1255 msnm promedio en Huigra hasta 2384 msnm promedio en Alausí (La Matriz)

Longitud: 78°59'00" E (Huigra) a 78°50'41" E (Alausí)

Latitud: 2°17'21" N (Huigra) a 2°12'02" N (Alausí)

3. Características Climáticas

Clima: debido a que el área de estudio se encuentra en diferentes pisos climáticos podemos encontrar algunos tipos como; clima subtropical templado (Huigra), templado semihúmedo (Pistishi) y frío andino (Alausí La Matriz).

Precipitación: presenta una humedad relativa del 78% y una precipitación anual de 500 a 2000mm.

Temperatura promedio: 18 a 20 °C (Huigra) – 15° a 16° (Pistishi-Alausí).

4. Clasificación ecológica

La zona que atraviesa el tramo de la línea férrea está comprendida por la formación vegetal de Bosque sub-húmedo montano bajo, el bosque húmedo montano y estepa espinosa montano bajo.

5. Características del suelo

La formación de la cadena occidental se dio en la era geológica en la época Eocena en el período andino, formándose en el terciario presentando un paisaje geológico con

rocas metamórficas que en su origen fueron sedimentarias o magmáticas que han sufrido transformaciones sustanciales (a nivel físico, no químico) sometándose a colosales presiones o altísimas temperaturas.

De acuerdo al relieve se encuentra en los Andes centrales donde desaparecen los edificios volcánicos del norte y en su lugar se encuentran formas de altiplanos cuyos suelos son muy fértiles y ofrecen múltiples posibilidades agrícolas.

B. MATERIALES

1. Materiales

Resma de papel.

Cartucho de impresora.

Mapas.

Flash memori.

3 CDs.

Libreta de apuntes.

Esferográfico.

Lápiz.

2. Equipos

Cámara digital fotográfica.

Computadora.

Impresora.

G.P.S.

C. METODOLOGÍA

El presente estudio es de carácter investigativo, aplicativo, tiene metodología no experimental, y se llevó a cabo mediante investigaciones bibliográficas y de campo a un nivel analítico. El cumplimiento de los objetivos se realizó de la siguiente manera:

1. Evaluación del potencial turístico cultural de la zona.

Para el cumplimiento de este objetivo se realizó un diagnóstico de la ruta, el mismo que estuvo comprendido por dos fases:

a. Diagnóstico situacional.- compuesto por los siguientes ámbitos.

1) *Ámbito Físico Espacial :*

- Localización y ubicación geográfica
- Geología
- Orografía
- Hidrología

2) *Ámbito Ecológico Territorial:*

- Características Climáticas
- Zonas de Vida
- Flora
- Fauna
- Peligros y riesgos

3) *Ámbito Sociocultural:*

- Distribución de la población
- Situación social relacionada con la pobreza
- Salud
- Educación
- Vivienda
- Servicios básicos
- Migración
- Vías de acceso

4) *Ámbito Económico Productivo:*

- Población económicamente activa
- Sector productivo

5) *Ámbito Político Administrativo:*

- Límites
- Organización política del cantón
- Organización política institucional
- Instituciones vinculadas con el sector turístico

b. Inventario del Patrimonio Cultural del tramo Huigra – Alausí.- estuvo comprendido por el siguiente ámbito

1) **Ámbito Turístico Cultural:** en este ámbito se realizó un diagnóstico turístico del patrimonio cultural, el mismo que hizo uso del “Instructivo para la Normalización de Fondo del Patrimonio Inmaterial” del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) y la metodología de “Inventario de Atractivos Turísticos” (MINTUR 2004) del Ministerio de Turismo, basándose en los siguientes pasos:

a) *Identificación y Georeferenciación:* comprendió salidas de campo, las mismas que arrojaron datos que luego fueron tabulados en el GIS.

b) *Categorización de los atractivos:* para su realización se trabajó con la metodología del “Inventario de Patrimonio Cultural” la cual se divide en dos tipos:

i. Patrimonio Inmaterial.- constituido por los siguientes puntos: (detallados ampliamente en el Anexo1: Cajas de listas del patrimonio inmaterial).

- Tradiciones y expresiones orales.
- Artes del espectáculo.
- Usos sociales, rituales y actos festivos.
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- Técnicas artesanales tradicionales.

ii. Patrimonio Material.- contemplado por:

- Material Mueble:
 - Bienes de Arqueología
 - Bienes de Pintura

- Bienes de Escultura
- Bienes de Platería
- Bienes de Textiles
- Bienes de Filatelia
- Bienes de Numismática
- Bienes de Manuscritos
- Material Inmueble:
 - Sitios patrimonio contemporáneo
 - Sitios Civiles
 - Sitios Religiosos
 - Sitios Militares
 - Sitios Vernáculas
 - Plazas
 - Parques
 - Sitios Arqueológicos

c) Valoración de los Atractivos: para la valoración se utilizó la ficha del “Instructivo para la Normalización de Fondo de Patrimonio Inmaterial” del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), la misma que determina los siguientes parámetros:

- i. Manifestación cultural registrada.- debe tener vigencia, es decir que debe ser una tradición viva, y un referente simbólico para la comunidad.
 - ii. Reseña del Bien.- debe contener una explícita visión patrimonial y antropológica
 - iii. Ficha de Registro.- no debe remitir a un elemento o bien arqueológico, natural, mueble, inmueble o de otra índole que no sea el patrimonio inmaterial detallado en los 5 ámbitos: Tradiciones y expresiones orales, Artes del espectáculo, Usos sociales, rituales y actos festivos, Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, Técnicas artesanales tradicionales.
- d) *Evaluación y Jerarquización:* para realizar la evaluación se utilizó la evaluación de la metodología del “Inventario de Atractivos Turísticos MINTUR 2004” la misma que se dividió en dos tipos;
- i. Valoración del patrimonio turístico inmaterial: se calificó los tres parámetros establecidos calidad, apoyo y significado con una modificación en el primer parámetro correspondiente a la calidad donde solo se tomó en cuenta el entorno ya que las otras consideraciones no aplican al patrimonio inmaterial, mayor detalle en el Anexo 2: Ficha de Parámetros de Evaluación modificada.
 - ii. Valoración turística material: de igual manera se calificó los tres parámetros de calidad, apoyo y significado con todas sus consideraciones, ver Anexo 3: Ficha de Parámetros de Evaluación

Además de los parámetros establecidos se hizo uso de información de las fichas del ábaco del INPC, información obtenida en las investigaciones de campo y fuentes secundarias ubicadas en la biblioteca de la ESPOCH.

2. Elaboración de la viabilidad comercial para la formulación del plan.

Para la realización de este objetivo se dividió el estudio en tres fases:

- a. *Análisis de la Oferta:* en esta fase se consideró los resultados del potencial turístico los mismos que fueron sistematizados en una tabla resumen (Planta turística, Atractivos turísticos, Productos turísticos, Oferta sustitutiva y complementaria).
- b. *Análisis de la Demanda:* se procedió a segmentar el mercado determinándose el universo de estudio y el cálculo de la muestra haciéndose uso de la fórmula estadística de Canavos que se detalla a continuación, se realizó la caracterización de la demanda y finalmente se definió el perfil del turista.

Fórmula de Canavos

$$n = \frac{P * Q * N}{N - 1 \left(\frac{e}{z} \right)^2 + P * Q}$$

Donde:

N = universo de estudio

P= 0.5 probabilidad de ocurrencia de un evento

Q= 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

e= 10% margen de error

Z= 2% Margen de confiabilidad

n= Muestra.

- c. *Confrontación Oferta –Demanda:* en esta fase se realizó la proyección de la oferta (# de turistas que lleguen al destino) y la proyección de la demanda (# de turistas a captar para el producto), para luego proceder con el cálculo de la demanda insatisfecha y la demanda objetiva.

3. Formulación filosófica y estratégica del plan para el desarrollo de un producto turístico cultural en la Ruta Patrimonial del Tren en el tramo Huigra-Alausí.

Este objetivo se ejecutó en tres fases:

- a. *Análisis situacional:* en esta fase se procedió a la realización de una Matriz FODA la misma que se trabajó en función de los elementos del sistema turístico, donde se hizo una priorización de Nudos Críticos y un Análisis de Factores Claves de Éxito, los mismos que permitieron la estructuración de las estrategias de cambio, consolidación y competitivas.
- b. *Formulación Filosófica:* esta fase fue estructurada en forma participativa donde se pudo definir Misión, Visión y Valores.
- c. *Formulación Estratégica:* en esta fase se consideraron los nudos críticos y los factores claves de éxito de alta calificación, los mismos que sirvieron de eje central al momento de proponer los Objetivos Estratégicos y las Políticas.

4. Estructuración de los programas y proyectos para la operatividad del plan.

Para el desarrollo del presente objetivo se propuso programas y proyectos, los mismos que fueron articulados con los ejes programáticos del PLANDETUR 2020, procediéndose a la elaboración de la Matriz de Marco Lógico donde se definieron los siguientes componentes; objetivo de la estrategia, resultados esperados, indicadores, actividades, recursos, responsables, fuentes de verificación e instituciones de apoyo. Además se elaboró el plan operativo anual de trabajo estableciendo y priorizando los proyectos y actividades.

V. RESULTADOS

A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO CULTURAL DE LA ZONA

1. Diagnóstico situacional del área de estudio

a. Ámbito Físico Espacial

1) Localización y ubicación geográfica

La Ruta del Tren Patrimonial tramo “Huigra- Alausí”, se encuentra localizada en las parroquias de Huigra, Pistishi y Alausí.

La parroquia de Huigra se encuentra al suroeste del cantón Alausí cuya altitud es de 1255 m.s.n.m. con una longitud de 078°59'00’’ este y una latitud de 02°17'21’’ norte, tiene una superficie aproximada de 108km² y una temperatura promedio de 20°C.¹

Pistishi se ubica a 11,8 km de Alausí con una altitud de 1836 m.s.n.m. con una temperatura que fluctúa entre los 12 a 16°C, cuya latitud es de 8753121 y de longitud 37976.

Mientras que la parroquia de Alausí se encuentra a una altitud de 2384 m.s.n.m. donde su longitud es de 739845 este y su latitud es de 9756884 norte con una temperatura promedio de 15°C.

2) Geología

La formación de la cadena occidental se dio en la era geológica en la época Eocena en el período andino, formándose en el terciario presentando un paisaje geológico con rocas metamórficas que en su origen fueron sedimentarias o magmáticas que han sufrido transformaciones sustanciales (a nivel físico, no químico) sometándose a colosales presiones o altísimas temperaturas.

¹ Consultoría Equipamiento del sistema de recolección de basura en la parroquia Huigra CONPROJUPARCH 2007

De acuerdo al relieve se encuentra en los Andes centrales donde desaparecen los edificios volcánicos del norte y en su lugar se encuentran formas de altiplanos cuyos suelos son muy fértiles y ofrecen múltiples posibilidades agrícolas.²

3) Orografía

El tramo nace en la hoya lateral del Chanchán presentándose una orografía muy accidentada en Huigra cuyos cerros importantes son el Cerro Palmar, Cerro Puñay, el Cerro San Nicolás, Cerro Curiquingue, Loma Achim y la Loma Shurin. Mientras que en Pistishi se encuentra el cerro conocido como Cóndor Puñuna.

De igual manera Alausí posee cerros importantes como el Gampala, Danas y la loma de Lluglly.

4) Hidrología

Los principales afluentes hidrográficos que se encuentran dentro del tramo Huigra-Alausí forman parte del sistema hídrico de la cuenca del río Guayas que desemboca en el Pacífico, de la microcuenca del Río Guayas y de la subcuenca del río Yaguachi formado por la unión del río Chanchán y río Chimbo.

Teniendo así en Huigra como principales agentes hidrográficos a las lagunas de Angas y Remijón, a ríos como el Chanchán, Angas, Chiguancay, Turmos, Blanco y Panamá, y las cascadas de Panamá, Angas y Chorrillo.³

Mientras que Pistishi tiene afluentes hídricos como el río Mallaguan y el curso del río Chanchán que nace en los páramos de Atapo formado por los ríos Pomacacha y Guasuntos y que también pasa por Alausí ya que se encuentra en la depresión que sigue el curso de este río.

² Manual de Geografía del Ecuador

³ Proyecto Equipamiento del sistema de recolección de basura en la parroquia Huigra CONPROJUPARCH 2007

⁴ Consultoría Actualización de la Guía Turística de Alausí (Itur de Alausí) 2011.

b. **Ámbito Ecológico Territorial**

1) **Características Climáticas**

a) **Tipo de Clima:** debido a que el área de estudio se encuentra en diferentes pisos climáticos podemos encontrar algunos tipos como; clima subtropical templado (Huigra), templado semihúmedo (Pistishi) y frío andino (Alausí la matriz).

b) **Precipitación:** presenta una humedad relativa del 78% y una precipitación anual de 500 a 2000mm.⁴

c) **Temperatura promedio:** 18 a 25 °C (Huigra) y 15° a 16° C (Pistishi-Alausí).

2) **Zonas de Vida**

La zona que atraviesa el tramo de la línea férrea está comprendida por la formación vegetal de Bosque sub-húmedo montano bajo, el bosque húmedo montano y estepa espinosa montano bajo.

3) **Flora**

Se encuentran varios tipos de flora las mismas que han sido clasificadas de la siguiente manera:

Tabla N° 01. Flora de la Ruta Patrimonial del Tren tramo “Huigra-Alausí”

Tipo	Nombre Común	Nombre Científico
Herbáceas	Caballo chupa Hierba luisa Llantén Diente de león Pajonal Trigo Maíz Fréjol Lenteja	<i>Equisetum sp</i> <i>Lippia triphylla</i> <i>Plantago mayor</i> <i>Taraxacum officinale</i> <i>Stipa ichu</i> <i>Triticum aestivum</i> <i>Zea mays</i> <i>Phaseolus vulgaris</i> <i>Lens esculenta</i>

	Habas Cebada Col Culantro Zambo Papa china Papa común Caña de azúcar Guineo	<i>Vicia faba</i> <i>Hordeum vulgare</i> <i>Brassica oleracea</i> <i>Coriandrum sativum</i> <i>Cucurbita ficifolia</i> <i>Dioscorea trifida</i> <i>Solanum tuberosum</i> <i>Saccharum officinarum</i> <i>Musa dioica</i>
Arbustivas	Higuerilla Cabuya Tuna Mora Silvestre Yuca	<i>Ricinus communis</i> <i>Agave americana</i> <i>Opuntia Ficus</i> <i>Rubus glaucus</i> <i>Manihot sculenta</i>
Arbóreas	Aliso Laurel Cedro Arrayán Pumamaqui Huarumo Eucalipto Aguacate Papaya Higo Chirimoya Taxo Granadilla	<i>Alnus jorullensis</i> <i>Laurus nobilis</i> <i>Cedrela odorata</i> <i>Ruscus aculeatus</i> <i>Oreopanax sp</i> <i>Cecropia sp</i> <i>Eucaliptus globulus</i> <i>Persea gratissima</i> <i>Carica papaya</i> <i>Ficus carica</i> <i>Annona cherimola</i> <i>Passiflora tarminiana</i> <i>Passiflora ligularis</i>

Fuente: Investigación de campo/Merchán M.

Elaborado por: Carmen Quito R. 2011

4) Fauna

Dentro de las especies de mamíferos existentes en la zona están:

Tabla N° 02. Mamíferos de la Ruta Patrimonial del tren tramo “Huigra-Alausí”

Nombre Común	Nombre Científico
Zarigüeya Común (Guanchaca)	<i>Didelphis marsupialis</i>
Zorrillo	<i>Conepatus semistriatus</i>
Lobos	<i>Lycaopex culpaeus</i>
Conejos	<i>Silvilagus vulgaris</i>
Raposas	<i>Caluromys derbianus</i>
Guanta	<i>Agouti taezanowskii</i>

Fuente: Investigación de campo/ Merchán M.

Elaborado por: Carmen Quito R. 2011

En lo que respecta a aves se pudo evidenciar especies de:

Tabla N° 03. Aves de la Ruta Patrimonial del tren tramo “Huigra-Alausí”

Nombre Común	Nombre Científico
Tórtolas	<i>Zenaida auriculata</i>
Torcasa	<i>Columba fasciata</i>
Pájaro brujo	<i>Pyrocephalus rubinus</i>
Pibi ahumado	<i>Contopus fumigatus</i>
Loro	<i>Hapalopsittacata pyrrhops</i>
Copetón filipálido	<i>Myiarchus cephalotes</i>
Espiguero negriblanco	<i>Sporophila luctuosa</i>
Pastorero peruano	<i>Sturnella bellicosa</i>
Pico grueso amarillo sureño	<i>Pheucticus chrysogaster</i>
Gallinazo negro	<i>Coragyps atratus</i>
Chingolo o gorrión	<i>Zonotrichia capensis</i>
Jilguero menor	<i>Carduelis psaltria</i>
Golondrina azuliblanca	<i>Notiochiledon cyanoleuca</i>
Cernícalo americano	<i>Falco sparverius</i>
Garrapatero piquiliso	<i>Crotophaga ani</i>
Espiguero negriblanco	<i>Sporophila luctuosa</i>
Tiranolete guardarríos	<i>Serpophaga cinerea</i>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carmen Quito R. 2011

Se pudo observar pocos anfibios como sapos cafés y lagartijas. Y en reptiles se conoce que en el sector existe la culebra equis (*Bothrops atrox*).

5) Peligros y riesgos

Los peligros existentes en la parroquia Huigra son la eliminación directa de las aguas servidas al río Chanchán conducidas con tubería PVC de la mayoría de las construcciones, debido a que no existe un sistema de alcantarillado.⁵

Además es importante señalar que a las parroquias del área de estudio les aqueja un riesgo en común como es el avance de la frontera agrícola y ganadera, la misma que

⁵ Proyecto Equipamiento del sistema de recolección de basura en la parroquia Huigra CONPROJUPARCH 2007

produce un gran impacto ambiental al reducir el hábitat de especies nativas de plantas y animales.

c. **Ámbito Sociocultural**

1) **Distribución de la población**

La población que se encuentra dentro del área de estudio se determina en el siguiente cuadro:

Tabla N° 04. Distribución de la población del área de estudio

Parroquia	Hombres	Mujeres	Total
Huigra	1147	1205	2352
Pistishi (Nariz del Diablo)	165	180	345
Alausí	1905	1975	3880
TOTAL			6577

Fuente: INEC censo de población y vivienda 2010

Elaborado por: Carmen Quito R. 2011

2) **Situación social relacionada con la pobreza**

Existe un nivel bajo de pobreza ya que la mayoría de la población a migrado al exterior, y el resto se dedica a actividades agrícolas y ganaderas.

3) **Salud**

La parroquia de Huigra cuenta con un Subcentro de Salud el mismo que brinda servicio médico a cargo de un profesional y una licenciada de enfermería en horario de atención de lunes a viernes, de 08.00am-16.00pm, y los domingos de 08.00am-14.00pm.

Mientras que Pistihi no cuenta con servicios médicos y para acceder a ellos los pobladores deben salir a la parroquia de Alausí o Chunchi.

Alausí al ser la matriz cuenta con el Hospital Civil que tiene mayor capacidad para atención médica y más profesionales que prestan su servicio en horarios completos, el Dispensario Médico del IESS y el Dispensario Médico de la Policía Nacional.

4) Educación

Las parroquias que integran el tramo Huigra-Alausí cuentan con las siguientes instituciones educativas:

Tabla N° 05. Instituciones Educativas del área de estudio

Parroquia	Institución Educativa
Huigra	Jardín de Infantes Simón Bolívar. Escuela Numa Pompilio Llona. Escuela Bartolomé Donoso. Escuela José María Urbina (Cochapamba) Escuela Ing. Eduardo Morley (Lugmas) Escuela Antonio Ante (Remijón) Colegio Técnico Humanístico Eloy Alfaro. Centro de Formación Artesanal “Marta Bucarán de Roldós”.
Pistishi	Jardín de Infantes Pequeños Milagritos Escuela Mixta Arenillas Tolte
Alausí	Jardín de Infantes Ciudad de Alausí Jardín de Infantes San Francisco de Sales Escuela Inés Jiménez Escuela San Vicente Ferrer Escuela Polidoro Arellano Escuela Fiscomisional Isidro Narváez Escuela Manuel María Sánchez Escuela Manuel Galesio Escuela 13de Noviembre Unidad Educativa San Francisco de Sales Colegio Nacional Alausí Colegio Nacional Gonzales Suárez Colegio a distancia Monseñor Leónidas Proaño Instituto Técnico Superior Manuel Galesio

Fuente: Unidades de Gobierno Local

Elaborado por: Carmen Quíto R. 2011

5) Vivienda

De acuerdo al censo del 2001 del INEC, el área de estudio cuenta con un número total de viviendas de 2070, donde la mayoría de las construcciones son de hormigón simple y mixtas, y una minoría son construcciones de madera y caña guadua declaradas como patrimonio cultural tanto en Huigra como en Alausí (La Matriz).

6) Servicios básicos

a) Agua Potable.- en la parroquia Huigra este servicio está administrado por la Junta Parroquial, el mismo que presenta algunas deficiencias ya que es agua entubada y no cumple con los procesos de potabilización para ser considerada como tal, siendo solamente captada en un tanque cisterna y clorada. Sin embargo a este servicio accede la población de la zona central mientras que las comunidades hacen uso del recurso en forma natural de las quebradas y vertientes.

Pistishi tiene el servicio de agua potable que es almacenada en un reservorio para luego ser distribuida a la población. En tanto que Alausí (La Matriz) sí cuenta con el servicio de agua potable.

b) Alcantarillado.- en Huigra no existe un sistema de alcantarillado la mayoría de las construcciones eliminan las aguas servidas al río Chanchán y a otros medios naturales.

Mientras que la parroquia Alausí y Pistishi sí cuentan con el servicio de alcantarillado.

c) Energía Eléctrica.- el 98% de la población de la zona de estudio cuenta con energía eléctrica y un 2% no por ser viviendas nuevas y no encontrarse dentro del tendido de redes.

d) Alumbrado Público.- en la zona de estudio aproximadamente el 98% de la población tiene este servicio pero en forma deficiente ya que algunas luminarias no funcionan por la falta de mantenimiento y calidad de las mismas.

e) Telefonía.- en Huigra este servicio lo reciben 200 abonados en forma deficiente ya que no cuenta con una infraestructura propia para dar atención al cliente en el sector, funcionando en la planta baja de la Junta y solamente el servicio de cobranzas que se realiza los sábados.

En Pistishi alrededor de 30 abonados reciben el servicio mientras que en Alausí un 70% de la población cuenta con el servicio telefónico.

En las tres parroquias existe la cobertura de telefonía celular de las empresas claro y movistar.

f) Migración

Aproximadamente el 20% de la población ha migrado al exterior como es al Continente Americano y Europeo, además de migrar a otras ciudades como Guayaquil, Milagro, Quito, Riobamba entre otras. El motivo principal de migración es la falta de empleo ya que esta zona vivía básicamente de la actividad ferroviaria, al decaer el sistema en los últimos años estas parroquias han quedado abandonadas y olvidadas razón por la cual buscan nuevas formas de subsistencia.

g) Vías de acceso

Huigra se encuentra conectada a la vía Alausí-Huigra-El Triunfo que es una vía de segundo orden, a la carretera de primer orden asfaltada Huigra-Alausí-Zhud, además de la conexión a la línea Férrea Alausí-Huigra-Durán.

Esta parroquia tiene vías principales como la panamericana Sur que conecta Alausí con el Austro por el norte, y al oeste esta la vía que la conecta con la ciudad de Guayaquil además tiene caminos de tercer orden que conectan a Huigra con las comunidades de:

Huigra-Namza Chico-Namza Grande-Chúnchi

Huigra-Chanchan-Chúnchi

Huigra-Pepinales-Huarúmo-Cumandá

Vía Huigra-Sulchan-Cochapamba

Huigra-San Roque (en construcción)

Para llegar a Pistishi se debe tomar la panamericana vía a Chunchi, por un camino de segundo orden se debe bajar para luego encontrar una Y, la misma que direcciona a la derecha a la comunidad de Tolte y a la izquierda a la comunidad de Pistishi Nariz del Diablo. Para su acceso se lo hace en tren desde la estación de Alausí o tomando las Cooperativas de Transportes Chunchi y Cooperativas que hacen su recorrido a Cuenca.

Para llegar a Alausí se lo puede hacer tomando la vía principal de la panamericana Sur además esta parroquia cuenta con vías alternas como: vía Multitud, vía Cuenca y vía Huigra – Guayaquil.

Tabla N° 06. Cooperativas de transportes que recorren “Huigra-Alausí”

Nombre de la empresa	Ruta	Frecuencia	Tipo de Servicio
Cooperativa de Transportes “Colta”	Riobamba- Huigra Huigra-Riobamba	2 diaria	BUS PÚBLICO
Cooperativa de Transportes “Alausi”	Quito-Huigra Riobamba-Huigra Alausi-Huigra- Guayaquil Guayaquil-Huigra- Alausi	1 diaria Cada hora 3 diarias 4 diarias	BUS PÚBLICO

	Huigra- Riobamba	3 diarias	
Cooperativa de Transportes “Rutas Cañaris”	Azogues-Huigra-La Clementina	1 diaria	BUS PÚBLICO
	La Clementina-Huigra-Azogues	1 diaria	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carmen Quito R. 2011

d. **Ámbito Económico Productivo**

1) **Población económicamente activa**

a) **Sector productivo**

De acuerdo al censo del 2001 realizado por el INEC señala que la población económicamente activa de 5 años y más por sexo, del cantón Alausí se dedica a las siguientes actividades:

Tabla N° 07. Población Económicamente Activa

Ramas de Actividad	Hombres	Mujeres	Total
Agricultura, Ganadería, Caza, Pesca, Silvicultura	7989	4911	12900
Manufactura	243	86	329
Construcción	471	17	488
Comercio	315	329	644
Enseñanza	150	238	388
Otras Actividades	803	951	1754
TOTAL	9971	6532	16503

Fuente: INEC censo de población y vivienda 2001

Elaborado por: Carmen Quito R. 2011

Se establece que el 78% de la población del cantón Alausí se dedican a actividades de Agricultura, Ganadería, Caza, Pesca y Silvicultura, el 11% realiza otro tipo de actividades no especificadas, mientras que el 4% se dedica a actividades de comercio, el

3% realiza actividades de construcción, en el mismo porcentaje del 2% están los que se dedican a actividades de manufactura y enseñanza.

e. Ámbito Político Administrativo

1) Límites

Huigra limita al norte con el Cerro San Nicolás y nacimiento del Río Blanco, al sur el Cerro Puñay y cuchilla del Cerro Palmar al este el Río Blanco o Tilange y el Río Turmos que desembocan en el Río Chanchán y al oeste el Río Angas.

Pistishi limita al norte con la parroquia de Alausí y Sibambe, al sur y este con la parroquia de Gonzol y al oeste con la parroquia de Chunchi.

Alausí limita al norte con la parroquia de Palmira, al este con la parroquia de Tixán, al sur con la parroquia de Guasuntos y Pistishi, y al oeste la parroquia de Sibambe.

2) Organización política del cantón

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí esta constituido por cuatro niveles:

a) Nivel Directivo Superior: esta organizado por las unidades de mando como es el Consejo Cantonal y la Alcaldía, además de constituirse por la coordinación del Patronato y las Comisiones Permanentes.

b) Nivel Asesor: esta integrado por la Dirección de Asesoría Jurídica y Auditoría Interna.

c) Nivel de Apoyo: esta compuesto por las dependencias de Secretaría General, Departamento de Recursos Humanos, Dirección Financiera (esta última integrada por el Departamento de Presupuesto y Contabilidad, Departamento de Tesorería y Recaudación y Departamento de Rentas Avalúos y Catastros), finalmente por el

Departamento Administrativo (integrado por el Centro de cómputo y Tecnológico, Relaciones Públicas, Bodega, Adquisiciones, Transporte, Mantenimiento y Talleres).

d) Nivel Operativo: esta constituido por la Dirección de Obras y Servicios Públicos (integrada por el Departamento de Planificación, Departamento de Fiscalización y el Departamento de Agua Potable Alcantarillado Desechos Sólidos y Laboratorio), también encontramos el Departamento de Seguridad Justicia y Vigilancia (formado por la Inspectoría de Higiene, Administración de Mercados y la Policía), finalmente esta la Dirección de Proyectos (donde se encuentran los Departamentos de Educación y Cultura, la Coordinación de Turismo, la Coordinación de Ambiente y la Coordinación de Salud).

i. ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN ALUSÍ

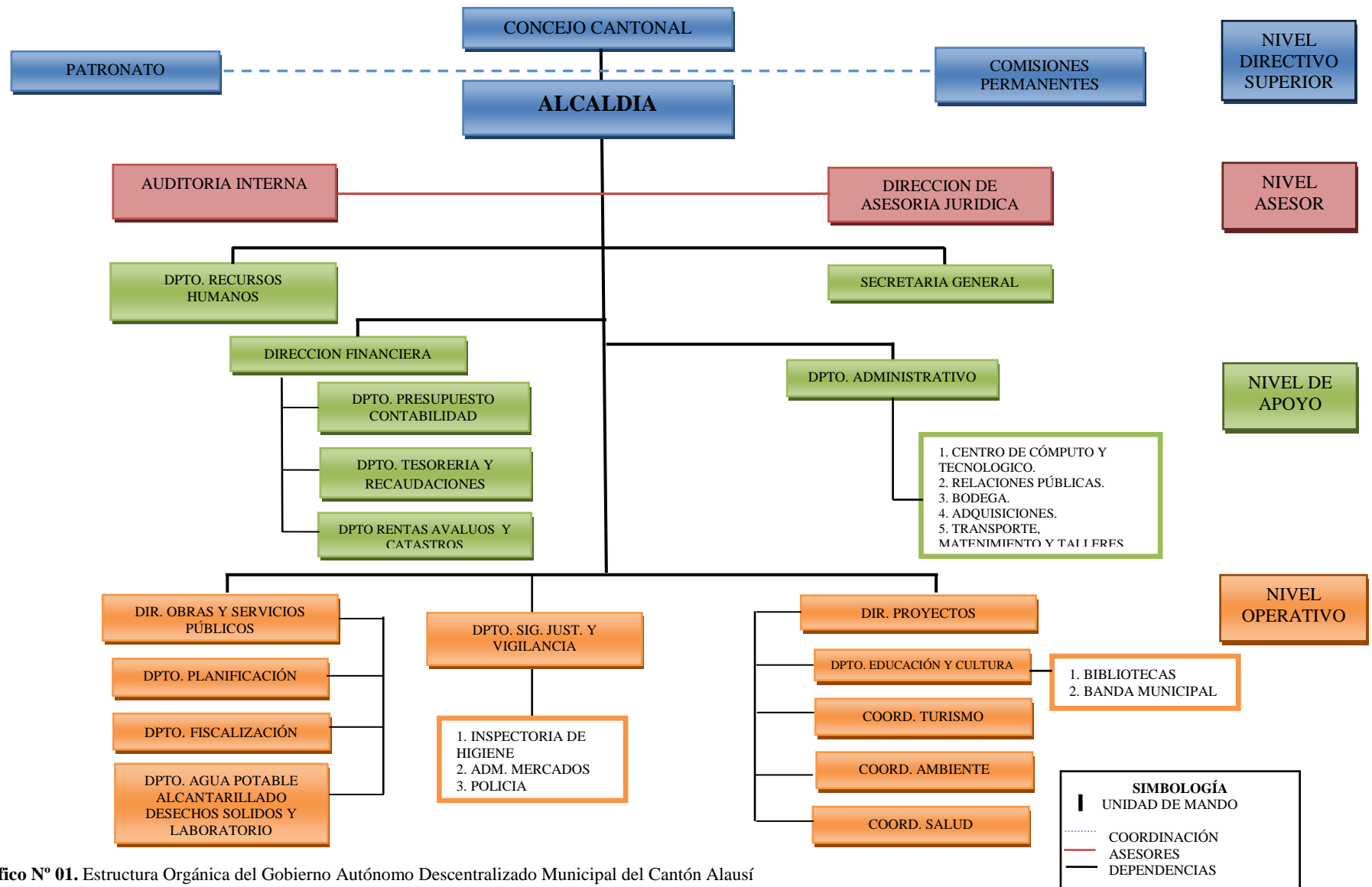


Grafico N° 01. Estructura Orgánica del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí

Fuente: Página web del Municipio de Alausí

Elaborado por: Carmen Quito R. 2011

3) Organización política institucional

La Junta Parroquial de Huigra se compone de tres niveles:

a) Nivel Directivo: integrado por el Presidente y los Vocales los mismos que trabajan en función de los ejes de planificación y conducción, coordinación y seguimiento, evaluación de políticas y acciones del Gobierno Parroquial.

b) Nivel Administrativo: integrado por el Secretario-Tesorero quien se encarga del cumplimiento de los fines y objetivos de la Junta de Parroquial. Además de la ejecución de políticas emanadas del nivel directivo.

c) Nivel Operativo: esta integrado por las Comisiones Especiales las mismas que se organizan en Comisiones de Desarrollo Económico, Comisión de Saneamiento Ambiental, Comisión de Educación y Deportes y la Comisión de Obras Públicas.

i. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL DE LA JUNTA PARROQUIAL HUIGRA

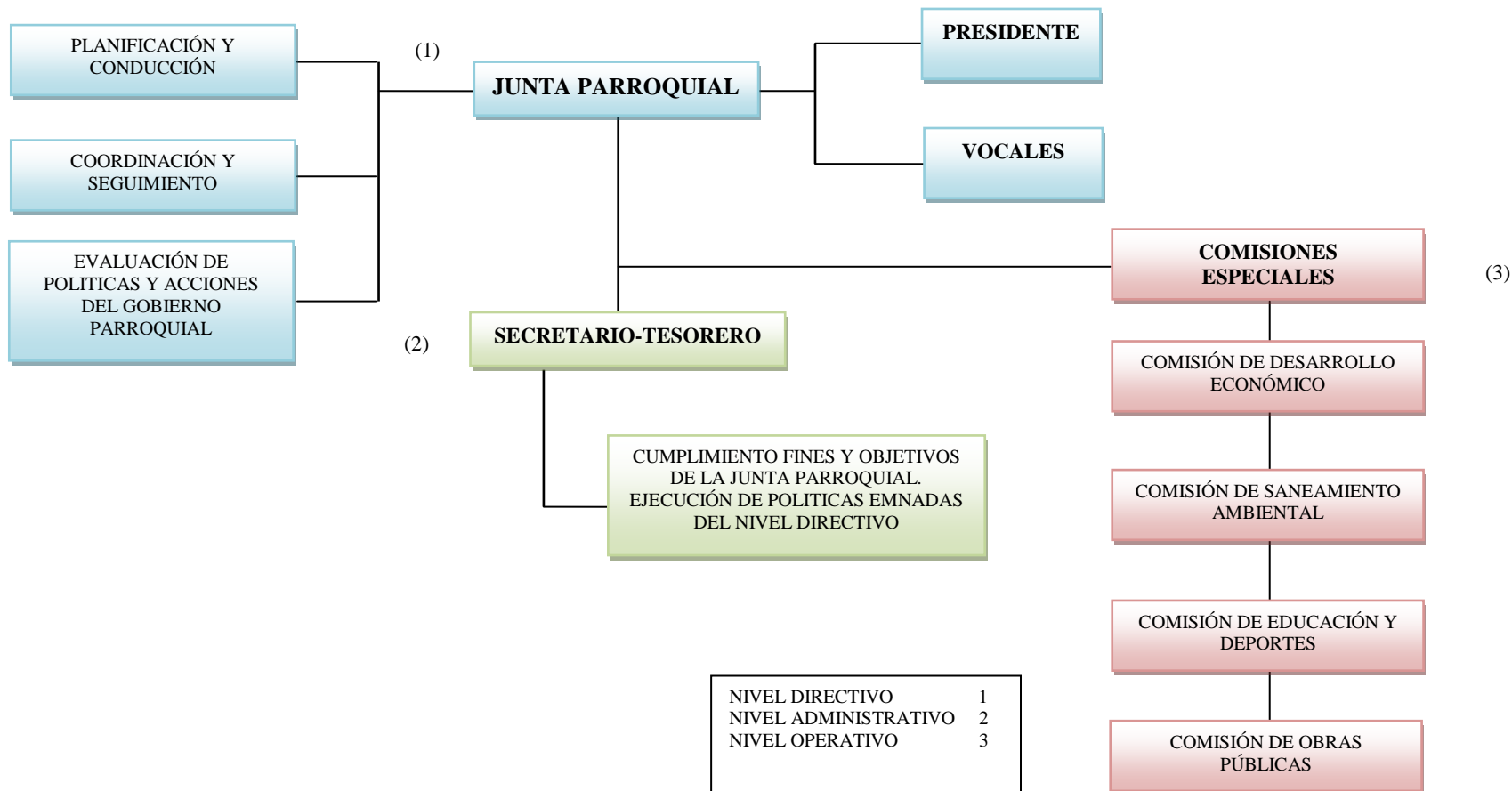


Grafico Nº 02. Organigrama Estructural y Funcional de la Junta Parroquial Huigra

Fuente: Archivo de la Junta Parroquial Huigra

Elaborado por: Carmen Quito R. 2011

4) Instituciones vinculadas con el sector turístico

Las instituciones vinculadas con el turismo son del sector público, privado y comunitario las mismas que son detalladas a continuación:

Tabla N° 08. Instituciones vinculadas con el sector turístico

SECTOR	INSTITUCIONES
PÚBLICO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Autónomo Descentralizado Consejo Provincial de Chimborazo. ▪ Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Alausí. ▪ Junta Parroquial de Huigra. ▪ Ministerio de Turismo. ▪ Ministerio del Ambiente. ▪ Ministerio de Cultura. ▪ Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. ▪ Ferrocarriles del Ecuador. ▪ Mesa de Turismo Sostenible de Chimborazo. ▪ Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH).
PRIVADO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cámara de Turismo. ▪ Operadoras Turísticas. ▪ Agencias de Viajes. ▪ Pasaje Artesanal de la Estación del tren de Alausí.
COMUNITARIO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CORTUCH. ▪ ONG's.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carmen Quito R. 2011

2. Inventario del Potencial Turístico

a. Inventario del Patrimonio Cultural de la Parroquia Huigra

1) Gruta de la Virgen de la Inmaculada Concepción

Categoría: Manifestaciones Culturales

Ámbito: Bienes Inmuebles

Subámbito: Arquitectura Religiosa Monumental

a) LOCALIZACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Ciudad:

Parroquia: Huigra

Urbana:

Rural:

Coordenadas: Norte: 9746833

Este: 724177

Altura: 1334m

b) REGIMEN DE PROPIEDAD

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS

Original: Mirador

Actual: Sitio Religioso/mirador

d) UBICACIÓN

Se ubica en el barrio San Francisco

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN

Siglo: ANTERIOR AL SIGLO –XVI

Fecha /Década: 12-11-1931

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido 80%

Deteriorado _____

Ruinoso _____

Causas: su alto nivel de conservación es gracias al cuidado de feligreses que la visitan y apoyo del gobierno e iglesia local, sin embargo es necesario mejorar ciertos elementos que la conforman como el piso, mantenimiento de luminarias y pintura de exteriores.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Colocar señalética e información turística sobre el atractivo para motivar la visita e interés del turista.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	Otros
----------	--------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 1 – 2: Gruta de la Virgen de la Inmaculada Concepción



Fuente: Carmen Quito R



Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

La gruta esta localizada en la parte inferior del cerro Chasmay donde se levanta la imagen de nuestra señora de Lourdes que data del 12 de noviembre de 1931 como lo señala la placa colocada en parte inferior de la imagen, en la actualidad se la ha denominado la virgen de la Inmaculada Concepción, fue hecha en Italia y traída al Ecuador en barco debido a su tamaño y peso, la imagen esta realizada en mármol de carrara, tiene 3m de altura es de color blanco, esta protegida por una gruta tanto natural como artificial.

La gruta de la virgen es un mirador que permite visualizar gran parte del valle de Huigra, al costado derecho de la virgen se encuentra una lápida con los restos del fundador de la Parroquia el Sr. Eduardo Morley. Además de ser un mirador es un sitio religioso al cual acuden muchos feligreses, especialmente el 8 de diciembre de cada año cuando se celebra la peregrinación en honor a la Virgen, y el último sábado del mes de mayo de cada año fecha en la que realizan una peregrinación todos los devotos residentes en otras provincias del país y fuera de él.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

No aplica

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	X Culto	X Estructura	Piedra-Hormigón	S	D	R
Arquitectura Civil	Educativa	Muros/Paredes	Piedra-Hormigón	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Pisos	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Tradicional	Servicios	Cubierta	Piedra-Hormigón	S	D	R
Arquitectura Vernácula	Salud	Escaleras	Hormigón	S	D	R
Cementerios	Funeraria	Instalaciones	Eléctrica	S	D	R
Haciendas	Productiva					
Rutas	Recreativa					
Molinos	Administrativa					
Puentes	Cultural					
Parques						
Plazas						
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros					

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	20
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
TOTAL		51

m. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía III

2) Oficinas de Administración del Ferrocarril

Categoría: Manifestaciones Culturales

Ámbito: Bienes Inmuebles

Subámbito: Arquitectura Tradicional

a) LOCALIZACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Ciudad:

Parroquia: Huigra

Urbana:

Rural:

Coordenadas: Norte: 9746894

Este: 724461

Altura: 1255m

b) REGIMEN DE PROPIEDAD

Estatal
 Militar
 Municipal
 Religioso
 Privado
 Otro
 No Definido

c) USOS

Original: Servicios

Actual: Servicios

d) UBICACIÓN

Se ubica en el barrio Guayaquil

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN

Siglo: ANTERIOR AL SIGLO –XVI

Fecha /Década: 1940-1950

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido _____

Deteriorado 45%

Ruinoso _____

Causas: su deterioro se debe fundamentalmente a las inclemencias del tiempo considerando que el inmueble es una construcción de madera, la cual requiere de mantenimiento y tratamiento periódico, además del abandono de las autoridades al no darle la importancia pertinente.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Reforzamiento de pilotes; consolidación de paredes de caña; sustitución de puertas, ventanas, portales y soportales, barandas, cubierta y cerramiento perimetral.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	Otros
----------	-------------------------------------	--------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 3 – 4: Oficinas de Administración del Ferrocarril



Fuente: Carmen Quito R



Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

El edificio tiene cimientos de piedra, parte de la estructura como pisos, ventanas, barandas y escaleras son de madera, mientras que los muros, paredes y tabiques están hechos de caña guadua, además cuenta con una instalación eléctrica y una cubierta de zinc. Tiene un diseño típico de la zona costera consta de dos plantas cada una con oficinas independientes comunicadas por un corredor externo.

En este edificio se estableció en forma definitiva la administración del ferrocarril con los empleados respectivos funcionando así: La Presidencia, Gerencia General, Superintendencia, Auditoría, Jefe de Vía, Cajero-Pagador, Despachador de trenes, Imprenta cada uno con su telegrafista entre otras dependencias.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

COLONIAL		REPUBLICANO	
Manierismo		Neo-Clásico	
Barroco		Ecléctico	
Rococó		Neo-Romántico	
Neo-Clásico		Neo-Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NUMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	X

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	X Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Madera	S	D	R
Arquitectura Civil	Educativa	Muros/Paredes	Caña Guadua	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Pisos	Madera	S	D	R
Arquitectura Tradicional	X Servicios	X Entrepisos		S	D	R
Arquitectura Vernácula	Salud	Cielos Rasos		S	D	R
Cementerios	Funeraria	Cubierta	Zinc	S	D	R
Haciendas	Productiva	Escaleras	Madera	S	D	R
Rutas	Recreativa	Ventanas	Madera	S	D	R
Molinos	Administrativa	Puertas	Madera	S	D	R
Puentes	Cultural	Portales/Soportales/Galerías	Madera	S	D	R
Parques		Barandales	Madera	S	D	R
Plazas		Instalaciones	Eléctrica	S	D	R
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros	Otros				

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	10
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		34

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

3) Estación del Ferrocarril Huigra N° 38

Categoría: Manifestaciones Culturales

Ámbito: Bienes Inmuebles

Subámbito: Arquitectura Civil

a) LOCALIZACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Ciudad:

Parroquia: Huigra

Urbana:

Rural:

Coordenadas: Norte: 9746762

Este: 724236

Altura: 1255m

b) REGIMEN DE PROPIEDAD

Estatal Militar Municipal Religioso Privado Otro No Definido

c) USOS

Original: Servicios

Actual: Servicios

d) UBICACIÓN

Se ubica en el barrio Guayaquil

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN

Siglo: ANTERIOR AL SIGLO –XVI

Fecha /Década: 1900-1910

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido 95%

Deteriorado _____

Ruinoso _____

Causas: el apoyo gubernamental ha permitido la reconstrucción de esta estación del Ferrocarril en su totalidad razón por la cual tiene un alto nivel de conservación.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Implementar información turística de la historia de la estación, su función original y actual para que de esa manera se genere interés en los visitantes.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

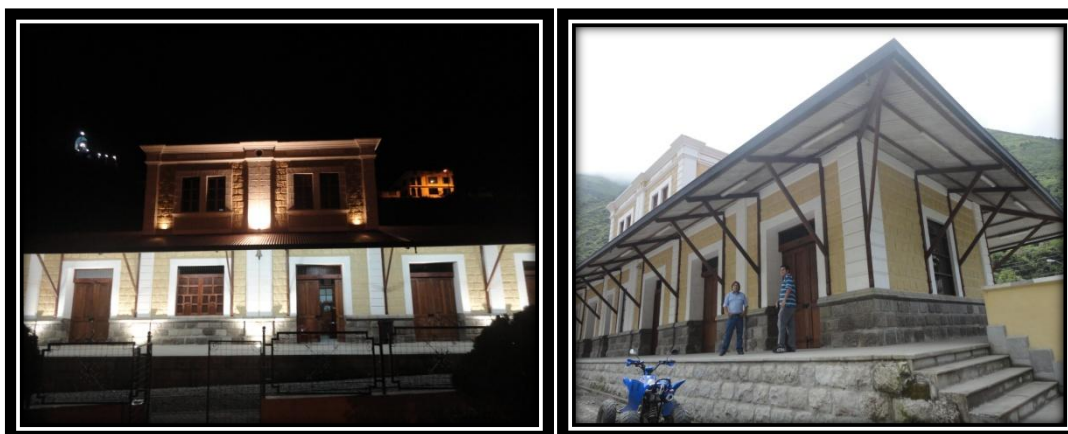
Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	Otros
----------	--------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 5 – 6: Estación del Ferrocarril Huigra N° 38



Fuente: Carmen Quito R

Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Esta infraestructura constituye la Estación del Ferrocarril en Huigra cuya construcción es de tipo mixta donde sus cimientos, paredes, muros y tabiques fueron hechos de piedra, mientras que las ventanas, puertas, escaleras y cielos rasos de madera, tiene instalaciones eléctricas y una cubierta de zinc.

Se evidencia dos vías férreas una a cada costado de la estación, en el interior del edificio se desarrollan cuartos destinados para oficinas y bodegas, éstos están en comunicación directa con el exterior mediante un pasillo a cada lado.

Esta estación funcionó a partir del 2 de mayo de 1902 gracias a la construcción del ferrocarril del Sur que se llamaba “The Guayaquil And Quito Railway Co”, a este sitio llegaban trenes de carga y pasajeros, además de las locomotoras chicas. Había trenes mixtos que eran para pasajeros y equipaje siendo de subida el tren N° 5 ruta Durán- Riobamba y el n° 6 de Riobamba –Durán.

También estaba el tren directo que era solo de carga especialmente de legumbres comprendiendo la ruta Riobamba-Durán los lunes, miércoles y viernes. Dentro de este recorrido estaba el tren n° 11 que era de subida y el tren n° 12 que era de bajada estos trenes recogían solo productos de comercio.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

COLONIAL		REPUBLICANO	
Manierismo		Neo-Clásico	
Barroco		Ecléctico	X
Rococó		Neo-Romántico	
Neo-Clásico		Neo-Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NUMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	X Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Piedra	S	D	R
Arquitectura Civil	X Educativa	Muros/Paredes	Piedra	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Pisos	Madera	S	D	R
Arquitectura Tradicional	Servicios	X Entrepisos		S	D	R
Arquitectura Vernácula	Salud	Cielos Rasos	Madera	S	D	R
Cementerios	Funeraria	Cubierta	Zinc	S	D	R
Haciendas	Productiva	Escaleras	Madera	S	D	R
Rutas	Recreativa	Ventanas	Madera	S	D	R
Molinos	Administrativa	Puertas	Madera	S	D	R
Puentes	Cultural	Portales/Soportale		S	D	R
Parques		Barandales		S	D	R
Plazas		Instalaciones	Eléctrica	S	D	R
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros	Otros				

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	15
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	1
	d) Internacional	1
TOTAL		43

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

4) Casa Núñez**Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Inmuebles**Subámbito:** Arquitectura Civil**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Huigra**Urbana:****Rural:** **Coordenadas:** Norte: 9746802**Este:** 724297**Altura:** 1309m**b) REGIMEN DE PROPIEDAD**

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS**Original:** Vivienda**Actual:** Vivienda**d) UBICACIÓN**

Se ubican en el barrio Guayaquil

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI**Fecha /Década:** 1910-1920

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f). ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido _____

Deteriorado 45% _____

Ruinoso _____

Causas: el transcurso del tiempo ha ido deteriorando lentamente esta magnífica obra arquitectónica, ya que sus propietarios al ver que su pueblo dejó la actividad ferroviaria han

perdido interés por conservarla. Actualmente tiene nuevos propietarios que la reconstruirán conservando sus características ya que forma parte del inventariado patrimonial del INPC.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Tomar en cuenta la construcción pasada para su restauración actual. Desarrollar un documento base con información de la casa para la respectiva interpretación turística para propios y extraños.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

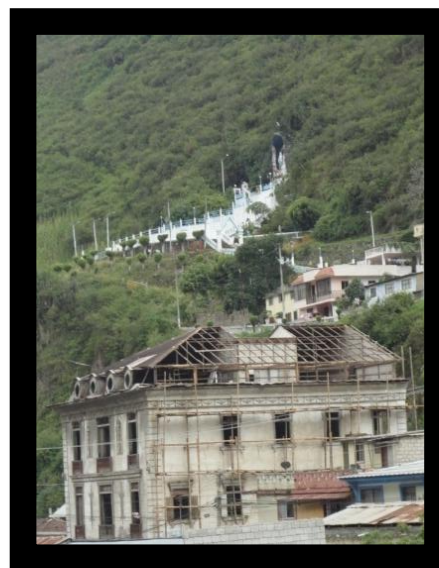
Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Otros
----------	-------------------------------------	--------------------	----------------------	-------------------------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 7 – 8: Casa Núñez



Fuente: Carmen Quito R



Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Es una casa esquinera, cuyo ingreso principal es por la calle Guayaquil a través de un corredor que va a dar a una escalera que comunica verticalmente con los demás pisos en forma independiente, posee un patio central el mismo que sirve para la correcta ventilación e iluminación de la parte interna. En el 2010 fue declarada como casa patrimonial por el INPC y

constituye parte del centro histórico de Huigra, es una construcción de adobe y madera con una cubierta de zinc.

En tiempos pasados esta casa también brindaba el servicio de hospedaje a los constructores del ferrocarril.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

COLONIAL		REPUBLICANO	
Manierismo		Neo-Clásico	
Barroco		Ecléctico	X
Rococó		Neo-Romántico	
Neo-Clásico		Neo-Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NUMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL		DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN			
					S	D	R	
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	X	Cimentación	Piedra	S	D	R	
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto		Estructura	Adobe/Madera	S	D	R	
Arquitectura Civil	X Educativa		Muros/Paredes	Adobe	S	D	R	
Arquitectura Religiosa	Comercio		Pisos	Madera	S	D	R	
Arquitectura Tradicional	Servicios		Entrepisos		S	D	R	
Arquitectura Vernácula	Salud		Cielos Rasos	Madera	S	D	R	
Cementerios	Funeraria		Cubierta	Zinc	S	D	R	
Haciendas	Productiva		Escaleras	Madera	S	D	R	
Rutas	Recreativa		Ventanas	Madera	S	D	R	
Molinos	Administrativa		Puertas	Madera	S	D	R	
Puentes	Cultural		Portales/Soportale		S	D	R	
Parques			Barandales		S	D	R	
Plazas			Instalaciones	Eléctrica	S	D	R	
Industrial								
Túneles								
Otros	Otros		Otros					

I) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	12
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	1
	d) Internacional	0
TOTAL		39

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

5) Casa Patrimonial

Categoría: Manifestaciones Culturales

Ámbito: Bienes Inmuebles

Subámbito: Arquitectura Civil

a) LOCALIZACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Ciudad:

Parroquia: Huigra

Urbana:

Rural:

Coordenadas: Norte: 9746762

Este: 724306

Altura: 1308m

b) REGIMEN DE PROPIEDAD

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS

Original: Vivienda

Actual: Vivienda

d) UBICACIÓN

Se ubican en el barrio Guayaquil

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN

Siglo: ANTERIOR AL SIGLO –XVI

Fecha /Década: 1950-1960

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f). ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido 85%

Deteriorado _____

Ruinoso _____

Causas: el buen estado de conservación es gracias a que su uso actual sigue siendo de vivienda, lo que ha permitido que el inmueble sobreviva al tiempo y a las inclemencias del tiempo, ya que los propietarios le dan un óptimo mantenimiento y cuidado.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Desarrollar un documento base con información de las casas para la respectiva interpretación turística para propios y extraños.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	Otros
----------	--------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 9: Casa Patrimonial



Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Es una casa esquinera, el emplazamiento en el terreno es continuo sin retiro frontal y con retiro posterior en el cual se desarrolla un patio, posee dos crujiás. En la planta baja posee tres cuartos independientes entre sí en relación directa con la calle, desde un cuarto se comunica con la planta alta mediante una escalera interior, en la parte posterior existe una huerta.

Esta infraestructura al igual que la anterior forma parte de los bienes inmateriales del INPC, además constituye parte del centro histórico de Huigra.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

COLONIAL		REPUBLICANO	
Manierismo		Neo-Clásico	
Barroco		Ecléctico	
Rococó		Neo-Romántico	
Neo-Clásico		Neo-Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NUMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	X

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	X Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Madera	S	D	R
Arquitectura Civil	Educativa	Muros/Paredes	Madera	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Pisos	Cemento	S	D	R
Arquitectura Tradicional	X Servicios	Entrepisos		S	D	R
Arquitectura Vernácula	Salud	Cielos Rasos	Madera	S	D	R
Cementerios	Funeraria	Cubierta	Zinc	S	D	R
Haciendas	Productiva	Escaleras	Madera	S	D	R
Rutas	Recreativa	Ventanas	Madera	S	D	R
Molinos	Administrativa	Puertas	Madera	S	D	R
Puentes	Cultural	Portales/Soportale	Madera	S	D	R
Parques		Barandales		S	D	R
Plazas		Instalaciones	Eléctrica	S	D	R
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros	Otros				

1) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	15
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	1
	d) Internacional	0
TOTAL		42

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

6) Cementerio de los Constructores del Ferrocarril

Categoría: Manifestaciones Culturales

Ámbito: Bienes Inmuebles

Subámbito: Arquitectura Funeraria

a) LOCALIZACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Ciudad:

Parroquia: Huigra

Urbana:

Rural:

Coordenadas: Norte: 9747647

Este: 725169

Altura: 1260m

b) REGIMEN DE PROPIEDAD

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS

Original: Funerario

Actual: Funerario

d) UBICACIÓN

Se ubica en el barrio Eduardo Morley

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN

Siglo: ANTERIOR AL SIGLO –XVI

Fecha /Década: 1900-1930

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido _____

Deteriorado

25%

Ruinoso _____

Causas: los principales factores de deterioro son las condiciones climáticas y abandono, sin embargo los materiales que se han usado para su construcción han evitado de cierta manera un alto impacto de destrucción.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Construcción de cerramiento perimetral y consolidación de tumbas con técnicos especializados.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	Otros
----------	-------------------------------------	--------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 10 – 11: Tumbas de los Constructores del Ferrocarril



Fuente: Carmen Quito R



Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

El cementerio de los constructores del ferrocarril fue encontrado recientemente a un costado de la vía Alausí-Huigra cuyas tumbas están a simple vista, mismas que han sufrido daños por las condiciones climáticas y abandono.

Las tumbas presentan rasgos distintivos en el diseño y materiales de construcción ya que no son propias de la época, es decir son a manera de féretros sobresalientes hechos de hormigón armado y con una cruz sobre la tumba.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

No aplica

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Hormigón armado	S	D	R
Arquitectura Civil	Educativa	Muros/Paredes	Piedra	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Pisos	Tierra	S	D	R
Arquitectura Tradicional	Servicios					
Arquitectura Vernácula	Salud					
Cementerios	X Funeraria	X				
Haciendas	Productiva					
Rutas	Recreativa					
Molinos	Administrativa					
Puentes	Cultural					
Parques						
Plazas						
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros	Otros				

I) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	6
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		25

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

7) Cementerio de los pobladores del antiguo Huigra

Categoría: Manifestaciones Culturales

Ámbito: Bienes Inmuebles

Subámbito: Arquitectura Funeraria

a) LOCALIZACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Ciudad:

Parroquia: Huigra

Urbana:

Rural:

Coordenadas: Norte: 9747251

Este: 724300

Altura: 1247m

b) REGIMEN DE PROPIEDAD

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS

Original: Funerario

Actual: Funerario

d) UBICACIÓN

Se ubica en el barrio Eduardo Morley

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN

Siglo: ANTERIOR AL SIGLO –XVI

Fecha /Década: 1950-1960

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido _____

Deteriorado 35%

Ruinoso _____

Causas: su deterioro se debe básicamente a las inclemencias del tiempo y abandono, a la falta de interés por proteger el sector donde se encuentran las tumbas.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Construcción de cerramiento perimetral y portón de ingreso con seguridades, consolidación de tumbas.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

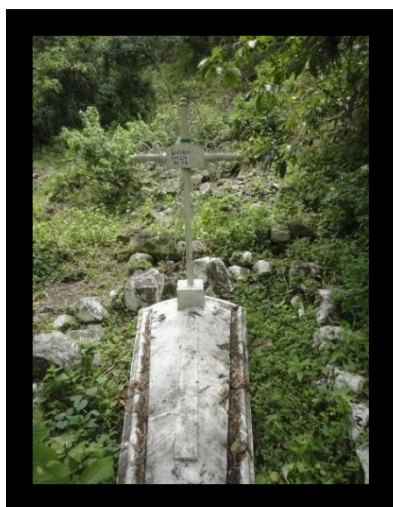
Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	Otros
----------	-------------------------------------	--------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 12 – 13: Tumbas de los pobladores del antiguo Huigra



Fuente: Carmen Quito R



Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

El cementerio esta constituido por las tumbas de los pobladores de la época de construcción del ferrocarril con similares características a las tumbas anteriormente mencionadas encontrándose a pocos metros de distancia de ellas.

Para acceder al lugar se debe seguir la misma ruta cruzando por un puente de la línea férrea y se llega a un terreno donde se encuentran las tumbas.

La mayoría de las tumbas son de hormigón armado, algunas de ellas con cruces de hormigón y otras metálicas que reposan sobre el suelo con un diseño y estilo diferente a los de aquella época.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

No aplica

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Hormigón armado	S	D	R
Arquitectura Civil	Educativa	Muros/Paredes	Piedra	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Pisos	Tierra	S	D	R
Arquitectura Tradicional	Servicios					
Arquitectura Vernácula	Salud					
Cementerios	X Funeraria	X				
Haciendas	Productiva					
Rutas	Recreativa					
Molinos	Administrativa					
Puentes	Cultural					
Parques						
Plazas						
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros	Otros				

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	6
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		25

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

8) Yacimiento de Yashipa**Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Arqueológicos**Subámbito:** Yacimiento Monumental**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Huigra**Urbana:****Rural:** **Coordenadas:** Norte: 9741935**Este:** 719741**Altura:** 2190m**b) REGIMEN DE PROPIEDAD**

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS**Original:** Vivienda**Actual:** Vivienda**d) UBICACIÓN**

Se ubica en la comunidad de Yashipa

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI **Fecha /Década:** 1500

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido _____

Deteriorado _____

Ruinoso 35%

Causas: los principales factores que han deteriorado este bien son las condiciones climáticas, el abandono de autoridades y pobladores, hecho que ha ocasionado que se encuentre actualmente solo una ruina cubierta por vegetación de la zona.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Limpiar el área donde se encuentra el yacimiento y realizar un estudio técnico sobre la función y relación que esta tenía con los petroglifos encontrados en el trayecto.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	Conflicto Tenencia	<input checked="" type="checkbox"/>	Malas Intervenciones	Otros
----------	-------------------------------------	--------------------	-------------------------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 14 – 15: Yacimiento de Yashipa



Fuente: Carmen Quito R



Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

El yacimiento se ubica dentro de una propiedad privada perteneciente al Sr. Manuel Agamarca, para recorrerlo se necesita la autorización del propietario, cuyo trayecto dura aproximadamente 4 horas de recorrido.

La característica principal de este yacimiento es el material de construcción que utilizaron, es decir la piedra la misma que da indicios de considerarla como una ocupación inca de aproximadamente 5x5m y 1m de alto.

Durante el recorrido se puede admirar un hermoso paisaje contemplado por flora endémica y majestuosos cerros como es el Puñay.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

No aplica

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
			S	D	R
Vivienda	Cimentación	Piedra	S	D	R
Hospedaje	X Estructura	Piedra	S	D	R
Comunicación	Muros/Paredes	Piedra	S	D	R
Ceremonial	Pisos	Tierra	S	D	R
Funeraria					
Otros	Otros				

I) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	9
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		23

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

9) Petroglifos

Categoría: Manifestaciones Culturales

Ámbito: Bienes Arqueológicos

Subámbito: Petroglifos

a) LOCALIZACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Ciudad:

Parroquia: Huigra

Urbana:

Rural:

Coordenadas: Norte: 9742025

Este: 720565

Altura: 2227m

b) REGIMEN DE PROPIEDAD

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS

Original: símbolos

Actual: símbolos

d) UBICACIÓN

Se ubica en la comunidad de Yashipa

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN

Siglo: ANTERIOR AL SIGLO –XVI

Fecha /Década: 1500

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido _____

Deteriorado 25%

Ruinoso _____

Causas: su deterioro se debe a la exposición total ante las inclemencias del tiempo y lo que esto genera como es la propagación de plantas en su entorno y sobre el cómo líquenes y musgos, además del abandono por la falta de interés sobre estos bienes arqueológicos.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Hacer un estudio técnico para una mejor interpretación del vestigio, además generar una gran importancia para su conservación tanto a propietarios como autoridades del sector.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	Conflicto Tenencia	<input checked="" type="checkbox"/>	Malas Intervenciones	Otros
----------	-------------------------------------	--------------------	-------------------------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 16-17: Petroglifo de Yashipa



Fuente: Carmen Quito



Fuente: Carmen Quito

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

El vestigio se encuentra en la cima de la montaña de la propiedad privada del Sr. Manuel Agamarca el mismo que se considera como Petroglifo por presentar símbolos tallados con formas y líneas extrañas, y debido a que carece de un estudio técnico arqueológico no se ha determinado su funcionalidad.

Tiene una posible filiación cultural con la ocupación de la cultura narrío ya que por vestigios encontrados en la zona y por la ubicación se establece una relación, considerando que esta cultura se encontraba en los altos de la colina quienes disfrutaban de un amplio dominio visual y el control de puntos de paso a través de las cordilleras en dirección costa.

Para llegar a él se debe tomar el mismo camino de los yacimientos anteriormente descritos y sin mucho esfuerzo se lo puede observar claramente a un costado derecho. Además de contemplar un paisaje impresionante de la bella parroquia y sus imponentes cerros.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA**Estilo e Influencia de la Fachada**

No aplica

Tipología del Inmueble

DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
		S	D	R
Yacimiento	Piedra	S	D	R
Otros				

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	9
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		23

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

10) Yacimiento Superficial**Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Arqueológicos**Subámbito:** Yacimiento Superficial**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Huigra**Urbana:****Rural:** **Coordenadas:** Norte: 9743832**Este:** 723839**Altura:** 1770m**b) REGIMEN DE PROPIEDAD**

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS**Original:** Recreativa**Actual:** Recreativa**d) UBICACIÓN**

Se ubica en la comunidad de Cochapamba

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI **Fecha /Década:** 1500

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido _____

Deteriorado 25%

Ruinoso _____

Causas: el deterioro del resto se ha producido por la inclemencia del tiempo propiciando al crecimiento de plantas sobre él, como líquenes y musgos.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Realizar un estudio técnico para su interpretación de manera que genere interés en los propietarios y habitantes de la zona promoviendo así su conservación.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	Conflicto Tenencia	<input checked="" type="checkbox"/>	Malas Intervenciones	Otros
----------	-------------------------------------	--------------------	-------------------------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 18-19: Yacimiento superficial en forma de tortuga



Fuente: Carmen Quito

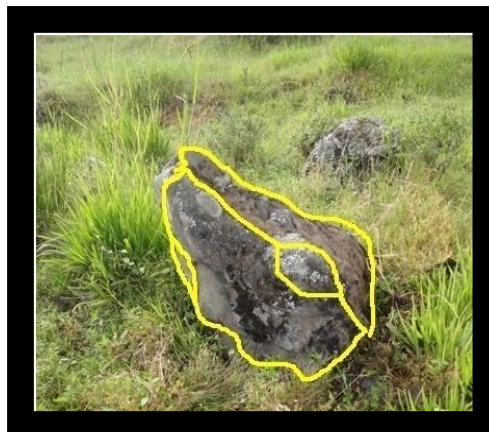


Fuente: Carmen Quito

Foto N° 20-21: Yacimiento superficial en forma de lagarto



Fuente: Carmen Quito



Fuente: Carmen Quito

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

El yacimiento son piedras talladas con formas de animales distribuidas indistintamente y por la inexistencia de un estudio técnico no se ha determinado su uso, se encuentra en la propiedad privada del Sr. Segundo Saldaña.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA**Estilo e Influencia de la Fachada**

No aplica

Tipología del Inmueble

DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
		S	D	R
Yacimiento	Piedra			
Otros				

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	9
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		24

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

11) Monolito del Guardián de Cochapamba**Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Arqueológicos**Subámbito:** Yacimiento Superficial**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Huigra**Urbana:****Rural:** **Coordenadas:** Norte: 9743429**Este:** 724503**Altura:** 2151m**b) REGIMEN DE PROPIEDAD**

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS**Original:** Recreativa**Actual:** Recreativa**d) UBICACIÓN**

Se ubica en la comunidad de Cochapamba

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI**Fecha /Década:** 1500

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido _____

Deteriorado 25%

Ruinoso _____

Causas: las razones que han contribuido al deterioro de este bien son las condiciones climáticas y abandono, a pesar de ello el material en el que ha sido construido no permite un daño de mayor magnitud sobre él.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Realizar un estudio técnico para su interpretación de manera que genere interés en los propietarios y habitantes de la zona promoviendo así su conservación.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

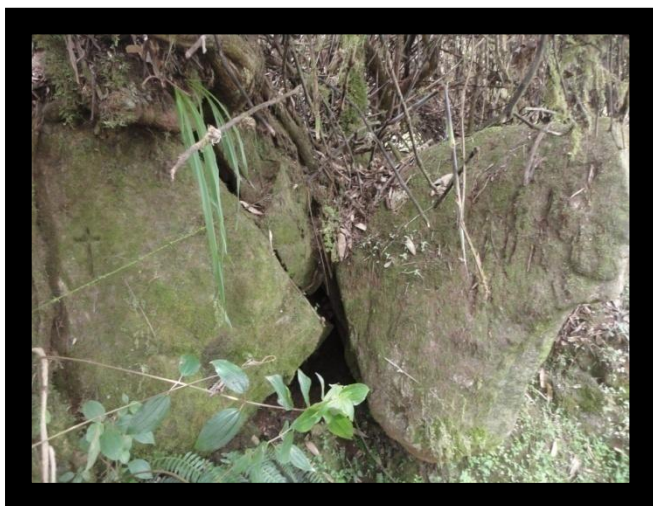
Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	Conflicto Tenencia	<input checked="" type="checkbox"/>	Malas Intervenciones	Otros
----------	-------------------------------------	--------------------	-------------------------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 22: Monolito de la cruz del sur



Fuente: Carmen Quito

Foto N° 23: Monolito del guardián



Fuente: Carmen Quito

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Los monolitos se encuentran en la comunidad de Cochapamba, ingresando por un desvío a mano izquierda a 6 km del poblado de Huigra, tomando como punto de referencia la escuela de la comunidad que se encuentra al costado derecho del camino, siguiendo el recorrido se debe pasar por el sector de Sulchán, para luego seguir ascendiendo hasta llegar a los terrenos de la familia Saldaña.

Para alcanzar la cima se debe tomar un camino trazado por los dueños ya que tienen sembríos y ganado en la parte alta, al llegar a la cima esta el monolito que es una piedra tallada en forma de un guardián al costado derecho y a su izquierda se encuentra otro monolito que tiene tallada una cruz la misma que se cree que es la cruz del sur, la piedra tiene una medida de 1m de alto y 1,50

de ancho, se encuentra en la bajada de una pampa, cerca de una casa, que sirve para guardar herramientas utilizadas por los campesinos del lugar para las cosechas.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

No aplica

Tipología del Inmueble

DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
		S	D	R
Yacimiento	Piedra			
Otros				

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	9
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		25

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

12) Cerro Puñay**Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Arqueológicos**Subámbito:** Yacimiento Monumental**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Huigra**Urbana:****Rural:** **Coordenadas:** Norte: 9742373**Este:** 726053**Altura:** 3220m**b) REGIMEN DE PROPIEDAD**Estatal Militar Municipal Religioso Privado Otro No Definido**c) USOS****Original:** Centro Ceremonial**Actual:** Centro Ceremonial**d) UBICACIÓN**

Se ubica en el cantón Chunchi

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI**Fecha /Década:** 1500

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓNSólido 80 %

Deteriorado _____

Ruinoso _____

Causas: su conservación es gracias a las técnicas y materiales de construcción que usaron los antepasados como eran los elementos naturales del entorno, los mismos que han subsistido a las inclemencias climáticas y al transcurso del tiempo.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Realizar campañas de concienciación sobre la importancia de este centro ceremonial andino, de manera que la población local y nacional valore, conserve y proteja en la posterioridad.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

Abandono	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	Otros <input checked="" type="checkbox"/>
----------	--------------------	----------------------	---

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 24: Cerro Puñay



Fuente: Grupo Inti-Quilla

Foto N° 25: Plataformas elípticas A y B



Fuente: Grupo Inti-Quilla

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

El monumento arqueológico se halla en la cúspide de la montaña del Puñay pertenece a la tipología del grupo de las “Pirámides Escalonadas”, el cual constituyó un gran “Centro Ceremonial Andino” o una “Waka Sagrada” de las culturas de los periodos: formativo tardío, desarrollo regional e integración del Ecuador.

Arqueológicamente se trata de una de las pirámides escalonadas terreras más largas en el planeta, es única en su género por tener la morfología de una guacamaya, posee tres cumbres, las cuales de la menor a la más alta han sido bautizadas por sus descubridores como: Cuichi, Inti y Hermanos Aguirre.

Esta pirámide escalonada posee las siguientes dimensiones: 420 metros de largo, 134 metros de ancho (bloque principal) y 45 metros de altura. Esta se ubica en dirección noroeste-suroeste y se halla construida a partir de los 3.220 m.s.n.m. hasta los 3.265 m.s.n.m.

El último piso de la pirámide está constituido por dos plataformas elípticas a las cuales se puede acceder a través de siete pisos situados a cada lado de las mismas, estos pisos obedecen a un diseño circular y sus dimensiones varían entre ellos.

La técnica empleada induce a concluir que los constructores tuvieron que ser verdaderos “astroarquitectos”, ya que la pirámide obedece a un diseño que tuvo que ser representado primeramente en planos tridimensionales y luego en el terreno. Desde los primeros pisos que constituyen las bases hasta las plataformas elípticas que conforman el último piso de las mismas el material principal en la construcción del monumento es la arcilla.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

No aplica

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
			S	D	R
Vivienda	Plataformas	Arcilla	S	D	R
Hospedaje			S	D	R
Comunicación			S	D	R
Ceremonial	X		S	D	R
Funeraria					
Otros	Otros				

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	18
APOYO	a) Acceso	16
	b) Servicios	15
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	2
	c) Nacional	4
	d) Internacional	2
TOTAL		64

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía III

13) Colecciones de objetos líticos y cerámicos

Categoría: Manifestaciones Culturales

Ámbito: Bienes Arqueológicos

Subámbito: Colecciones

a) LOCALIZACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Ciudad:

Parroquia: Huigra

Urbana:

Rural:

b) NATURALEZA DE LA COLECCIÓN

Temática de la Colección: Fragmentos de vasijas y líticos

Origen de la Colección: Hallazgos fortuitos

Adscripción Cronológica: 500 DC A 1450 DC

Cantidad total de piezas: 16

Objetos Paleontológicos	0	Objetos Líticos	10
Objetos Metálicos	<u>3</u>	Objetos Textiles	<u>0</u>
Objetos Melacológicos	<u>0</u>	Objetos de Vidrio	<u>0</u>
Objetos Oseos	<u>0</u>	Restos Humanos	<u>0</u>
Objetos de Madera	<u>0</u>	Otros:	<u>0</u>
Objetos Cerámicos	<u>3</u>		

c) FILIACION CULTURAL

		MAYOR DESCRIPCION POR PERIODO
Paleoindio/Precerámico	0	
Desarrollo Regional	0	
Inca	0	
Colonial/Republicano	0	
Formativo	14	Narrío
Integración	2	Cañari

d) ESTADO DE CONSERVACION, PREVISION Y SEGURIDAD DEL CONTENEDOR

Infraestructura del Contenedor: Otros: En un stand de madera de la habitación de la casa

Mobiliarios

ESTANTES X
 ARCHIVADORES —
 ARMARIOS —

CAJAS —

EMBALADOS —

Conservación del bien: Optimo Grado de Intervención: 0% Seguridades: Optimas

e) ESTADO DE LAS PIEZAS

Estado del Bien: Completas: 12 Fragmentadas: 4 Falsas: 0

Observaciones:

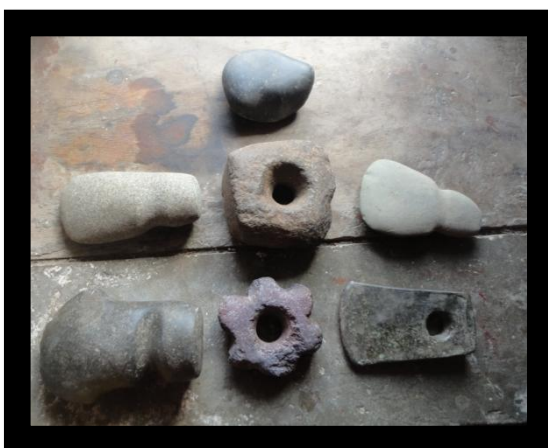
f) PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

Catalogada: 0% Fichada: 0% Fotografiada: 0% Valores Estimados: 0%

Inventariada: 0% Base de Datos: 0% Otros: 0% Valores Confirmados: 0%

g) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 26: Hachas



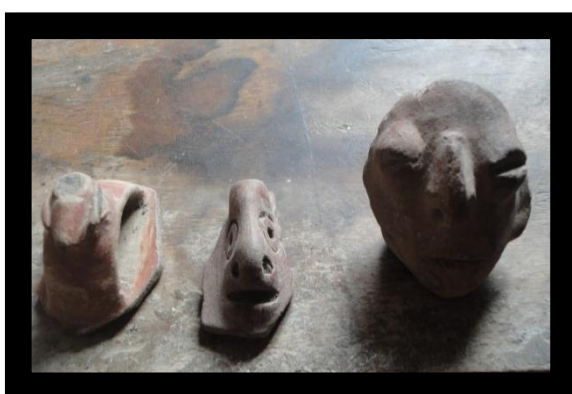
Fuente: Carmen Quito

Foto N° 27: Mortero



Fuente: Carmen Quito

Foto N° 28: Restos de cerámicas



Fuente: Carmen Quito

Foto N° 29: Hachas, arete y silbato



Fuente: Carmen Quito

h) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	8
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		24

i) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

14) Técnicas Artesanales Tradicionales

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales

Subámbito: Textilería

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Huigra

Localidad: Barrio Azuay

Altitud: 1269m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Mestiza

Lengua 1: Español

Lengua 2:

c) RESEÑA DEL BIEN

La Sra. María de Petroche es una artesana que elabora bordados en punto cruz con diversos paisajes, tejidos de vestuario y accesorios como bolsos y carteras, manualidades cocidas en base a un molde que dibuja previamente sobre la tela dándole un realce único como es un relieve para luego convertirlas en fundas de almohadas.

A pesar de presentar un leve problema de capacidad motriz su habilidad se plasma en todas estas actividades productivas que le han sido transmitidas por su madre y ella a su vez lo esta haciendo con sus hijas.

La falta de una organización local para expender estos objetos hace que su trabajo no sea productivo, además la falta de apoyo gubernamental no le permiten a esta moradora ser parte de una asociación artesanal ya que las exigencias para expenderlos en un local artesanal son altas y su economía no le dan para cumplir con ello como es la colocación de marcos para cada bordado al ser algo costosas limitan sus aspiraciones.

d) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 30: Bordados en punto cruz



Foto N° 31: Tejido de bolso



Fuente: Carmen Quito

Foto N° 32: Suéter tejido



Fuente: Carmen Quito

Fuente: Carmen Quito

Foto N° 33: Almohada



Fuente: Carmen Quito

e) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	8
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	0
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		23

f) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

15) Fiestas Patronales

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos

Subámbito: Fiestas o ceremonias religiosas

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Huigra

Localidad: Centro de Huigra

Altitud: 1255m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Mestiza

Lengua 1: Español

Lengua 2:

c) RESEÑA DEL BIEN

Las fiestas patronales se celebran el 8 de diciembre de cada año en honor a la virgen Inmaculada Concepción patrona de la parroquia.

La celebración consiste en la organización de eventos entre los que están: el pregón de fiestas, bailes, entre otros. Principalmente la festividad se enfoca en la peregrinación a la virgen desde el barrio Azuay donde sus feligreses acompañan a la patrona con cánticos y oraciones, además de llevar presentes como rosas y cirios encendidos, para terminar en una misa campal en la gruta de la virgen con la presencia del sacerdote de la parroquia, y para finalizar hay una demostración de castillos donados por los priostes.

d) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 34: Misa en la gruta



Fuente: Carmen Quito

e) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	15
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		40

f) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

16) Fiestas de Parroquialización

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos

Subámbito: Fiestas cívicas

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Huigra

Localidad: Centro de Huigra

Altitud: 1255m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Mestiza

Lengua 1: Español

Lengua 2:

c) RESEÑA DEL BIEN

Las fiestas de parroquialización se celebran el 7 de mayo de cada año donde el fervor cívico esta presente.

La celebración consta de organización de eventos entre los que están: la elección de la reina, pregón de fiestas, bailes, cesión solemne entre otros. Para la fiesta llegan los pobladores residentes en otras provincias quienes con nostalgia de su tierra esos días se dedican a compartir con sus coterráneos y las nuevas generaciones sus tradiciones y costumbres.

d) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 35: Grupo de Danza



Fuente: Carmen Quito

e) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	15
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		40

f) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

17) Historia local sobre el Plato Típico- Huigra

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales

Subámbito: Historia Local

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Huigra

Localidad: Centro de Huigra

Altitud: 1255m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Mestiza

Lengua 1: Español

Lengua 2:

c) RESEÑA DEL BIEN

En Huigra, parroquia de Alausí, provincia de Chimborazo, hasta la década de los ochenta: las locomotoras 1 y 2, que venían desde la Costa y la Sierra, llegaban al cruce en la estación. El ambiente se convertía inmediatamente en una fiesta, con los viajeros agitando sus pañuelos como muestra de alegría y los comerciantes negociando sus productos.

Una historia interesante y curiosa sobre los hábitos de alimentación de la gente de esta región, nos cuenta sobre cómo el arroz con huevo en hoja de col llegó a convertirse en el plato típico de Huigra. Se cuenta que por Huigra pasaban los viajeros que iban y venían de la costa a la sierra en las locomotoras del ferrocarril. Huigra, era una parada obligada para descansar. Entonces, los vendedores de comida, trataban de complacer con el más rápido y barato plato a los viajeros: arroz con huevo. Como no había platos plásticos ni envases o fundas en ese tiempo, la comida se vendía en hojas de col para que los viajeros pudieran portar la comida. Aún se acostumbra en los actos con invitados especiales, a brindar el plato típico de Huigra. Tan conocido era este plato en esta región que a los habitantes de Huigra aún se los llama en son de broma ‘los arroz con huevo’.

d) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 36: Morador de la localidad



Fuente: Ficha INPC

e) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	6
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		24

f) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

18) Historia local sobre la Muerte del Presidente Leónidas Plaza- Huigra, Chimbo

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales

Subámbito: Historia Local

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Huigra

Localidad: Centro de Huigra

Altitud: 1255m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Mestiza

Lengua 1: Español

Lengua 2:

c) RESEÑA DEL BIEN

Leónidas Plaza Gutiérrez (18 de abril de 1865 – 17 de noviembre de 1932) fue presidente de Ecuador en dos períodos distintos: desde el 1 de septiembre de 1901 al 31 de agosto de 1905 y del 1 de septiembre de 1912 al 31 de agosto de 1916.

En su juventud, antes de ser presidente, se unió a las fuerzas Regeneradoras del General Eloy Alfaro. Combatió en Centroamérica a favor de las fuerzas revolucionarias y regresó a Ecuador, junto al ejército a combatir por los ideales del general Alfaro.

En esa segunda administración Plaza inició los trabajos del ferrocarril Quito – San Lorenzo, se llevó a cabo la canalización de Quito, se comenzó el saneamiento de Guayaquil y el agua potable para Riobamba. Después de su segunda administración, en 1916 su influencia política decayó notablemente aunque seguía apareciendo como el hombre fuerte en el ejército y era considerado el poder tras bastidores.

Por problemas políticos, decidió iniciar un destierro voluntario en Estados Unidos.

En 1929 regresó al Ecuador pues una molesta diabetes amargó sus últimos años y para buscar cierta mejoría decidió viajar a la costa, pero al llegar a Huigra sufrió un vahído y bajado al andén de la estación falleció sobre un banco, posiblemente de infarto frente al busto del General Eloy Alfaro, el 17 de noviembre de 1932, a los 67 años de edad. Las historias locales afirman que murió al enterarse de que ocurrió una división en el partido Liberal al que siempre había pertenecido y cuyos ideales había defendido. Por dicha causa, Leónidas Plaza murió no de la enfermedad que le aquejaba, sino que colapso e ira que sufrió al enterarse de esa noticia.

d) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 37: Morador de la localidad



Fuente: Ficha INPC

e) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	6
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		24

f) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

19) Historia local de la Cruz de Quibe- Huigra

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales

Subámbito: Historia Local

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Huigra

Localidad: Centro de Huigra

Altitud: 1255m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Mestiza

Lengua 1: Español

Lengua 2:

c) RESEÑA DEL BIEN

En la parroquia de Huigra junto al caserío de Chanchán se encuentra un sector llamado el Quibe. Según algunas personas (entre ellas doña María Gualpa moradora propia del sector), hace aproximadamente 72 años que allí ocurrió un gran derrumbe del cerro Chanchán, producido por la falta de control de los regadíos del lugar. No se sabe a ciencia cierta cuantas personas murieron, pero con firmeza se asegura que fueron muchas personas las que fallecieron. El derrumbe también afectó seriamente la línea del ferrocarril, al obstaculizarse por completo un buen tramo del paso del río Chanchan, lo que además agravó la situación ya que esto al tapan el paso del río represó el agua provocando un acrecentamiento de las aguas, por lo que los cuerpos salían a flote incluso hasta la cima de algunos cerros aledaños al sector. Fue en memoria a todas las personas que perdieron su vida en aquel hecho por lo que se colocó una gran cruz en la cima del cerro del frente del caserío de Chanchán

d) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	6
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		24

e) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

20) Historia local sobre la llegada del Agua a Huigra

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales

Subámbito: Historia Local

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Huigra

Localidad: Centro de Huigra

Altitud: 1255m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Mestiza

Lengua 1: Español

Lengua 2:

c) RESEÑA DEL BIEN

La población de Huigra está ubicada a 1255 m.s.n.m. al sur de la provincia de Chimborazo. De clima cálido, toma su nombre debido a la cantidad de toros (huagras en quichua) que se criaban en esta zona. Fue la segunda población creada al paso del ferrocarril. El 2 de mayo de 1902, el ferrocarril llegó por primera vez al valle de Huigra, lugar que reunía condiciones estratégicas para establecer un campamento, construir oficinas y viviendas al más puro estilo norteamericano, pues eran los encargados de la construcción y mantenimiento del tren. En este territorio se afincaron familias de Guayaquil y del extranjero, poco a poco se dio origen a una población constituida por trabajadores, capataces e ingenieros ferroviarios, allí también llegaron comerciantes, desde Sibambe, Tambo, Cañar, Azogues y Cuenca, incluso mercantes libaneses, sirios, y chinos. Este lugar se convirtió en un centro de acopio y distribución de herramientas, ganado, víveres y demás artículos imprescindible para subsistir en la región.

Las historias locales giran en torno al ferrocarril como precedente fundacional de la población. A continuación una historia curiosa sobre cómo se obtuvo agua para todo el poblado:

“Cuando las máquinas del tren eran a vapor, antes de que rodaran las máquinas a diesel, el chimbuco que existe en la estación de Huigra jugaba un papel fundamental para el funcionamiento del tren, pues era el único lugar en el que podía abastecer de agua a las máquinas a vapor, lavar el tren y sus vagones, conocidos como las máquinas negras. Para abastecer de agua estaba el chimbuco que era un tubo de hierro grande que se encuentra empotrado en la tierra en una profundidad considerable, pero que a simple vista se puede calcular desde fuera de la tierra de una altura aproximada de algo más de cuatro metros. Está parado y sujetado con dos pedazos de rieles de la línea del ferrocarril, tiene una llave redonda con apariencia de volante mediano a la altura de un metro sesenta aproximadamente, la misma que para ser abierta necesitaba de otra llave grande de tubo. La persona que hacía ese trabajo tenía que correr a abrir dicha llave al momento en que el tren llegaba, embonaba (empataba) la punta del tubo grande de la parte superior del chimbuco en la parte en la que tomaba agua la máquina negra, conocida con el nombre de góndola y se procedía a abrir la llave. El agua que abastecía al chimbuco era proveniente de algunas vertientes del cerro Poglllos, que está ubicado

al este de Huigra, la misma que se almacenaba en un tanque conocido como la gruta, ubicado junto a la virgen de Huigra. Para este trabajo se necesitaban tres brequeros (personas que trabajaban en la estación para el efecto), el un brequero bajaba el chimbuco, el otro la embonaba, y el otro abría la llave. El tiempo en que demoraba en llenarse la góndola aproximadamente era de cinco minutos, considerando que la presión de agua era muy fuerte y que el diámetro del tubo era de aproximadamente veinte y cinco centímetros a tal punto que en época de carnaval se abría el chimbuco y una persona no era capaz de aguantar debajo del chorro. Finalmente cuando llegaron las maquinas a diesel, el agua que proveía el chimbuco fue ocupada para abastecer al pueblo del líquido vital”

d) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	6
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		24

e) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

a. Inventario del Patrimonio Natural de la Parroquia Huigra

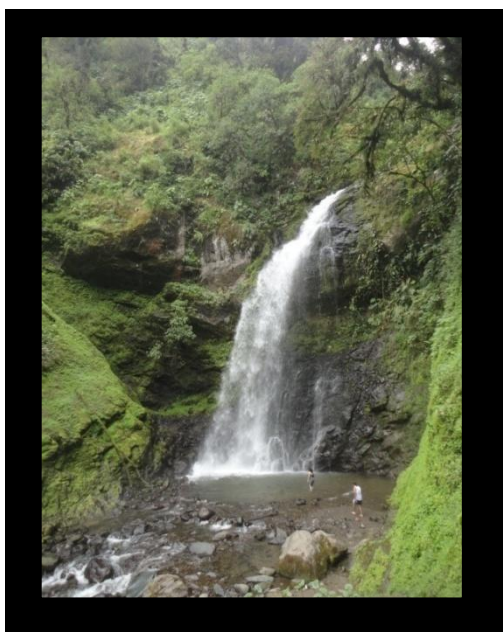
1) CASCADA DEL RÍO PANAMÁ

CATEGORÍA: Sitios Naturales

TIPO: Ríos

SUBTIPO: Cascadas

Foto N° 38: Cascada del río Panamá



Fuente: Carmen Quito R.

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Huigra

2.4 Latitud: 02°19'34'' N

2.5 Longitud: 079°00'26'' E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: la parroquia Huigra **3.2 Distancia:** 6.7km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 1511 msnm

4.2 Temperatura: 18 a 25°C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 a 2000 mm³

4.4 Ubicación del Atractivo

Se ubica en la parroquia Huigra, cantón Alausí en el km 6.7 vía a Guayaquil.

4.5 Descripción del atractivo

La cascada tiene una altura de 25 metros aproximadamente por 2 de ancho es poseedora de una exuberante vegetación además del paisaje que frece como es la caída de agua y su entorno con poca intervención humana. El agua es fría pero fascinante para tomar un baño ya que las condiciones climáticas son óptimas para hacerlo.

Para llegar a la cascada se debe seguir el carretero asfaltado que va a Guayaquil recorriendo una distancia de 6.7 km, y al costado izquierdo se toma un sendero de aproximadamente 50cm de ancho ascendiendo alrededor de 200 metros para llegar al salto de agua.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman

La vegetación endémica del lugar y la caída de agua que impresiona a propios y extraños,

4.7 Permisos y Restricciones

No existen permisos ni restricciones al atractivo por lo tanto el visitante puede acceder con facilidad.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Es un espacio muy visitado por turistas locales y nacionales en vacaciones y fines de semana.

4.8.2 Usos Potenciales

El sitio es apto para el desarrollo de deportes extremos o de aventura como rapel, escalada y otros con las seguridades del caso para los amantes de la aventura.

4.8.3 Necesidades turísticas

Implementación de señalética turística y con recomendaciones ambientales como cuidados de la vegetación, no arrojar basura en el sendero y cascada.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

El arribo de turistas locales y nacionales genera conciencia en autoridades y pobladores sobre el cuidado de la cascada y su entorno. Ingresos económicos por el consumo de alimentos y bebidas en las comunidades cercanas al atractivo.

4.9.2 Impactos negativos

La falta de información sobre las condiciones de comportamiento en el lugar puede generar impactos ambientales como el arrojo de basura, uso de implementos de aseo como jabones líquidos y otros que altere el ecosistema natural de la cascada.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

5.1 Estado: no alterado

5.2 Causas: por la gran belleza escénica tiene gran afluencia de turistas por lo que la población de encarga de su cuidado.

6. ENTORNO

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas: por ser considerado un atractivo potencial su cuidado es prioritario tanto para las autoridades como para los pobladores.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre/

7.2 Subtipo: asfaltado

7.3 Estado de Vías: Bueno.

7.4 Transporte: Bus

Existen dos cooperativas que brindan el servicio de transporte como es la Coop. Alausí con recorrido a Guayaquil comprendiendo los horarios de 4, 9,11 am y el de 1pm con una frecuencia diaria durante todo el año y la Coop. Colta que hace un recorrido directo Riobamba-Huigra en los horarios de 5:45 am y 4:00pm todos los días durante todo el año.

7.5 Observaciones: solo pueden acceder personas con un estado físico moderado ya que demandan esfuerzo considerable para llegar al atractivo.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

Cerca al lugar existen hosterías y hostales donde se puede pernoctar, además de contar con establecimientos que brindan el servicio de alimentos y bebidas.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Sí

9.2 Energía Eléctrica: Sí

9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

10.1 Nombre del atractivo:

10.2 Distancia:

La Estación del Tren

6,7 k m

La cascada del Río Angas

7,8 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

11.1 Difusión: existe difusión local y provincial.

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	1
TOTAL		53

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía III

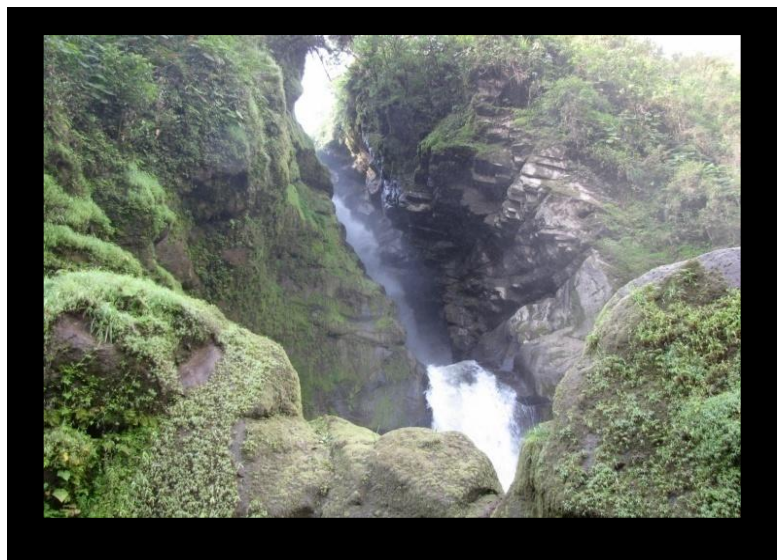
2) CASCADA DEL ANGAS

CATEGORÍA: Sitios Naturales

TIPO: Ríos

SUBTIPO: Cascadas

Foto N° 39: Cascada del Angas



Fuente: Gabriel Maldonado

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia: Chimborazo

2.2 Ciudad y/o Cantón: Alausí

2.3 Parroquia: Huigra

2.4 Latitud: 02°20'08" N

2.5 Longitud: 079°02'41" E

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1 Nombre del poblado: la parroquia Huigra **3.2 Distancia:** 14,5 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 Altitud: 1289 msnm

4.2 Temperatura: 18 a 25°C

4.3 Precipitación Pluviométrica: 500 a 2000 mm³

4.4 Ubicación del Atractivo

Se ubica en la parroquia Huigra, cantón Alausí en el puente del río Angas.

4.5 Descripción del atractivo

La cascada se forma por la caída de agua proveniente del río Angas el mismo que sigue su curso en la parte inferior de la cascada tiene aproximadamente 20 m de altura, el ancho varía entre 2 a 4m debido a que el relieve de las rocas por las cuales desciende la cascada es irregular y al golpear el agua cambia de tamaño.

Posee una belleza fascinante, a su alrededor cuenta con gran vegetación y presencia de aves en especial el Cincho gorripardo lo que la hace más interesante, en época invernal el caudal aumenta por lo que es recomendable tomar las debidas precauciones, mientras que en verano las condiciones son óptimas para bañarse ya que el caudal de la cascada a disminuido considerablemente.

Para llegar a la cascada se debe seguir el carretero asfaltado que va para Guayaquil recorriendo aproximadamente 14,5 km desde Huigra donde es fácil divisar el Puente del río Angas que es el límite entre las provincias de Chimborazo y Cañar, antes de cruzarlo al costado derecho se encuentra un sendero que le permitirá descender a la cascada realizando un trayecto de 150 a 200m aproximadamente, es importante mencionar que la última parte del sendero se ha destruido por las inclemencias del tiempo debiéndose tomar las medidas de seguridad necesarias al momento de descender.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman

La vegetación endémica del lugar y la caída de agua que impresiona a propios y extraños,

4.7 Permisos y Restricciones

No existen permisos ni restricciones al atractivo por lo tanto el visitante puede acceder con facilidad.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Es un espacio muy visitado por turistas locales y nacionales en vacaciones y fines de semana.

4.8.2 Usos Potenciales

El sitio es apto para el desarrollo de deportes extremos o de aventura como rapel, escalada y otros con las seguridades del caso para los amantes de la aventura.

4.8.3 Necesidades turísticas

Implementación de señalética turística y con recomendaciones ambientales como cuidados de la vegetación, no arrojar basura en el sendero y cascada.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos

El arribo de turistas locales y nacionales genera conciencia en autoridades y pobladores sobre el cuidado de la cascada y su entorno. Ingresos económicos por el consumo de alimentos y bebidas en las comunidades cercanas al atractivo.

4.9.2 Impactos negativos

La falta de información sobre las condiciones de comportamiento en el lugar puede generar impactos ambientales como el arrojo de basura, uso de implementos de aseo como jabones líquidos y otros que altere el ecosistema natural de la cascada.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

5.1 Estado: no alterado

5.2 Causas: por la gran belleza escénica tiene gran afluencia de turistas por lo que la población de encarga de su cuidado.

6. ENTORNO

6.1 Entorno: conservado

6.2 Causas: por ser considerado un atractivo potencial su cuidado es prioritario tanto para las autoridades como para los pobladores.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre/

7.2 Subtipo: asfaltado

7.3 Estado de Vías: Bueno.

7.4 Transporte: Bus

Existen dos cooperativas que brindan el servicio de transporte como es la Coop. Alausí con recorrido a Guayaquil comprendiendo los horarios de 4, 9,11 am y el de 1pm con una frecuencia diaria durante todo el año y la Coop. Colta que hace un recorrido directo Riobamba-Huigra en los horarios de 5:45 am y 4:00pm todos los días durante todo el año.

7.5 Observaciones: solo pueden acceder personas con un estado físico moderado ya que demandan esfuerzo considerable para llegar al atractivo.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS

Cerca al lugar existen hosterías y hostales donde se puede pernoctar, además de contar con establecimientos que brindan el servicio de alimentos y bebidas.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Sí

9.2 Energía Eléctrica: Sí

9.3 Alcantarillado: No existe

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

10.1 Nombre del atractivo:

10.2 Distancia:

Centro de Huigra 14,5 k m

La cascada del Río Panamá 7,8 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

11.1 Difusión: existe difusión local y provincial.

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		47

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

a. Inventario del Patrimonio Cultural de la Parroquia Pistishi

1) NARIZ DEL DIABLO

Categoría: Manifestaciones Culturales

Ámbito: Bienes Inmuebles

Subámbito: Ingeniería Civil

a) LOCALIZACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Ciudad:

Parroquia: Pistishi

Urbana:

Rural:

Coordenadas: Norte: 9753168

Este: 738030

Altura: 2318m

b) REGIMEN DE PROPIEDAD

Estatal Militar Municipal Religioso Privado Otro No Definido

c) USOS

Original: Comercio y Servicios

Actual: Servicios

d) UBICACIÓN

Se ubica en parroquia de Pistishi

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN

Siglo: ANTERIOR AL SIGLO –XVI

Fecha /Década: 1901

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido 100% Deteriorado _____ Ruinoso _____

Causas: el alto nivel de conservación es gracias al apoyo gubernamental, que ha otorgado recursos para la reconstrucción de la línea férrea, reemplazando de durmientes obsoletos por

nuevos, generando así las debidas seguridades para este trayecto. Además de rescatar su valor histórico y arquitectónico, ya que es considerado como un icono con alto potencial y afluencia turística.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Realizar un estudio de manejo de desechos sólidos y reciclaje para fomentar conciencia ambiental en los turistas que visitan este atractivo.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

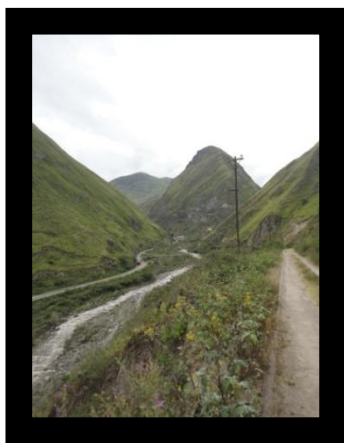
Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

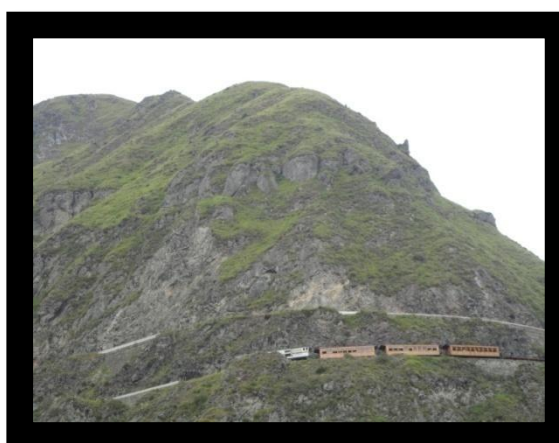
Abandono	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	Otros
----------	--------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 40-41: Nariz del Diablo



Fuente: Carmen Quito R.



Fuente: Carmen Quito R.

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

La Nariz del Diablo es una montaña de roca gigantesca completamente perpendicular de 2346 m.s.n.m, en donde con arduo trabajo y dinamita, se colocaron las paralelas de acero hasta completar un zig-zag de 1400 metros y una altura de 500 metros. Esta majestuosa obra de ingeniería, única en el mundo construida en 1901 cobro la vida de muchos obreros decidiendo muchos de ellos abandonar la obra, siendo necesario traer 4000 jamaiquinos quienes también murieron al tratar de dinamitar con sus propias manos la roca para lograr abrir la ruta.

La roca lleva el nombre de Nariz del Diablo, por la peculiar forma que tiene y por la enorme dificultad de construcción que presentó la vía en este sitio, además se cree que el nombre fue

acuñado por los Jesuitas de la época quienes profesaban que la obra era cosa del diablo, y por eso ocurrían tantas muertes.

Las faldas flanqueadas de la Nariz del Diablo presentan un camino de hierro por donde corre el tren hasta llegar a un punto en el que tiene que retroceder y avanzar en Zig-Zag, y descender 100 metros, hasta llegar a la estación del ramal ferroviario Sibambe-Cuenca, la misma que en época de Eloy Alfaro fue una base activa del ferrocarril.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

No aplica

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL		TIPOLOGIA FUNCIONAL	
Arquitectura Monumental Civil		Vivienda	
Arquitectura Monumental Religiosa		Culto	
Arquitectura Civil	X	Educativa	
Arquitectura Religiosa		Comercio	
Arquitectura Tradicional		Servicios	X
Arquitectura Vernácula		Salud	
Cementerios		Funeraria	
Haciendas		Productiva	
Rutas		Recreativa	
Molinos		Administrativa	
Puentes		Cultural	
Parques			
Plazas			
Industrial			
Túneles			
Otros		Otros	

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	18
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	3
	c) Nacional	5
	d) Internacional	8
TOTAL		62

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía III

2) ESTACION DE SIBAMBE**Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Inmuebles**Subámbito:** Arquitectura Civil**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Pistishi**Urbana:****Rural:** **Coordenadas:** Norte: 9751742**Este:** 735943**Altura:** 1836m**b) REGIMEN DE PROPIEDAD**Estatal Militar Municipal Religioso Privado Otro No Definido**c) USOS****Original:** Servicios**Actual:** Servicios**d) UBICACIÓN**

Se ubica en parroquia de Pistishi

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI**Fecha /Década:** 1901

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓNSólido 100% Deteriorado _____ Ruinoso _____**Causas:** el excelente estado de conservación es gracias a la gestión gubernamental quien ha priorizado la remodelación de las estaciones en funcionamiento como es el caso de la estación

de Sibambe, generadora de recursos para las localidades cercanas en función del tren como actividad turística.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Realizar un estudio de manejo de desechos sólidos y reciclaje para fomentar conciencia ambiental en los turistas que visitan este atractivo.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

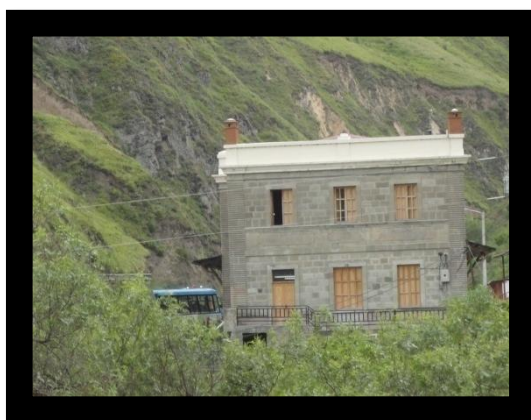
Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Sismos
Fallas Geológicas		Erupciones		Otros

Antrópicos

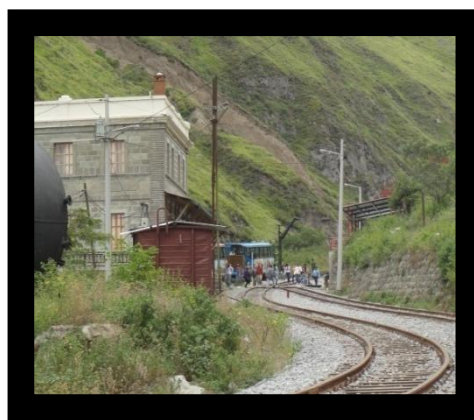
Abandono	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	Otros
----------	--------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 42-43: Estación de Sibambe



Fuente: Carmen Quito R.



Fuente: Carmen Quito R.

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

La estación de Sibambe se encuentra en Pistishi al pie de la Nariz del Diablo, para acceder a ella se lo hace en tren desde la estación de Alausí o a pie tomando la panamericana vía a Chunchi quedándose en el sector donde esta un rotulo de bienvenida, para luego tomar un camino de tercer orden el cual se divide como una Y cuyos senderos conducen a la comunidad de Tolte y la Nariz del Diablo decidiéndose por esta última.

La infraestructura cuenta de 2 plantas, con 4 frentes con una fachada ecléctica, en la planta inferior se prestan los servicios de cafetería, museo, y comercialización de artesanías. En tanto que la segunda planta fue adecuada para prestar el servicio de hospedaje.

A los dos costados de la estación se puede evidenciar dos vías férreas, cuenta con los servicios básicos necesarios para el desarrollo de actividades turísticas como la observación de flora y fauna del lugar, el imponente Chanchán y la majestuosa obra de la Nariz del Diablo.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

COLONIAL		REPUBLICANO	
Manierismo		Neo-Clásico	
Barroco		Ecléctico	
Rococó		Neo-Romántico	
Neo-Clásico		Neo-Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NUMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	X
PB		Tradicional	

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Piedra	S	D	R
Arquitectura Civil	X Educativa	Muros/Paredes	Piedra	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Pisos	Madera	S	D	R
Arquitectura Tradicional	Servicios	X Entrepisos		S	D	R
Arquitectura Vernácula	Salud	Cielos Rasos	Madera	S	D	R
Cementerios	Funeraria	Cubierta	Zinc	S	D	R
Haciendas	Productiva	Escaleras	Madera	S	D	R
Rutas	Recreativa	Ventanas	Madera	S	D	R
Molinos	Administrativa	Puertas	Madera	S	D	R
Puentes	Cultural	Portales/Soportales/Galerías		S	D	R
Parques		Barandales		S	D	R
Plazas		Instalaciones	Eléctrica	S	D	R
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros	Otros				

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	15
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	4
	d) Internacional	5
TOTAL		49

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

a. Inventario del Patrimonio Cultural de la Parroquia Alausí (La Matriz)**1) Estación del Ferrocarril de Alausí****Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Inmuebles**Subámbito:** Arquitectura Civil**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Alausí**Urbana:** **Rural:****Coordenadas:** Norte: 9756875

Este: 739637

Altura: 2357m

b) REGIMEN DE PROPIEDADEstatal Militar Municipal Religioso Privado Otro No Definido**c) USOS****Original:** Servicios**Actual:** Servicios**d) UBICACIÓN**

Se ubica en la calle Eloy Alfaro y calle Justo Guerrero

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI**Fecha /Década:** 1929

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓNSólido 95% Deteriorado Ruinoso

Causas: el alto grado de conservación es por la gran afluencia turística a la estación permitiendo que el gobierno aporte los recursos necesarios para la reconstrucción de esta estación cuya política actual es la reconstrucción del ferrocarril a nivel de país.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Implementar información sobre reciclaje y disposición de desechos generados por los visitantes.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)

Inundaciones



Sismos

Fallas Geológicas

Erupciones

Otros

Antrópicos

Abandono

Conflicto Tenencia

Malas Intervenciones

Otros

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 44: Estación del Ferrocarril de Alausí



Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Fue construida en el año de 1929, después de que el tren pasara por primera vez por la villa de San Pedro de Alausí el 7 de septiembre de 1903, en la época Republicana.

Esta obra fue construida por el Gral. Eloy Alfaro ex presidente del Ecuador, fue el comienzo de la transformación de este pueblo, puesto que se incremento el comercio y la agricultura.

La estación posee 2 pisos, 4 frentes, tiene una gran importancia histórica ya que fue un punto estratégico para conectarse a la Costa y el Austro ecuatoriano, y actualmente es el punto de partida a la Nariz del Diablo.

Su tipo de fachada es ecléctica, el zócalo es de piedra sillar, se encuentra adornada con almohadillado, enmarcamientos, bocel, acodos, aplacados, es de color beige combinado con café. Los cimientos son de piedra molón, las paredes de ladrillo mamborrón y el techo con estructuras de madera cubiertas con zinc.

Actualmente la estación presta un servicio de boletería donde se expenden los tickets para abordar el tren o autoferro, además cuenta con un pasaje artesanal con artículos de las diferentes parroquias del cantón.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

COLONIAL		REPUBLICANO	
Manierismo		Neo-Clásico	
Barroco		Ecléctico	X
Rococó		Neo-Romántico	
Neo-Clásico		Neo-Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NUMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Piedra	S	D	R
Arquitectura Civil	X Educativa	Muros/Paredes	Piedra	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Pisos	Madera	S	D	R
Arquitectura Tradicional	Servicios	X Entrepisos		S	D	R
Arquitectura Vernácula	Salud	Cielos Rasos	Madera	S	D	R
Cementerios	Funeraria	Cubierta	Zinc	S	D	R
Haciendas	Productiva	Escaleras	Madera	S	D	R
Rutas	Recreativa	Ventanas	Madera	S	D	R
Molinos	Administrativa	Puertas	Madera	S	D	R
Puentes	Cultural	Portales/Soportales/Galerías		S	D	R
Parques		Barandales		S	D	R

Plazas			Instalaciones	Eléctrica	S	D	R
Industrial							
Túneles							
Otros		Otros	Otros				

I) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	15
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	3
	c) Nacional	2
	d) Internacional	4
TOTAL		47

m) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

2) Mirador de San Pedro**Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Inmuebles**Subámbito:** Arquitectura Religiosa Monumental**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Alausí**Urbana:** **Rural:****Coordenadas:** Norte: 9756601**Este:** 739444**Altura:** 2396m**b) REGIMEN DE PROPIEDAD**

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS**Original:** Mirador**Actual:** Mirador**d) UBICACIÓN**

Se ubica en la calle Pablo Dávila y calle Cicerón Merchan

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI**Fecha /Década:** 2001

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE) **f) ESTADO DE CONSERVACIÓN**Sólido 90%

Deteriorado _____

Ruinoso _____

Causas: la gestión de las autoridades locales ha permitido que este sitio se mantenga en óptimas condiciones, ya que es un punto de visita para propios y extraños donde pueden contemplar la belleza natural y arquitectónica del sector.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Colocar información turística sobre el atractivo para motivar la visita e interés del turista.

h) VULNERABILIDAD**Naturales**

Remociones en masa (deslaves)



Inundaciones

Sismos



Fallas Geológicas

Erupciones

Otros

Antrópicos

Abandono

Conflicto Tenencia

Malas Intervenciones

Otros

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA**Foto N° 45: Mirador de San Pedro**

Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

San Pedro patrono de la ciudad se encuentra localizado en la loma de Lluguly, fue realizado por el artista cuencano Eddy Crespo en el año 2001 mide 21 metros de alto y pegado con 11400 piezas de cerámica de 3 centímetros cuadrados aproximadamente, en su mano derecha lleva una llave de bronce dirigida hacia delante y simbolizando el encargo de Dios como heredero de los apóstoles, mientras que en su mano izquierda sostiene un libro que simboliza a la sagrada biblia, el monumento lleva una gran aureola de bronce que significa santidad

El nombre de Pedro según la historia se da porque Jesucristo lo designo como piedra funcional de la iglesia, de allí que Pedro proviene del griego PETROS que significa piedra.

En las fiestas de San Pedro en el mirador se celebran misas, juegos pirotécnicos, castillos y luces, específicamente el 29 de Junio de cada año acompañado por sus fieles devotos.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

No aplica

TIPOLOGIA FORMAL		TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
Arquitectura Monumental Civil		Vivienda	Cimentación	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	X	Culto	Estructura	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Civil		Educativa	Muros/Paredes	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Religiosa		Comercio	Pisos	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Tradicional		Servicios	Escaleras	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Vernácula		Salud	Instalaciones	Eléctrica	S	D	R
Cementerios		Funeraria					
Haciendas		Productiva					
Rutas		Recreativa	X				
Molinos		Administrativa					
Puentes		Cultural					
Parques							
Plazas							
Industrial							
Túneles							
Otros		Otros					

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	15
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	0
TOTAL		41

m. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

3) Puente Negro

Categoría: Manifestaciones Culturales

Ámbito: Bienes Inmuebles

Subámbito: Puentes

a) LOCALIZACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Ciudad:

Parroquia: Alausí

Urbana:

Rural:

Coordenadas: Norte: 9757253

Este: 739866

Altura: 2377m

b) REGIMEN DE PROPIEDAD

Estatal Militar Municipal Religioso Privado Otro No Definido

c) USOS

Original: Mirador

Actual: Mirador

d) UBICACIÓN

Se ubica en la calle Eloy Alfaro, exactamente sobre la quebrada de Aipan.

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN

Siglo: ANTERIOR AL SIGLO –XVI

Fecha /Década: 1901-1902

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓN

Sólido 75%

Deteriorado _____

Ruinoso _____

Causas: el inmueble tiene un buen estado de conservación gracias a los materiales que se utilizaron para su construcción, y a las condiciones climáticas que favorecen a su vida útil, sin

embargo es necesario dar mantenimiento a la infraestructura para evitar posteriores daños y mejorar las condiciones a un nivel más alto.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Colocar información turística sobre el atractivo para motivar la visita e interés del turista.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves)	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	Sismos	<input checked="" type="checkbox"/>
Fallas Geológicas		Erupciones	Otros	

Antrópicos

Abandono	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	<input checked="" type="checkbox"/>	Otros
----------	--------------------	----------------------	-------------------------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 46-47: Puente Negro



Fuente: Departamento de Turismo Alausí

Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Es considerada como una obra maestra de aquel tiempo (1903), en la que se recuerda la hazaña que hizo legendario al famosos Cholo Ramos, que siendo fogonero, y ante la negativa de 4 maquinistas extranjeros de cruzar por primera vez este puente, lo atravesó con su locomotora demostrando el valor y coraje del ferroviario alauseño.

Además este puente tiene un valor histórico dentro de la línea férrea, con 104 metros de largo y una altura de 20 metros, tiene 224 durmientes de madera de guayacán, muchas de las personas locales experimentan la adrenalina cruzando el puente a pie.

El puente negro fue el primero de su clase en construirse ya que esta hecho fuera de las riveras del río Chanchán, esta ubicado en la quebrada de Aipan.

La estructura del puente esta construida íntegramente por acero, posee durmientes de madera que sostienen los rieles por las que transita el tren facilitando el acceso a la Nariz de Diablo.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

No aplica

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Tierra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Hierro	S	D	R
Arquitectura Civil	Educativa	Durmientes	Madera	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio					
Arquitectura Tradicional	Servicios	X				
Arquitectura Vernácula	Salud					
Cementerios	Funeraria					
Haciendas	Productiva					
Rutas	Recreativa					
Molinos	Administrativa					
Puentes	X Cultural					
Parques						
Plazas						
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros					

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	15
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	1
	d) Internacional	0
TOTAL		42

m. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

4) Reloj Público**Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Inmuebles**Subámbito:** Arquitectura Civil**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Alausí**Urbana:** **Rural:****Coordenadas:** Norte: 9756875 7**Este:** 739769**Altura:** 2388m**b) REGIMEN DE PROPIEDAD**

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS**Original:** Mirador**Actual:** Mirador**d) UBICACIÓN**

Se ubica en la calle Sucre entre la calle Villalva y García Moreno.

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI**Fecha /Década:** 1903

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓNSólido 85%

Deteriorado _____

Ruinoso _____

Causas: el apoyo de las autoridades gubernamentales a través del proyecto de emergencia del patrimonio cultural están rescatando infraestructuras patrimoniales una de ellas es esta obra

maestra que se estaba deteriorando lentamente en el transcurrir del tiempo, enfocándose en la consolidación arquitectónica y la impermeabilización del techo.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Colocar información turística sobre el atractivo para motivar la visita e interés del turista.

h) VULNERABILIDAD

Naturales

Remociones en masa (deslaves) <input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	Sismos <input checked="" type="checkbox"/>
Fallas Geológicas	Erupciones	Otros

Antrópicos

Abandono <input checked="" type="checkbox"/>	Conflicto Tenencia	Malas Intervenciones	Otros
--	--------------------	----------------------	-------

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 48: Reloj Público



Fuente: Carmen Quito R

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

El reloj fue fabricado por la compañía BOKENEM en 1903, se encuentran 4 réplicas similares en Checoslovaquia, Alemania, Argentina, y en Ecuador (Alausí). Es un edificio de estilo neoclásico y fue uno de los mejores de la época construido en el año de 1917 en la época del Teniente Coronel Ermel Gallo San Miguel., el reloj fue traído en el año de 1908 desde Alemania para luego colocarse en este lugar, por lo tanto convertirse en el primer reloj público.

El edificio esta constituido por 2 plantas y una torre donde se encuentra el reloj de marca es J.F. WEULE con 4 lados compuesto por horero y minuterero, además de una máquina poseedora de una variedad de piezas de bronce que funcionan sincronizadamente.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

COLONIAL		REPUBLICANO	
Manierismo		Neo-Clásico	X
Barroco		Ecléctico	
Rococó		Neo-Romántico	
Neo-Clásico		Neo-Gótico	
Vernáculo		Modernismo	
NUMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	Culto	Estructura	Mixta	S	D	R
Arquitectura Civil	X Educativa	Muros/Paredes	Tapial/Madera	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Pisos	Hormigón/Madera	S	D	R
Arquitectura Tradicional	Servicios	X Escaleras	Madera	S	D	R
Arquitectura Vernácula	Salud	Barandales	Madera	S	D	R
Cementerios	Funeraria	Cubierta	Zinc	S	D	R
Haciendas	Productiva	Instalaciones	Eléctricas	S	D	R
Rutas	Recreativa					
Molinos	Administrativa					
Puentes	Cultural					
Parques						
Plazas						
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros					

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	18
APOYO	a) Acceso	12
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	1
TOTAL		50

m. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

5) Mirador de Lluglly**Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Inmuebles**Subámbito:** Parques y Plazas**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Alausí**Urbana:** **Rural:****Coordenadas:** Norte: 9756601**Este:** 739444**Altura:** 2396m**b) REGIMEN DE PROPIEDAD**

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS**Original:** Mirador**Actual:** Mirador**d) UBICACIÓN**

Se ubica en la loma de Lluglly

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI**Fecha /Década:** 2001

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE) **f) ESTADO DE CONSERVACIÓN**Sólido 90%

Deteriorado _____

Ruinoso _____

Causas: el excelente grado de conservación de este mirador es la afluencia turística que este recibe, razón por la cual las autoridades locales priorizan su cuidado y mantenimiento para que las condiciones sean las más óptimas para los visitantes nacionales y extranjeros.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Colocar información turística sobre el atractivo para motivar la visita e interés del turista.

h) VULNERABILIDAD**Naturales**

Remociones en masa (deslaves)



Inundaciones

Sismos



Fallas Geológicas

Erupciones

Otros

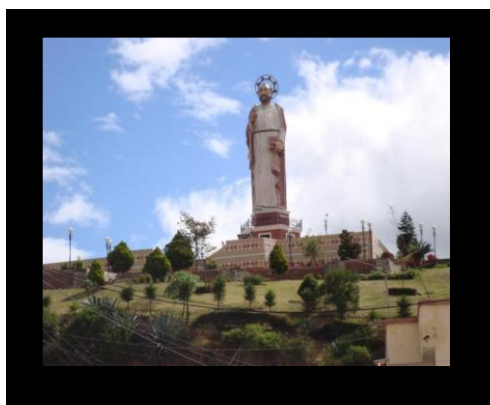
Antrópicos

Abandono

Conflicto Tenencia

Malas Intervenciones

Otros

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA**Foto N° 49: Mirador de Lluglly**

Fuente: Departamento de Turismo Alausí

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Es uno de los sitios más visitados por moradores y turistas, considerado también como mirador natural, ubicado en la Loma de Lluglly, poseedor de un encanto natural y un paisaje impresionante, además permite visualizar toda la ciudad y realizar fotografía.

Desde este sitio se puede divisar las principales elevaciones que le circundan como el cerro Danas y el Gampala, el reloj público, el parque 13 de noviembre, la iglesia La Matriz, estación del ferrocarril entre otras.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA**Estilo e Influencia de la Fachada**

No aplica

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL		TIPOLOGIA FUNCIONAL		DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
Arquitectura Monumental Civil		Vivienda		Cimentación	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa		Culto		Estructura	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Civil		Educativa		Muros/Paredes	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Religiosa		Comercio		Pisos	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Tradicional		Servicios		Escaleras	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Vernácula		Salud		Instalaciones	Eléctrica	S	D	R
Cementerios		Funeraria						
Haciendas		Productiva						
Rutas		Recreativa	X					
Molinos		Administrativa						
Puentes		Cultural						
Parques	X							
Plazas								
Industrial								
Túneles								
Otros		Otros						

I) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	18
APOYO	a) Acceso	12
	b) Servicios	11
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		48

m. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

6) Iglesia la Matriz**Categoría:** Manifestaciones Culturales**Ámbito:** Bienes Inmuebles**Subámbito:** Arquitectura Religiosa**a) LOCALIZACIÓN****Provincia:** Chimborazo**Cantón:** Alausí**Ciudad:****Parroquia:** Alausí**Urbana:** **Rural:****Coordenadas:** Norte: 9756601**Este:** 739444**Altura:** 2396m**b) REGIMEN DE PROPIEDAD**

Estatal

Militar

Municipal

Religioso

Privado

Otro

No Definido

c) USOS**Original:** Culto**Actual:** Culto**d) UBICACIÓN**

Se ubica en la calle

e) ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN**Siglo:** ANTERIOR AL SIGLO –XVI**Fecha /Década:** 2001

XVI (1500 – 1599)

XVII (1600 – 1699)

XVIII (1700 – 1799)

XIX (1800 – 1899)

XX (1900 – 1999)

XXI (2000 EN ADELANTE)

f) ESTADO DE CONSERVACIÓNSólido 90%

Deteriorado _____

Ruinoso _____

Causas: la gestión del gobierno local ha permitido la conservación de este inmueble, aportando recursos para la remodelación e iluminación de la misma, además mejorando los elementos externos que lo conforman.

g) ACCIONES EMERGENTES RECOMENDADAS

Colocar información turística sobre el atractivo para motivar la visita e interés del turista.

h) VULNERABILIDAD**Naturales**

Remociones en masa (deslaves)



Inundaciones

Sismos



Fallas Geológicas

Erupciones

Otros

Antrópicos

Abandono

Conflicto Tenencia

Malas Intervenciones



Otros

i) IMAGEN FOTOGRÁFICA**Foto N° 50: Iglesia la Matriz**

Fuente: Departamento de Turismo Alausí

j) DESCRIPCIÓN DEL INMUEBLE

Se encuentra a un costado del parque 13 de Noviembre constituyéndose en la iglesia principal del cantón. Fue construida a mediados del siglo XVIII por el Sr. Antonio Saguay, su fachada es de estilo gótico con piedra y columnas rectas, se destaca la imagen de Cristo Rey, en su interior encontramos un retablo, las columnas tienen volutas con arcos de medio punto, en el centro hay un mosaico característico del estilo corintio, las torres eran ovaladas pero con el terremoto de 1961 se destruyeron por lo que fueron remodeladas de otra forma, en su interior se encuentran

imagen de San Pedro patrono de la ciudad, Santa Mariana de Jesús, Señor resucitado entre otros que datan del siglo XIX.

k) DESCRIPCIÓN VOLUMÉTRICA

Estilo e Influencia de la Fachada

COLONIAL		REPUBLICANO	
Manierismo		Neo-Clásico	
Barroco		Ecléctico	
Rococó		Neo-Romántico	
Neo-Clásico		Neo-Gótico	X
Vernáculo		Modernismo	
NUMERO VANOS ABIERTOS		Moderno	
PA		Vernáculo	
PB		Tradicional	

Tipología del Inmueble

TIPOLOGIA FORMAL	TIPOLOGIA FUNCIONAL	DESCRIPCIÓN FÍSICO CONSTRUCTIVO	MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN		
				S	D	R
Arquitectura Monumental Civil	Vivienda	Cimentación	Piedra	S	D	R
Arquitectura Monumental Religiosa	X Culto	Estructura	Piedra	S	D	R
Arquitectura Civil	Educativa	Muros/Paredes	Piedra	S	D	R
Arquitectura Religiosa	Comercio	Pisos	Piedra	S	D	R
Arquitectura Tradicional	Servicios	Cubierta	Hormigón	S	D	R
Arquitectura Vernácula	Salud	Instalaciones	Eléctrica	S	D	R
Cementerios	Funeraria					
Haciendas	Productiva					
Rutas	Recreativa	X				
Molinos	Administrativa					
Puentes	Cultural					
Parques						
Plazas						
Industrial						
Túneles						
Otros	Otros					

l) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	18
APOYO	a) Acceso	13
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		50

m. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

7) Comunidad de Nizag

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos

Subámbito: Prácticas comunitarias tradicionales

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Alausí (La Matriz)

Localidad: Comunidad de Nizag

Altitud: 2287m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Indígena

Lengua 1: Kichwa

Lengua 2: Español

c) RESEÑA DEL BIEN

La comunidad indígena es poseedora de la tierra más fértil del cantón, es un paso obligado a la Nariz del Diablo, y si entra a la comunidad en carro se encontrará con personas amables que realizan sus actividades cotidianas como la agricultura recalcando que siembran productos de la costa y la sierra como el guineo, chirimoyas, papa china, caña de azúcar entre otros, también están las prácticas ganaderas, la realización de artesanías las mismas que se expenden en la estación del tren de Sibambe. Además son parte de la red de turismo comunitario de Chimborazo y que han sobresalido por las actividades que ofrecen y la transición de productos agrícolas que ofertan.

d) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 51: Moradora de Nizag



Fuente: Carmen Quito R.

Foto N° 52: Comunidad de Nizag



Fuente: Carmen Quito R.

e) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	18
APOYO	a) Acceso	13
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		50

f) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

8) Shigras de Alausí

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Técnicas Artesanales Tradicionales

Subámbito: Textilería

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Alausí (La Matriz)

Localidad: Parque central

Altitud: 2384m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Otra

Lengua 1: Español

Lengua 2:

c) RESEÑA DEL BIEN

El Padre Juan de Velasco (180) en su historia “El Reino de Quito” tomando sus partes principales dice “los Conquistadores tomaron dos asientos el de Alausí y el de Tiquizambi (hoy sector de Alausí) entre muchos otros, en los mismos lugares que se encontraban las poblaciones de los primitivos habitantes y comenzaron a establecerse los encomenderos, crecieron notablemente las industrias sobre todo de los tejidos de lana porque de estos lugares existían gran cantidad de llamas, luego las ovejas traídas de España y la cabuya que hoy va extinguiéndose”. De estas poblaciones crecieron notablemente las industrias durante el Gobierno de Gonzalo Pizarro y otros por haberle seguido muchas partidas de aventureros, gente venida de San Miguel de Piura y otros sectores del Perú situándose de Sur a Norte en la vía real.

Uno de los conocimientos que se han mantenido desde épocas pre incásicas son las técnicas de elaboración de artesanías hechas con el material de la cabuya lo que las hace muy resistentes. Las shigras (bolsos), son los productos elaborados más frecuentemente. Son tejidas a mano por las mujeres de la comunidad de Nizag.

Las artesanas se demoran en elaborar cada pieza entre cuatro a cinco semanas. Las mujeres las hacen con el propósito de no perder su tradición, su cultura. Las shigras tienen diferentes dibujos que son con los que se identifican. Las formas representan a mujeres, elementos de la naturaleza, dibujos abstractos y formas geométricas de colores vivos.

d) IMAGEN FOTOGRÁFICA

Foto N° 53: Shigras



Fuente: Departamento de Turismo Alausí

e) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	15
APOYO	a) Acceso	15
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	1
	d) Internacional	1
TOTAL		49

f) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

9) Fiestas de San Pedro

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos

Subámbito: Fiestas o ceremonias religiosas

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Alausí

Localidad: Parque Central

Altitud: 2384m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Mestiza

Lengua 1: Español

Lengua 2:

c) RESEÑA DEL BIEN

Las fiestas en torno a los santos, son muy comunes en la provincia de Chimborazo. El adoctrinamiento religioso católico en estas tierras, propició la aceptación y la devoción de los santos católicos por parte de las comunidades indígenas, como “protectores” de la comunidad. Parece ser, que hay alguna conexión entre los santos católicos y las deidades indígenas con características protectoras de la comunidad.

En la parroquia de Alausí, las fiestas celebradas en honor al patrono San Pedro, incluyen tanto actividades sagradas como la celebración de misas y procesiones, así como también actividades más profanas en torno a los juegos, los desfiles y bailes locales.

En las fiestas de San Pedro se dan algunas actividades principales. En las vísperas de San Pedro la gente concurre al parque Simón Bolívar en donde se da la ganada de la plaza y posteriormente inicia una fiesta de luz y color cuando se quema el castillo con figuras especiales que representan lo auténtico de este pueblo. Esto se da a las tres de la tarde del último sábado de junio. También se celebran misas, procesiones en torno al patrono San Pedro y corridas de toros. Estos son descritos como la atracción de las fiestas, la cual es vista por la población como un “cóctel del hiel y sangre, licor, audacia, música y valor en derroches de gritos y alegrías”. Mientras en la arena, una multitud aguarda la salida del encierro. También se dan varios juegos tradicionales como el del torneo de cintas el último día de fiesta, desde tempranas hora de la mañana.

También los colegios, escuelas, comunidades, desfilan alegremente por el centro de la ciudad. Van disfrazados con trajes típicos danzando o cantando representando pasajes históricos; mientras las flores adornan elegantemente los carros alegóricos.

d) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	15
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		40

e) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

10) Historia del Ferrocarril

Categoría: Bienes Inmateriales

Ámbito: Tradiciones y Expresiones Orales

Subámbito: Historia Local

a) DATOS DE UBICACIÓN

Provincia: Chimborazo

Cantón: Alausí

Parroquia: Alausí

Localidad: Parque Central

Altitud: 2384m

b) DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Comunidad: Mestiza

Lengua 1: Español

Lengua 2:

c) RESEÑA DEL BIEN

Esta magna obra de Ingeniería fue iniciada en 1872 por el Dr. Gabriel García Moreno, en los años 1873 y 1874 a pesar de la penuria económica del Estado y contando con los pocos recursos nacionales, construyó 20km de ferrocarril entre Milagro y Yaguachi, para este genio múltiple, el propósito que le animaba fue el de unir el carretero Quito-Sibambe mediante un camino de hierro, vía angosta, a la vez abría con esta primera etapa un paso firme a la gestación de la obra redentora del Ferrocarril del Sur.

Otro pionero fue el Gral. Ignacio de Veintimilla, quien puso al servicio público en 1884, 15km de ferrocarril hasta Chimbo-Victoria donde se levanto un hermoso puente llamado “Chimbo” con el Gobierno del Sr. Antonio Flores Jijón, en el año 1888 se unió Yaguachi con Durán y a su vez con el campamento la Victoria, de donde debía continuar al norte y llegar a Sibambe por la vía Kelly, mas debido a las escasa rentas que se habían asignado y no siendo suficientes para la magnitud de la obra a realizarse, en parte por las enormes dificultades como la configuración del terreno y las inclemencias de la zona que presentaba a cada paso obstáculos, a tal extremo que en un momento cundió el desaliento y llego a abrigarse la idea del abandono total de la obra, prefiriendo enlazar aquellos dos puentes Chimbo-Guaranda, mediante un camino de herradura, a fin de que al llegar a Guaranda, transportar por allí los productos de la Costa que se consumían en el interior de la República, especialmente la sal.

Por esta época fue designado Administrador del tramo Yaguachi-Chimbo el Ingeniero Marcos J. Kelly, quien propuso la ejecución por contrato del sector que faltaba entre Chimbo-Sibambe, lo cual no llego a realizarse, quedando solamente el trazado que lo hizo personalmente en 1887, que se conoce con el nombre de vía Kelly, las obras que se ejecutaron en esta vía fueron destruidas casi en su totalidad, a causa de la crudeza del invierno, hasta que en 1880 se creyó impracticable la construcción del Ferrocarril por esta ruta y se la abandonó por la inhospitalidad de la naturaleza, de inviernos largos que provocaban fuertes crecientes de los ríos, que más de una ocasión arrasaron con gente y materiales, llevándose el aluvión el puente “Aguas Claras”. Con el advenimiento del gobierno del Gral. Eloy Alfaro convino éste en una transacción con los constructores; D’Okazsa, Kelly de Auray, Prottir y otros, y la entrega al gobierno del

ferrocarril, ya que con sus especulaciones llevaron al fracaso la obra. Como lo manifestó en su memorable mensaje a la Convención de 1896, para disipar sobre las cuestiones ferroviarias, el recelo, los densos nubarrones y la duda latente del pueblo ecuatoriano entre otras cosas dijo: vinculado con ésta en ella el porvenir de la Nación en todos sus ramos de actividad mercantil, agrícola e industrial, vuelvo a llamar la atención de los representantes del pueblo para que con sus ilustraciones y patriotismo es cogiten los medios a llevar a feliz término la Empresa comenzada.

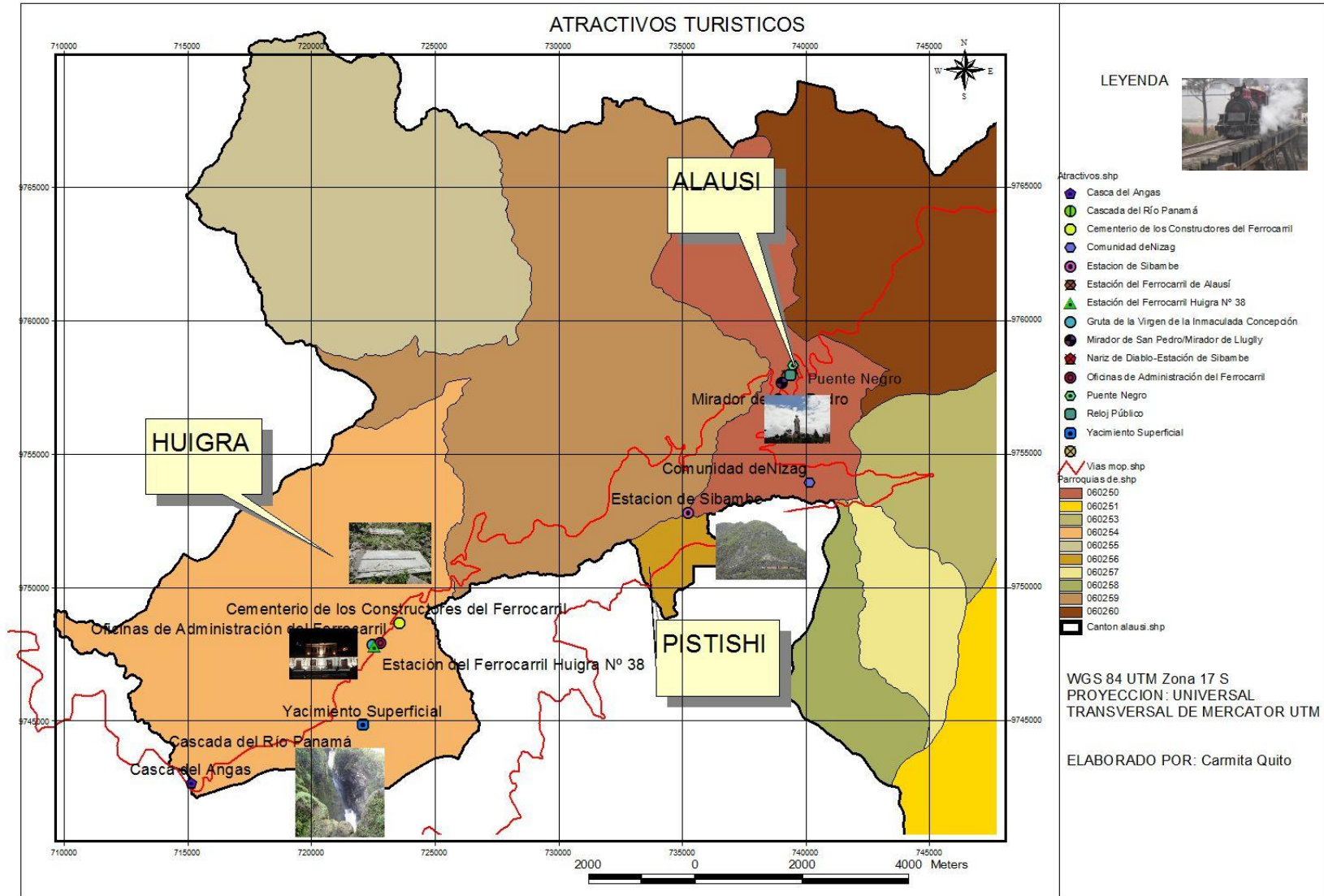
d) VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Entorno	20
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	8
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		45

e) JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

3. Mapa de los Atractivos Turísticos de la Ruta Patrimonial del Tren tramo Huigra –Alausí.



B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN

1. Análisis de la Oferta

a. Análisis de los Atractivos Turísticos de la Ruta Patrimonial del Tren tramo Huigra – Alausí

Tabla N° 09. Análisis de los Atractivos Turísticos

PATRIMONIO CULTURAL					
PARROQUIA	NOMBRE	CATEGORIA	ÁMBITO	SUBÁMBITO	JERARQUIA
HUIGRA	GRUTA DE LA VIRGEN DE LA INMACULADA CONCEPCIÓN	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA RELIGIOSA MONUMENTAL	III
	OFICINAS DE ADMINISTRACIÓN DEL FERROCARRIL	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA TRADICIONAL	II
	ESTACIÓN DEL FERROCARRIL HUIGRA N° 38	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA CIVIL	II
	CASA NUQUEZ	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA CIVIL	I
	CASA PATRIMONIAL	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA CIVIL	I
	CEMENTERIO DE LOS CONSTRUCTORES DEL FERROCARRIL	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA FUNERARIA	I
	CEMENTERIO DE LOS POBLADORES DEL ANTIGUO HUIGRA	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA FUNERARIA	I
	YACIMIENTO DE YASHIPA	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES ARQUEOLÓGICOS	YACIMIENTO MONUMENTAL	I
	PETROGLIFO DE YASHIPA	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES ARQUEOLÓGICOS	PETROGLIFOS	I
	YACIMIENTO SUPERFICIAL	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES ARQUEOLÓGICOS	YACIMIENTO SUPERFICIAL	I

	MONOLITO DEL GUARDIÁN DE COCHAPAMBA	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES ARQUEOLÓGICOS	YACIMIENTO SUPERFICIAL	I
	CERRO PUÑAY	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES ARQUEOLÓGICOS	YACIMIENTO MONUMENTAL	III
	COLECCIONES DE OBJETOS LÍTICOS Y CERÁMICOS	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES ARQUEOLÓGICOS	COLECCIONES	I
	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	I
	FIESTAS PATRONALES	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS	I
	FIESTAS DE PARROQUIALIZACIÓN	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS	I
	HISTORIA LOCAL SOBRE EL PLATO TÍPICO- HUIGRA	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES	I
	HISTORIA LOCAL SOBRE LA MUERTE DEL PRESIDENTE LEÓNIDAS PLAZA- HUIGRA, CHIMBO	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES	I
	HISTORIA LOCAL DE LA CRUZ DE QUIBE- HUIGRA	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES	I
	HISTORIA LOCAL SOBRE LA LLEGADA DEL AGUA A HUIGRA	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES	I
PISTISHI	NARIZ DEL DIABLO	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	INGENIERÍA CIVIL	III
	ESTACION DE SIBAMBE	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA CIVIL	II
ALAUŚÍ	ESTACIÓN DEL TREN DE ALAUŚÍ	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA CIVIL	II
	MIRADOR DE SAN PEDRO	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA MONUMENTAL RELIGIOSA	II
	RELOJ PÚBLICO	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA CIVIL	II

	PUENTE NEGRO	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	PUENTES	II
	MIRADOR DE LLUGLly	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	PARQUES Y PLAZAS	II
	IGLESIA LA MATRIZ	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMUEBLES	ARQUITECTURA RELIGIOSA	II
	COMUNIDAD DE NIZAG	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS	II
	SHIGRAS DE ALAUSÍ	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	II
	FIESTAS DE SAN PEDRO	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS	II
	HISTORIA DEL FERROCARRIL	MANIFESTACIONES CULTURALES	BIENES INMATERIALES	TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES	II
PATRIMONIO NATURAL					
PARROQUIA	NOMBRE	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
HUIGRA	CASCADA DEL RÍO PANAMÁ	SITIOS NATURALES	RIOS	CASCADAS	II
	CASCADA DEL ANGAS	SITIOS NATURALES	RIOS	CASCADAS	II

Fuente: Salida de campo / Unidad de Turismo de Alausí/INPC.

Elaboración: Carmen Quito R.

Análisis: Después de haber realizado la identificación, valoración y jerarquización del patrimonio natural y cultural de la zona de estudio, se determinó que existen un total de 34 atractivos turísticos, donde 32 son de categoría cultural representados por el 94% que de acuerdo a la clasificación por ámbito; se concluye que el 44% de los atractivos son Bienes Inmuebles, donde 2 atractivos son de categoría III del subámbito Arquitectura Religiosa Monumental e Ingeniería Civil, seguidos por 8 atractivos de categoría II de los cuales; un atractivo es de Arquitectura Tradicional, 4 de Arquitectura Civil, uno de Arquitectura Religiosa Monumental, uno de Arquitectura Religiosa y uno de Puentes, dentro del mismo ámbito encontramos 4 atractivos de categoría I los mismos que están constituidos por 2 atractivos de Arquitectura Funeraria y 2 de Arquitectura Civil, mientras que el 32 % son Bienes Inmateriales encontrándose 4 atractivos de categoría II donde 2 pertenecen al subámbito de Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos, uno a Técnicas Artesanales Tradicionales, y uno a Tradiciones y Expresiones Orales, en tanto que 7 atractivos son de categoría I de los cuales 2 atractivos son del subámbito Usos Sociales, Rituales y Actos Festivos, 4 atractivos son de Tradiciones y Expresiones Orales y uno es de Técnicas Artesanales Tradicionales.

También están los Bienes Arqueológicos representados por el 18% cuyos 5 atractivos son de categoría I, perteneciendo 2 atractivos al subámbito Yacimiento Superficial, uno a Yacimiento Monumental, uno a Petroglifos y uno a Colecciones, además de contar con un atractivo de categoría III del subámbito Yacimiento Monumental. Finalmente están los 2 atractivos de categoría II del subtipo Cascadas que corresponden al patrimonio natural representando el 6% del total de los atractivos.

b. Análisis de la Planta Turística del cantón Alausí

Tabla N° 10. Análisis de la Planta Turística del cantón Alausí.

ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN ALAUSÍ							
RAZON SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	Categoría	Habitaciones	Plaza	N° mesas	Telefax
Agencia de Viajes							
A.F. ALAUSI TOURS	ALAUSI TOURS CIA. LTDA.	Eloy Alfaro 11 y Bolivia	Dualidad	0	0	0	2931746
CUNADITOURS	CUNADITOURS CIA. LTDA.	Esteban Orozco y Antonio Mora	Operadora	0	0	0	2930-365
NARIZ DEL DIABLO	NARIZ DEL DIABLO DEVIL NOSE S.A	5 de Junio 130 y Pedro de loza	Operadora	0	0	0	930-240
ALOJAMIENTO							
Hostal							
COLINA LA	YUNGAN LOURDES	Panamericana Sur	Segunda	12	14	8	930-891
SAN PEDRO	SANCHEZ VINUEZA SANDRA	5 de Junio s/n y 9 de Octubre	Segunda	13	31	6	930-089
GAMPALA	NIAMA RODRIGUEZ GERARDO	KM. 1, Via a Chunchi	Tercera	15	60	15	930-138
PANAMERICANO	BARRAGAN CABRERA LUIS	5 de Junio 161 y 9 de Octubre	Tercera	16	43	11	930-278
TEQUENDAMA	ARRELLANO HUGO ENRIQUE	5 de Junio 152 y 9 de Octubre	Tercera	17	54	0	930-123
Hostal Residencia							
ALAUSI	BRITO AVENDAÑO LUZ VICTORIA	Esteban de Orozco y 5 de Junio	Tercera	15	36	0	2930-361
AMERICANO	SANCHEZ AGUAYO MARCO TULIO	García Moreno 151	Tercera	15	62	0	2930-159
EUROPA	RIOFRIO VILLAGRAN ALFONSO	5 de Junio y 9 de Octubre 175	Tercera	25	55	0	
TIO EMILIO	CATTANI ANDRADE MONICA	Ricaurte 158 y García Moreno	Tercera	12	24	0	2930-461
Pension							
DAVID	PAZMIÑO BARRENO ELENA	5 de Junio y 9 de Octubre	Tercera	6	12	4	2930-264
MIRADOR	RICAURTE ENDERICA JORGE	Francisco Pizarro y A. J. de Sucre	Segunda	5	10	0	2931-708
TEQUENDAMA	ARELLANO MORA HUGO	5 de Junio 152 y Esteban Orozco	Tercera	9	26	0	2930-724
Hosterías							
PIRCAPAMBA	ORTIZ GUERRERO JORGE	Sector Pircapamba Km. 1 Q. de Com	Primera	6	18	5	2930-001
POSADA DE LAS NUBES	ORTIZ FIALLO CAROLINA	Conventillo Km. 11. Carretera García Moreno	Segunda	7	22	5	2930-535
QUINTA LA	SILVA LARA GINA	Eloy Alfaro 121 y M. Muñoz	Primera	8	19	13	2930-247
RINCON DE ISABEL	FIALLO CAMAÑERO VICTOR	Sector de Buha Km 2	Tercera	6	9	0	2930-121
VIEJA CASONA	ROBINSON CEPEDA JENY CECILIA	Mariana Muñoz de Ayala s/n y Brasil	Primera	9	30	3	2930161
Complejo Turístico							
LA CASA DEL ARBOL	GUERRERO ARCOS JOSE LUIS	Km. 14 via Bucay Pallatanga	Primera	8	20	20	O88992440
ALIMENTOS Y BEBIDAS							

Restaurante							
MESON DEL TREN	CORTEZ NANCY ROSARIO	Ricaurte y Eloy Alfaro	Segunda	0	0	8	2930-557
AMERICANO	ORTEGA DUSTIN	5 DE Junio s/n y Esteban Orozco	Tercera	0	0	6	2931-313
CAFÉ DE PEDRO	LOPEZ LAURA DEL CARMEN	Loma Lluglli, junto a Imagen de San Pedro	Tercera	0	0	6	930-332
CHAVALES LOS	ZARUMA MARIA ROSA	Eloy Alfaro y Bolivia	Tercera	0	0	8	931-212
CISNE EL	PARADA LARA LAURA	5 de Junio s/n y Antonio Cattani	Tercera	0	0	11	930-588
COMEDOR FAMILIAR	NARANJO PINOS FANNY	9 de Octubre 156 y Pedro Davila	Tercera	0	0	7	931-221
DILIGENCIA LA	GALLEGOS MARTINEZ MARTHA	Eloy Alfaro. Estacion Ferrocarril	Tercera	0	0	10	931-293
DON FAUSTO	SILVA FAUSTO	Panamericana Sur - Vía Chunchi	Tercera	0	0	12	930-290
FLAMINGO	GARCIA CARMEN	9 de Octubre y Antonio Mora	Tercera	0	0	7	930-367
HIGUERA LA	SANCHEZ ARCOS MIRIAM	Av. 5 de Juio y Ricaurte	Tercera	0	0	7	2931-582
INTEGRACION ANDINA	SANTOS SILVA JOSE	Panamericana Sur - Vía Cuenca	Tercera	0	0	19	930-306
INTEGRACION ANDINA I I	SANTOS SILVA JOSE	Eloy Alfaro s/n , diag. Estacion Tren	Tercera	0	0	6	
KENN JHONNY	TIXI CORTES JUAN	Garcia Moreno y Chile	Tercera	O	O	6	930-133
SUCRE	JUCA WASHINGTON	Esteban Orozco y 5 de Junio	Tercera	O	O	6	
SUPER ADRIANS	LOPEZ AIDA	Pedro de Loza 142 y 5 de Junio	Tercera	O	O	8	
VERA DEL CAMINO	NIAMA ZURITA BYRON	Panamericana Sur - Vía Chunchi	Tercera	0	0	20	930-055
DANIELITO	MALAN SAYAGO JOSE F.	5 de Junio 165 y Esteban Orozco	Cuarta	0	0	6	
DELICIAS DEL PALADAR	LOPEZ VILLA ROSA	5 de Junio y 9 de Octubre	Cuarta	0	0	6	
LATACUNGUEÑITA	ACURIO LIGIA	5 de Junio 153 y Pedro Loza	Cuarta	O	O	5	
REINA DE AGUA SANTA	ZAMORA SANTAMARIA FRANKLIN	9 de Octubre y Antonio Mora	Cuarta	0	0	4	
YAPITA LA	CAMAÑERO G. JULIO C.	5 de Junio 165 y 9 de Octubre	Cuarta	O	O	7	935-395
RECREACION Y DIVERSION							
Bar							
EXTASIS	CHARCO DORIS	Pablo Jose Davila y Esteban Orozco	Tercera	O	O	4	931-376
REFUGIO EL	ROJAS PERCY	Av. 5 de Junio y Cattani	Tercera	O	O	10	930-587
Termas y Balnearios							
SPA LUNITA	LUNA OJEDA CARLOS E.	Villalva 551 y 9 de Octubre	Segunda	0	0		2930-945
PARROQUIA: HUIGRA							
ALOJAMIENTO							
Hostal							
ALFARO	SUAREZ C. GLORIA MERCEDES	Barrio Azuay, Huigra	Tercera	12	16	4	2938-196
Hostería							
ETERNA PRIMAVERA	CHAVEZ RODRIGUEZ RAUL OSWALDO	Huigra	Segunda	19	63	8	42870146

Fuente: Catastro del cantón Alausí /Ministerio de Turismo-Gerencia General Sierra Centro

Elaboración: Carmen Quito R.

c. Análisis de los Productos Turísticos de la Ruta Patrimonial del Tren tramo Huigra-Alausí

Tabla N° 11. Análisis de los Productos Turísticos

LÍNEAS DE PRODUCTOS	VARIETADES DE PRODUCTOS	VALORACIÓN	DETALLE
CIRCUITOS GENERALES	CIRCUITOS GENERALES	APLICA	RUTAS DEL TREN
SOL Y PLAYA	SOL Y PLAYA	NO APLICA	X
TURISMO COMUNITARIO	TURISMO COMUNITARIO	APLICA	COMUNIDAD DE NIZAG
TURISMO CULTURAL	PATRIMONIOS NATURALES Y CULTURALES	APLICA	CAPAC-NAN PARQUE NACIONAL SANGAY
	MERCADOS Y ARTESANÍAS	NO APLICA	X
	GASTRONOMÍA	NO APLICA	X
	SHAMANISMO	APLICA	CERRO PUÑAY
	FIESTAS POPULARES	APLICA	FIESTAS DE SAN PEDRO FIESTAS DE LA VIRGEN INMACULADA CONCEPCIÓN
	TURISMO RELIGIOSO	NO APLICA	X
	TURISMO URBANO	NO APLICA	X
	TURISMO ARQUEOLÓGICO	APLICA	CAPAC-NAN CERRO PUÑAY
	CAVE, CIENTÍFICO, ACADÉMICO, VOLUNTARIO Y EDUCATIVO	NO APLICA	X
	HACIENDAS HISTÓRICAS	NO APLICA	X
PARQUES TEMÁTICOS	PARQUES TEMÁTICOS	NO APLICA	X
ECOTURISMO Y TURISMO DE NATURALEZA	PARQUES NACIONALES	APLICA	PARQUE NACIONAL SANGAY
	RESERVAS Y BOSQUES PRIVADOS	NO APLICA	X
	RÍOS, LAGOS, LAGUNAS Y CASCADAS	APLICA	CASCADA DE PANAMÁ CASCADA DEL ANGAS
	OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA	NO APLICA	X
TURISMO DE DEPORTES Y AVENTURA	DEPORTES TERRESTRES	NO APLICA	X
	DEPORTES FLUVIALES	NO APLICA	X
	DEPORTES AÉREOS	NO APLICA	X
	DEPORTES ACUÁTICOS	NO APLICA	X
TURISMO DE SALUD	TERMALISMO	NO APLICA	X
	MEDICINA ANCESTRAL	NO APLICA	X
	SPA'S	NO APLICA	X
AGROTURISMO	HACIENDAS, FINCAS Y PLANTACIONES	NO APLICA	X
TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS	REUNIONES, INCENTIVOS, CONFERENCIAS, EXPOSICIONES Y FERIAS	NO APLICA	X
TURISMO DE CRUCEROS	CRUCEROS	NO APLICA	X

Fuente: Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador 2020 "PLANDETUR 2020".

Elaboración: Carmen Quito R.

d. Análisis de la oferta sustitutiva y complementaria para la Ruta Patrimonial del Tren tramo Huigra –Alausí.

1) Oferta sustitutiva

Tabla N° 12. Oferta sustitutiva para la Ruta Patrimonial del Tren tramo Huigra –Alausí

RUTA	DÍAS DE SALIDA	PRECIOS	MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN	SERVICIOS	MERCADO		# TOTAL DE TURISTAS
					Nac	Ext	
Durán-Yaguachi-Durán	Jueves a domingo y feriados	\$20.00	1. Fam-Press Trips 2. Medios Convencionales (prensa, revistas generales y especializadas, radio, tv) 3. Medios Alternativos (redes sociales, mailing, pagina web, buscadores) 4. Ferias Internacionales y Nacionales 5. Material POP 6. Puntos de Venta 7. Call Center (1800-trenes)	1. Ejecutivos de cuenta y oficinas de atención al cliente. 2. Cafeterías en las estaciones. 3. Tienda del Tren. 4. Plaza Artesanal. 5. Refugio del Tren 6. Museo del tren 7. Ruta del tren 8. Locomotoras electro-diesel con coches coloniales 9. Guianza Bilingüe	8808	587	9395
Machachi-Boliche-Machachi	Jueves a domingo y feriados	\$10.00			11065	882	11947
El Tambo-Coyoctor-El Tambo	Miércoles a Viernes	\$5.00			500	636	1136

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública

Elaborado por: Carmen Quito R.

2) Oferta complementaria

Tabla N° 13. Oferta complementaria para la Ruta Patrimonial del Tren tramo Huigra –Alausí

PRODUCTOS	MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN
Capac Ñan	Operadoras Turísticas Agencias de Viajes
Puñay	

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador.gob.ec

Elaborado por: Carmen Quito R.

2. Análisis de la Demanda

1) Cálculo del Universo

Tabla N° 14. Turistas Nacionales y Extranjeros

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	Turistas Nacionales 10%	Turistas Extranjeros 90%
Turistas que visitan la provincia de Chimborazo por el tren	11243 personas	1124,30	10118,70
Universo de Estudio	11243	1124,30	10118,70

Fuente: Ferrocarriles Ecuatorianos Empresa Pública (2010)

Elaborado por: Carmen Quito R.

2) Muestra

a) Turistas Nacionales

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

$$n = \frac{281.08}{(1123.3) (0.05)^2 + 0.25}$$

$$n = 92$$

n: 92 encuestas a aplicar

b) Turistas Extranjeros

$$n = \frac{2529.68}{(10117.7) (0.05)^2 + 0.25}$$

$$n = 99$$

n: 99 encuestas a aplicar

3) Caracterización de la demanda de turistas nacionales

a) Género de los turistas nacionales

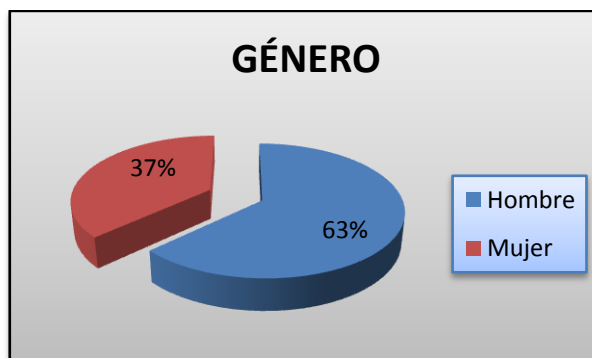
Cuadro N° 01.- Género de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Hombre	58	63%
Mujer	34	37%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 03.- Género de Turistas Nacionales



Fuente: Cuadro N° 01

Elaborado por: Carmen Quito

De acuerdo a los resultados se determinó que el 63% de los encuestados fueron hombres y el 37% mujeres.

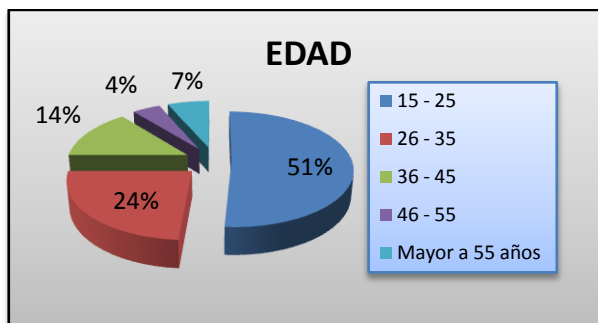
b) Edad de los turistas nacionales

Cuadro N° 02.- Edad de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
15 - 25	47	51%
26 - 35	22	24%
36 - 45	13	14%
46 - 55	4	4%
Mayor a 55 años	6	7%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 04.- Edad de Turistas Nacionales

Fuente: Cuadro N° 02

Elaborado por: Carmen Quito

De las encuestas aplicadas se determinó que la edad más usual de las personas era de 15-25 años con el 51%, seguida por el rango de 26-35 años con el 24%, mientras que los del rango de edad de 36-45 tienen el 14%, en tanto que el rango de edad de 46-55 tienen el 4% y mayores a 55 años de edad están representados por el 7%.

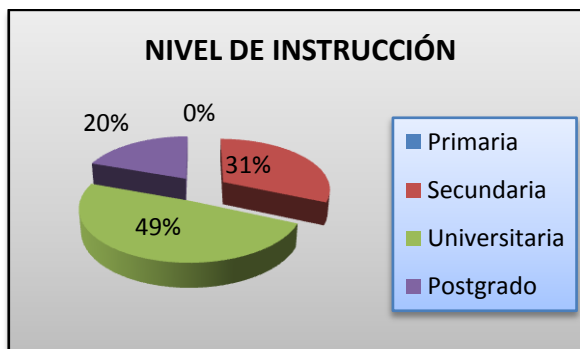
c) Nivel de Instrucción de los turistas nacionales

Cuadro N° 03.- Nivel de Instrucción de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Primaria	0	0%
Secundaria	29	31%
Universitaria	45	49%
Postgrado	18	20%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 05.- Nivel de Instrucción de Turistas Nacionales

Fuente: Cuadro N° 03

Elaborado por: Carmen Quito

De las personas encuestadas el 49% tienen estudios universitarios, el 31% estudios secundarios y el 20% postgrado.

d) Lugar de residencia de los turistas nacionales

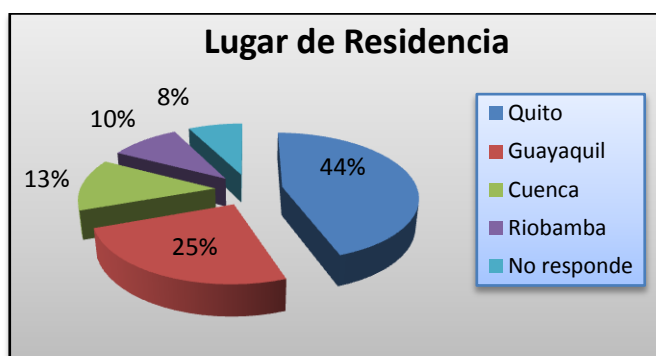
Cuadro N° 04.- Lugar de Residencia de Turistas Nacionales

VARIABLES	Fi	fr
Quito	41	44%
Guayaquil	23	25%
Cuenca	12	13%
Riobamba	9	8%
No responde	7	10%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 06.- Lugar de Residencia de Turistas Nacionales



Fuente: Cuadro N° 04

Elaborado por: Carmen Quito

De las personas encuestadas el 44% eran residentes de la ciudad de Quito, seguidos por el 25% de la ciudad de Guayaquil, el 13% que corresponde a personas de Cuenca, mientras que el 10% venían de la ciudad de Riobamba y no responde el 8%.

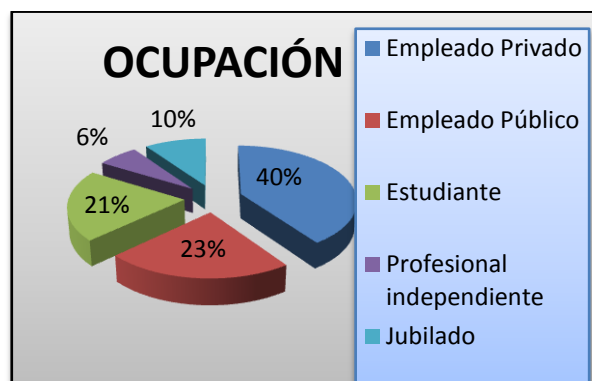
e) Ocupación de los turistas nacionales

Cuadro N° 05.- Ocupación de Turistas Nacionales

VARIABLES	Fi	fr
Empleado Privado	37	40%
Empleado Público	21	23%
Estudiante	19	21%
Profesional independiente	6	6%
Jubilado	9	10%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 07.- Ocupación de Turistas Nacionales

Fuente: Cuadro N° 05

Elaborado por: Carmen Quito

Los resultados de las encuestas aplicadas señalan que el 40% de las personas son empleados privados, el 23% empleados públicos, el 21% estudiantes, el 10% jubilados y el 6% profesionales independientes.

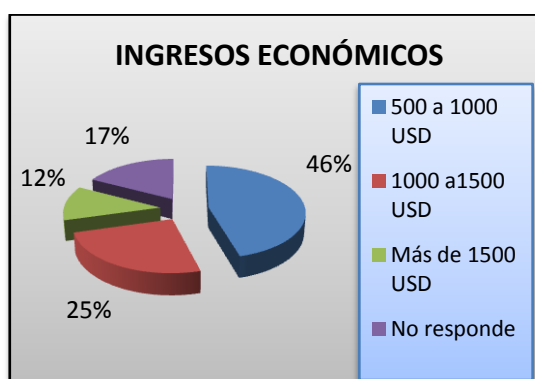
f) Ingresos económicos de los turistas nacionales

Cuadro N° 06.- Ingresos Económicos de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
500 a 1000 USD	42	46%
1000 a1500 USD	23	25%
Más de 1500 USD	11	12%
No responde	16	17%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 08.- Ingresos Económicos de Turistas Nacionales

Fuente: Cuadro N° 06

Elaborado por: Carmen Quito

Según los resultados arrojados de las encuestas se concluye que el 46% de las personas ganan de 500 a 1000 USD, seguidos por el 25% que ganan de 1000 a 1500 USD, mientras que el 17% no responde, y el 12% ganan más de 1500 USD.

g) Preferencia para viajar de los turistas nacionales

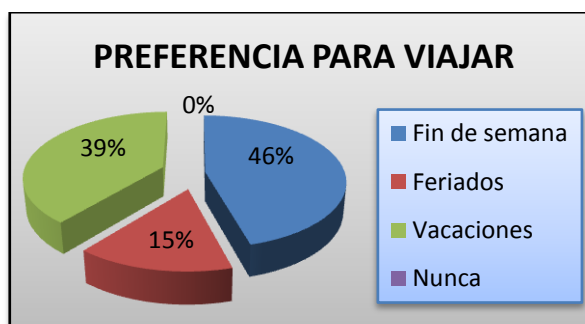
Cuadro N° 07.- Preferencia para viajar de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Fin de semana	42	46%
Feridos	14	15%
Vacaciones	36	39%
Nunca	0	0%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 09.- Preferencia para viajar de Turistas Nacionales



Fuente: Cuadro N° 07

Elaborado por: Carmen Quito

De las personas encuestadas se determinó que el 46% prefiere viajar los fines de semana, seguidos por el 39% que lo hace en vacaciones, mientras que el 15% viaja en feriados.

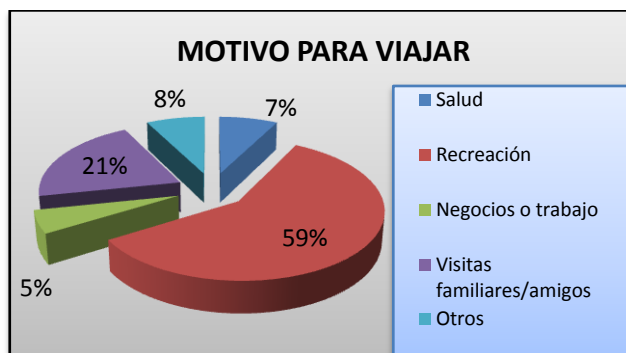
h) Motivo para viajar de los turistas nacionales

Cuadro N° 08.- Motivo para viajar de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Salud	7	7%
Recreación	54	59%
Negocios o trabajo	5	5%
Visitas familiares/amigos	19	21%
Otros	7	8%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 10.- Motivo para viajar de Turistas Nacionales

Fuente: Cuadro N° 08

Elaborado por: Carmen Quito

De las encuestas efectuadas se determinó que el motivo para viajar es la recreación con el 59%, seguido del 21% que lo hace por visitar a familiares o amigos, mientras que el 8% lo hace por otras razones, en tanto que el 7% viaja por salud y el 5% lo hace por negocios o trabajo.

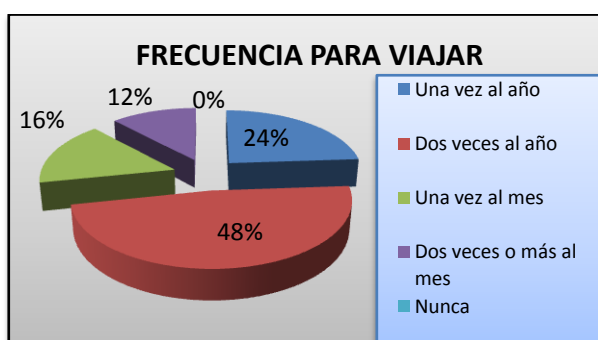
i) Frecuencia para viajar de los turistas nacionales

Cuadro N° 09.- Frecuencia para Viajar de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Una vez al año	22	24%
Dos veces al año	44	48%
Una vez al mes	15	16%
Dos veces o más al mes	11	12%
Nunca	0	0%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 11.- Frecuencia para viajar de Turistas Nacionales

Fuente: Cuadro N° 09

Elaborado por: Carmen Quito

Se determino que el 48% de los turistas viajan dos veces al año, seguidos por el 24% que lo hace una vez al año, mientras que el 16% lo hace una vez al mes y el 12% dos veces o más al mes.

j) Personas con las que prefieren viajar de los turistas nacionales

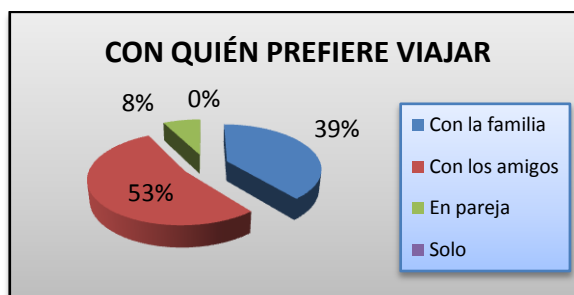
Cuadro N° 10.- Con quién prefieren viajar los Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Con la familia	36	39%
Con los amigos	49	53%
En pareja	7	8%
Solo	0	0%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 12.- Con quién prefieren viajar los Turistas Nacionales



Fuente: Cuadro N° 10

Elaborado por: Carmen Quito

El 53% de las personas encuestadas prefieren viajar con los amigos, seguidos por el 39% que prefiere viajar con la familia, mientras que el 8% lo hace en pareja.

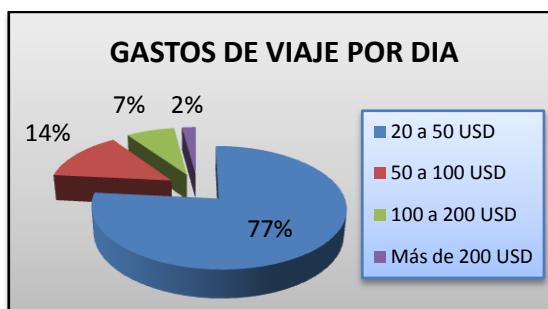
k) Gastos de viaje por día de los turistas nacionales

Cuadro N° 11.- Gastos de viaje por día de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
20 a 50 USD	70	77%
50 a 100 USD	13	14%
100 a 200 USD	7	7%
Más de 200 USD	2	2%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 13.- Gastos de viaje por día de Turistas Nacionales

Fuente: Cuadro N° 11

Elaborado por: Carmen Quito

De las personas encuestadas se determinó que cuando viajan el 77% gastan por día un promedio de 20 a 50 Usd, mientras que el 14% de las personas gastan en promedio 50 a 100 Usd, el 7% gasta de 100 a 200 Usd y solo el 2% gasta más de 200Usd.

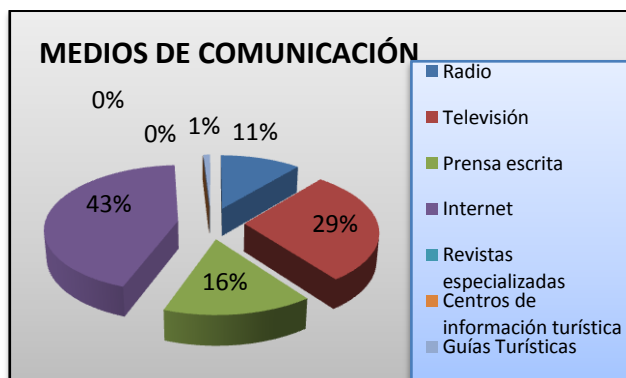
I) Medios de comunicación de los turistas nacionales

Cuadro N° 12.- Medios de Comunicación de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Radio	12	11%
Televisión	31	29%
Prensa escrita	17	16%
Internet	47	43%
Revistas especializadas	0	0%
Centros de información turística	0	0%
Guías Turísticas	1	1%
TOTAL	108	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 14.- Medios de Comunicación de Turistas Nacionales

Fuente: Cuadro N° 12

Elaborado por: Carmen Quito

El 43% de las personas prefieren como medio de información el internet, seguidas por el 29% que prefieren la televisión, en tanto que el 16% lo hace por medio de la prensa escrita, el 11% lo hace a través del radio y el 1% prefiere las guías turísticas.

m) Destino Preferido de los turistas nacionales

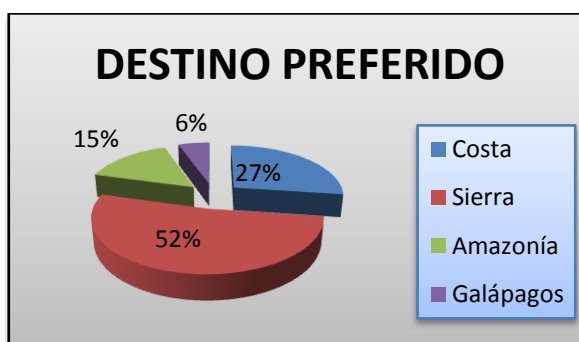
Cuadro N° 13.- Destino preferido de los Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Costa	25	27%
Sierra	48	52%
Amazonía	14	15%
Galápagos	5	6%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 15.- Destino preferido de los Turistas Nacionales



Fuente: Cuadro N° 13

Elaborado por: Carmen Quito

Por los datos obtenidos de las encuestas se concluye que el destino preferido para el 52% de las personas es la Sierra, seguidas por el 27% que prefiere la Costa, mientras que el 15 % prefiere la Amazonía y el 6% Galápagos.

n) Primera visita a la Nariz del Diablo de los turistas nacionales

Cuadro N° 14.- Primera visita a la Nariz del Diablo de los Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Sí	85	8%
No	7	92%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 16.- Primera visita a la Nariz del Diablo de los Turistas Nacionales



Fuente: Cuadro N° 14

Elaborado por: Carmen Quito

Para el 92% de los encuestados es la primera visita a la Nariz del Diablo, mientras que para el 8% no.

o) A los turistas nacionales les gustaría conocer una parroquia cercana a la Nariz del Diablo

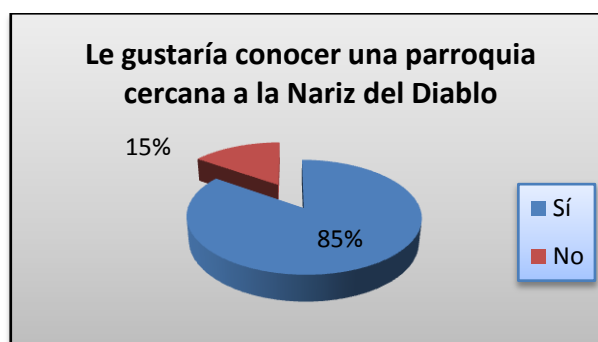
Cuadro N° 15.- A los Turistas Nacionales les gustaría conocer una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural?

VARIABLES	fi	fr
Sí	78	85%
No	14	15%
TOTAL	92	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 17.- A los Turistas Nacionales les gustaría conocer Huigra una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural?



Fuente: Cuadro N° 15

Elaborado por: Carmen Quito

El 85% de los encuestados acepta que le gustaría conocer Huigra una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural y al 15% no le gustaría conocer.

p) Cuántos días les gustaría visitar Huigra

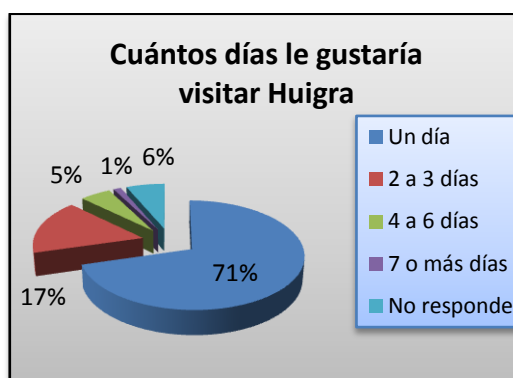
Cuadro N° 16.- A los Turistas Nacionales cuántos días les gustaría visitar Huigra?

VARIABLES	fi	fr
Un día	55	71%
2 a 3 días	13	17%
4 a 6 días	4	5%
7 o más días	1	1%
No responde	5	6%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 18.- A los Turistas Nacionales cuántos días les gustaría visitar Huigra?



Fuente: Cuadro N° 16

Elaborado por: Carmen Quito

De acuerdo a las encuestas efectuadas se determinó que al 71% de las personas les gustaría visitar Huigra en un día, mientras que el 17% preferiría de 2 a 3 días, el 6% no responde, el 5% visitaría de 4 a 6 días, seguidas por el 1% que le gustaría visitarla de 7 días a más.

q) Preferencia de Actividades Turísticas de los turistas nacionales

Cuadro N° 17.- Preferencia de Actividades Turísticas de Turistas Nacionales

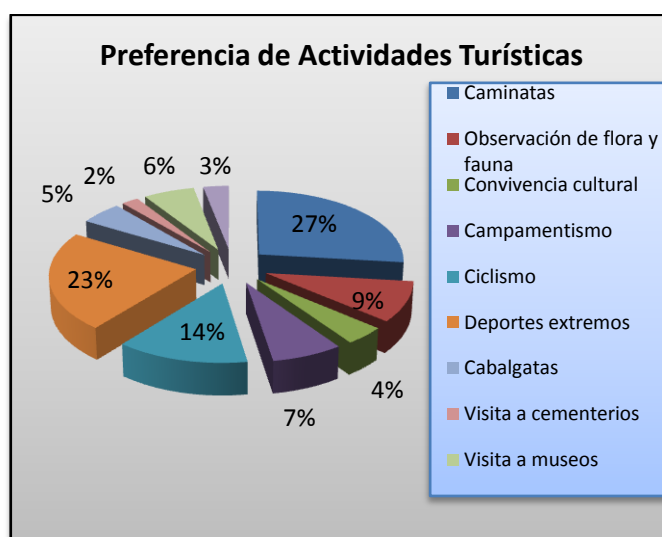
VARIABLES	fi	fr
Caminatas	26	27%
Observación de flora y fauna	9	9%
Convivencia cultural	4	4%
Campamentismo	7	7%
Ciclismo	13	14%
Deportes extremos	22	23%
Cabalgatas	5	5%

Visita a cementerios	2	2%
Visita a museos	6	6%
Rutas arqueológicas	3	3%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 19.- Preferencia de Actividades Turísticas de Turistas Nacionales



Fuente: Cuadro N° 17

Elaborado por: Carmen Quito

De las encuestas efectuadas el 27% de las personas prefieren realizar caminatas, en el mismo porcentaje está el campamentismo, los deportes extremos y cabalgatas, mientras que el 13% prefiere la observación de flora y fauna, seguido por el 10% que prefiere realizar rutas arqueológicas y el 7% preferiría la visita a museos.

r) Que productos le gustaría que le ofrezcan durante su visita a Huigra

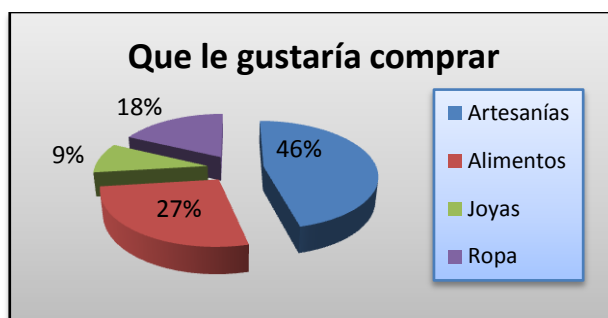
Cuadro N° 18.- Qué productos le gustaría que le ofrezcan durante su visita a Huigra?

VARIABLES	fi	fr
Artesanías	36	46%
Alimentos	21	27%
Joyas	7	9%
Ropa	14	18%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 20.- Cual de los siguientes productos le gustaría que le ofrezcan durante su visita a Huigra?



Fuente: Cuadro N° 18

Elaborado por: Carmen Quito

El 46% de los encuestados preferiría que le ofrezcan artesanías, mientras que al 27% le gustaría alimentos, seguidos por el 18% que preferirían ropa y al 9% s restante le gustaría joyas.

s) Preferencia de Alojamiento de los turistas nacionales

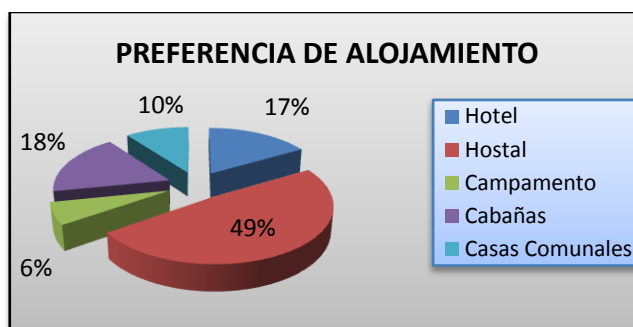
Cuadro N° 19.- Preferencia de Alojamiento de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Hotel	13	17%
Hostal	38	49%
Campamento	5	6%
Cabañas	14	18%
Casas Comunes	8	10%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 21.- Preferencia de Alojamiento de Turistas Nacionales



Fuente: Cuadro N° 19

Elaborado por: Carmen Quito

Se concluye que al 49% le gusta hospedarse en una Hostal, seguido por el 18% que lo haría en cabañas, mientras que el 17% prefieren hotel, el 10% lo haría en casas comunales y el 6% preferiría campamento.

t) Preferencia de comida de los turistas nacionales

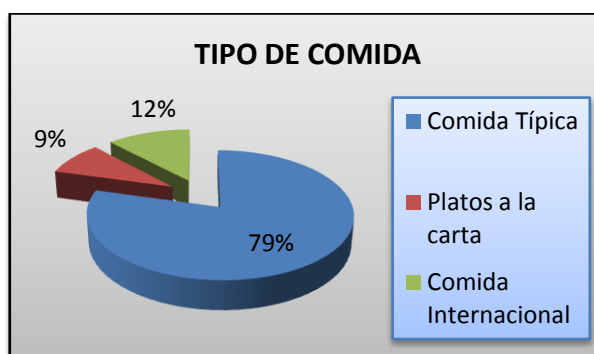
Cuadro N° 20.- Preferencia de comida de Turistas Nacionales

VARIABLES	fi	fr
Comida Típica	61	79%
Platos a la carta	8	9%
Comida Internacional	9	12%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 22.- Preferencia de comida de Turistas Nacionales



Fuente: Cuadro N° 20

Elaborado por: Carmen Quito

El 79% de los encuestados prefieren consumir comida típica, mientras que el 12% preferiría comida internacional, seguidos por el 9% que preferiría platos a la carta.

a) Perfil del turista nacional

De los resultados obtenidos se determinó que el 63% de los encuestados fueron hombres y el 37% mujeres, de los cuales la edad más usual era de 15-25 años con el 51%, seguida por el rango de 26-35 años representado por el 24%.

El 49% de los encuestados tienen estudios universitarios, seguidos por el 31% que tienen estudios secundarios. De los cuales el 44% eran residentes de la ciudad de Quito, mientras que el 25% eran de la ciudad de Guayaquil.

Los resultados señalan que el 40% son empleados privados y el 23% empleados públicos, Concluyéndose así que el 46% de las personas ganan de 500 a 1000 USD, seguidos por el 25% que ganan de 1000 a 1500 USD.

Se establece que el 46% prefiere viajar los fines de semana, seguidos por el 39% que lo hace en vacaciones. Donde el 48% viajan dos veces al año, seguidos por el 24% que lo hace una vez al año.

El 77% de los encuestados gastan por día un promedio de 20 a 50 Usd, mientras que el 14% gastan un promedio 50 a 100 Usd, prefiriendo el 43% como medio de información el internet, y el 29% la televisión.

Se concluye que el destino preferido para el 52% de las personas es la Sierra, seguidas por el 27% que prefiere la Costa, de los cuales el 92% señalaban que era su primera visita a la Nariz del Diablo, mientras que para el 8% no. Por lo que el 85% acepta que le gustaría conocer Huigra una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural y al 15% no.

Al 71% de las personas les gustaría visitar Huigra en un día, mientras que el 17% preferiría de 2 a 3 días, quienes representados por el 27% preferirían realizar caminatas, mientras que el 13% preferiría la observación de flora y fauna.

Al 46% de los encuestados le gustaría que le ofrezcan artesanías, mientras que al 27% les gustaría alimentos, donde al 49% se hospedaría en una Hostal, seguido por el 18% que lo haría en cabañas. De los cuales el 79% preferiría consumir comida típica, mientras que el 12% preferiría comida internacional.

4) Caracterización de la demanda de turistas extranjeros

a) Género de los Turistas Extranjeros

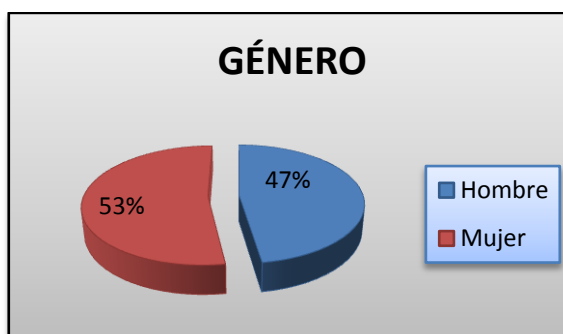
Cuadro N° 21.- Género de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Hombre	47	47%
Mujer	52	53%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 23.- Género de los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 21

Elaborado por: Carmen Quito

De los resultados obtenidos se determinó que el 47% de los encuestados fueron hombres y el 53% mujeres.

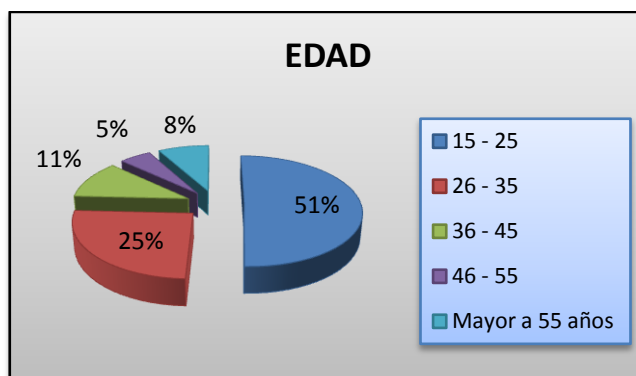
b) Edad de los Turistas Extranjeros

Cuadro N° 22.- Edad de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
15 - 25	50	51%
26 - 35	25	25%
36 - 45	11	11%
46 - 55	5	5%
Mayor a 55 años	8	8%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 24.- Edad de los Turistas Extranjeros

Fuente: Cuadro N° 22

Elaborado por: Carmen Quito

De las encuestas aplicadas se concluye que la edad más usual de las personas era de 15-25 años con el 51%, seguida por el rango de 26-35 años con el 24%, mientras que los del rango de edad de 36-45 años tienen el 14%, en tanto que el rango de edad de 46-55 años tienen el 4% y mayores a 55 años de edad están representados por el 7%.

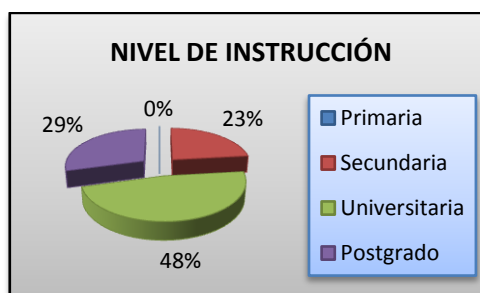
c) Nivel de Instrucción de los Turistas Extranjeros

Cuadro N° 23.- Nivel de Instrucción de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Primaria	0	0%
Secundaria	23	23%
Universitaria	47	48%
Postgrado	29	29%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 25.- Nivel de Instrucción de los Turistas Extranjeros

Fuente: Cuadro N° 03

Elaborado por: Carmen Quito

De las personas encuestadas el 48% tienen estudios universitarios, el 29% estudios secundarios y el 23% postgrado.

d) Lugar de residencia de los Turistas Extranjeros

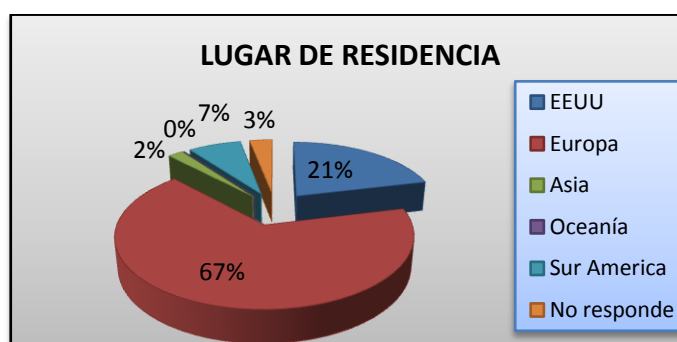
Cuadro N° 24.- Lugar de Residencia de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	Fi	fr
EEUU	21	21%
Europa	66	67%
Asia	2	2%
Oceanía	0	0%
Sur América	7	7%
No responde	3	3%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 26.- Lugar de Residencia de los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 24

Elaborado por: Carmen Quito

De las personas encuestadas el 67% era proveniente de Europa, seguidos por el 21% que provenían de EEUU, el 7% eran residentes de Sur América, mientras que el 3% no responde y tan solo un 2% provenían de Asia.

e) Ocupación de los Turistas Extranjeros

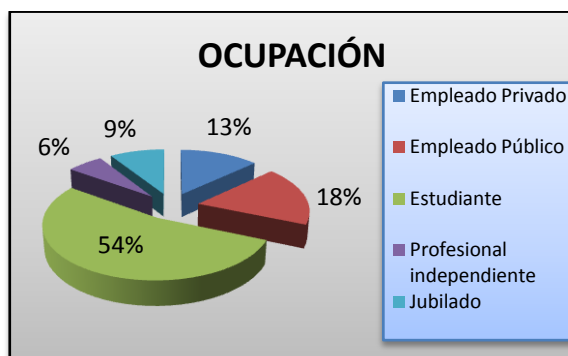
Cuadro N° 25.- Ocupación de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	Fi	fr
Empleado Privado	13	13%
Empleado Público	18	18%
Estudiante	53	54%
Profesional independiente	6	6%
Jubilado	9	9%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 27.- Ocupación de los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 25

Elaborado por: Carmen Quito

Los resultados señalan que el 54% de las personas eran estudiantes, el 18% empleados públicos, el 13% empleados privados, el 9% jubilados y el 6% profesionales independientes.

f) Ingresos económicos de los Turistas Extranjeros

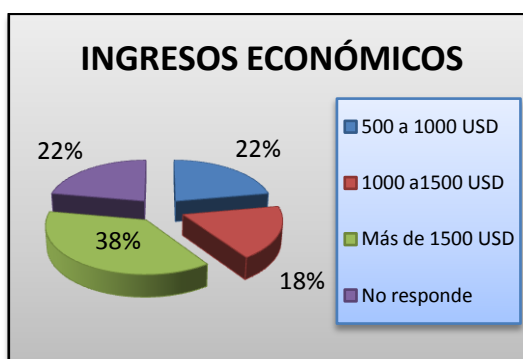
Cuadro N° 26.- Ingresos Económicos de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
500 a 1000 USD	22	22%
1000 a1500 USD	18	18%
Más de 1500 USD	37	38%
No responde	22	22%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 28.- Ingresos Económicos de los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 26

Elaborado por: Carmen Quito

Según los resultados arrojados de las encuestas se concluye que el 38% de las personas ganan más de 1500 USD, seguidas por el 22% que ganan de 500 a 1000 USD, mientras que el 22% no responde y el 18% gana de 1000 a 1500 USD.

g) Preferencia para viajar de los Turistas Extranjeros

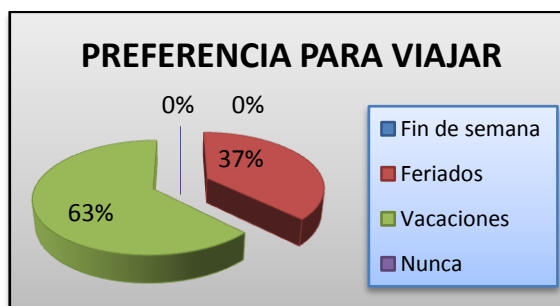
Cuadro N° 27.- Preferencia para viajar de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Fin de semana	0	0%
Feridos	37	37%
Vacaciones	62	63%
Nunca	0	0%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 29.- Preferencia para viajar de los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 27

Elaborado por: Carmen Quito

De las personas encuestadas se determinó que el 63% prefiere viajar en vacaciones, y el 37% en feriados.

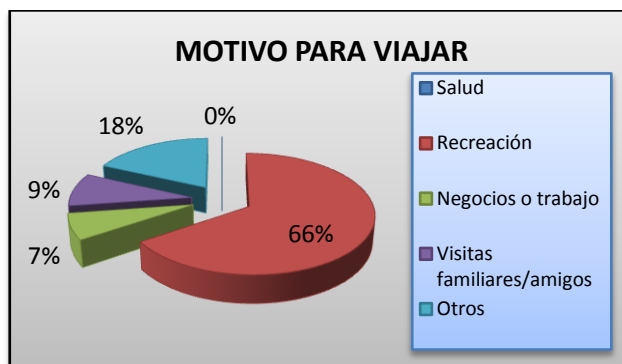
h) Motivo para viajar de los Turistas Extranjeros

Cuadro N° 28.- Motivo para viajar de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Salud	0	0%
Recreación	65	66%
Negocios o trabajo	7	7%
Visitas familiares/amigos	9	9%
Otros	18	18%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 30.- Motivo para viajar de los Turistas Extranjeros

Fuente: Cuadro N° 28

Elaborado por: Carmen Quito

De las encuestas efectuadas se determinó que el motivo para viajar es la recreación con el 66%, seguido del 18% que lo hace por otras razones, mientras que el 9% lo hace para visitar a familiares o amigos y solo el 7% viaja por negocios o trabajo.

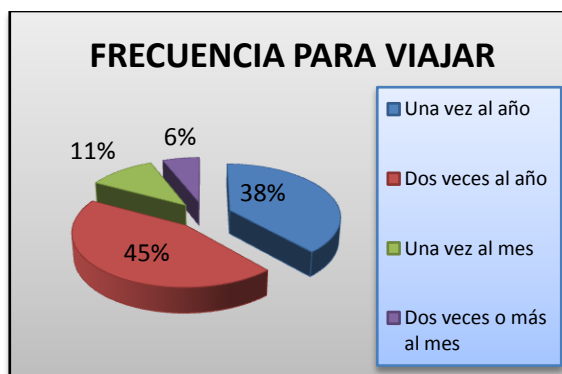
i) Frecuencia para viajar de los Turistas Extranjeros

Cuadro N° 29.- Frecuencia para Viajar de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Una vez al año	38	38%
Dos veces al año	44	45%
Una vez al mes	11	11%
Dos veces o más al mes	6	6%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 31.- Frecuencia para viajar de los Turistas Extranjeros

Fuente: Cuadro N° 29

Elaborado por: Carmen Quito

El 45% de los turistas viajan dos veces al año, seguidos por el 39% que lo hace una vez al año, mientras que el 11% lo hace una vez al mes y el 6% dos veces o más al mes.

j) Personas con las que prefieren viajar los Turistas Extranjeros

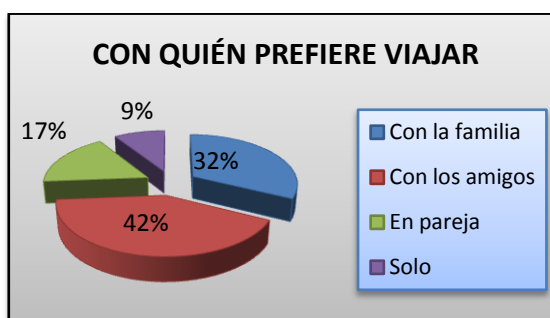
Cuadro N° 30.- Personas con las que prefieren viajar los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Con la familia	32	32%
Con los amigos	41	42%
En pareja	17	17%
Solo	9	9%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 32.- Personas con las que prefieren viajar los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 30

Elaborado por: Carmen Quito

El 42% de las personas encuestadas prefieren viajar con los amigos, seguidos del 32% que prefiere viajar con la familia, mientras que el 17% lo hace en pareja y solo el 9% prefiere viajar solo.

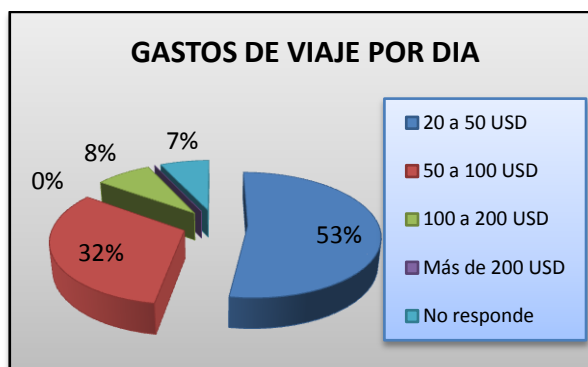
k) Gastos de viaje por día de los Turistas Extranjeros

Cuadro N° 31.- Gastos de viaje por día de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
20 a 50 USD	52	53%
50 a 100 USD	32	32%
100 a 200 USD	8	8%
Más de 200 USD	0	0%
No responde	7	7%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 33.- Gastos de viaje por día de los Turistas Extranjeros

Fuente: Cuadro N° 31

Elaborado por: Carmen Quito

De las personas encuestadas se determinó que cuando viajan el 53% gastan por día un promedio de 20 a 50 Usd, mientras que el 32% de las personas gastan un promedio de 50 a 100 Usd, seguidas por el 8% que gasta de 100 a 200 Usd y el 7% no responde.

l) Medios de comunicación que prefieren los Turistas Extranjeros

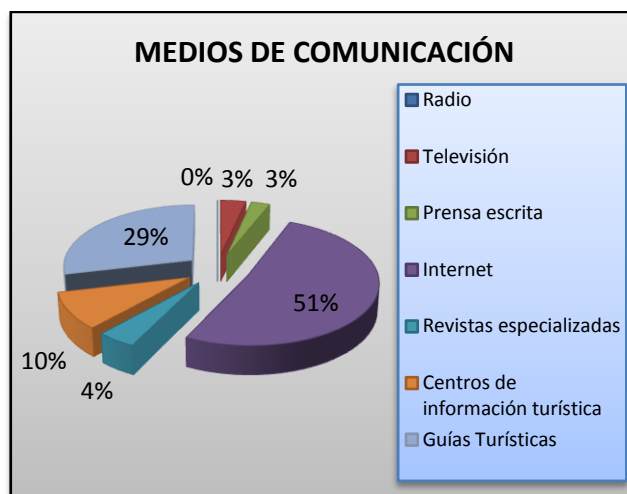
Cuadro N° 32.- Medios de Comunicación que prefieren los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Radio	0	0%
Televisión	4	3%
Prensa escrita	3	3%
Internet	59	51%
Revistas especializadas	5	4%
Centros de información turística	11	10%
Guías Turísticas	33	29%
TOTAL	115	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 34.- Medios de Comunicación que prefieren los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 32

Elaborado por: Carmen Quito

El 51% de las personas prefieren como medio de información el internet, seguidos por el 29% que prefieren las guías turísticas, mientras que el 10% acuden a centros de información turística, el 4% lo hace a través de revistas especializadas, el 3% lo hace a través de la radio y la televisión.

m) Destino Preferido de los Turistas Extranjeros

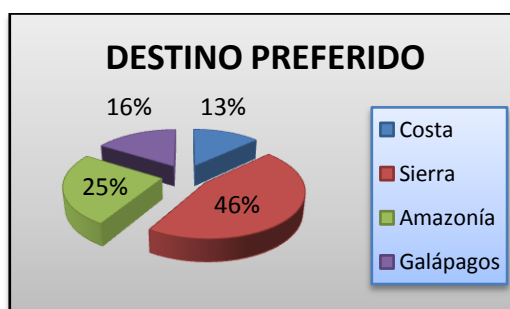
Cuadro N° 33.- Destino preferido de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Costa	13	13%
Sierra	45	46%
Amazonía	25	25%
Galápagos	16	16%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 35.- Destino preferido de los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 33

Elaborado por: Carmen Quito

Se concluye que el destino preferido para el 46% de las personas es la Sierra, seguidas del 25% que prefiere la Amazonía, mientras que el 16 % de las personas prefiere la Costa y el 13% Galápagos.

n) Primera visita a la Nariz del Diablo de los Turistas Extranjeros

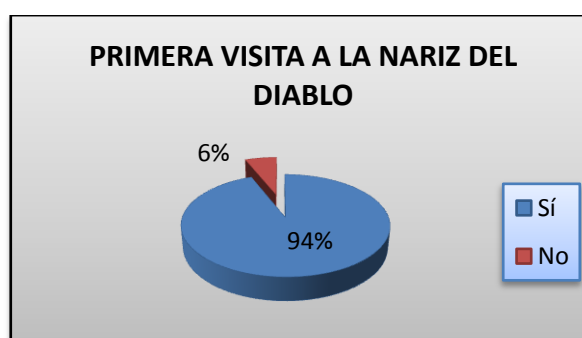
Cuadro N° 34.- Primera visita a la Nariz del Diablo de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Sí	93	94%
No	6	6%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 36.- Primera visita a la Nariz del Diablo de los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 34

Elaborado por: Carmen Quito

Para el 94% de los encuestados es la primera visita a la Nariz del Diablo, mientras que para el 6% no.

o) A los Turistas Extranjeros les gustaría conocer Huigra una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural

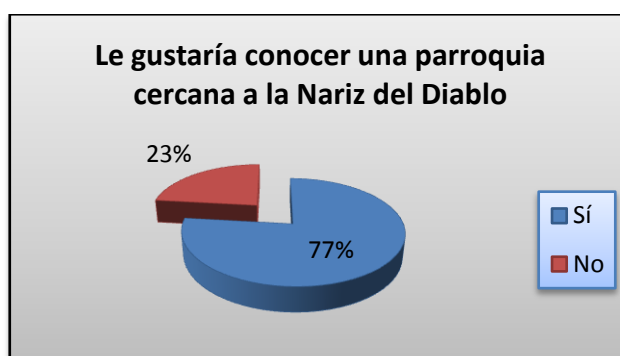
Cuadro N° 35.- Le gustaría conocer Huigra una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural?

VARIABLES	fi	fr
Sí	76	77%
No	23	23%
TOTAL	99	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 37.- Le gustaría conocer Huigra una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural?



Fuente: Cuadro N° 35

Elaborado por: Carmen Quito

Al 77% de los encuestados le gustaría conocer Huigra una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural mientras que al 23% no le gustaría conocer.

p) Cuántos días les gustaría visitar Huigra a los Turistas Extranjeros

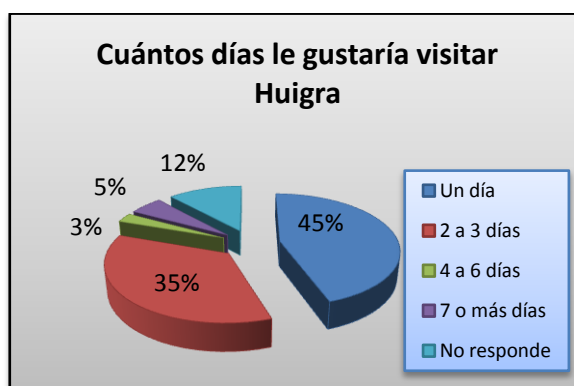
Cuadro N° 36.- Cuántos días les gustaría visitar Huigra a los Turistas Extranjeros?

VARIABLES	fi	fr
Un día	34	45%
2 a 3 días	27	35%
4 a 6 días	2	3%
7 o más días	4	5%
No responde	9	12%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 38.- Cuántos días les gustaría visitar Huigra a los Turistas Extranjeros?



Fuente: Cuadro N° 36

Elaborado por: Carmen Quito

Se determinó que al 45% de las personas les gustaría visitar Huigra en un día, mientras que el 35% preferiría de 2 a 3 días, no responde el 12%, visitarían de 7 días a más el 5%, seguido del 3% que lo haría de 4 a 6 días.

q) Preferencia de Actividades Turísticas de los Turistas Extranjeros

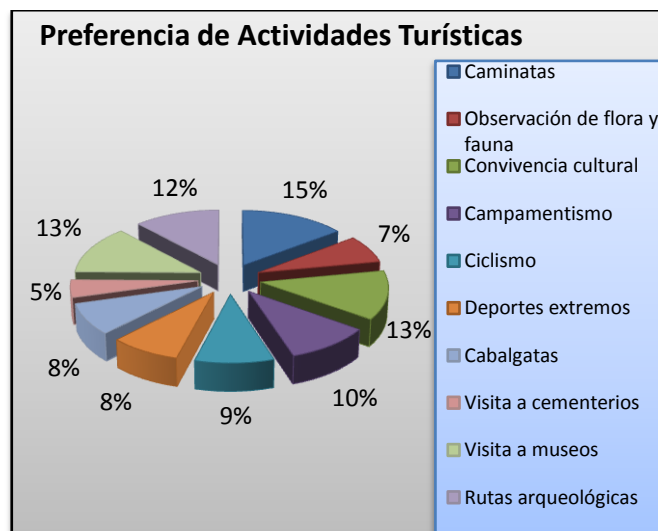
Cuadro N° 37.- Preferencia de Actividades Turísticas de los Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Caminatas	16	15%
Observación de flora y fauna	8	7%
Convivencia cultural	14	13%
Campamentismo	11	10%
Ciclismo	10	9%
Deportes extremos	9	8%
Cabalgatas	9	8%
Visita a cementerios	5	5%
Visita a museos	14	13%
Rutas arqueológicas	13	12%
TOTAL	109	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 39.- Preferencia de Actividades Turísticas de los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 37

Elaborado por: Carmen Quito

De las encuestas efectuadas el 15% de las personas prefieren realizar caminatas, el 13% prefiere la convivencia cultural, en el mismo porcentaje está la visita a museos, mientras que el 12% prefiere las rutas arqueológicas, seguidos del 10% que prefiere

campamentismo, el 9% prefiere realizar ciclismo, en el mismo porcentaje del 8% están los que prefieren realizar deportes extremos y cabalgatas, mientras que al 7% le gustaría realizar la observación de flora y fauna y tan solo al 5% le gustaría la visita a cementerios.

r) Que productos les gustaría a los Turistas Extranjeros que les ofrezcan durante su visita a Huigra

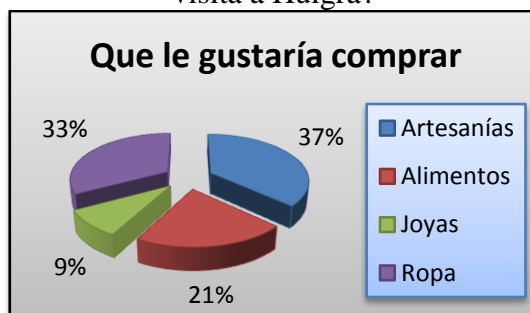
Cuadro N° 38.- Cual de los siguientes productos le gustaría que le ofrezcan durante su visita a Huigra?

VARIABLES	fi	fr
Artesanías	28	37%
Alimentos	16	21%
Joyas	7	9%
Ropa	25	33%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 40.- Cual de los siguientes productos le gustaría que le ofrezcan durante su visita a Huigra?



Fuente: Cuadro N° 38

Elaborado por: Carmen Quito

Al 37% de los encuestados le gustaría que le ofrezcan artesanías, mientras que al 33% le gustaría ropa, seguidos por el 21% que preferirían alimentos y el 9% gustaría de joyas.

s) Preferencia de Alojamiento

Cuadro N° 39.- Preferencia de Alojamiento de los Turistas Extranjeros

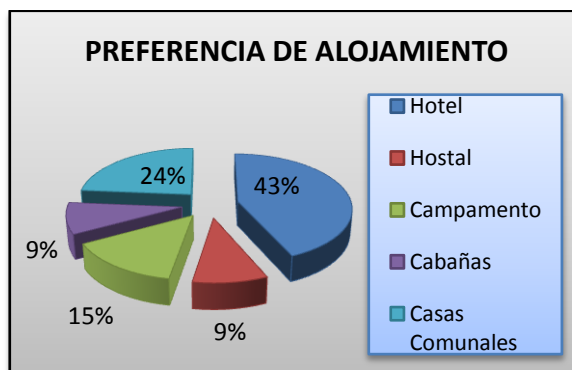
VARIABLES	fi	fr
Hotel	33	43%
Hostal	7	9%
Campamento	11	15%
Cabañas	7	9%

Casas Comunes	18	24%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 41.- Preferencia de Alojamiento de los Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 39

Elaborado por: Carmen Quito

Se concluye que al 43% le gustaría hospedarse en una Hostal, seguido por el 24% que lo haría en casas comunales, mientras que el 15% prefiere campamentos, en el mismo porcentaje están los que prefieren hospedarse en hostal y cabañas.

t) Preferencia de comida

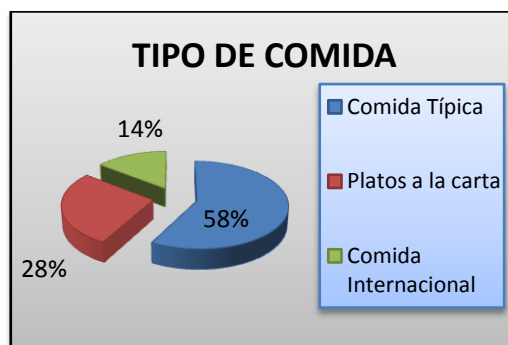
Cuadro N° 40.- Preferencia de comida de Turistas Extranjeros

VARIABLES	fi	fr
Comida Típica	44	58%
Platos a la carta	21	28%
Comida Internacional	11	14%
TOTAL	76	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carmen Quito

Gráfico N° 42.- Preferencia de comida de Turistas Extranjeros



Fuente: Cuadro N° 40

Elaborado por: Carmen Quito

El 58% de los encuestados prefieren consumir comida típica, mientras que el 28% prefiere platos a la carta, seguidos por el 14% que preferiría comida internacional.

b) Perfil del turista extranjero

De los resultados obtenidos se determinó que el 47% de los encuestados fueron hombres y el 53% mujeres. De los cuales la edad más usual era de 15-25 años con el 51%, seguidos por el rango de 26-35 años con el 24%. Donde el 48% tenían estudios universitarios y el 29% estudios secundarios.

El 67% era proveniente de Europa, seguidos por el 21% que provenían de EEUU, quienes eran estudiantes representados por el 54%, y empleados públicos el 18%. De los cuales el 38% ganaba más de 1500 USD, y el 22% ganaba de 500 a 1000 USD.

Se determinó que el 63% prefería viajar en vacaciones y el 37% en feriados, cuyo motivo era la recreación con el 66%, seguido del 18% que lo hacía por otras razones.

Se concluye que el 45% de los encuestados viajan dos veces al año, seguidos por el 39% que lo hacía una vez al año. Donde el 42% prefería viajar con los amigos, y el 32% que prefería hacerlo con la familia. El 53% de los encuestados cuando viajan gastaba por día un promedio de 20 a 50 Usd, mientras que el 32% gastaba un promedio de 50 a 100 Usd, informándose el 51% por del internet, y el 29% a través de las guías turísticas.

El destino preferido para el 46% de los encuestados es la Sierra, seguidos por el 25% que prefería la Amazonía, Para el 94% de los encuestados era su primera visita a la Nariz del Diablo, mientras que para el 6% no, donde el 77% señala que le gustaría conocer Huigra una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural mientras que al 23% no le gustaría conocer.

Al 45% le gustaría visitar Huigra en un día, mientras que el 35% preferiría de 2 a 3 días, de los cuales el 15% preferiría realizar caminatas, y el 13% realizar actividades de convivencia cultural. Prefiriendo el 37% la oferta de artesanías y el 33% ropa, donde el 43% señala que le gustaría hospedarse en una Hostal, y el 24% en casas comunales, los mismos que consumirían comida típica representada por el 58%, seguidos por los que preferirían platos a la carta con el 28%.

3) Confrontación de la Oferta y la Demanda

a) **Proyección de la Demanda Potencial**

Para la proyección de la demanda se utilizó el Índice de Crecimiento Anual (ICA) del turismo correspondiente al 6,5% de acuerdo a la base de datos del Mintur del 2010, calculándose desde la base actual de visitantes que arribaron al tren en el mismo año ruta Nariz del Diablo, donde 1124 eran turistas nacionales y 10119 eran extranjeros cuyo total era de 11243 según la Empresa de Ferrocarriles, de los cuales se ha estimado el porcentaje de aceptación del producto en las encuestas considerándose así el 85% para turistas nacionales quienes aceptan que les gustaría conocer Huigra y el 77% para turistas extranjeros, en base a estos datos y al uso de la fórmula del interés compuesto se proyectó la demanda futura para los próximos 5 años, obteniendo los siguientes resultados:

Cuadro N° 41. Proyección de la Demanda Potencial Nacional y Extranjera para los próximos 5 años

Año	Demanda Turística Nacional	Demanda Turística Extranjera	Demanda Turística
2010	955	7792	8747
2011	1017	8298	9315
2012	1083	8838	9921
2013	1154	9412	10566
2014	1229	10024	11253
2015	1308	10676	11984

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador

Elaborado por: Carmen Quito

De acuerdo a las proyecciones realizadas se determinó que para el año 2012 se contará con una demanda turística de 9921 personas mientras que para el año 2015 se estima que serán 11984 personas.

b) Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta de los próximos 5 años se utilizó la fórmula del incremento compuesto (ICA), considerándose un índice anual del 6.5% (Mintur 2010), tomándose en cuenta los datos de los turistas que visitan las rutas del tren de Tambo-Coyocor, proporcionados por la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador considerándose el total de 1136

Cuadro N° 42. Proyección de la oferta nacional y extranjera para 5 años

Año	Oferta Turística Nacional	Oferta Turística Extranjera	Oferta Turística
2010	500	636	1136
2011	533	677	1210
2012	567	721	1288
2013	604	768	1372
2014	643	818	1461
2015	685	871	1556

Fuente: Ferrocarriles del Ecuador

Elaborado por: Carmen Quito

c. Confrontación entre la Demanda y la Oferta

Para realizar la confrontación se realizó una resta entre la cantidad demandada y la cantidad ofertada, cuyos resultados permiten obtener la demanda insatisfecha.

Cuadro N° 43. Proyección de la demanda insatisfecha de turistas

Año	Demanda Turística	Oferta Turística	Demanda Insatisfecha
2010	8747	1136	7611
2011	9315	1210	8105
2012	9921	1288	8633
2013	10566	1372	9194
2014	11253	1461	9792
2015	11984	1556	10428

Fuente: Tabla N° 41-42

Elaborado por: Carmen Quito

Según los resultados obtenidos se establece que para el año 2011 se tendrá una demanda insatisfecha de 8105 turistas, mientras que para el año 2015 se tendrá una demanda insatisfecha de 10428 turistas.

d. Demanda Objetivo de Mercado

La demanda objetiva del plan para el desarrollo de un producto turístico pretende captar anualmente el 6% de la demanda insatisfecha de los turistas nacionales y extranjeros.

Cuadro N° 44. Proyección de la demanda insatisfecha de turistas

Año	Demanda Nacional y Extranjera Insatisfecha	Total de Cuota objetiva de mercado 6%
2010	7611	457
2011	8105	486
2012	8633	518
2013	9194	552
2014	9792	588
2015	10428	626

Fuente: Tabla N° 41-42

Elaborado por: Carmen Quito

El mercado objetivo del plan para el presente año es de 486 turistas entre nacionales y extranjeros y para el año 2015 será de 626 turistas, adicional a los que esta recibiendo actualmente (11243).

C. FORMULACIÓN FILOSÓFICA Y ESTATÉGICA DEL PLAN PARA EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL EN LA RUTA PATRIMONIAL DEL TREN EN EL TRAMO HUIGRA-ALAUÍ.

1. Análisis Situacional

a. Análisis FODA

En la parroquia de Huigra, mediante talleres participativos realizados se ha podido identificar una serie de elementos del análisis FODA, en el que se investigaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

1) Factores Internos

SISTEMA TURÍSTICO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Superestructura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencia de instancias públicas que ayudan al desarrollo social-económico como la Junta Parroquial, la Empresa de Ferrocarriles entre otras. ▪ Existencia de un marco legal para la protección de los bienes inmuebles que integran el patrimonio cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de gestión de las autoridades de turno. ▪ Falta de acuerdos entre instituciones públicas, privadas y comunitarias. ▪ Falta de coordinación del gobierno local con las instituciones públicas para el desarrollo turístico. ▪ Escaso control en el expendio de alimentos bajo normas sanitarias. ▪ Falta de capacitación a la población para desarrollar emprendimientos turísticos.
Planta Turística	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ofrecen servicios de hospedaje y alimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No se ofrecen servicios de agenciado y operación turística. ▪ Limitado recurso humano capacitado en turismo (técnicos en turismo y guías nativos). ▪ Falta de productos turísticos.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena accesibilidad y afluencia de turistas de la costa, austro y sierra centro. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deficiente dotación de servicios básicos. ▪ No existe señalización turística.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eficiente seguridad para los turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Caminos de tercer orden en mal estado para acceder a los atractivos. ▪ Falta de mantenimiento en las vías de acceso. ▪ Los horarios de atención de las rutas de transporte son mínimos con turnos prolongados.
Atractivos y Actividades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ubicación geográfica. ▪ Excelentes condiciones climáticas que favorecen a la agricultura con productos de la Sierra y Costa. ▪ Sitio con alto potencial turístico cultural y natural de jerarquías II y III con yacimientos arqueológicos y casas patrimoniales. ▪ Proximidad de los atractivos existentes en la zona como; la estación del ferrocarril con las oficinas de la antigua administración del ferrocarril y los cementerios, las cascadas con los yacimientos arqueológicos. ▪ Elaboración de artesanías como: bolsos, tejidos, bordados en punto cruz entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de actividades turísticas para ofertar a los turistas.
Territorio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interés de las comunidades locales por participar en actividades turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de capacitación a las comunidades en la protección del patrimonio natural y cultural de la zona. ▪ Deterioro de los recursos por el uso inadecuado de los mismos en actividades agrícolas y ganaderas. ▪ Degradación ambiental en los afluentes hídricos y zonas de bosque. ▪ Falta de identidad cultural por efectos de la migración.

2) Factores Externos

SISTEMA TURÍSTICO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Superestructura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyo gubernamental provincial y nacional para emprendimientos turísticos. ▪ Facilidades en las líneas de crédito de la CFN y el Banco de Fomento. ▪ Programa de capacitación del Ministerio de Turismo en competencias laborales. ▪ Fortalecimiento de planes de desarrollo con participación ciudadana local en los PPCH. ▪ Declaratoria del Sistema Ferroviario como Patrimonio Cultural. ▪ Asignación de recursos para reconstruir la línea férrea. ▪ Apoyo de la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador como empresa pública. ▪ Sistema Ferroviario reconstruido y habilitado hasta el tramo de Alausí y Nariz y Diablo. ▪ Financiamiento para desarrollo de proyectos turísticos comunitarios por parte de OGs y ONGs. ▪ Colaboración de instituciones educativas vinculadas con el turismo para prestar apoyo técnico. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inestabilidad política nacional. ▪ Manifestaciones y huelgas. ▪ Debilidad del gobierno local para asumir sus competencias en turismo. ▪ Bajo aprovechamiento de los recursos asignados al gobierno local en el sector turístico.
Planta Turística	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo e implementación de nuevas rutas turísticas en la provincia. 	

Infraestructura		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escasa difusión, promoción y comercialización de los atractivos en unidades de turismo. ▪ Falta de estudios de mercado.
Atractivos y Actividades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existencia de material fotográfico y vestimenta de la época del desarrollo férreo, para ser donado a la parroquia por parte de los descendientes de John Harman. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deterioro del patrimonio natural y cultural.
Territorio		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fenómenos naturales.

b. Priorización de Nudos Críticos

No.	Nudos Críticos	Dificultad	Plazo	Impacto	Total Puntaje (Priorización)
D1	Falta de capacitación a las comunidades en la protección del patrimonio natural y cultural de la zona.	1	2	3	6
D2	Deterioro de los recursos por el uso inadecuado de los mismos en actividades agrícolas y ganaderas.	2	2	3	7
D3	Degradación ambiental en los afluentes hídricos y zonas de bosque.	3	2	3	8
D4	Falta de identidad cultural por efectos de la migración.	2	2	2	6
D5	Falta de actividades turísticas para ofertar a los turistas.	2	2	2	6
D6	Los horarios de atención de las rutas de transporte son mínimos con turnos prolongados.	1	2	2	5
D7	Falta de mantenimiento en las vías de acceso.	2	2	2	6
D8	Caminos de tercer orden en mal estado para acceder a los atractivos.	2	3	2	7
D9	Deficiente dotación de servicios básicos.	2	3	2	7
D10	No existe señalización turística.	2	2	3	7
D11	Falta de productos turísticos.	2	3	2	7
D12	Limitado recurso humano capacitado en turismo (técnicos en turismo y guías nativos).	2	2	2	6
D13	No se ofrecen servicios de agenciado y operación turística.	2	2	2	6
D14	Falta de capacitación a la población para desarrollar	2	2	2	6

	emprendimientos turísticos.				
D15	Escaso control en el expendio de alimentos bajo normas sanitarias.	1	1	1	3
D16	Falta de coordinación del gobierno local con las instituciones públicas para el desarrollo turístico.	2	2	2	6
D17	Falta de acuerdos entre las instituciones públicas, privadas y comunitarias.	1	2	2	5
D18	Falta de gestión de las autoridades de turno.	1	2	2	5
A1	Fenómenos naturales.	2	2	2	6
A2	Deterioro del patrimonio natural y cultural.	3	2	3	8
A3	Falta de estudios de mercado	1	2	2	5
A4	Escasa difusión, promoción y comercialización de los atractivos en unidades de turismo.	2	2	2	6
A5	Bajo aprovechamiento de los recursos asignados al gobierno local en el sector turístico.	2	2	2	6
A6	Debilidad del gobierno local para asumir sus competencias en turismo.	2	2	2	6
A7	Manifestaciones y huelgas.	1	1	2	4
A8	Inestabilidad política nacional.	2	3	3	8

1) Análisis de la priorización de nudos críticos

La priorización de nudos críticos se realizó en función de la información obtenida del FODA, considerándose las debilidades y amenazas donde se planteó una tabla de valores dependiendo del grado de dificultad, impacto y duración, las mismas que fueron calificadas para luego servir de indicadores al momento de establecer las estrategias y el planteamiento de proyectos. Tomándose en cuenta así a nudos críticos de mayor relevancia, es decir a aquellos que obtuvieron un puntaje entre 6 a 8 puntos de los cuales se consideró a: Falta de capacitación a las comunidades en la protección del patrimonio natural y cultural de la zona (D1), Deterioro de los recursos por el uso inadecuado de los mismos en actividades agrícolas y ganaderas (D2), Degradación ambiental en los afluentes hídricos y zonas de bosque (D3), Deterioro del patrimonio natural y cultural (A2), Falta de mantenimiento en las vías de acceso (D7), Caminos de tercer orden en mal estado para acceder a los atractivos (D8), Deficiente dotación de

servicios básicos (D9) No existe señalización turística (D10), Falta de productos turísticos (D11), Limitado recurso humano capacitado en turismo (técnicos en turismo y guías nativos) (D12), Falta de capacitación a la población para desarrollar emprendimientos turísticos (D14).

c. Identificación de los Factores Claves de Éxito

No.	Factores Claves de Éxito	Calidad	Productividad	Exclusividad	Total Puntaje
F1	Interés de las comunidades locales por participar en actividades turísticas.	1	2	2	5
F2	Elaboración de artesanías como: bolsos, tejidos, bordados en punto cruz entre otros.	1	2	1	4
F3	Proximidad de los atractivos existentes en la zona como la estación del ferrocarril con las oficinas de la antigua administración del ferrocarril y los cementerios, las cascadas con los yacimientos arqueológicos.	2	3	3	8
F4	Sitio con alto potencial turístico cultural y natural de jerarquías II y III con yacimientos arqueológicos y casas patrimoniales.	2	2	2	6
F5	Excelentes condiciones climáticas que favorecen a la agricultura con productos de la Sierra y Costa.	2	2	2	6
F6	Ubicación geográfica.	1	2	2	5
F7	Eficiente seguridad para los turistas.	2	2	2	6
F8	Buena accesibilidad y afluencia de turistas de la costa, austro y sierra centro.	2	2	2	6
F9	Ofrecen servicios de hospedaje y alimentación.	2	2	1	5
F10	Existencia de un marco legal para la protección de los bienes inmuebles que integran el patrimonio cultural.	1	1	2	4
F11	Existencia de instancias públicas que ayudan al	1	2	2	5

	desarrollo social-económico como la Junta Parroquial, la Empresa de Ferrocarriles entre otras.				
O1	Existencia de material fotográfico y vestimenta de la época del desarrollo férreo, para ser donado a la parroquia por parte de los descendientes de John Harman.	1	1	3	5
O2	Desarrollo e implementación de rutas turísticas.	1	2	2	5
O3	Colaboración de instituciones educativas vinculadas con el turismo para prestar apoyo técnico.	1	2	3	6
O4	Financiamiento para desarrollo de proyectos turísticos comunitarios por parte de OGs y ONGs.	2	2	3	7
O5	Sistema Ferroviario reconstruido y habilitado hasta el tramo de Alausí y Nariz del Diablo.	3	2	3	8
O6	Apoyo de la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador como empresa pública.	2	3	2	7
O7	Asignación de recursos para reconstruir la línea férrea.	2	3	3	8
O8	Declaratoria del Sistema Ferroviario como Patrimonio Cultural.	2	2	2	6
O9	Fortalecimiento de planes de desarrollo con participación ciudadana local en los PPCH.	1	2	2	5
O10	Programa de capacitación del Ministerio de Turismo en competencias laborales.	1	2	3	6
O11	Facilidades en las líneas de crédito de la CFN y el Banco de Fomento.	1	2	3	5
O12	Apoyo gubernamental provincial y nacional para emprendimientos turísticos.	1	2	2	5

1) Análisis de la identificación de los Factores Claves de Éxito

Para el desarrollo de la presente tabla se consideró a las fortalezas y oportunidades identificadas en el FODA las mismas que siguieron el proceso de la anterior tabla, sin embargo es importante mencionar que no solo se tomo en cuenta los valores altos de los

elementos calificados si no aquellos valores de 3 puntos que eran exclusivos siendo parte fundamental de las estrategias de competencia. Los puntos a considerarse fueron: Proximidad de los atractivos existentes en la zona como la estación del ferrocarril con las oficinas de la antigua administración del ferrocarril y los cementerios, las cascadas con los yacimientos arqueológicos (F3), Sistema Ferroviario reconstruido y habilitado hasta el tramo de Alausí y Nariz del Diablo (O5), Facilidades en las líneas de crédito de la CFN y el Banco de Fomento (O11).

2. Formulación Filosófica del Plan

a. Misión

Planificar, promover, orientar y liderar el desarrollo sustentable del turismo cultural en Huigra, mediante la conservación, revitalización y difusión del patrimonio cultural, con identidad en el contexto provincial, nacional e internacional, mediante procesos integradores y concertados que impulsen la prestación de servicios y facilidades turísticas de calidad.

b. Visión

En cinco años Huigra será reconocida como una parroquia con una oferta turística diversa, garantizando la gestión sostenible de la operación turística del patrimonio cultural basada en la articulación de las cadenas de valor del turismo; la seguridad y la calidad de los destinos; la innovación, el conocimiento y la tecnología aplicada; la infraestructura y facilidades adecuadas para el turismo.

c. Valores

- 1) *Liderazgo*: las autoridades locales deben desarrollar, promover y motivar con su comportamiento la excelencia en la gestión del turismo
- 2) *Responsabilidad*: priorizar las necesidades ciudadanas, ya que son factores esenciales para la consecución de los objetivos de la planificación.
- 3) *Respeto*: hacia los ideales, opiniones o sugerencias para el bienestar social y desarrollo sostenible.
- 4) *Flexibilidad*: consensuar acciones para el bien común entre los sectores públicos, privados y comunitarios.

- 5) *Productividad*: desarrollar productos propios de calidad y competitivos.
- 6) *Sostenibilidad y Sustentabilidad*: dinamizar la economía de la parroquia mediante el aprovechamiento racional de los patrimonios natural y cultural.
- 7) *Interculturalidad*: desarrollar las potencialidades locales individuales y en grupos, sobre una base de respeto y creatividad, más allá de actitudes que mantienen la explotación económica y la desigualdad social.

3. Formulación Estratégica del Plan

Nº	Nudos Críticos	OBJETIVO	ESTRATEGIA	POLÍTICA
1	Falta de capacitación a las comunidades en la protección del patrimonio natural y cultural de la zona.	Proteger y conservar el patrimonio cultural y natural.	Diseñar e implementar un programa de protección y conservación del patrimonio cultural y natural.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestionar los recursos en el Presupuesto Participativo del Consejo Provincial. ▪ Solicitar asistencia técnica a la Coordinación de Ambiente del Consejo Provincial, MAE, INPC, MAGAP, MINTUR, EFE.
2	Deterioro de los recursos por el uso inadecuado de los mismos en actividades agrícolas y ganaderas			
3	Degradación ambiental en los afluentes hídricos y zonas de bosque.			
4	Deterioro del patrimonio natural y cultural			
5	Falta de mantenimiento en las vías de acceso.	Mejorar la infraestructura vial y	Implementar un proyecto de mejoramiento de la infraestructura vial y	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar un diagnóstico de la infraestructura vial y servicios básicos en las zonas con potencial turístico. ▪ Gestionar los recursos para la ejecución del proyecto en el Consejo Provincial.
6	Caminos de tercer orden en mal estado para acceder a los atractivos	dotación de servicios básicos.	dotación de servicios básicos.	
7	Deficiente dotación de servicios básicos			
8	No existe señalización turística.	Implementar un sistema de señalización turística.	Implementar un sistema de señalización turística.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar un diagnóstico para la ubicación estratégica de la señalética turística. ▪ Gestionar los recursos para la implementación del proyecto en el Mintur, ONGs, empresas privadas y comunitarias.
9	Falta de productos turísticos.	Diseñar e implementar un producto turístico	Implementar un producto turístico cultural.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Solicitar apoyo técnico para el diseño del producto

		cultural.		<p>a la institución universitaria ESPOCH.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollar los respectivos paquetes turísticos. ▪ Establecer el plan de marketing para el producto ▪ Gestionar los recursos para la ejecución del proyecto.
10	Limitado recurso humano capacitado en turismo (técnicos en turismo y guías nativos).	Formar al Talento Humano.	Formar promotores turísticos locales para promocionar el patrimonio cultural y natural.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seleccionar responsables que integren el grupo de promotores turísticos.
11	Falta de capacitación a la población para desarrollar emprendimientos turísticos.	Capacitar a la población para desarrollar micro emprendimientos turísticos.	Desarrollar talleres de micro-emprendimientos turísticos con la participación local.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir actores y responsables para el desarrollo de los talleres. ▪ Realizar planes de negocios. ▪ Gestionar financiamiento para la implementación del proyecto al Mintur, CFN, ONGs, y al Programa Nacional de Finanzas.
Factores Clave de Éxito				
12	Proximidad de los atractivos existentes en la zona como la estación del ferrocarril con las oficinas de la antigua administración del ferrocarril y los cementerios, las cascadas con los yacimientos arqueológicos.	Desarrollar a la parroquia Huigra turísticamente.	Diseñar productos turísticos para la localidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar un estudio técnico sobre las rutas y circuitos que se diseñaran. ▪ Solicitar apoyo técnico a entidades educativas inmersas en el turismo. ▪ Gestionar financiamiento para la implementación del proyecto al Consejo Provincial, Mintur, y Municipio de Alausí.
13	Sistema Ferroviario reconstruido y habilitado.			

14	Facilidades en las líneas de crédito de la CFN y el Banco de Fomento.	Fortalecer la cadena de valor de la productividad turística	Estructurar y fortalecer empresas turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestionar recursos. ▪ Solicitar información de las líneas de crédito para emprendimientos turísticos.
15	Existencia de material fotográfico y vestimenta de la época del desarrollo férreo, para ser donado a la parroquia por parte de los descendientes de John Harman.	Conservar y aprovechar sosteniblemente el patrimonio cultural del Inmueble Ferroviario.	Diseñar e implementar un centro de interpretación sobre el “Desarrollo Ferroviario”	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestionar recursos para construir una infraestructura física. ▪ Diseñar el centro de interpretación. ▪ Solicitar financiamiento para implementación del proyecto a Mintur, Ministerio de Cultura, o Consejo Provincial.

D. ESTRUCTURACIÓN DE LOS PROGRAMAS Y PROYECTOS PARA LA OPERATIVIDAD DEL PLAN.

1. Definición de programas



Análisis.- la definición de los programas se realizó en función de la formulación estratégica del plan, la misma que fue el resultado del análisis FODA paso fundamental para identificar los objetivos, las estrategias y las políticas, que posteriormente nos ayudarían a la estructuración de los proyectos y sus elementos, considerando los puntos establecidos en cada estrategia.

PROGRAMA N°1

a. Nombre del programa

MEDIDA DE GESTIÓN PARA LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL.

b. Objetivo del programa

- Preservar, conocer y poner en valor los patrimonios culturales y naturales sobre los que se sustentará la actividad turística.
- Impulsar un proyecto de protección al patrimonio natural y cultural, con actividades educativas de concientización e investigación, que salvaguarde los patrimonios de las actividades cotidianas realizadas por la población.

c. Descripción

El sector turístico tiene varias características que lo convierten en una prioridad nacional dada su importancia como factor de desarrollo y motor de crecimiento, en primer lugar su elevada productividad y empleo, en segundo lugar en muchas ocasiones se desenvuelve en territorios de menor desarrollo económico, por ello es importante denotar que la parroquia de Huigra posee una alta riqueza cultural y natural lo que implica que existen amplias oportunidades de actividades turísticas que no se han desarrollado cabalmente.

El aprovechamiento de estas características específicas de cultura y naturaleza han dado origen a productos turísticos de gran atractivo, los mismos que a largo plazo han ido fortaleciendo la valoración cultural y el respeto a la naturaleza, promoviendo su cuidado y conservación, por ello este programa considera necesaria la implementación de un plan de protección del patrimonio natural y cultural frente al desarrollo de la actividad turística, evitando así un deterioro masivo y acelerado, basándose en los lineamientos de la sostenibilidad y la sustentabilidad.

d. Meta

En el primer año de funcionamiento del plan se establece el programa de protección al patrimonio natural y cultural, con el fin de normar y regular su uso en el desarrollo del turismo sostenible de la parroquia.

Cuadro N° 45: Perfil de proyecto N° 1

PERFIL DE PROYECTO			
DISEÑAR E IMPLEMENTAR UN PROGRAMA DE PROTECCIÓN Y CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL.			
OBJETIVO: Proteger y revalorizar el patrimonio cultural y natural de la parroquia Huigra, para un manejo adecuado de los recursos como fuente esencial para el desarrollo turístico sostenible. PRESUPUESTO ESTIMADO: 5500,00			
RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Proteger y conservar el patrimonio cultural y natural de la parroquia Huigra, para el aprovechamiento sustentable como parte del desarrollo turístico sostenible.	Al menos el 50% del patrimonio cultural y natural de la parroquia estará protegido y conservado hasta fines del 2013.	Informes de monitoreo del proyecto. Registro fotográfico de actividades. Fichas de los recursos y componentes inventariados.	Los pobladores de la parroquia Huigra protegen y conservan el patrimonio cultural y natural.
PROPÓSITO Diseñar un programa para la protección del patrimonio cultural y natural de la parroquia Huigra.	Contar con un programa de protección y conservación del patrimonio cultural y natural hasta fines del 2012, el mismo que ha sido diseñado a finales del 2011, convirtiéndose en un eje elemental para impulsar el desarrollo de la actividad turística.	Listas de asistencia al diseño del plan. Copia de la propuesta del plan.	Los involucrados en la actividad turística local y cantonal trabajan coordinadamente en la implementación del proyecto.
COMPONENTES 1. Programa para la protección y conservación del patrimonio cultural y natural de la parroquia Huigra.	A partir del segundo semestre del 2012 el programa será implementado.	Proyecto diseñado y gestionado. Informes técnicos. Registro fotográfico. Acuerdos firmados.	Los recursos económicos son gestionados y entregados a tiempo.
ACTIVIDADES 1.1 Diagnostico de la problemática cultural y ambiental en la parroquia. 2.1 Estudios técnicos y desarrollo de inventarios de los recursos culturales y naturales. 2.2 Desarrollo y ejecución del proyecto para la protección y conservación del patrimonio cultural y natural.	PRESUPUESTO 500,00 USD 2000,00 USD 3000,00 USD		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carmen Quito R.

1) Presupuesto del programa

Cuadro N° 46: Presupuesto para el Programa 1.

PROYECTO	COSTO APROXIMADO (USD)
PROYECTO 1.	5500,00
TOTAL DE PRESUPUESTO	5500,00

Fuente: Cuadro N° 45

Elaborado por: Carmen Quito R.

2) Responsable

Junta Parroquial de Huigra

3) Tiempo de ejecución del programa

Dos años

4) Instituciones de apoyo

- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Alausí
- MINTUR
- MAE
- INPC
- Ministerio de Cultura
- Ferrocarriles del Ecuador
- ESPOCH

5) POA

ACTIVIDADES	UNIDAD RESPONSABLE	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN ANUAL										PRESUPUESTO	
		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5			
		I	II	I	II	I	II	I	II	I	II		
Diagnostico de la problemática cultural y ambiental en la parroquia.	Junta Parroquial de Huigra		x										5500,00 USD
Estudios técnicos y desarrollo de inventarios de los recursos culturales y naturales				x	x								
Desarrollo y ejecución del proyecto para la protección y conservación del patrimonio cultural y natural.					x	x							

PROGRAMA N°2

a. Nombre del programa

MEJORAMIENTO DE LA PLANTA E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.

b. Objetivo del programa

- Promover el mejoramiento de la planta turística, infraestructura vial y dotación de servicios básicos para optimizar la calidad de vida de la población, coordinando trabajos con las entidades gubernamentales mediante alianzas institucionales que atiendan a las necesidades de mantenimiento preventivo o correctivo de los recursos físicos.
- Mejorar la accesibilidad, conectividad y comunicación dentro del destino y hacia fuera.

c. Descripción

El turismo se estructura de cuatro elementos sustanciales a saber desde la base del sistema turístico; los atractivos y las actividades en base a las cuales se posibilita la implementación de la infraestructura social, la planta turística y la superestructura. Estos elementos configuran la oferta turística y sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes.

Siendo la infraestructura turística uno de los ejes principales del sistema turístico que debe ser desarrollado íntegramente, de tal manera que demuestre altos niveles de calidad tanto en el sector privado como en el comunitario, convirtiéndose desde el inicio en una fortaleza que complemente el potencial turístico de la parroquia manteniendo las características culturales propias de la zona.

Las vías de primer orden se encuentran en buen estado, seguidas por las vías de segundo orden que requieren de cierto mantenimiento, mientras que las vías de tercer orden requieren de un amplio mantenimiento ya que son la conexión directa a los atractivos y deben facilitar el acceso y seguridad al momento de visitarlos.

Otro de los elementos indispensables es la dotación de servicios básicos al momento de realizar la operación turística, su implementación apoya el enfoque de la sostenibilidad turística y mejoramiento de la calidad de vida, bajo esta consideración al momento se hace

necesario que la Junta parroquial oriente su accionar a proporcionar las facilidades a los lugares identificados con potencial turístico.

d. Meta

En el tercer año de funcionamiento del plan se cuenta con una infraestructura vial y dotación de servicios básicos de calidad.

Cuadro N° 47: Perfil de proyecto N° 2

PERFIL DE PROYECTO			
IMPLEMENTAR UN PROYECTO DE MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA VIAL CON FINES TURÍSTICOS PARA LA PARROQUIA HUIGRA			
OBJETIVO: Implementar un proyecto de mejoramiento de vías de acceso hacia los atractivos turísticos y comunidades donde estos se ubican para un mejor desempeño de la actividad turística sostenible.			
PRESUPUESTO ESTIMADO: 1550,00			
RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Contar con un sistema vial en óptimas condiciones que facilite el acceso hacia los atractivos turísticos y las comunidades para el desarrollo turístico sostenible.	La parroquia Huigra para el 2015 cuenta con un sistema vial mejorado hacia los destinos con potencial turístico, al menos en un 80%.	Informes técnicos de inspección vial con los estudios para el mejoramiento del sistema vial. Documentos técnicos de gestión. Documentos técnicos de la obra.	Sistema vial de los atractivos turísticos y comunidades funciona en óptimas condiciones.
PROPÓSITO Mejorar el sistema vial que conduce a los atractivos y a las comunidades donde estos se ubican	A partir del segundo semestre del 2012 se iniciará el mejoramiento del sistema vial de acceso a los atractivos y las comunidades.	Proyecto vial con las especificaciones técnicas. Informes técnicos de la obra. Informes técnicos de inspección de la obra.	La parroquia cuenta con el presupuesto y el apoyo de la población para el mejoramiento del sistema vial.
COMPONENTES 1. Propuesta de mejoramiento del sistema vial hacia los atractivos turísticos y comunidades.	Al menos 2 convenios firmados se establecerán con el Municipio y Consejo Provincial, para lograr el mejoramiento vial en el segundo semestre del 2012	Acuerdos firmados.	La localidad de Huigra gestiona los recursos económicos y logísticos ante instituciones públicas para mejorar las vías de acceso. Los departamentos encargados de vialidad del Municipio y Consejo Provincial cooperan con la parroquia y sus comunidades en el mejoramiento vial.
ACTIVIDADES 1.1 Diagnostico de la problemática en las vías hacia los atractivos. 2.1 Realizar reuniones de trabajo de coordinación con las comunidades y entidades gubernamentales para localizar los puntos a ser intervenidos. 2.2 Elaborar un informe técnico de la problemática 3.1 Gestionar los recursos para la	PRESUPUESTO 300,00 USD 200,00 USD 500,00 USD 500,00 USD		

implementación y mejoramiento de las vías con escaso mantenimiento 3.2 Firmas de acuerdos entre las comunidades beneficiarias y los organismos públicos para la ejecución del proyecto.	50,00 USD
--	------------------

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carmen Quito R.

Cuadro N° 48: Perfil de proyecto N° 3

PERFIL DE PROYECTO			
MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA A TRAVÉS DE LA DOTACIÓN ADECUADA DE SERVICIOS BÁSICOS.			
OBJETIVO: Mejorar la infraestructura turística a través de la dotación adecuada de servicios básicos, para proporcionar una oferta de calidad y contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes de la zona. PRESUPUESTO ESTIMADO: 850,00			
RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Contar con una infraestructura turística de calidad que facilite al turista un servicio integral y contribuir al desarrollo socio-económico de la población local	Al finalizar el 2014 la parroquia de Huigra se encuentra dotada en el 70% con servicios básicos de buena calidad que contribuyen al desarrollo turístico sostenible.	Informes técnicos. Dotación de servicios básicos en la mayoría de las comunidades. Registro fotográfico.	La parroquia cuenta con una infraestructura turística completa.
PROPÓSITO Incrementar la atractividad del destino a través del mejoramiento de la infraestructura turística para ofrecer un servicio de calidad a los turistas.	A partir del primer semestre del 2012 se iniciará el mejoramiento de la infraestructura turística.	Contrato de personal técnico para el mejoramiento y dotación de los servicios básicos. Informes técnicos. Registro fotográfico.	La población y los involucrados con la actividad turística participan coordinadamente en el mejoramiento de la infraestructura turística.
COMPONENTES 1. Dotar de servicios básicos a las comunidades que carecen de ellos y mejorar las condiciones en aquellas comunidades que poseen dichos servicios.	En el 2012 al menos 3 comunidades han sido beneficiadas de la dotación de servicios básicos y en 3 comunidades se han mejorado dichos servicios	Informes técnicos. Registro fotográfico.	Los recursos económicos gestionados llegan a tiempo para la dotación de servicios básicos
ACTIVIDADES 1.1 Realizar un diagnóstico previo sobre las necesidades de dotación de servicios básicos en cada comunidad. 2.1 Realizar un informe técnico de la	PRESUPUESTO 550,00 USD 200,00 USD		

problemática. 3.1 Gestionar los recursos para la dotación de servicios básicos	100,00 USD
---	-------------------

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carmen Quito R.

Cuadro N° 49: Perfil de proyecto N° 4

PERFIL DE PROYECTO			
Implementación de un sistema de señalética turística para la parroquia Huigra			
OBJETIVO: Implementar un sistema de señalética turística para brindar las facilidades adecuadas al turista nacional e internacional.			
PRESUPUESTO ESTIMADO: 16650,00			
RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Contar con un sistema de señalización turística apropiado, que contribuya a la orientación del turista en la parroquia.	Al finalizar el 2014 la parroquia de Huigra cuenta con la implementación de un sistema de señalética turística, la misma que apoya al desarrollo local.	Informes de la ejecución del proyecto.	Sistema de señalización turística es diseñado e implementado al servicio de turistas nacionales y extranjeros.
PROPÓSITO Diseñar e implementar un proyecto de señalética turística que facilite la orientación del turista a los diferentes atractivos de la zona.	Un proyecto de señalización diseñado e implementado hasta fines del 2014, para optimizar la orientación de los visitantes.	Contrato de personal técnico contratado para diseño del proyecto Informes técnicos. Registro fotográfico.	Las autoridades de turno coordinan el diseño del proyecto con el MINTUR y los involucrados del sector turístico.
COMPONENTES 1. Diseño del proyecto de señalización turística. 2. Implementación del proyecto de señalización turística.	Un proyecto de señalización turística es diseñado a finales del 2013. A finales del 2014 un proyecto de señalización turística es implementado para mejorar la actividad turística.	Informes técnicos. Registro fotográfico.	El MINTUR, MAE, la empresa privada y comunitaria trabajan coordinadamente en la aplicación del manual de señalización turística.
ACTIVIDADES 1.1 Realizar un diagnostico participativo de las necesidades de señalización turística. 2.1 Realizar el proyecto de diseño de señalización turística con la colaboración de la empresa pública, privada y comunitaria. 3.1 Gestionar los recursos para la ejecución del proyecto con las autoridades pertinentes	PRESUPUESTO 450,00 USD 1000,00 USD 200,00 USD		

4.1 Implementar el proyecto de señalización turística.	15000,00 USD
--	---------------------

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carmen Quito R.

recursos para la implementación y mejoramiento de las vías con escaso mantenimiento 3.2 Firmas de acuerdos entre las comunidades beneficiarias y los organismos públicos para la ejecución del proyecto.												
1.1 Realizar un diagnóstico previo sobre las necesidades de dotación de servicios básicos en cada comunidad. 2.1 Realizar un informe técnico de la problemática. 3.1 Gestionar los recursos para la dotación de servicios básicos	Junta Parroquial de Huigra			x	x	x	x	x				850,00 USD
1.1 Realizar un diagnóstico participativo de las necesidades de señalización turística. 2.1 Realizar el proyecto de diseño de señalización turística con la colaboración de la empresa pública, privada y comunitaria. 3.1 Gestionar los recursos para la ejecución del proyecto con las autoridades pertinentes 4.1 Implementar el proyecto de señalización turística.				x	x							16650,00 USD

PROGRAMA N°3

a. Nombre del programa

APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DEL PATRIMONIO CULTURAL.

b. Objetivo del programa

- Ampliar la oferta del turismo cultural mediante la implementación de nuevos productos turísticos culturales que permitan atraer nuevos mercados.
- Desarrollar y consolidar un producto cultural ligado a los atractivos y recursos genuinos del lugar, en relación con el destino.

c. Descripción

La parroquia actualmente no cuenta con un producto turístico que la identifique en el mercado nacional, por lo que en mucho de los casos no responde a la demanda actual, ya que esta percibe servicios de calidad e innovadores garantizando el retorno y recomendación de futuros visitantes del destino.

Para lograr una satisfacción plena de la demanda actual, es necesario crear nuevos productos turísticos que cumplan con los estándares de calidad y sobre todo con la responsabilidad social, que no es más que la búsqueda de un desarrollo económico generando una distribución equitativa de los beneficios económicos de la actividad entre toda la sociedad.

Por lo anteriormente expuesto este programa se orienta a la creación de un producto turístico cultural basado en la estructuración de un ecomuseo que esta orientado a mostrar la identidad de la localidad sustentado en la participación de sus habitantes, brindándole la información necesaria para la interpretación e interacción con el ambiente cultural y natural.

d. Meta

En el segundo año de funcionamiento del plan se implementará un producto turístico cultural que aporte al desarrollo local y promueva la actividad turística sostenible.

Cuadro N° 51: Perfil de proyecto N° 5

PERFIL DE PROYECTO DISEÑAR E IMPLEMENTAR UN ECOMUSEO PARA LA GESTION CULTURAL Y TURISTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL EN LA PARROQUIA HUIGRA.			
OBJETIVO: Diseñar e implementar un Ecomuseo “Ciudad Ferroviaria” para mantener al turista en contacto con la naturaleza, cultura e historia de la parroquia Huigra en función de la actividad ferroviaria.			
PRESUPUESTO ESTIMADO: 30100,00			
RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Optimizar el crecimiento del bienestar y desarrollo de la parroquia, mediante la gestión y valoración del patrimonio cultural y natural	A inicios del 2013 la parroquia de Huigra cuenta con el diseño de un ecomuseo el mismo que ha sido implementado en un 50%.	Informes técnicos. Registro fotográfico. Inventarios del patrimonio cultural y natural.	La parroquia de Huigra ofrece un producto turístico innovador que satisface la expectativas de la demanda turística actual
PROPÓSITO Potencializar turísticamente a la localidad con un producto nuevo e innovador, poniendo en valor las realidades vivas de la población, mediante el diseño e implementación de un ecomuseo que pretende educar, conservar y presentar un conjunto de elementos patrimoniales.	A partir del primer semestre del 2015 la localidad de Huigra se encuentra operando un producto turístico cultural	Documento base de la propuesta del ecomuseo. Informe técnico de ejecución del proyecto. Permisos de funcionamiento.	Huigra cuenta con un ecomuseo que ofrece recorridos por las comunidades admirando el paisaje protegido y conservado, recorridos arqueológicos, visitas al centro de interpretación para conocer la historia y evolución del ferrocarril entre otras actividades.
COMPONENTES 1. Diseñar e implementar un ecomuseo para la gestión cultural y turística del patrimonio en la parroquia Huigra. 2. Diseño e implementación de un centro de interpretación del Desarrollo Ferroviario. 3. Comercialización del producto turístico cultural.	En el 2013 Huigra contara con un ecomuseo elaborado en forma participativa y equitativa. El centro de interpretación ferroviario será implementado en el segundo semestre del 2013. A inicios del 2014 se implementan 3 estrategias de comercialización enfocadas en la captación de demanda para el producto de turismo cultural.	Registros de asistencia. Copias de contratos del personal responsable para la ejecución del proyecto. Fotografías de la infraestructura física donde funcionara el centro de interpretación. Informes técnicos. Estadísticas.	La comunidad participa activamente en el diseño e implementación del ecomuseo. Huigra cuenta con los recursos necesarios para implementar la infraestructura física. La cantidad de demanda que visita la comunidad se incrementa y apoya en la difusión del producto.
ACTIVIDADES 1.1 Realizar el estudio de demanda potencial del turismo cultural. 2.1 Realizar un informe técnico de la	PRESUPUESTO 400,00 USD 100,00 USD		

<p>demanda.</p> <p>3.1 Levantamiento de la información de las manifestaciones culturales y validación de los inventarios del patrimonio cultural.</p> <p>4.1 Capacitar a la población acerca del desarrollo de un Ecomuseo “Ciudad Ferroviaria”</p> <p>4.2 Socializar el proyecto a implementarse.</p> <p>4.3 Gestionar recursos para la restauración de los Bienes Inmuebles.</p> <p>4.5 Elaborar una ordenanza o norma de protección al patrimonio cultural.</p> <p>5.1 Diseño e implementación de paneles informativos en zonas cercanas a poblaciones y a recursos patrimoniales.</p> <p>6.1 Diseño de rutas con temáticas para cada parada.</p> <p>6.2 Colocación de paneles de las rutas en puntos estratégicos.</p> <p>7.1 Implementar una infraestructura física para el funcionamiento del centro de interpretación ferroviario, bajo los siguientes parámetros.</p> <p>Diseño de un plano arquitectónico</p> <p>Adquisición del material de construcción.</p> <p>8.1 Elaboración de un plan de marketing para promocionar el producto.</p> <p>9.1 Gestionar los fondos para la implementación del producto</p>	<p>3000,00USD</p> <p>500,00USD</p> <p>1000,00USD</p> <p>4000,00USD</p> <p>2000,00USD</p> <p>3000,00 USD</p> <p>15000,00 USD</p> <p>1000,00 USD</p> <p>100,00 USD</p>
--	---

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carmen Quito R.

Cuadro N° 52: Perfil de proyecto N° 6

PERFIL DE PROYECTO			
DISEÑAR E IMPLEMENTAR UN SENDERO ETNO-ARQUEOLÓGICO EN LAS ZONAS DE COCHAPAMBA, NAMZA Y CERRO PUÑAY.			
OBJETIVO: Diseñar e implementar un sendero etno-arqueológico en las zonas de Cochapamba, Namza y Cerro Puñay.			
PRESUPUESTO ESTIMADO: 20000,00			
RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Recuperar, difundir y reafirmar la Identidad Cultural a través del conocimiento de la arqueología local y la etnografía e historia de las comunidades originarias de la parroquia Huigra.	A finales del 2013 la parroquia de Huigra cuenta con el diseño de un sendero etnoarqueológico el mismo que ha sido implementado en un 30%.	Informes técnicos. Registro fotográfico. Inventarios del patrimonio cultural	Huigra cuenta con un sendero etnoarqueológico donde participan activamente los moradores de las comunidades locales.
PROPÓSITO Usar sistemas interpretativos que permitan la comprensión del paisaje y el rescate de la oralidad en las comunidades, para revalorizar el patrimonio cultural.	A partir del primer semestre del 2015 la localidad de Huigra se encuentra operando el sendero etnoarqueológico	Documento base de la propuesta del sendero Informe técnico de ejecución del proyecto. Fotografías del sendero implementado.	El sendero es implementado con las facilidades pertinentes, que potencializan turísticamente a localidad
COMPONENTES 1. Diseñar e implementar un sendero etnoarqueológico en las zonas de Cochapamba, Namza y Cerro Puñay.	En el 2013 Huigra contara con un sendero etnoarqueológico elaborado en forma participativa y equitativa.	Registros de asistencia. Copias de contratos del personal responsable para la ejecución del proyecto. Fotografías del sendero	Huigra cuenta con los recursos necesarios para implementar el proyecto.
ACTIVIDADES 1.1 Realizar un diagnóstico situacional. 2.1 Diseñar el sendero etno-arqueológico. 3.1 Colocar señalización interpretativa. 4.1 Gestionar los recursos económicos 4.1 Implementar el sendero etnoarqueológico	PRESUPUESTO 500,00 USD 2000,00 USD 7000,00USD 500,00USD 10000,00USD		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carmen Quito R.

<p>ecomuseo itinerante.</p> <p>4.2 Socializar el proyecto a implementarse.</p> <p>5.1 implementar una infraestructura física para el funcionamiento del centro de interpretación ferroviario, bajo los siguientes parámetros.</p> <p>Diseño de un plano arquitectónico</p> <p>Adquisición del material de construcción.</p> <p>6.1 Elaboración de un plan de marketing para promocionar el producto.</p> <p>7.1 Gestionar los fondos para la implementación del producto</p>													
<p>1.1 Realizar un diagnóstico situacional.</p> <p>2.1 Diseñar el sendero etnoarqueológico.</p> <p>3.1 Colocar señalización informativa.</p> <p>4.1 Gestionar los recursos económicos</p> <p>4.1 Implementar el sendero etnoarqueológico</p>					x	x							20000,00USD

PROGRAMA N°4

a. Nombre del programa

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN DEL TALENTO HUMANO PARA INVOLUCRARSE COMO ACTOR EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA SOSTENIBLE.

b. Objetivo del programa

- Capacitar al talento humano con conocimientos técnicos relacionados con el turismo para una mejor prestación de servicios y desarrollo de actividades turísticas.
- Incentivar a la formación profesional en el sector turístico para desarrollar capacidades locales.

c. Descripción

Los estándares de calidad en servicios de todo tipo de empresas y más aun en empresas turísticas, es uno de los factores esenciales que miden su capacidad de éxito, para lograr este éxito se han establecido diferentes sistemas de calidad, base de lo cual el recurso humano ha sido el primero que debe desarrollarse desde una perspectiva de mejoramiento personal que se traduce a un servicio personalizado y de este a la creación de procesos de mejoramiento de calidad.

La parroquia de Huigra no cuenta en la actualidad con recurso humano capacitado para la operación y prestación de servicios turísticos, ni técnicos dentro de la entidad gubernamental que planifique y gestione el desarrollo turístico sostenible, razón por la cual surge la necesidad de estructurar programas de capacitación que involucren a la población local que se desempeña en el sector público, privado y comunitario para una operación optima del turismo sostenible.

d. Meta

En el primer año de funcionamiento del plan se deberá establecer los primeros talleres de capacitación, los mismos que tendrán una consecución en los dos años subsiguientes.

Cuadro N° 54: Perfil de proyecto N° 7

PERFIL DE PROYECTO FORMAR Y CAPACITAR PROMOTORES CULTURALES Y TURÍSTICOS PARA PROMOCIONAR EL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DE LA PARROQUIA HUIGRA.			
OBJETIVO: Formar promotores culturales y turísticos para promocionar la riqueza cultural de la parroquia. PRESUPUESTO ESTIMADO: 6180,00			
RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Preservar y difundir las manifestaciones culturales a través de la colectividad local, la misma que será profesionalizada para dar una mejor prestación de los servicios turísticos.	En el segundo semestre del 2012 los promotores culturales han sido capacitados en el 30%.	Registro de participantes. Informes técnicos.	La oferta turística cultural atrae segmentos de mercado nacional e internacional y es promocionada por la colectividad local de Huigra.
PROPÓSITO Formar promotores culturales y turísticos para rescatar las tradiciones, saberes y costumbres de la localidad, promoviendo su profesionalización para ser actores principales de la actividad turística.	A partir del primer semestre del 2015 la localidad de Huigra cuenta con promotores culturales que operan en las actividades turísticas de la parroquia.	Registros de asistencia. Registros fotográficos.	La parroquia cuenta con los recursos económicos necesarios para formar y capacitar promotores culturales y turísticos.
COMPONENTES 1. Selección de las personas que se convertirán en promotores culturales y turísticos. 2. Realizar un proyecto de capacitación turística.	En el primer semestre del 2012 en un lapso de 3 meses se ha realizado la selección del grupo a formarse y capacitarse.	Convenios firmados Documento del proyecto de capacitación. Registros de asistencia.	Los pobladores de Huigra participan activamente en la selección del grupo a formarse y capacitarse en base a la equidad de género y condiciones. Se cuenta con la participación activa de los pobladores y las instancias gubernamentales en el desarrollo y ejecución del proyecto.
ACTIVIDADES 1.1 Estructurar el proyecto de formación y capacitación en las áreas administrativas y operativas como: manejo de alimentos y bebidas, manejo de empresas turísticas, servicio al cliente, promoción y comercialización, manejo de desechos, buenas prácticas ambientales, desarrollo de microemprendimientos y otros. 2.1 Reunión de socialización del proyecto a implementarse 3.1 Selección del grupo de promotores	PRESUPUESTO 400,00 USD 100,00 USD 50,00USD		

culturales y turísticos en forma participativa.	
4.1 Estructurar los módulos de capacitación.	500,00 USD
5.1 Gestionar recursos para el desarrollo del proyecto	100,00 USD
6.1 Ejecución del proyecto.	5000,00 USD
7.1 Firma de convenios.	30,00 USD

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Carmen Quito R.

<p>comercialización, manejo de desechos, buenas prácticas ambientales, desarrollo de microemprendimientos y otros.</p> <p>2.1 Reunión de socialización del proyecto a implementarse</p> <p>3.1 Selección del grupo de promotores culturales y turísticos en forma participativa.</p> <p>4.1 Estructurar los módulos de capacitación.</p> <p>5.1 Gestionar recursos para el desarrollo del proyecto</p> <p>6.1 Ejecución del proyecto.</p> <p>7.1 Firma de convenios.</p>																		
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

PROGRAMA N°5

a. Nombre del programa

CREACION Y FORTALECIMIENTO DE EMPRESAS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES.

b. Objetivo del programa

- Mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales desde una perspectiva integral y sustentable, por ingresos alternativos de turismo sostenible.
- Fortalecer la organización comunitaria y las capacidades locales aprovechando las ventajas turísticas diferentes.
- Apoyar la creación técnica y participativa de servicios y productos turísticos de calidad que satisfagan las necesidades del mercado actual.
- Promover la creación de empresas turísticas que generen inversiones, empleos y desarrollo de la economía social.

c. Descripción

El desarrollo de negocios y productos turísticos se hace necesario para cubrir la demanda creciente del mercado nacional y extranjero, ya que permitirá diversificar la oferta y dinamizar las actividades productivas.

Los ingresos alternativos del turismo, de la producción de artesanía y la oferta de nuevos productos, son importantes mecanismos para fortalecer el desarrollo local. Por estas razones la promoción y fortalecimiento de nuevas iniciativas turísticas en el país son vitales para mejorar la calidad de vida de sus pobladores, garantizando el manejo adecuado de los recursos culturales y naturales.

d. Meta

En el tercer año de funcionamiento del plan se deberá implementar emprendimientos turísticos, que beneficien a cada una de las comunidades, a través del trabajo interinstitucional con alianzas estratégicas.

Cuadro N° 56: Perfil de proyecto 8

PERFIL DE PROYECTO			
Creación y fortalecimiento de emprendimientos y productos turísticos sostenibles para la parroquia Huigra			
OBJETIVO: Diseñar proyectos integrales para la creación y fortalecimiento de empresas y productos turísticos de calidad dinamizando la economía de la zona.			
PRESUPUESTO ESTIMADO: 2150,00			
RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Contar con empresas y productos turísticos de calidad que dinamicen la economía de la zona.	Hasta inicios del año 2013, al menos el 30% de los emprendimientos turísticos son sostenibles e impulsan la inversión pública, privada y comunitaria.	Estadísticas Informes técnicos	Las empresas y productos turísticos son viables y sostenibles para la inversión nacional, extranjera, pública, privada y comunitaria
PROPÓSITO Generación de productos y empresas turísticas sostenibles	Contar con 4 proyectos de creación y fortalecimiento de empresas y/o productos turísticos sostenibles diseñados hasta finales del segundo semestre del 2013, para impulsar el desarrollo de la actividad turística. 2 proyectos en el 2012 y 2 en el 2013.	Proyectos	La población y los involucrados de la actividad turística participan de talleres para el fortalecimiento de proyectos turísticos sostenibles.
COMPONENTES 1. Creación de empresas turísticas privadas y comunitarias. 2. Creación de productos turísticos sostenibles.	Al menos 4 empresas privadas o comunitarias han sido creadas hasta fines del año 2013. Se crean al menos 2 productos turísticos hasta fines del 2014 que incluyan a la empresa privada y comunitaria.	Políticas de inversión turística. Proyectos gestionados y desarrollados para obtener inversión. Informes de evaluación.	Los sectores involucrados en la actividad turística apoyan y participan activamente en el desarrollo de emprendimientos turísticos. Los resultados de la evaluación son positivos ya que el desarrollo de los proyectos turísticos ha sido efectivo y competente.
ACTIVIDADES 1.1 Determinar el diagnóstico situacional de las	PRESUPUESTO 200,00 USD		

empresas turísticas privados y comunitarias.	
1.2 Definir el tipo de empresa y producto.	
1.3 Facilitar talleres para la elaboración de planes de negocios de iniciativas vinculadas con:	1550,00 USD
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Empresas de servicios turísticos. ▪ Centros de recreación. ▪ Revitalización cultural. ▪ Servicios turísticos culturales ▪ Tiendas artesanales 	
2.1 Gestionar el financiamiento	100,00 USD
2.1 Desarrollar ficha de evaluación para el seguimiento de los emprendimientos turísticos que han sido beneficiados del aporte público.	300,00 USD

1) Presupuesto del programa

Cuadro N° 57: Presupuesto para el programa 5.

<i>PROYECTO</i>	<i>COSTO APROXIMADO (USD)</i>
PROYECTO 1.	2150,00
TOTAL DE PRESUPUESTO	2150,00

Fuente: Cuadro N° 56

Elaborado por: Carmen Quito R.

2) Responsable

Junta Parroquial de Huigra

3) Tiempo de ejecución del programa

Tres años

4) Instituciones de apoyo

Las instituciones que apoyo son:

- H. Consejo Provincial de Chimborazo
- MINTUR
- Ministerio del ambiente
- Cámara de turismo.
- Ministerio de Cultura
- ESPOCH
- ONG's

5) POA

ACTIVIDADES	UNIDAD RESPONSABLE	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN ANUAL										PRESUPUESTO		
		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5				
		I	II	I	II	I	II	I	II	I	II			
ACTIVIDADES 1.1 Determinar el diagnostico situacional de las empresas turísticas privados y comunitarias. 1.2 Definir el tipo de empresa y producto. 1.3 Facilitar talleres para la elaboración de planes de	Junta Parroquial de Huigra				x	x	x	x	x					2150,00 USD

<p>negocios de iniciativas vinculadas con:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Empresas de servicios turísticos. ▪ Centros de recreación. ▪ Revitalización cultural. ▪ Planes de manejo ambiental. ▪ Productos Turísticos <p>2.1 Gestionar el financiamiento</p> <p>2.2 Desarrollar ficha de evaluación para el seguimiento de los emprendimientos turísticos que han sido beneficiados del aporte público.</p>													
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

VI. CONCLUSIONES

- A.** En el diagnóstico situacional se pudo determinar que la mayor parte de las familias que residen en la parroquia Huigra cuentan con servicios básicos de luz, agua, teléfono, y en menor proporción el servicio de alcantarillado, el mismo que evidencia una problemática seria por no tener el manejo adecuado, vías de tercer orden en mal estado que limitan el acceso a los diferentes atractivos turísticos.
- B.** El inventario del patrimonio cultural permitió establecer un alto potencial turístico cultural y natural determinándose un total de 34 atractivos de los cuales el 94% corresponden a la categoría cultural y el 6% a la categoría natural.
- C.** El estado de conservación del patrimonio cultural en la parroquia Huigra evidencia un porcentaje medio de deterioro variando del 25% al 50%, lo que manifiesta acciones inmediatas para recuperarlo a través de la implementación de medidas reconstructivas que no alteren su condición original.
- D.** Realizando un análisis comparativo entre las necesidades de la demanda y las potencialidades turísticas de la parroquia, se concluye que se poseen los suficientes recursos para satisfacer a la demanda potencial que corresponde a 11984 turistas, lo que implica que el plan es comercialmente viable.
- E.** El plan para el desarrollo de un producto turístico tiene un horizonte de cumplimiento de 5 años, los programas y proyectos tienen metas para el aprovechamiento de los productos creados de acuerdo a las necesidades identificadas en los lineamientos estratégicos, los mismos que se acoplarán a la planificación del PLANDETUR 2020.

VII. RECOMENDACIONES

- A. Trabajo integrado de toda la parroquia en actividades turísticas como; mejoramiento de infraestructura básica, planta turística, manejo de desechos sólidos y líquidos, mantenimiento del sistema vial que conduce a los diferentes atractivos turísticos, y señalización turística con la finalidad de mejorar los servicios y facilidades turísticas.
- B. Conservar el patrimonio cultural y natural de la parroquia y sus comunidades respetando la cosmovisión local, apoyados en la gestión de gobierno como; MINTUR, MAE, EFE, GAD Municipal, GAD Provincial, Junta Parroquial entre otros, que a través del desarrollo turístico se pueda generar nuevas fuentes de trabajo e ingresos económicos que mejoren la calidad de vida de sus habitantes,
- C. Capacitar periódicamente para formar prestadores de servicios turísticos como; guías, atención al cliente, manipulación de alimentos, elaboración de artesanías, etc, para mejorar la competencia laboral frente a las exigencias del nuevo mercado turístico.
- D. El plan para el desarrollo de un producto turístico cultural debe ser gestionado ante instituciones públicas, privadas y comunitarias para su implementación, además debe ser un elemento primordial para el desarrollo cultural y turístico de la parroquia.
- E. El plan debe ser aprobado mediante una política parroquial y no de gobierno, para que se apropien de cada programa y proyecto propuesto en función de las necesidades requeridas y priorizadas para ser cumplidas posteriormente.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: Realizar un plan para el Desarrollo de un Producto Turístico Cultural en la Ruta Patrimonial del Tren en el Tramo Huigra-Alausí, provincia de Chimborazo, para mejorar la oferta turística cultural en el área de estudio, mediante la evaluación del potencial turístico cultural, comprendido por un diagnóstico situacional y el inventario del patrimonio cultural, el mismo que permitió identificar 34 recursos con potencial turístico; donde 32 eran de categoría cultural y 2 de categoría natural, determinándose que 15 atractivos pertenecían al ámbito de Bienes Inmuebles, 11 al ámbito de Bienes Inmateriales, 6 al ámbito de Bienes Arqueológicos y 2 a sitios naturales, los cuales fueron jerarquizados con la metodología del MINTUR 2004 registrándose; 3 atractivos de jerarquía III, 15 de jerarquía II y 16 de jerarquía I. Determinando la viabilidad comercial se conoció el perfil del turista, la demanda insatisfecha y objetiva, además de posibles productos turísticos a desarrollarse de acuerdo a potencialidades. La formulación filosófica y estratégica consideró los diferentes aspectos a mejorar realizando la matriz FODA en función del sistema turístico, donde se priorizó los nudos críticos y los factores claves de éxito, para luego establecer de forma participativa la misión, visión y valores. Finalmente se estructuró 5 programas y 8 proyectos sostenibles para la operatividad del plan con estrategias de cambio apropiadas. Concluyendo que el plan es la herramienta clave para el desarrollo turístico cultural de la parroquia, se recomienda su gestión ante instituciones públicas, privadas y comunitarias para favorecer a la conservación, revitalización y difusión del patrimonio cultural.

IX. SUMMARY

The present research work proposes to design a plan for the Development of a Tourist Cultural Product on the Train Heritage Route in the tract Huigra-Alausí in Chimborazo province, in order to improve the tourist cultural offer in the area of study, done through the evaluation of tourist cultural potential, set by a situational diagnostic and the inventory of cultural patrimony, which allowed to identify 34 resources with tourist potential; from these, 32 belonged to cultural category and 2 to natural category, determining this way that 15 of these attractions belonged to the field of Goods Properties, 11 to the field of :Nom material Goods, 6 to the field of Archeologist Goods and 2 Natural sites, which were ranked with the MINTUR methodology 2004 and registering 3 sites of hierarchy III, 15 of hierarchy II an 16 of hierarchy I.

Through determining the commercial practicability it was known the tourist profile, unsatisfied and objective demand, as well as possible touristic product to be developed according to the potentials. The philosophical and strategic formulation considered the different aspects to improve by doing the SOWT pattern for the touristic system, where weaknesses and key success factors were prioritized and eventually to set in a participative way the mission, vision and values. Finally there were set 5 programs and 7 sustainable projects for the plan applicability with appropriate change strategies. It is conclude that planning is a key tool for touristic and cultural development for this village; it is advisable to negotiate it with public, private and community institutions in order to promote the preservation and diffusion of cultural patrimony.

X. BIBLIOGRAFIA

- A. SAPAG CHAIN, N. 2004. Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta Edición, México 2004, Pag. 22-75.
- B. ARBOLEDA G, 1998. Proyectos Formulación, Evaluación y Control, segunda Edición, Cargraphics Colombia 1998.
- C. RICAURTE, C. 2006. Texto básico de Mercadeo Turístico y Hotelero, Marketing Turístico unidad 2 y unidad 3, ESPOCH. Riobamba-Ecuador
- D. MARCO TEÓRICO OMT (en línea) Disponible en: <http://www.inta.gov.ar/bariloche/desarrollo/gesrural/trabajos/planificacion/Archivos/documento20.pdf>. Recuperado el 20-08-2010.
- E. CONCEPTO DE PLANIFICACIÓN. (en línea) Disponible en: <http://www.inta.gov.ar/bariloche/desarrollo/gesrural/trabajos/planificacion/Archivos/documento20.pdf>
- F. TIERRA, P. 2009. “Texto Básico de Planificación Territorial”. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo.
- G. METODOLOGÍA PARA INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURISTICOS 2004. (en línea) Disponible en: <http://ministeriodeturismo.gob.ec>
- H. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO 2020. (2007).
- I. MANCHENO M. 2009 Tesis Estructuración de La Unidad Técnica Municipal de Turismo del Cantón La Troncal, Provincia Del Cañar. Biblioteca de la Facultad de Recursos Naturales. ESPOCH.
- J. ESTRUCTURA ORGÁNICA (en línea) Disponible en: <http://municipiodealasi.gob.ec/info/archivos/ESTRUCTURAORGANICA.pdf>

- K. MERCHÁN M. 2006. “Prácticas Pre-profesionales de Inventario de Atractivos turísticos del cantón Alausí”.
- L. CONPROJUPARCH 2007. “Consultoría Equipamiento del sistema de recolección de basura en la parroquia Huigra”
- M. LEÓN J. 2010. “Manual de Geografía del Ecuador” Ecuador 2010.
- N. Consultoría Actualización de la Guía Turística de Alausí (Itur de Alausí) 2011.
- O. CONCEPTO DE PATRIMONIO CULTURAL (en línea) Disponible en:
<http://www.oei.es/cultura/PoliticadeturismoculturalColombia.pdf>
- P. INPC.2010. “Guía de Bienes Culturales del Ecuador” Quito 2010.
- Q. BIENES CULTURALES MATERIALES (en línea) Disponible en:
<http://www.inpc.gob.ec/userfiles/file/conservacion.pdf>
- R. FIGUEROA E, 1976. “Monografía de la Parroquia Huigra” , Quito 1976
- S. TEMPLO ANDINO CERRO PUÑAY (en línea) Disponible en:
www.grupointiquilla74.com
- T. EL ECOMUSEO (en línea) Disponible en: <http://sajana.cantabriainter.net/ecomuseo/queseleco.htm>

XI. ANEXOS

Anexo1. Cajas de listas del patrimonio inmaterial.

1. Tradiciones y expresiones orales

SUBAMBITO	DETALLE SUBAMBITO
1.1 Cuentos	1.1.1 Cuentos infantiles
	1.1.2 Cuentos sobre animales, plantas, naturaleza muerta y objetos
	1.1.3 Otros
1.2 Historia Local	n/a
1.3 Leyendas	1.3.1 Leyendas asociadas a apariciones de seres mitológicos
	1.3.2 Leyendas asociadas a imágenes religiosas
	1.3.3 Leyendas asociadas a la geografía
	1.3.4 Leyendas asociadas a la toponimia
	1.3.5 Leyendas asociadas a personajes y acontecimientos heroicos
	1.3.6 Leyendas asociadas a plantas y/o animales
	1.3.7 Otros
1.4 Mitos	1.4.1 Mitos antropogónicos
	1.4.2 Mitos cosmogónicos
	1.4.3 Mitos escatológicos
	1.4.4 Mitos etiológicos
	1.4.5 Mitos fundacionales
	1.4.6 Mitos morales
	1.4.7 Mitos teogónicos
	1.4.8 Otros
1.5 Plegarias	1.5.1 Alabados y rezos
	1.5.2 Anent
	1.5.3 Arrullos
	1.5.4 Cánticos
	1.5.5 Chigualos
	1.5.6 Loas
	1.5.7 Otros
1.6 Poesía popular	1.6.1 Amorfinos
	1.6.2 Coplas
	1.6.3 Décimas
	1.6.4 Octavas
	1.6.5 Contrapuntos
	1.6.6 Adivinanzas, humoradas, trabalenguas
	1.6.7 Proverbios, dichos, supersticiones y creencias
	1.6.8 Otros

2. Artes del espectáculo

SUBAMBITO	DETALLE SUBAMBITO
2.1 Danza	n/a
2.2 Juegos	2.2.1 Juegos infantiles
	2.2.2 Juegos de faenas agrícolas y otras actividades productivas
	2.2.3 Juegos rituales o festivos
	2.2.4 Juegos de azar
	2.2.5 Actividades lúdicas
	2.2.6 Otros
2.3 Música	n/a
2.4 Teatro	n/a
2.5 Literatura	n/a

3. Usos sociales, rituales y actos festivos

SUBAMBITO	DETALLE SUBAMBITO
3.1 Fiestas	3.1.1 Fiestas cívicas
	3.1.2 Fiestas o ceremonias religiosas
	3.1.3 Actos de propiciación o actos simpáticos
	3.1.4 Fiestas agrarias o productivas
	3.1.5 Otras celebraciones festivas
3.2 Prácticas comunitarias tradicionales	n/a
3.3 Ritos	3.3.1 Ritos de parentesco y reciprocidad
	3.3.2 Ritos de paso
	3.3.3 Ritos de iniciación
	3.3.4 Ritos apotropaicos
	3.3.5 Ritos propiciatorios
	3.3.6 Ritos de conmemoración
	3.3.7 Otros
3.4 Personajes festivos	n/a
3.5 Uso social de la vestimenta	3.5.1 Vestimenta ritual
	3.5.2 Vestimenta festiva
	3.5.3 Vestimenta cotidiana

4. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

SUBAMBITO	DETALLE SUBAMBITO
4.1 Agrodiversidad	n/a
4.2 Sabiduría ecológica tradicional	4.2.1 Conocimientos y prácticas relacionadas con fenómenos astronómicos y naturales
	4.2.2 Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales
4.3 Gastronomía	4.3.1 Gastronomía cotidiana
	4.3.2 Gastronomía festiva
	4.3.3 Gastronomía ritual
	4.3.3 Productos alimenticios artesanales
4.4 Medicina Tradicional	n/a
4.5 Espacios simbólicos	4.5.1 Sitios sagrados
	4.5.2 Lugares simbólicos
4.6 Toponimia	n/a

5. Técnicas artesanales tradicionales

SUBAMBITO	DETALLE SUBAMBITO
5.1 Técnicas artesanales tradicionales	5.2.1 Alfarería
	5.2.2 Cerería
	5.2.3 Cerrajería
	5.2.4 Cestería
	5.2.5 Ebanistería
	5.2.6 Herrería
	5.2.7 Hojalatería
	5.2.8 Imaginería
	5.2.9 Instrumentos musicales de viento
	5.2.10 Instrumentos musicales de percusión
	5.2.11 Orfebrería
	5.2.12 Peletería
	5.2.13 Pirotecnia
	5.2.14 Masapán
	5.2.15 Talabartería
	5.2.16 Textilería
	5.2.17 Artesanía en semillas
5.2.17 Otros	
5.3.2 Indumentaria cotidiana	
5.2 Técnicas constructivas tradicionales	n/a

Anexo 2: Ficha de Parámetros de Evaluación modificada).

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	Entorno	25
		<u>25</u>
APOYO	Acceso	20
	Servicios	20
	Asociación con otros atractivos	10
		<u>50</u>
SIGNIFICADO	Local	2
		4
	Provincial	7
	Nacional	12
	Internacional	<u>25</u>
	Total	100

Fuente: MINTUR 2004

Anexo 3: Ficha de Parámetros de Evaluación

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	Valor intrínseco	15
	Valor extrínseco	15
	Entorno	10
	Estado de conservación (y/o organización)	10 <hr/> 50
APOYO	Acceso	10
	Servicios	10
	Asociación con otros atractivos	5 <hr/> 25
SIGNIFICADO	Local	2
	Provincial	4
	Nacional	7
	Internacional	12 <hr/> 25
	Total	100

Fuente: MINTUR 2004

Anexo 4: Encuesta para Turistas Nacionales.

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Un saludo cordial, para informarle que: El siguiente estudio está interesado en buscar el fortalecimiento turístico de las comunidades involucradas en la ruta del Tren Patrimonial Huigra-Alausí. Le solicitamos por favor conteste con seriedad las siguientes preguntas marcando con una x a sus respuestas. Gracias

1. Género

Hombre Mujer

2. En cuál de los siguientes rangos de edad se encuentra usted?

15 - 25años 26 - 35años 36 - 45años

46 - 55años Mayor a 55años

3. Cuál es su nivel de instrucción?

Primaria Secundaria Universitaria Postgrado

4. Cuál es su lugar de residencia?

Ciudad..... Provincia.....

5. Cuál es su ocupación o actividad actual?

Empleado Privado Empleado Público Estudiante
Profesional independiente Jubilado

6. En qué rango se ubica sus ingresos económicos?

260 a 500 USD 500 a 1000 USD 1000 a 1500 USD
Más de 1500 USD

7. Cuándo prefiere realizar sus viajes?

Fin de semana Feriados Vacaciones..... Nunca

8. Cuál es el motivo para realizar un viaje?

Salud Recreación Negocios o trabajo
Visitas familiares/amigos Otros, especifique.....

9. Con qué frecuencia viaja usted?

Una vez al año Dos veces al año Una vez al mes
Dos veces o más al mes Nunca

10. Con quién prefiere viajar?

Con la familia Con los amigos En pareja Solo

11. Cuando viaja generalmente cuánto gasta por día?

20 a 50 USD 50 a 100 USD 100 a 200 USD Más de 200 USD

12. Para elegir su destino turístico a través de qué medios de información lo hace o le gustaría hacerlo?

Radio Televisión Prensa escrita Internet
Revistas especializadas Centros de información turística Guías Turísticas

13.Cuál es su destino preferido de viaje?

Costa Sierra Amazonía Galápagos

14. Es su primera visita a la Nariz del Diablo?

Si No

15. Le gustaría conocer Huigra una parroquia cercana a la Nariz del Diablo con riqueza natural y cultural?

Si No

16. Cuantos días le gustaría visitar Huigra en un paquete organizado por las comunidades?

1 día 2 a 3 días 4 a 6 días 7 o más días

17. De las siguientes actividades cuales le gustaría realizar al momento de consumir un producto turístico cultural?

Caminatas Campamentismo Ciclismo Cabalgatas
Observación de flora y fauna Deportes extremos Convivencia cultural
Visita a cementerios Visita a museos..... Rutas arqueológicas.....

18. Cuál de los siguientes productos le gustaría que le ofrezcan al momento de visitar Huigra?

Artesanías..... Alimentos..... Joyas..... Ropa.....

19. Cuando viaja qué tipo de alojamiento prefiere?

Hotel..... Hostal..... Campamento..... Cabañas..... Casas Comunales.....

20. Al momento de viajar que tipo de comida prefiere?

Comida típica..... Comida tradicional..... Platos a la carta..... Comida internacional.....

Anexo 5: Encuesta para Turistas Extranjeros.

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

1. Gender?

Male

Female

2. Age?

15 - 25 age

26 - 35 age

36 - 45 age

46 - 55 age

More 55 age

3. Education Level?

Elementary

Middle Education

University

Post grade

4. Home country?

.....

5. Current Occupation?

Private employee

Public Employee

Student

Businessman

Retired

6. Monthly Income?

500 to 1000 USD

1000 to 1500

1500 or more

7. When do you prefer to travel?

Weekends

Holydays

Vacations

8 What is the reason for this trip?

Health

Leisure

Business or work

Visit family or friends

Other.....

9. How frequently do you travel?

Once a year

Twice a year

Once a month

Twice a month or more

10. With whom do you prefer to travel?

Family Friends Couple Alone

11. When you travel, how much do you spend per day?

20 a 50 USD 50 a 100 USD 100 a 200 USD More of 200 USD
.....

12. What means of information do you use when choosing a place to travel?

Radio Television Newspaper Internet
Brochure Tourist information offices Tourist book.....

13. What is your favourite destination in Ecuador?

Coastal Region Sierra Region Amazon Region Galapagos Islands

14. Is it your first time visiting “La Nariz del Diablo” (Devil’s Nose)?

Yes No

15. Would you like to visit natural and cultural tourist attractions in a parish near “La Nariz del Diablo”?

Yes No

16. How many days would you like to visit Huigra in a organized trip for the communities?

One day..... 2-3 days..... 4-6 days..... 7 or more days.....

17. Which one of the following activities would you like to perform in culture tour?

Hicking..... Camping..... Biking..... Horseback riding.....
Flora and fauna observation..... Extreme sports..... Community tourism
Cemetery visit..... Museum visit..... Archaeology route.....

18. What of the following products would you like to be offered during your visit to Huigra?

Handycrafts..... Ecuadorian food..... Jewel..... Hand made clothing.....

19. When travelling. What kind of lodging facilities do you prefer to stay at?

Hotel..... Inn..... Cabins..... Home stay..... Community house.....

20. When travelling. What kind of food do you prefer?

Ethnic food..... Ecuadorian food..... International food.....

THANKS FOR YOUR TIME!