



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

“EL TURISMO COMUNITARIO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL CASO DE ESTUDIO: PARROQUÍA PISTISHÍ, CANTÓN ALAUSÍ”

AUTORA: SILVIA LORENA MOINA ZABALA

Proyecto de Investigación presentado ante el Instituto de Posgrado y Educación Continua de la ESPOCH, como requisito parcial para la obtención del grado de: **MAGISTER EN TURISMO SOSTENIBLE Y DESARROLLO LOCAL**

RIOBAMBA – ECUADOR

ABRIL, 2016



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

CERTIFICACIÓN:

EL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

El Proyecto de investigación, titulado “EL TURISMO COMUNITARIO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL CASO DE ESTUDIO: PARROQUÍA PISTISHI, CANTÓN ALAUSI”, de responsabilidad de la Ing. Silvia Lorena Moina Zabala, ha sido prolijamente revisado y se autoriza su presentación.

Tribunal:

Ing. Carlos Cajas. M.Sc.
PRESIDENTE

Ing. Roberto Herrera A. M.Sc.
DIRECTOR

Ing. Javier Barahona I. M.Sc.
MIEMBRO

Ing. Diego Barba Bayas. M.Sc.
MIEMBRO

DOCUMENTALISTA SISBIB ESPOCH

Riobamba, Abril 2016

DERECHOS INTELECTUALES

Yo, Silvia Lorena Moina Zabala, declaro que soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en el presente Proyecto de Investigación, y que el patrimonio intelectual generado por la misma pertenece exclusivamente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

SILVIA LORENA MOINA ZABALA

C.I. 060385124-7

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Silvia Lorena Moina Zabala, declaro que el presente Proyecto de Investigación, es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor/a, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este proyecto de investigación de maestría.

Riobamba, 20 de abril del 2016

Silvia Lorena Moina Zabala
C.I. 060385124-7

DEDICATORIA

A Joselyn Abigail, mi hija, mi más grande inspiración. A mis padres por su confianza y apoyo incondicional. A mis hermanos/as por estar siempre presentes, acompañándome para hacer realidad mis sueños.

Silvia

AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirme y regalarme el entendimiento para realizar cada reto de mi vida y hacer realidad este mi sueño anhelado.

Roberto Herrera Ing. M.Sc., director de Tesis, por sus valiosos aportes, dedicación constante, confianza depositada en y sobre todo la motivación que me llevaron a la culminación de este gran trabajo.

Javier Barahona Ing. M.Sc., y Diego Barba Ing. M.Sc., miembros del tribunal, quienes con sus valiosos conocimientos, enseñanzas y apreciables asesorías han aportado para el desarrollo exitoso de este trabajo de investigación.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y de manera especial a la Escuela de Posgrado y Educación Continua por darme la oportunidad de estudiar.

Silvia

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|------|
| ÍNDICE DE TABLAS | x |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xi |
| RESUMEN | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| CAPÍTULO I | |
| 1. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1 Planteamiento del Problema..... | 2 |
| 1.2.1 <i>Formulación del Problema</i> | 4 |
| 1.2.2 <i>Sistematización del problema</i> | 5 |
| 1.2 Justificación..... | 5 |
| 1.3 Objetivos | 6 |
| 1.3.1 <i>Objetivo General</i> | 6 |
| 1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i> | 6 |
| CAPÍTULO II | |
| 2. MARCO TEÓRICO..... | 7 |
| 2.1. Antecedentes Investigativos | 7 |
| 2.2. Fundamentación Filosófica | 7 |
| 2.3. Fundamentación Legal | 9 |
| 2.4. Categorías Fundamentales..... | 11 |
| 2.4.1 <i>Marco conceptual variable independiente: Turismo Comunitario</i> | 12 |
| 2.4.2 <i>Marco conceptual variable dependiente: Desarrollo Local</i> | 17 |
| 2.5 Hipótesis..... | 24 |
| 2.6 Señalamiento de Variables | 24 |
| CAPÍTULO III | |
| 3. METODOLOGÍA | 25 |
| 3.1 Modalidades de la investigación | 25 |
| 3.2 Tipos de investigación..... | 25 |
| CAPÍTULO IV | |
| 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS | 32 |
| 4.1 Escenario Turístico Actual de la Parroquia Pistishí | 32 |
| 4.1.1 <i>Características Generales de la Parroquia</i> | 32 |
| 4.1.1.2 <i>Población</i> | 33 |

| | | |
|---------|---|----|
| 4.1.1.3 | <i>Conectividad de la Parroquia Pistishí</i> | 34 |
| 4.1.1.4 | <i>Vialidad</i> | 35 |
| 4.1.1.6 | <i>Dotación de Servicios Básicos</i> | 37 |
| 4.1.2 | <i>Sistema Económico Productivo Parroquial</i> | 37 |
| 4.1.2.1 | <i>Sector primario</i> | 38 |
| 4.1.2.3 | <i>Sector secundario</i> | 39 |
| 4.1.2.4 | <i>Sector terciario</i> | 39 |
| 4.1.3 | <i>Relevancia del Sector Turístico en la Parroquia Pistishí</i> | 40 |
| 4.1.4.1 | <i>Análisis de la Oferta Actual</i> | 40 |
| 4.1.4.2 | <i>Análisis de la Demanda Actual</i> | 44 |
| 4.1.3 | <i>Relación de la Actividad Turística Comunitaria desde lo Parroquial hasta lo Cantonal y Provincial</i> | 55 |
| 4.1.3.1 | <i>Incidencia de los Servicios Turísticos</i> | 55 |
| 4.1.3.2 | <i>Centros de Turismo Comunitario</i> | 56 |
| 4.2 | <i>Aspecto Administrativo, Operativo y Comercial de la Actividad Turística</i> | 56 |
| 4.2.1 | <i>Aspecto Administrativo</i> | 56 |
| 4.2.1.1 | <i>Planteamiento de la nueva estructura administrativa para la gestión operativa del Centro de Turismo Comunitario Tolte –Pistishí.</i> | 60 |
| 4.2.2 | <i>Aspecto Operativo</i> | 64 |
| 4.2.2.1 | <i>Procesos operativos</i> | 64 |
| 4.2.2.2 | <i>Análisis FODA de los servicios turísticos</i> | 64 |
| 4.2.2.3 | <i>Flujogramas de procesos</i> | 65 |
| 4.2.3 | <i>Aspecto Comercial</i> | 70 |
| 4.2.3.1 | <i>Descripción de los tipos de mercado</i> | 70 |
| 4.2.3.2 | <i>Tamaño del mercado global</i> | 70 |
| 4.2.3.3 | <i>Mercado Turístico de la Parroquia Pistishí</i> | 71 |
| 4.2.3.4 | <i>Proyección de la demanda turística</i> | 71 |
| 4.2.3.5 | <i>Posicionamiento del producto turístico</i> | 72 |
| 4.2.3.6 | <i>Estrategias de Posicionamiento</i> | 73 |
| 4.3 | <i>Dinámicas socio-culturales, económicas y ambientales en el desarrollo comunitario</i> .. | 74 |
| 4.3.1 | <i>Análisis de la experiencia</i> | 74 |
| 4.3.2 | <i>Proyecto de desarrollo turístico rural comunitario</i> | 75 |
| 4.3.3 | <i>Definición y composición del producto turístico</i> | 76 |
| 4.3.3.1 | <i>Las actividades que incluye el producto turístico</i> | 77 |
| 4.3.3.2 | <i>Segmento de mercado atendido</i> | 77 |
| 4.3.4 | <i>Dimensión Económica</i> | 78 |
| 4.3.5 | <i>Dimensión Socio-Cultural</i> | 84 |
| 4.3.6 | <i>Dimensión Ambiental</i> | 91 |
| 4.3.7 | <i>Análisis de la influencia de las dinámicas en el desarrollo local de la parroquia Pistishí</i> | 94 |

| | | |
|---------|--|----|
| 4.3.8 | <i>Análisis FODA</i> | 95 |
| 4.3.7.1 | <i>Ponderación de impacto del FODA</i> | 96 |
| 4.3.7.2 | <i>Interrelación del FODA</i> | 98 |

CAPÍTULO V

| | | |
|-------|---|-----|
| 5. | PROPUESTA | 104 |
| 5.1 | Datos Informativos | 104 |
| 5.2 | Antecedentes de la Propuesta | 106 |
| 5.3 | Planeación Estratégica..... | 107 |
| 5.4 | Estructura Estratégica..... | 107 |
| 5.4.1 | <i>Visión</i> | 108 |
| 5.4.2 | <i>Misión</i> | 108 |
| 5.4.3 | <i>Principios y valores</i> | 108 |
| 5.4.4 | <i>Políticas</i> | 109 |
| 5.4.5 | <i>Objetivos estratégicos</i> | 110 |
| 5.5 | Programas y proyectos de desarrollo turístico sostenible..... | 110 |
| 5.5.1 | <i>Programa 1. Capacitación y calidad turística</i> | 113 |
| 5.5.2 | <i>Programa 2. Fortalecimiento de las capacidades organizacionales y socio culturales</i> | 116 |
| 5.5.3 | <i>Programa 3. Gestión Cultural y Ambiental</i> | 118 |
| 5.5.4 | <i>Programa 4. Facilitación y Gestión de Destinos</i> | 125 |
| 5.5.5 | <i>Programa 5. Promoción y comercialización turística</i> | 132 |
| 5.6 | Incidencia para la gestión del Plan | 135 |
| 5.7 | Identificación de indicadores de monitoreo y evaluación | 136 |
| 5.8 | Etapas del proceso de monitoreo y evaluación | 136 |
| | CONCLUSIONES | 137 |
| | RECOMENDACIONES | 138 |
| | BIBLIOGRAFÍA | |
| | ANEXOS | |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-------------------|---|-----|
| Tabla 1-4 | Indicadores poblacionales de la parroquia Pistishí..... | 33 |
| Tabla 2-4 | Población por comunidades de la parroquia Pistishí..... | 33 |
| Tabla 3-4 | Migración de la parroquia Pistishí por comunidades..... | 34 |
| Tabla 4-4 | Distancia de la Parroquia a las principales ciudades del país..... | 35 |
| Tabla 5-4 | Características de la red vial parroquial..... | 35 |
| Tabla 6-4 | Servicio de Transporte desde y hacia las Comunidades de la parroquia..... | 36 |
| Tabla 7-4 | Frecuencias del Transporte Público Terrestre por ciudad de Origen..... | 36 |
| Tabla 8-4 | Fuentes de ingresos familiares..... | 37 |
| Tabla 9-4 | Población económicamente activa por segmentos de ocupación..... | 38 |
| Tabla 10-4 | Resumen del Inventario de Atractivos Turísticos..... | 41 |
| Tabla 11-4 | Características de las Rutas..... | 42 |
| Tabla 12-4 | Calendario Festivo de la Parroquia Pistishí..... | 43 |
| Tabla 13-4 | Establecimientos Turísticos por Categoría, Capacidad y Empleados..... | 44 |
| Tabla 14-4 | FODA de los servicios turísticos..... | 64 |
| Tabla 15-4 | Símbolos de flujogramas..... | 65 |
| Tabla 16-4 | Mercado Turístico Global..... | 70 |
| Tabla 17-4 | Proyección de la demanda..... | 71 |
| Tabla 18-4 | Demanda Turística Proyectada..... | 72 |
| Tabla 19-4 | Actividades que incluye el producto turístico..... | 77 |
| Tabla 20-4 | Ingreso del Centro de Turismo Comunitario..... | 82 |
| Tabla 21-4 | Ponderación de las dinámicas..... | 94 |
| Tabla 22-4 | Análisis FODA Tolte- Pistishí..... | 95 |
| Tabla 23-4 | Matriz de impacto FODA..... | 93 |
| Tabla 24-4 | Áreas ofensivas de iniciativas estratégicas “FO”..... | 99 |
| Tabla 25-4 | Áreas de mejoramiento estratégico “DO”..... | 100 |
| Tabla 26-4 | Áreas ofensivas de iniciativas estratégicas “FA.”..... | 101 |
| Tabla 27-4 | Áreas ofensivas de iniciativas estratégicas “DA”..... | 103 |
| Tabla 1-5 | Beneficiarios..... | 104 |
| Tabla 2-5 | Programas y proyectos priorizados..... | 111 |
| Tabla 3-5 | Cronograma Valorado..... | 135 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | |
|---------------------|---|----|
| Gráfico 1-2 | Categorías Fundamentales..... | 11 |
| Gráfico 1-4 | Mapa de la Ubicación de la Parroquia Pistishí en la Zona 3 Andes..... | 32 |
| Gráfico 2-4 | Mapa de Ubicación de la Zona de Desarrollo Turístico de la Parroquia Pistishí..... | 40 |
| Gráfico 3-4 | Género de los turistas nacionales..... | 44 |
| Gráfico 4-4 | Rango de edad de los turistas nacionales..... | 45 |
| Gráfico 5-4 | Procedencia de los turistas nacionales..... | 45 |
| Gráfico 6-4 | Frecuencia de visita a Alausí de los Turistas nacionales..... | 46 |
| Gráfico 7-4 | Tiempo de Estadía de los turistas nacionales..... | 46 |
| Gráfico 8-4 | Modalidad de viaje de los turistas nacionales..... | 47 |
| Gráfico 9-4 | Atractivos turísticos visitados en el Cantón Alausí por los turistas nacionales..... | 47 |
| Gráfico 10-4 | Actividades realizadas por los turistas nacionales..... | 48 |
| Gráfico 11-4 | Organización de Viaje de los turistas nacionales..... | 48 |
| Gráfico 12-4 | Promedio de gasto por estadía de los turistas nacionales..... | 49 |
| Gráfico 13-4 | Género de los turistas extranjeros..... | 49 |
| Gráfico 14-4 | Rango de Edad de los turistas extranjeros..... | 50 |
| Gráfico 15-4 | Procedencia de los turistas extranjeros..... | 50 |
| Gráfico 16-4 | Frecuencia de visita a Alausí de los Turistas extranjeros..... | 51 |
| Gráfico 17-4 | Tiempo de estadía de los turistas extranjeros..... | 51 |
| Gráfico 18-4 | Modalidad de viaje de los turistas extranjeros..... | 52 |
| Gráfico 19-4 | Atractivos turísticos visitados en el Cantón Alausí por los turistas extranjeros..... | 52 |
| Gráfico 20-4 | Actividades realizadas por los turistas extranjeros..... | 53 |
| Gráfico 21-4 | Organización de Viaje de los turistas extranjeros..... | 53 |
| Gráfico 22-4 | Promedio de gasto por estadía de los turistas extranjeros..... | 54 |
| Gráfico 23-4 | Organigrama Estructural vigente del centro de turismo comunitario... | 58 |
| Gráfico 24-4 | Organigrama Estructural propuesto para el centro de turismo comunitario..... | 62 |
| Gráfico 25-4 | Proceso del servicio de restaurante..... | 66 |

| | | |
|---------------------|--|-----|
| Gráfico 26-4 | Proceso del servicio de cabalgata..... | 67 |
| Gráfico 27-4 | Proceso del servicio de guianza en las granjas integrales..... | 68 |
| Gráfico 28-4 | Proceso del servicio de guianza | 69 |
| Gráfico 1-5 | Ubicación geográfica de la Propuesta..... | 105 |

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la incidencia del turismo comunitario en el desarrollo local de la parroquia Pistishí, del cantón Alausí. A través de recolección de información y grupos focales con diversos actores, desarrollado en cuatro etapas: primero un análisis del escenario turístico actual de la parroquia en la cual se logró determinar sus potencialidades y debilidades, segundo se describió los aspectos administrativos, operativos y comerciales de la actividad turística dando a conocer el manejo y gestión del proyecto, tercero se determinó las implicaciones de las dinámicas socioculturales, económicas y ambientales permitiendo determinar aspectos positivos y negativos del turismo en el desarrollo comunitario, para finalmente desarrollar una propuesta en base a un plan estratégico sostenible, con la generación de programas y proyectos que dinamiza la oferta turística, mediante instrumentos y técnicas innovadoras, generadas para posicionar el territorio en el mercado. En conclusión se puede decir que el turismo comunitario en Pistishí dinamiza la economía local, con enfoque de interculturalidad e inclusión social. Se recomienda a las autoridades y habitantes de la parroquia aplicar la propuesta con la finalidad de captar mayor flujo turístico en la zona.

Palabras claves: <TURISMO COMUNITARIO>, <TERRITORIO ENDÓGENO>, <ACTORES PARRQUIALES>, <DESARROLLO LOCAL>, <PLAN ESTRATÉGICO>

ABSTRACT

This research aims to analyze the impact of community tourism in local development of Pistishí parish, in Alausí Canton. Through data collection and focus groups with various stakeholders, developed in four stages: first an analysis of the current tourism of the parish in which was possible to determine their strengths and weaknesses, second administrative, operational and commercial aspects of written tourism publicizing management and project management, third the implications of socio-cultural, economic and environmental dynamics was determined allowing to determine positive and negative aspects of tourism in community development, to finally develop a proposal based on a strategic plan sustainable, generating programs and projects that energizes the tourism offer through innovative tools and techniques to position the territory generated in the marking. In conclusion we can say that energizes Pistishí community tourism in the local economy, with a focus on multiculturalism and social inclusion, the authorities and inhabitants of the parish is recommended to apply the proposal in order to attract more tourist flow in the area.

Keywords: COMMUNITY /TERRITORY ENDOGENOUS/ PARISH ACTORS/
LOCAL DEVELOPMENT/ STRATEGIC PLAN/ TOURISM

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

Durante el siglo XX y los años transcurridos del XXI, el Turismo se ha convertido en una de las principales actividades del ser humano en todo el mundo, este fenómeno social fue causado principalmente por los altos niveles de stress en los que se desarrolla gran parte de la población mundial, considerándose a si el turismo como un eje dinamizador de muchas naciones y regiones mediante la generación de ingresos económicos, creación de fuentes de empleo y desarrollo socio-cultural, a través de varias modalidades de turismo como es el caso del ecoturismo, etno- turismo, agroturismo, turismo de aventura y las nuevas formas de gestión turística, como el turismo comunitario, motivando a si a los turistas a disfrutar de manera sustentable.

Históricamente el turismo comunitario se ha convertido como una actividad económica, social, política, cultural y medioambiental, emprendida por las comunidades como actores y sujetos directos en su ejecución, logrando beneficios dentro de una estructura de asociatividad.

Es así que bajo esta forma de gestión turística la comunidad de Tolte Pistishí, con el apoyo de distintos organismos públicos y privados tanto nacionales como internacionales han emprendido en la actividad turística mediante la creación de la Asociación de Turismo Comunitario, ofreciendo al turista y/o visitante paquetes turísticos enfocados en sus principales atractivos como: Nariz de Diablo, Kapak Ñan o camino del inca, Mirador Nariz del Diablo, sitios naturales de valor sagrado y saberes populares diarios auténticos propios del ancestral pueblo Puruhá , promoviendo así desde su territorio bienes y servicios al turista para lograr su satisfacción al momento de su desplazamiento o visita .

Bajo estos antecedentes, el turismo es una estrategia local de la comunidad de Tolte-Pistishí, constituida por 345 habitantes, de las cuales 80 miembros están involucradas en el desarrollo del turismo comunitario, siendo los beneficiarios directos por la prestación de diferentes servicios turísticos, mientras que las demás familias se benefician

de manera indirecta por formar parte de la comunidad, permitiendo así proyectar el desarrollo desde una óptica de conservación del medio ambiente, riqueza cultural y social como estrategia de vida comunitaria.

El presente estudio por su modalidad de desarrollo y el problema es no experimental, por sus objetivos de tipo descriptivo, según el lugar físico es de campo. Su respectiva planificación, está diseñada por capítulos los mismos que son expuestos a continuación:

En el Capítulo I se considera la contextualización del problema desde una punto de vista macro, meso y micro, destacando principalmente la problemática percibida. Se derriba interrogantes mismas que determinan causa y efecto y además se plantean los objetivos para alcanzar dicho fin.

En el Capítulo II se considera el marco teórico con las respectivas fundamentaciones filosóficas y legales, describiéndose minuciosamente las categorías fundamentales de la investigación, hipótesis y señalamiento de variables.

En el Capítulo III se plantea la metodología mediante la cual se procederá al levantamiento de la información requerida a nivel de análisis de investigación primaria como secundaria, el tipo de investigación, técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

En el Capítulo IV se hace referencia al análisis de resultados, presentaciones datos, discusión, e interpretación de la información, mediante la aplicación de encuestas a turistas y a miembros de la comunidad y verificación de la hipótesis.

En capítulo V se plantea la propuesta, conclusiones y recomendaciones de los resultados obtenidos, finalmente la bibliografía y anexos

1.1 Planteamiento del Problema

El turismo ha tomado especial relevancia a nivel mundial, en las últimas décadas como modelo de desarrollo. Casos paradigmáticos son los de la región de Europa que contabiliza el 52% de llegadas, Asia y El Pacífico 23% y las Américas el 16%, generando

el 9% del PIB a nivel mundial para el año 2014 según datos reportados por la Organización Mundial de Turismo, evidenciándose un crecimiento anual del 4% por la diversificación de los destinos y las tendencias de los consumidores por experimentar nuevas formas de turismo que le permitan relacionarse directamente con la naturaleza y conocer nuevas tradiciones culturales que satisfaga sus necesidades durante su estadía.

En el Ecuador el turismo se ubica como una de las actividades económicas de mayor generación de divisas monetarias para el país, registrando ingresos por 1085,5 millones de dólares para el año 2014, cifra que representa un crecimiento del 21%, según estadísticas del Ministerio de Turismo, en efecto, la Ley de Turismo(2002) (MINTUR) promueve la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana en la prestación de servicios turísticos, muchas comunidades indígenas experimentan en el turismo comunitario asociado el turismo ecológico o “ecoturismo”, logrando un acercamiento inicial hacia el mercado turístico mundial.

El turismo comunitario en Ecuador conforma una red de productos que integran de manera creativa dos de las principales corrientes turísticas mundiales: el turismo de naturaleza y el descubrimiento de culturas ancestrales; desde esta perspectiva, los destinos Turísticos comunitarios cuentan con un enorme potencial, aún no aprovechado, que permitirá fomentar e incrementar nuevos segmentos de mercado internacional.

La provincia de Chimborazo es un área desarrollada turísticamente debido a su ubicación estratégica en el centro del país y por contar con atractivos turísticos de gran potencialidad en sus diferentes cantones, por esta razón tiene una demanda histórica creciente, que ha permitido un desarrollo social y económico.

Alausí por su geografía se convierte en uno de los principales atractivos turísticos de Chimborazo y país, localizada al sur de la provincia, cuenta con enorme riqueza natural y patrimonio cultural, con hermosos paisajes, bellas lagunas, y una gama de costumbres y tradiciones, constituyéndose sin lugar a dudas en un sitio ideal para el desarrollo del turismo.

La comunidad de Tolte-Pistishí por su ubicación geográfica junto a la montaña de la Nariz del Diablo, y al contar con una variedad de recursos naturales y culturales, son

aprovechados en la actividad turística mediante la organización de la comunidad y la aceptación de la demanda.

La Asociación de Turismo Comunitario de Tolte, agrupa alrededor de 80 miembros de la localidad participando directamente 20 familias en las actividades turísticas, ofrecen servicios de: cabalgata en senderos naturales, ciclismo, alimentación, caminatas por senderos turísticos, recorrido por granjas integrales, souvenir, además se puede apreciar y observación del paso del tren por el famoso zig zag de la vía férrea en la montaña Nariz del Diablo.

El turismo constituye una de las alternativas para el desarrollo de la comunidad de Tolte, permitiendo mejorar sus ingresos económicos y por ende las condiciones de vida de 345 habitantes, cabe mencionar que 80 familias están directamente involucradas a esta actividad, siendo los beneficiarios directos por la prestación de diferentes servicios turísticos, mientras que las demás familias se benefician de manera indirecta por formar parte de la comunidad la que ha permitido responder a los desafíos para el aprovechamiento sostenible de los recursos existentes con enfoque de desarrollo integral y social.

Con estos antecedentes y basados en la información del PDOT de la parroquia Pistishí se evidencia un deficiente desarrollo de la actividad turística en la parroquia, debido a la falta de promoción y difusión del territorio, poca diversificación y dotación de oferta turística, escasa capacitación a pobladores y guías nativos, falta de programas para el manejo y recuperación de recursos naturales y culturales, poco interés de pobladores locales en la planificación, acompañados por la falta de interés de las autoridades de los GADs y Ministerios para la gestión e inversión en este sector productivo.

1.2.1 Formulación del Problema

¿Cómo el Turismo Comunitario incide en el desarrollo local de la parroquia Pistishí, cantón Alausí?

1.2.2 Sistematización del problema

Basado en el problema central se plantea las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el escenario turístico de la Parroquia Pistishí y su relación con la actividad turística comunitaria a nivel cantonal y provincial? ¿Cuáles son los aspectos administrativo, operativo y comercial de la actividad turística, para el desarrollo turístico de la zona? ¿Cuáles son las implicaciones en las dinámicas socioculturales, económicas y ambientales para el desarrollo comunitario?

1.2 Justificación

La presente investigación, surge de las tendencias crecientes del turismo sostenible en el Ecuador en los últimos años. Según Van Der Duim, 2002 el turismo comunitario relacionado con el ecoturismo constituye una de las alternativas para el crecimiento sostenible del territorio.

Este proyecto de investigación se desarrolló en la Parroquia Pistishí el cual constituye un lugar estratégico para el turismo en el Cantón Alausí, por poseer potencialidades turísticas como: la estación de Sibambe, con su atractivo turístico Nariz del Diablo, el cual ha permitido a que los pobladores de Tolte- Pistishí se organicen para la prestación de servicios turísticos, generando empleo dentro de la comunidad y permitiendo un desarrollo económico integral y social de la población.

Como este análisis integral de la incidencia de las actividades turísticas en la localidad se logró generar una propuesta de mejoramiento que promueve la gestión integral de los recursos de la comunidad, a través de procesos participativos y fortalecimiento social de los miembros del Centro de Turismo Comunitario Tolte- Pistishí.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar la incidencia del turismo comunitario en el desarrollo local de la Parroquia Pistishí, Cantón Alausí.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Conocer el escenario turístico actual de la Parroquia Pistishí y su relación con la actividad turística comunitaria a nivel cantonal y provincial
- Identificar los aspectos administrativo, operativo y comercial de la actividad turística, para el desarrollo turístico de la zona.
- Determinar las implicaciones en las dinámicas socioculturales, económicas y ambientales para el desarrollo comunitario.
- Diseñar una propuesta para que el turismo comunitario incida en el Desarrollo Local de la parroquia Pistishí.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

En cuanto al tema del turismo comunitario y su incidencia en el desarrollo local de Pistishí, no se han encontrado investigaciones anteriores que evidencien estudios preliminares en este tema sin embargo existen en el Ecuador investigaciones aisladas que pueden servir de base para el fundamento teórico de este proyecto investigativo.

2.2. Fundamentación Filosófica

La presente investigación se fundamenta en un paradigma crítico con enfoque propositivo, constructivista social, porque se analiza una realidad social dentro del campo turístico, mediante la identificación de problemas reales del turismo comunitario y su incidencia en el desarrollo local de la parroquia Pistishí, cantón Alausí, para finalmente proponer alternativas de desarrollo, encaminadas a mejorar la calidad de vida de las familias que habitan en la zona.

El fundamento epistemológico se considera para entender la problemática de la investigación y su entorno con el cual interactúa, es decir la relación entre la realidad y el conocimiento, y las relaciones entre sujeto (el investigador) y objeto (el hecho investigado). , para luego dar una explicación, de la relación causa – efecto, mediante la interpretación propia del investigador y del sentido que los actores dan a la realidad.

Además se ha basado en cuatro fundamentos que son:

El Fundamento Axiológico se desarrolla bajo el principio ético de la neutralidad valorativa que a partir del desarrollo de la presente propuesta pretende el fortalecimiento de los valores que el investigador practicará aplicando la axiología interna (ética) donde los actores que intervienen en la investigación deberán desarrollar la auto responsabilidad dentro de la investigación y una axiología externa que es la posición que van a asumir

frente a la problemática de la sociedad donde viven, la presente investigación será orientada al compromiso social de modo que se puedan utilizar los resultados de la ciencia a favor de la comunidad.

El Fundamento Ontológico, su objetivo es desarrollar la investigación en forma eficaz y excelente, que permite comprender en la mejor forma posible el tema, y de esa manera transmitir esa comprensión a las personas que forman parte de la investigación, es por eso, que se debe tener mucho cuidado en el presente tema, ya que pueden generar confusión en que cada una de las líneas de este trabajo, se desarrolló en forma comprensiva, ya que la metodología fue la de recopilar la mejor información que pudiéramos obtener, estudiarla y escribirla en la investigación no en la misma forma en la que está en los fuentes secundarias sino lo que nosotros nos sentimos apoyados por los contenidos generados en los textos utilizados para la presente investigación.

El Fundamento Psicopedagógico se desarrolla bajo la premisa de tres aspectos importantes como son la teoría Cognitiva, el Constructivismo y Modelo Sociocultural.

La teoría Cognitiva se desarrolla cuando a los involucrados comunitarios se les concibe como sujetos activos procesadores de información, que poseen una serie de esquemas, planes y estrategias para aprender a solucionar problemas, los cuales a su vez deben ser desarrollados, esta actividad inherente debe ser desarrollada para lograr un procesamiento más efectivo.

El Constructivismo se desarrolla a partir de que el beneficiario de la propuesta es visto como un constructor activo de su propio conocimiento, es así que se fomenta mediante la participación de la comunidad que se generen autoiniciadas (que emergen libremente desde las personas) las cuales, en la mayoría de las ocasiones, pueden resultar de naturaleza autoestructurante, que produzcan consecuencias estructuradoras en sus esquemas y estructuradas a corto y largo plazo; una vez estructuradas existe una alta posibilidad de que pueda ser transferido o generalizado a otras situaciones.

El Modelo Sociocultural se implementa a partir del desarrollo participativo, en el desarrollo de la propuesta las personas de la comunidad que se han involucrado en el proceso debe ser visto como un ente social, protagonista y producto de las múltiples

interacciones sociales en que se ve involucrado a lo largo de su convivencia en el entorno en el que se desarrolla, en la concepción sociocultural podemos hacer extensiva la noción del guía o experto que mediatice o provea un tutelaje, que propicia un aprendizaje guiado; el investigador guía es el eje del proceso por medio de su colaboración, aceptación y comprensión, participa como un miembro más del grupo y cuida de la organización del trabajo; promoviendo además la discusión sobre las inquietudes, problemas, intereses y experiencia de las personas.(Real Academia Española,2014)

2.3. Fundamentación Legal

La presente investigación se basa jurídicamente en la Constitución de la República del Ecuador (2008), con el Registro Oficial No. 449 con fecha 20 de Octubre del 2008, en donde el Art. 57 menciona que:

“Se reconoce y garantizará a las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos”

Numeral 9) Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.

Numeral 12) Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora.

Numeral 13) Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.

De igual manera, el Art. 74 menciona que: “Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir”.

Plan Nacional del Buen Vivir (2013- 2017), objetivo 3 y 5 en los que menciona:

Objetivo 3: “Mejorar la calidad de vida de la población”.

Objetivo 5: “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”.

Del mismo modo otros de los principales instrumentos legales en la que se apoya el tema de estudio son:

- Ley de Turismo (2002), con el Registro Oficial Suplemento No. 733 del 27 de Diciembre del 2002, en donde el Art. 3 se manifiesta como principio de la actividad turística la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta ley y sus reglamentos.

La activa participación de las comunidades en la economía ecuatoriana a través de la constitución de empresas comunitarias para el fomento, producción y comercialización se establece como derecho en la Constitución Política, sin que esto implique contradicción con el Art. 7 de la Ley de Turismo.

- Reglamento General a la Ley de Turismo, expedido por el MINTUR, 2004.
- Acuerdo N°. 008-CGJ-SPMSPC, para establecer el “Instructivo para la Determinación de la Calidad Comunitaria de la iniciativa local de Turismo Comunitario” expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana en el 2009.

- Reglamento para Centros de Turismo Comunitario, expedido por el Ministerio de Turismo con el afán de apoyar y fortalecer a estas redes y emprendimientos de Turismo Comunitario, la actual administración del Ministerio de Turismo se encuentra desarrollando “La Minga Nacional de Turismo Comunitario”, el cual es un Programa Nacional de asistencia técnica, capacitación y financiamiento dirigido a emprendimientos de Turismo Comunitario a nivel nacional , y su objetivo sería el de potencia a Ecuador como un destino líder a nivel mundial en Turismo Comunitario con servicios y productos de alta calidad.

2.4. Categorías Fundamentales

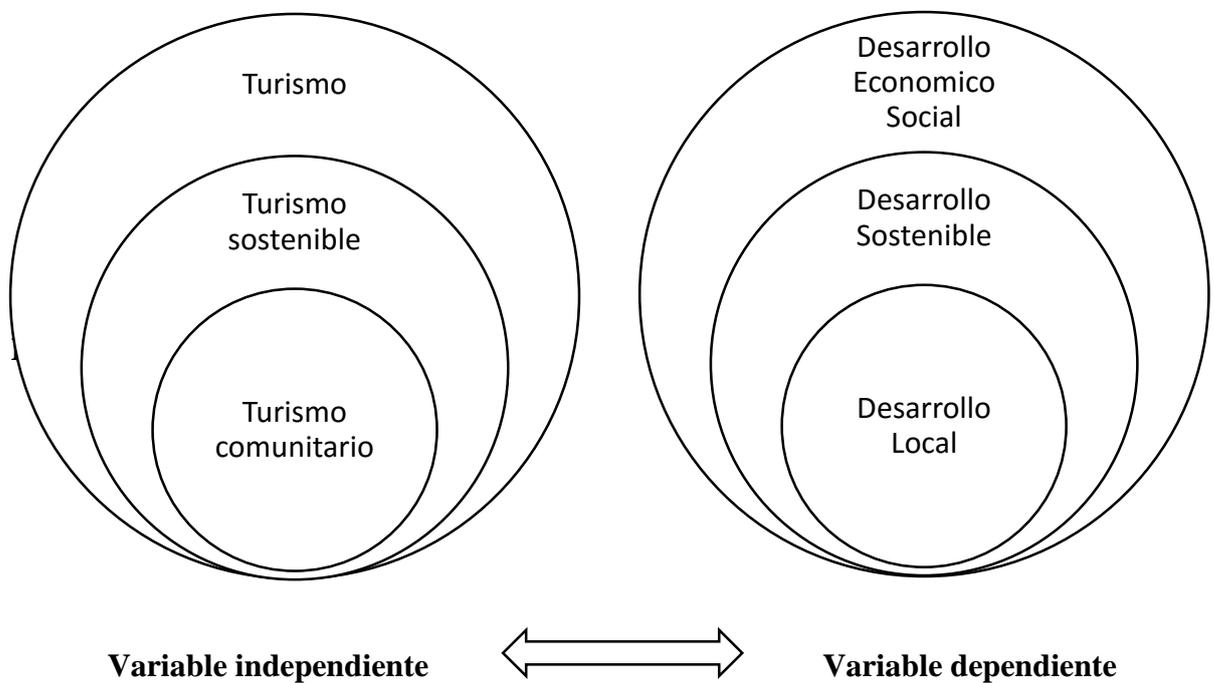


Grafico 1-2 Categorías Fundamentales

Elaborado por: Silvia Moína, 2015

2.4.1 Marco conceptual variable independiente: Turismo Comunitario

Turismo

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (Sancho, 1980, citado por la Organización Mundial de Turismo, 1994).

El turismo es entendido como: Actividades de personas que se desplazan de su lugar habitual de residencia durante un período menor de un año por motivos de recreación, negocios, salud, religión, estudio o deportes, sin incluir a aquellas personas que se desplazan más por razones forzosas que por voluntad propia. (Molinar, 2006, p.102)

De esta manera, se puede decir que turismo, es una actividad que realiza el ser humano fuera de su residencia habitual con un tiempo de estadía menor a un año.

Turismo Comunitario

“Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados” (FEPTCE, 2010).

“Turismo comunitario es toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes”. (Maldonado, 2005, p.69)

Turismo Comunitario en Ecuador

El Turismo Comunitario surge a partir de los años ochenta bajo la modalidad de ecoturismo, como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afro descendientes propias del país, siendo Capirona en la región Amazónica y Agua Blanca en la costa las primeras comunidades en hacer turismo comunitario, esto a finales del 1985. (Solís, 2007, p.87)

A finales de los años noventa, los movimientos indígenas y afro ecuatorianos, con el apoyo de sus autoridades locales; municipios y autoridades nacionales a nivel legislativo; como así también con el apoyo del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos, CODENPE, por medio del Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Negros del Ecuador, PRODEPINE y la Organización Internacional del Trabajo, OIT, vieron la necesidad de legalizar la actividad turística comunitaria (Zenteno, 2007, p.34).

De esa manera en el año 2000 comienza su reconocimiento tanto para su regulación como para acallar las voces críticas que las denunciaban competencia desleal (Estrella, 2007, p.107). Un año más tarde toma más relevancia puesto que se incluye dentro del reglamento de ecoturismo y sostenibilidad; es en el año 2002 donde realmente se lo reconoce legalmente como tal, dentro de la ley de turismo.

A partir de ello, nace la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE, entidad que reúne a las diferentes organizaciones de turismo comunitario a nivel nacional, que en su proceso de desarrollo ha venido generando propuestas estratégicas encaminadas a mejorar de manera decisiva el nivel de participación de las poblaciones indígenas, campesinas, montubias y negras del Ecuador en el desarrollo del turismo. De esta manera la FEPTCE conjuntamente con las comunidades han logrado desarrollar su propio marco conceptual en torno a la actividad turística comunitaria.

Ecuador al ser un país que conviven catorce nacionalidades y dieciocho pueblos que guardan y practican ancestrales tradiciones cimentando sus identidades culturales y junto con la población mestiza, configura un estado intercultural y plurinacional. El Gobierno Nacional del Ecuador (por intermedio de la SENPLADES y su Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017), apunta a la consolidación de un nuevo modelo con herramientas de

gestión para avanzar en la erradicación de la discriminación y garantía de derechos a todos y todas por igual.

En Ecuador el Turismo Comunitario, es entendido como un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística.

Diversas fuentes estiman que más del 65% de los habitantes de las zonas rurales en Ecuador sufren de los estigmas de la pobreza material, mientras que un 30% está sumido en la indigencia o extrema pobreza. Estos indicadores son más elevados si la pobreza es medida según el método de las necesidades básicas insatisfechas. A este propósito, conviene precisar que el turismo comunitario en Ecuador surgió como una alternativa económica de las comunidades campesinas, indígenas y afroecuatorianas para generar ingresos adicionales, defender y revalorizar los recursos naturales locales.

Con el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible, el fomento de la actividad turística comunitaria en el Ecuador, se convierte en un eje importante para canalizar acciones y recursos a favor del sector comunitario, tal como lo menciona el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017.

El turismo comunitario en Chimborazo tiene una trayectoria de diez años y propietaria de la Operadora Puruhá Razurku creada por y para las organizaciones comunitarias, para que comercialicen sus productos de Turismo Comunitario, está constituida por 12 iniciativas de turismo comunitario, distribuidas en seis cantones del territorio de la provincia: Riobamba, Guano, Chambo, Colta, Guamote y Alausí y por otra parte a la Operadora Maquita Cushunchic, empresa social de MCCH, creada con el objetivo primordial de realizar, fomentar y desarrollar un turismo responsable y comunitario bajo los principios del comercio justo y alternativas novedosas para el turista.

Principios del Turismo Comunitario

Socialmente solidario: Promueve una efectiva cooperación entre los miembros de la comunidad y entre comunidades, en un marco de distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios que genera la actividad turística.

Ambientalmente responsable: Fomenta una conciencia respetuosa y formas de gestión sostenible de los recursos naturales y de la biodiversidad, vinculándolas a la defensa de los derechos a la tierra y a los territorios ancestrales. Económicamente viable: Incorpora objetivos e instrumentos de gestión eficientes en el uso y valoración de los recursos que se movilizan, buscando beneficios que permitan remunerar convenientemente el trabajo y las inversiones realizadas.

Culturalmente enriquecedor: Propicia experiencias y encuentros interculturales de calidad entre los visitantes y las comunidades anfitrionas, respetando las expresiones de la identidad cultural.

En la medida en que se cumplan estos principios y condiciones, el turismo de base comunitaria puede contribuir a los siguientes objetivos globales:

- Al entendimiento y la paz entre los pueblos que buscan un nuevo orden universal basado en la justicia social y la solidaridad;
- A la preservación de los recursos naturales y ambientales del planeta, en toda su riqueza y diversidad, para el disfrute de la presente y las futuras generaciones;
- Al fortalecimiento de la diversidad étnica y cultural, fuente de identidad y riqueza de los pueblos;
- Al desarrollo económico y la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de las comunidades que sufren de los estigmas de la pobreza (Yáñez, M. PLANDETUR 2020)

Ejes del Turismo Comunitario

Según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (2013), el turismo comunitario se fundamenta en cuatro ejes, que son:

- 1. Fortalecimiento Organizativo** Consolidar una estructura organizativa fuerte, tomar decisiones consensuadas con visión de grupo y resolver conflictos internos con autonomía e independencia.
- 2. Revitalización Cultural** Revalorar los principios y valores ancestrales que sustentan las relaciones de convivencia en comunidad y con la pachamama
- 3. Gestión del Territorio** Defender el territorio de las actividades extractivistas con propuestas alternativas de manejo consensuado del patrimonio natural y cultural.
- 4. Economía Solidaria** Dinamizar e integrar la economía local mediante el fortalecimiento de la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios.

Ventajas y Desventajas

El turismo es un fenómeno ambivalente de alcance mundial, pues entraña efectos directos e indirectos, y suele traer ventajas y desventajas. En efecto, puede aportar grandes beneficios económicos y sociales a un país, una región o una localidad, dinamizando intercambios entre múltiples ramas de actividad y favoreciendo el encuentro entre personas de diferentes características sociales, culturales y económicas.

Sin embargo, el turismo implica también efectos negativos y consecuencias no deseables, como la degradación medioambiental, la pérdida de la identidad cultural y tensiones entre turistas y la población residente. Ello significa que el turismo incurre en costos que alguien tendrá que absorberlos: la sociedad, la comunidad local, los hogares, las empresas o los individuos.

El turismo trae consigo ventajas y desventajas, la ventaja más relevante es la generación de beneficios económicos que son divididos equitativamente entre quienes practican esta actividad, ya que de esta manera pueden satisfacer sus necesidades; entre las desventajas tenemos la degradación medio ambiental y pérdida de identidad cultural. (Maldonado, 2006, p.38)

Ventajas

- **La conservación de los recursos naturales y culturales.-** Esto debido a que si una población practica el turismo comunitario siempre va a utilizar todo lo que posee, es decir, sus recursos naturales así como también culturales y si les resulta beneficioso, obviamente las personas que habitan en tal lugar van a conservar los mismos sabiendo que son su fuente de ingreso económico.
- **Beneficios económicos.-** Se considera el más importante, ya que al dedicarse a esta actividad todos los habitantes se ven beneficiados económicamente porque esto genera fuentes de empleo, por ende aumento en sus ingresos económicos.
- **Enriquecimiento de saberes.-** La ventaja del turismo comunitario es para las dos partes, tanto para el turista como para el anfitrión, debido a que al cohabitar aprenden y comparten experiencias sobre las costumbres y tradiciones propias de cada uno.

Desventajas del Turismo Comunitario

- El deterioro de lugares sagrados , histórico y arqueológicos
- Cambios o pérdida de la cultura, donde tratan de imitar comportamientos de los turistas. Choches culturales

2.4.2 Marco conceptual variable dependiente: Desarrollo Local

Desarrollo

“El desarrollo es un proceso complejo que comprende elementos biológicos, económicos, políticos y culturales que deben analizarse desde una perspectiva sistémica” (Bunge, 1985, p.112).

Desarrollo Local

“El Desarrollo Local es entendido como un proceso de transformación de la economía y la sociedad territorial orientado a superar las dificultades y exigencias del cambio estructural, la apertura y la globalización, con el fin de mejorar las condiciones de vida de la población local, esta definición supone desarrollar un arduo proceso tendiente a promover un desarrollo local equilibrado, fomentar la profundización de la democracia en un sentido amplio y contribuir a una mayor igualdad social” (Alburquerque, 2001, p.97).

El desarrollo local se refiere a “que los actores locales unidos por una voluntad solidaria, toman a cargo el desarrollo de su territorio, en función de las necesidades y de los recursos locales. Su proyecto cultural, global, supera consideraciones economicistas y debería crear nuevas relaciones sociales, un ser y un ser mejor, que se sitúa a nivel de la calidad de vida” (Rozas, 1998, p.150).

Desde esta perspectiva, se puede indicar que el desarrollo local, busca transformar la economía y la sociedad, buscando en todo momento superar las dificultades en las que se encuentra, para lo cual, es importante, considerar que el Desarrollo Local, recoge los principales recursos y potencialidades con que cuenta el territorio, para de esa manera transformarlo; valorando el capital humano y social, con que cuenta la localidad.

El Desarrollo Local es, por tanto, un proceso territorial izado de maduración social (aprendizaje colectivo para el cambio cultural) y construcción política que se despliega en múltiples dimensiones.

Actores del desarrollo local

Los actores locales son simultáneamente motor y expresión del desarrollo local, y son, de hecho, los protagonistas de la dinamización de la sociedad local.

Se define cuatro categorías de actores, cada uno con una dimensión propia:

- Los Gobiernos Autónomos Descentralizados, GADs locales (Provinciales, Municipales y Parroquiales), actores ligados a la toma de decisiones (político-institucionales).
- El sector empresarial representado en todos sus niveles (micro, pequeña, mediana y grande empresa).
- La academia en base a su estructura multifuncional de conocimientos y de aporte al desarrollo personal, a través de sinergias institucionales y líneas de investigación, actores ligados a técnicas particulares (expertos-profesionales).
- La sociedad civil toda, organizada desde las unidades comunitarias parroquiales, movimientos ciudadanos hasta las redes nacionales a nivel de estado, ligados a la acción sobre el terreno (la población y todas sus expresiones activas).

Este conjunto de actores juegan un papel preponderante a la hora de definir planes y estrategias, hasta llegar a consolidar y fraguar objetivos en beneficios de los diferentes sectores a los cuales representan. No puede consolidarse un desarrollo local actuando en líneas de acción diferentes, todos los actores deben ser elementos transformadores en función de plasmar formas de organización que garanticen la participación y el respeto hacia sus organizaciones y hacia su territorio.

Dimensiones de desarrollo local

El desarrollo local, no sólo puede ser comprendido desde una perspectiva económica, sino lo contrario, ya que es un proceso dinámico de ampliación de capacidades locales que permita trabajar en mejorar la calidad de la vida de todos los integrantes de la población.

Rescatando a Coraggio, se puede mencionar que el objetivo del desarrollo local tiene cuatro dimensiones:

- **Económicos**, hace énfasis en el trabajo productivo, ingreso, satisfacción racional de necesidades legítimas, suficiencia y calidad de bienes públicos.

- **Sociales**, integración de condiciones de creciente igualdad, efectiva igualdad de oportunidades, convivencia, justicia social.
- **Culturales**, pertenencia e identidad histórica, integración a comunidades con contención, valores como la Solidaridad como valor moral pero también un componente funcional (nadie puede vivir mejor si su entorno no mejora sensiblemente de manera generalizada)
- **Políticos**, transparencia, legitimidad y responsabilidad de las representaciones, participación directa responsable e informada de la ciudadanía en las grandes decisiones colectivas y en la gestión pública.

En tal sentido se entiende que el término “local” no es algo pequeño, localista; si no es la condición común de una población que comparte una historia de asentamiento, una vida cotidiana cara a cara con distintos matices más o menos desiguales, problemáticos, con sentido solidario de reciprocidad en un espacio territorial que está conectado con otras localidades, regiones hasta llegar a lo nacional. (Coraggio, 2006, p.76)

Desarrollo Local y Turismo

El enfoque del turismo como alternativa de desarrollo, tuvo su mayor esplendor en las décadas de los cincuenta y sesenta, se instauró al turismo en los planes de desarrollo gubernamentales y con “sus efectos positivos sobre el ingreso estatal y de divisas, en el empleo, en los precios y en el valor de la propiedad” (Cohen, 1996,p.153). Pero se consideró que la actividad turística beneficiaba sólo aquellos que estaban involucrados en la actividad.

En los setenta, el modelo de desarrollo centrado en la productividad entró en crisis, dando lugar a una propuesta centrada en el ser humano, sosteniendo que los programas y políticas de fomento deben dirigirse a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones, desde esta época se buscó implementar los proyectos desde las poblaciones, a fin de aplacar las intervenciones dirigidas desde arriba, es decir desde los gobiernos, y los resultados negativos de desarrollo.

En esta época también se esbozó la definición de desarrollo sustentable como aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones futuras, es decir se establece una relación bien equilibrada entre economía y ecología prestando atención a los efectos sociales y culturales del crecimiento económico.

En los ochenta surgieron los proyectos con presupuesto participativo como la clave para el desarrollo sustentable del turismo: El Desarrollo Local y el Turismo son a la vez estrategias de desarrollo que están en función del potencial territorial y de la riqueza natural, cultural y social que representa una estrategia diferente para el desarrollo. (Flores, 2008, p.94).

El turismo se entiende como un aspecto interno propio de los procesos de desarrollo local, sin embargo, se entiende por desarrollo local al conjunto de resultantes que se manifiestan en el mejoramiento del nivel y calidad de vida de los habitantes de una localidad a raíz de generar crecimientos sustentables a diversos niveles, que se engranan, concatenan, implican y complementan entre sí de manera estratégica, capaces de crear sinergias locales de mejoramiento que implican el cambio de las condiciones sistémicas y estructurales de la localidad.

Recurriendo a la teoría de Mantero, el desarrollo local bajo una óptica de desarrollo turístico: “es una estrategia cuyos actores son los beneficiarios, susceptible de aplicarse a territorios variados en los que los recursos humanos y físicos son muy diversos , en los que las aspiraciones y las prioridades en materia de desarrollo crean problemas singulares y simultáneamente permiten aplicar estrategias diferentes y generar repuestas inéditas a partir de los singulares medios disponibles” (Mantero, 1997, p.212)

Es importante destacar que el turismo se reproduce en los territorios, en los denominados espacios turísticos que son lugares producidos por sus habitantes desde los aspectos económico, político y cultural a través de procesos y dinámicas que incluyen movilidad de la gente, del capital, de los bienes, los signos y la información. “En este sentido, los lugares turísticos están sometidos a dinámicas de transformación en función de la evolución de su imagen, del capital y de las prácticas que se establecen a través de las redes de agentes humanos que intervienen”. (Sheller & Urry, 2004, p.193).

El desarrollo sostenible

Según la Real Academia Española el desarrollo sostenible es el que permite una mejoría de las condiciones de vida presente sin poner en riesgo los recursos de las generaciones futuras.

Es decir, un aprovechamiento adecuado de los recursos que se tienen, satisfaciendo las necesidades de los pobladores pero sin exprimir al máximo los bienes naturales.

Para que exista el desarrollo sostenible se necesitan tres elementos fundamentales: una sociedad, un medio ambiente y una economía. Las tres áreas deben convivir de forma armoniosa y la sobre valoración a alguna de ellas podría ser causa de desastre.

El desarrollo sostenible afirma que la naturaleza es un medio pero que es necesario respetar ciertos límites a fin de no cometer equivocaciones que puedan costar la vida a las futuras generaciones, lo fundamental en el desarrollo sostenible es la armonía absoluta entre humanidad y naturaleza.

Desarrollo Económico Local

El desarrollo local pone énfasis en mejorar los factores de desarrollo que tienen contenidos inmateriales, como la formación de recursos humanos, la difusión de las innovaciones, el aumento de la capacidad emprendedora existente en los territorios, el desarrollo de aquellos factores específicos como conocimiento, tecnología, calificación, cuyo valor no siempre se refleja en el precio pero que hacen más competitivo el territorio; a modo de conclusiones se puede afirmar que, en general, las distintas conceptualizaciones de desarrollo local presentan algunas notas comunes y que son las que conviene resaltar; el desarrollo local es un proceso:

Humano: se centra en el progreso material y espiritual de la persona y la comunidad;

Territorial: se despliega en un espacio que opera como unidad de intervención. Generalmente coincide con alguna división política administrativa (municipio o grupo de municipios);

Multidimensional: abarca las distintas esferas de la vida de una comunidad, municipio o región;

Integrado: articula las políticas y programas verticales y sectoriales desde una visión territorial;

Sistémico: supone la cooperación de distintos actores y la conciliación de diversos intereses sectoriales;

Sustentable: se prolonga en el tiempo a partir de la movilización de los recursos locales;
Institucionalizado: establece reglas de juego, normatividad, políticas, organizaciones y patrones de conducta locales;

Participativo: intervienen activamente agentes públicos, organizaciones intermedias y de base y empresas;

Planificado: una “mirada estratégica” por parte de una concertación de actores que definen procedimientos, metas y objetivos;

Identitario: se estructura contemplando la identidad colectiva de la comunidad;

Innovador: en cuanto al modelo de gestión, de fomento productivo, de participación social. (Urgellés, 1960, pp.38.42).

Objetivos del Desarrollo Económico Local

Los objetivos últimos del desarrollo económico local son la mejora del empleo y calidad de vida de la población de la comunidad territorial correspondiente y la mejora de la equidad social en la misma, para lograr estos objetivos últimos se plantea los siguientes objetivos específicos: la transformación del sistema productivo local, incrementando, su eficiencia y competitividad, el fomento de la diversificación productiva local e incremento del valor agregado en las actividades económicas locales; la Sostenibilidad ambiental de las actividades locales y el acceso a los servicios avanzados de apoyo a la producción para las PYMES y microempresas locales.

La promoción de las actividades empresariales innovadoras es fundamental ya que ellas desempeñan el papel principal en la generación de riqueza y empleo productivo; dado que las empresas no actúan en el vacío sino en un contexto histórico, cultural y territorial determinado, es necesario estimular la calidad de los componentes del entorno local, a fin de asegurar: la calidad de las infraestructuras básicas, el funcionamiento eficiente de los mercados de productos y factores, la promoción de aptitudes empresariales innovadoras; el fomento de la cooperación entre empresas, la utilización sostenible de los recursos naturales y la visión de la potencialidad productiva del medio ambiente local. (Alburquerque, 2006, pp.120-132).

2.5 Hipótesis

El Turismo Comunitario incide en el desarrollo local de la parroquia Pistishí, cantón Alausí.

2.6 Señalamiento de Variables

Variable Independiente: Turismo Comunitario.

Variable Dependiente: Desarrollo Local

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Modalidades de la investigación

La presente investigación se centró en una metodología cualitativa, adhiriéndose también a un modelo descriptivo, ya que lo que se busca es analizar ciertas situaciones reales por medio de interpretaciones correctas en base a resultados obtenidos. Metodológicamente se centrará también en la Investigación Acción Participativa (IAP), con la intención de producir conocimiento por medio de procesos de debate y construcción colectiva de saberes con sus agentes directos, a fin de actuar frente a las realidades sociales considerando para su transformación la voz, criterio y opinión de sus actores.

Los instrumentos que se emplearon en la presente investigación se describen a continuación.

Instrumentos

- Análisis documental (recopilación de información secundaria)
- Guía de preguntas (levantamiento de información primaria)
- Talleres comunitario
- Entrevistas
- Observación directa
- Focus Group

3.2 Tipos de investigación

El tipo de investigación utilizada en el presente proyecto es de tipo explicativa porque se busca determinar los porqués de los fenómenos por medio de la determinación de relaciones de causa-efecto. Esta investigación se concentran en estudiar las causas o los

efectos del turismo comunitario y su incidencia en el desarrollo local de la parroquia Pistishí, es decir lo que se busca es explicar la realidad y proponer su fortalecimiento en base a los resultados obtenidos.

A continuación se describe los pasos que se siguieron para el cumplimiento de los objetivos planteados.

Objetivo 1. Conocer el escenario turístico actual de la Parroquia Pistishí y su relación con la actividad turística comunitaria a nivel cantonal y provincial

Para la elaboración del diagnóstico del escenario turístico de la parroquia, se utilizaron fuentes de información primarias mediante la aplicación de la ficha de información físico, social, económico, cultural, y turístico, en donde los pobladores de la parroquia fueron los generadores de información relacionada con estos factores; al mismo tiempo se acudió a fuentes de información secundaria como: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial, libros, folletos, revistas y demás publicaciones, sobre el sitio de interés.

Seguidamente se realizó el análisis de la oferta a través del inventario de atractivos naturales y culturales para lo cual se realizó salidas de campo y talleres participativos con los dirigentes y pobladores de las comunidades de la parroquia Pistishí. Para el levantamiento de información y documentación final, se trabajó con la ficha para el registro de los atractivos turísticos propuesto en la guía metodológica del Ministerio de turismo (MINTUR 2004)

Se analizó además el análisis de la demanda nacional y extranjera existente, considerada como escenario de estudio el cantón Alausí, para ello se consideró como universo de estudio a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Producto Turístico Alausí – Nariz del Diablo, según datos proporcionados por la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador Filial Sur, corresponden a 66707 turistas al año (2014, según boletos vendidos en la Ruta Alausí – Nariz del Diablo), de los cuales el 73% son nacionales y el 27% extranjeros.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula de Cannavos misma que se muestra a continuación

$$N = \frac{(N * p * q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p * q)}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error (8%)

z: nivel de confianza (2)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Se obtuvo los siguientes resultados:

$$n = \frac{(66707)(0.25)}{[66707 - 1] \left[\frac{0.08}{2} \right]^2 + 0.25} = 156 \text{ encuestas}$$

Las encuestas realizadas se distribuyeron de la siguiente forma:

Turistas Nacionales: 114

Turistas extranjeros: 42

Luego de realizadas las encuestas se procedió a la tabulación de los datos obteniendo con la finalidad de conocer el perfil de los turistas.

Tomando como referencia los datos estadísticos de afluencia de visitantes, catastro turístico, potencialidad turística, del Cantón Alausí, la Provincia Chimborazo y la Parroquia Pistishí, se procedió al análisis del nivel de injerencia del sector turístico desde lo local a lo cantonal y provincial; este análisis se realizó considerando la incidencia de los servicios de: hospedaje, alimentos y bebidas; emprendimientos como: Centros de turismo Comunitario; potencialidades como: atractivos, e incidencia económica.

Objetivo 2. Identificar los aspectos administrativo, operativo y comercial de la actividad turística, para el desarrollo turístico de la zona.

Se realizó un análisis del proceso de estructuración de la actividad turística; en un primer plano se identificaron a los distintos actores del sector público, privado y comunitario que han intervenido y están interviniendo en el desarrollo de la actividad turística de la parroquia Pistishí, a quienes se les entrevistó para establecer los procesos turísticos que han realizado y están realizando en el territorio.

Aspecto administrativo:

Se analizó la estructura organizacional y funcional del Centro de turismo Comunitario Tolte- Pistishí, y luego se propuso una nueva estructura con enfoque empresarial para garantizar la sostenibilidad del proyecto.

Aspecto operativo:

Se realizó un análisis FODA de los servicios turísticos, y luego se procedió a establecer flujogramas de procesos de los servicios ofertados.

Aspecto comercial:

Se analizó el mercado atendido.

Objetivo 3. Determinar las implicaciones en las dinámicas socioculturales, económicas y ambientales para el desarrollo comunitario.

Para el análisis de las dinámicas de sostenibilidad, se consideró la metodología propuesta por Carlos Maldonado “*Pautas Metodológicas para el análisis de Experiencias de Turismo Comunitario*” realizándose como primer paso una descripción de la experiencia de turismo comunitario Tolte-Pistishí, misma que fue observada y evaluada a través de los resultados del objetivo 1 y 2, y de la información general recopilada mediante los grupos focales, luego se realizó un análisis analítico de las dimensiones (socioculturales, económicos y ambientales), estableciendo para cada una de ellas variables e indicadores que permitió apreciar, analizar y entender los cambios inducidos por el turismo en la actividad económica, las prácticas sociales, las expresiones culturales, y ambientales.

Se considera “*componente*” a los ámbitos que guardan estrecha relación con el análisis de la sostenibilidad de una experiencia comunitaria a largo plazo, que pueden ser utilizados como un instrumento permanente para monitorear los impactos o apreciar los efectos del turismo en las comunidades. Un indicador es la medida cuantitativa o la observación cualitativa que permite identificar cambios en el tiempo y cuyo propósito es determinar qué tan bien está funcionando un sistema, alertando sobre la existencia de un problema y permitiendo tomar medidas para solucionarlo (Sirac, 2011, p.56)

Componente económico: evalúa 9 indicadores (+y-), analiza si la actividad es rentable, el tiempo en que logrará conseguir excedentes o utilidades netas y la competitividad.

Componente socio-cultural: evalúa 12 indicadores positivos y negativos relacionados con las actividades que contribuyen a consolidar las formas de organización, fortalecer los mecanismos de representación y participación interna, valorar el capital social de la comunidad, fortalecimiento de los valores y expresiones culturales comunitarias.

Componente ambiental: evalúa 7 indicadores positivos y negativos relacionados con los impactos y medidas concretas que se han adoptado y aplicado para controlar, prevenir y remediar los efectos nocivos que puede causar el turismo al medio ambiente, las acciones emprendidas en el ámbito informativo y educativo, ya sea para calificar al recurso humano comunitario o comunicar enseñanzas al turista.

Una vez identificado los indicadores se procedió a establecer las variables con la finalidad de generar las entrevías, las mismas que se aplicó a siete los líderes comunitarios que están involucrados en la actividad turística, este muestreo se hizo a juicio propio, luego se procedió a sistematizar la información de forma analítica.

Finalmente se elaboró un análisis FODA de la parroquia con la finalidad de identificar y examinar las principales fortalezas y debilidades que poseen la comunidad en su fuero interno, y las oportunidades y amenazas externas que enfrentan en las diferentes etapas de desarrollo del proyecto turístico, esto además permitió comprender y explicar el grado de éxito o fracaso del turismo comunitario en el desarrollo local de la parroquia Pistishí.

Objetivo 4 Diseñar una propuesta para que el turismo comunitario incida en el Desarrollo Local de la parroquia Pistishí.

Para cumplir con este objetivo se consideró tres etapas básicas;

- **Formular la visión filosófica del plan.**

Mediante talleres participativos con los actores e involucrados en el desarrollo de la actividad turística se analizó la problemática que incide en el sector turístico, mediante la ayuda de la matriz FODA, para posteriormente lograr la formulación de la misión, visión, principios y valores, políticas y los objetivos estratégicos.

Definición de misión

Para la formulación de la misión se dio respuesta a las siguientes preguntas ¿qué hace?, ¿cómo lo hace?, ¿quiénes se benefician?, ¿con que lo hace?

Definición de la visión

Para la formulación de la visión se respondió las siguientes preguntas: ¿cómo se verá la actividad turística en la parroquia Pistishí, en un determinado horizonte de tiempo?, ¿con qué?, ¿para qué?, ¿para la satisfacción de quiénes?

Definición de principios y valores

Se determinaron los valores que constituyen un eje fundamental en la ejecución del plan.

Definición de políticas

Se definió políticas que regulen las actividades implícitas en la ejecución del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible.

Definición de objetivos estratégicos

Se determinaron aquellos objetivos que permitirán lograr el cumplimiento de cada una de las fases del plan.

- **Estructurar los programas y proyectos de desarrollo turístico sostenible.**

Definición de programas y proyectos

En base a los resultados obtenidos de la matriz FODA, matriz de impacto y la interrelación de los elementos del FODA, se procedió a la formulación de un plan para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Los proyectos se desarrollaron en la matriz de marco lógico.

- **Socialización del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible**

Una vez finalizado el plan, se convocó a una reunión a los involucrados en el ámbito turístico de las dos comunidades Tolte, Achaisi para la validación del mismo.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Escenario Turístico Actual de la Parroquia Pistishí

4.1.1 Características Generales de la Parroquia

4.1.1.1 Localización Geográfica

De acuerdo a la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo; la Parroquia Pistishí se encuentra en la Zona 3 de Planificación, en la ruta turística “Avenida de los Volcanes”, es una parroquia Rural, se encuentra dentro del Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo:

Latitud: 2° 14' 59" S **Longitud:** 78° 52' 46" O **Altitud:** 1.830 – 3.000 m.s.n.m.

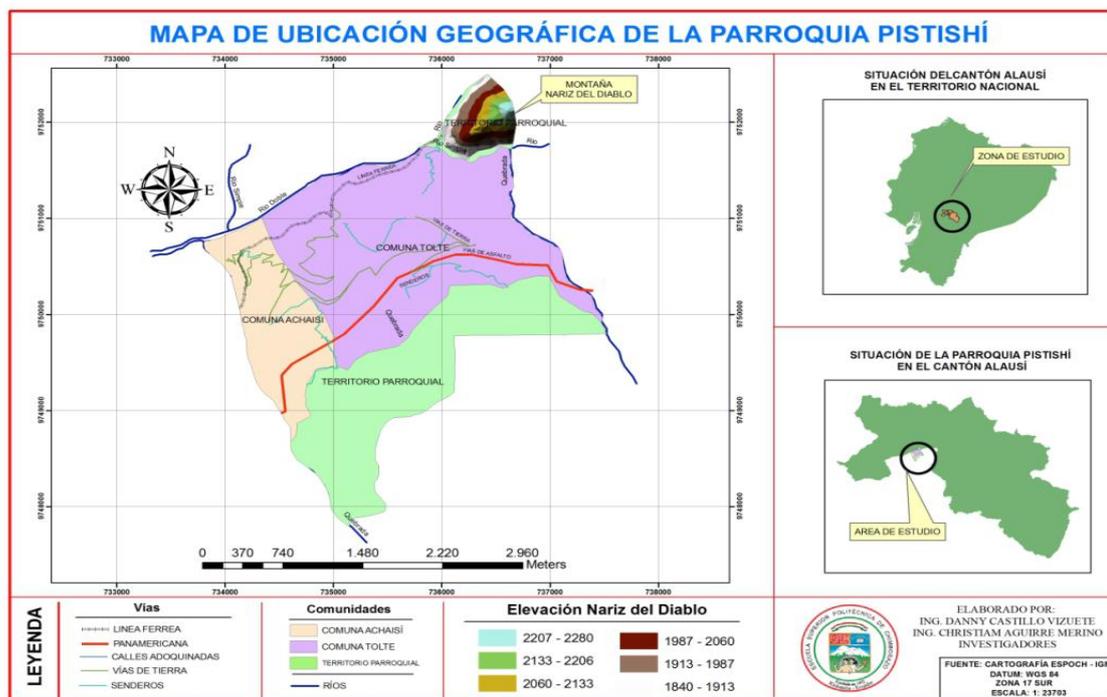


Gráfico 1-4. Mapa de la Ubicación de la Parroquia Pistishí en la Zona 3 Andes

Fuente: PDOT Parroquia Pistishí, 2015

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

La parroquia Rural Pistishí limita con los siguientes poblados y cantones:

- Norte:** Parroquia Sibambe
Sur: Parroquia Gonzol y cabecera cantonal Chunchi
Este: Parroquia Gonzol
Oeste: Parroquia Sibambe (Comunidad San José)

La temperatura axila entre 6 a 7° C en la parte alta y en la baja de 14 a 20°, con una precipitación anual de 400 a 500 mm y una humedad relativa del 78%. Pertenece al piso climático montano-montano bajo.

Pistishí, cuenta con dos comunidades; Tolte y Achaisi y representa el 0.43% del territorio del Cantón Alausí y el 0.13% de la Provincia de Chimborazo. Su superficie es de 761.04 ha.

4.1.1.2 Población

A continuación se presenta una tabla resumen con los principales indicadores poblacionales de la parroquia Pistishí

Tabla 1-4 Indicadores poblacionales de la parroquia Pistishí

| INDICADORES POBLACIONALES PISTISHÍ | |
|--|--|
| Población Total | 345 habitantes |
| Mujeres | 185 habitantes (54%) |
| Hombres | 160 habitantes (46%) |
| Densidad Poblacional | 2,27% habitantes *ha |
| Población Económicamente Activa | 48% 0,21% de la PEA del cantón Alausí |

Fuente: PDOT Parroquia Pistishí, 2015

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

A continuación se detalle de la población por comunidades.

Tabla 2-4 Población por comunidades de la parroquia Pistishí

| ASENTAMIENTO HUMANO POR COMUNIDADES | | | | | | |
|--------------------------------------|---------|------|---------|------|------------|----------------|
| COMUNIDADES | HOMBRES | % | MUJERES | % | TOTAL | % COMUNIDAD |
| Centro Pistishí + Comunidad Tolte | 152 | 47 % | 173 | 53 % | 325 | 94 % |
| Achaisi | 8 | 40 % | 12 | 60 % | 20 | 6 % |
| Total | | | | | 345 | 100% |

Fuente: PDOT Parroquia Pistishí, 2015

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

El 94% (325) de la población total de la Parroquia Pistishí residen en la comunidad de Tolte y el Centro Parroquial, mientras que en la comunidad de Achaisi residen el 6% (20) habitantes. Del 100% de habitantes de la Comunidad de Tolte y del Centro Parroquial el 47% (152) son hombres, mientras que en 53% (173) son mujeres; por otra parte en la Comunidad de Achaisi el 40% (84) habitantes son hombres y el 60 % (12) son mujeres.

La población económicamente activa (PEA) de la parroquia Pistishí está compuesta por 164 personas, equivalente al 48% de la población total parroquial, distribuida en las dos comunidades.

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda del 2010, se registró una migración, alrededor de 83 migrantes externos, de estos se registra mayor migración en la comunidad de Tolte y el Centro Parroquial 89.1% (74 habitantes), mientras que en la comunidad de Achaisi existen 9 migrantes (10.8%). La principal causa de la migración es la falta de fuentes de trabajo dentro de la parroquia, en su mayoría optan por países como Estados Unidos de Norte América, España, Inglaterra y Bélgica, en busca de nuevas oportunidades.

Tabla 3-4 Migración de la parroquia Pistishí por comunidades

| Países de destino | Tolte | | Achaisi | | N° total de casos en la parroquia | |
|-------------------|------------------------------|-------|------------------------------|------|-----------------------------------|------|
| | N° total de casos reportados | % | N° total de casos reportados | % | | |
| España | 26 | 31,3% | 8 | 89 % | 34 | 41% |
| EE.UU | 40 | 48,2% | 1 | 11% | 41 | 49% |
| Bélgica | 2 | 2,4% | 0 | 0,0% | 2 | 2% |
| Inglaterra | 6 | 7,2% | 0 | 0,0% | 6 | 7% |
| Total | 74 | 100 % | 9 | 100% | 83 | 100% |

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

4.1.1.3 Conectividad de la Parroquia Pistishí

La parroquia cuenta con vías de acceso de primer orden, mismas que permiten la conexión con las principales ciudades del país; además cuenta con vías de segundo y tercer orden.

Tabla 4-4 Distancia de la Parroquia a las principales ciudades del país

| Distancia de la Parroquia Pistishí a las principales ciudades del país | | | |
|--|--------------|--------------|------------|
| Ciudad | Distancia/km | Tiempo/horas | Carreteras |
| Ambato | 169 km | 2h40 | E35/E46 |
| Cuenca | 137 km | 2h | E35 |
| Guaranda | 173 km | 2h36 | E35/E491 |
| Guayaquil | 172 km | 2h45 | E45 |
| Latacunga | 112 km | 3h | E35 |
| Loja | 344 km | 4h46 | E35 |
| Manta | 387 km | 5h13 | E482 |
| Portoviejo | 333ckm | 5h09 | E482 |
| Quito | 314 km | 4h50 | E35 |
| Riobamba | 116.4 km | 1h23 | E35 |

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

4.1.1.4 Vialidad

La parroquia está atravesada por la carretera panamericana (E35), vía de primer orden, capa de asfalto, se encuentra en buen estado y es denominada Troncal de la Sierra, la panamericana conecta las principales ciudades del norte del país como: Quito, Tulcán y las principales ciudades del sur como: Cuenca, Loja entre otras.

Tabla 5-4 Características de la red vial parroquial

| Tramo Vial | | Capa Rodadura | | | | | | Estado de vía | | |
|-----------------------|-------------------|---------------|-----------|------------|--------|---------|----------|---------------|---------|------|
| Desde | Hasta | Tierra | Empedrado | Adoquinado | Lastre | Asfalto | Hormigón | Bueno | Regular | Malo |
| Vía Panamericana | Tolte | 1,5 Km | - | - | - | - | - | - | - | X |
| Vía Panamericana | La Gerencia | 5,2 Km | - | - | - | - | - | - | - | X |
| Tolte | Achaisi | 2,5 Km | - | - | - | - | - | - | - | X |
| Achaisi | Vía a la Gerencia | 0,6 Km | - | - | - | - | - | - | - | X |
| Sendero Tolte- | Estación Sibambe | 1,1 Km | - | - | - | - | - | - | - | X |
| Vía a la Gerencia | San Vicente | 1,9 km | - | - | - | - | - | - | - | X |
| Sendero tanque Huayco | Achaisi | 1,8 Km | - | - | - | - | - | - | - | X |
| Vía Panamericana | Sendero a Iltus | 1,3 Km | - | - | - | - | - | - | - | X |
| Plaza Centra | Barrio Dobra | | - | 0,02 Km | - | - | - | - | - | X |

Fuente: PDOT Parroquia Pistishí, 2015

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, en la parroquia existe 15.78 Km de vía carrozable, de los cuales el 99,86% (1876 mts) son de tierra, el 0,14% (0,02 mts) es adoquinado, las vías se encuentran en mal estado.

En lo referente al transporte la parroquia Pistishí no cuenta con cobertura de transporte público, sin embargo desde el cantón Alausí o Chunchi hacia la entrada principal de la parroquia existen empresas inter-cantoniales e interprovinciales como es el caso de la Cooperativa de Transporte Chunchi., Sucre, Patria, Oriental, Santa y Super Taxi, entre otras. Los costos desde y hacia la parroquia son: ciudad de Alausí a la parroquia Pistishí 0.70 centavos de dólar. Desde la ciudad de Chunchi hacia la parroquia 0.50 centavos de dólar, desde la ciudad de Cuenca hacia la parroquia 7 dólares y desde la ciudad de Riobamba hacia la parroquia 3 dólares.

Tabla 6-4 Servicio de Transporte desde y hacia las comunidades de la parroquia

| Comunidad | Tipo de medio de transporte | | | | Nombre de la empresa | Horarios disponibles |
|-----------|-----------------------------|-----------|----------|-------|----------------------|-----------------------|
| | Bus | Camioneta | Camiones | Taxis | | |
| Tolte | | X | X | | Sin nombre | Por flete todo el día |
| Achaisi | | X | X | | Sin nombre | por flete todo el día |

Fuente: PDOT Parroquia Pistishí, 2015

Elaborado por: Silvia Moin, 2015

Tabla 7-4 Frecuencias del transporte público terrestre por ciudad de Origen

| Frecuencias de Transporte Terrestre | | | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|-----------------------|-------------------------|-----------|---|--------|
| Ciudad | Terminal Terrestre | Línea de transporte | Ruta | Horarios / Turnos | | | Costos |
| | | | | Mañana | Medio día | Tarde | |
| Riobamba | Terminal Terrestre de Riobamba | Cooperativa de Transportes Chunchi | Riobamba – Chunchi | 10:00 | 12:45 | 13:45 15:00 16:15 16:45 18:00 | \$3.50 |
| | | | | 05:30 07:30 09:30 | 11:00 | 13:00 15:30 19:30 22:30 | \$8.00 |
| | | Riobamba-Chunchi | 04:30 | | | \$3.50 | |
| Cuenca | Terminal Terrestre de Cuenca | Cooperativa de Transporte Patria | Cuenca-Riobamba-Quito | 04:15 05:15 09:40 | 11:20 | 14:00 15:30 | - |
| | | | Cuenca-Riobamba | - | 17:30 | 19:15 | \$8.00 |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvia Moina

4.1.1.6 Dotación de Servicios Básicos

Según información del Censo de Población y Vivienda 2010, el 85% de la población accede al servicio de energía eléctrica, el 15% no cuenta con el servicio; sin embargo mantienen generadores de luz.

En cuanto a la disponibilidad de vivienda, el 17% de la población no posee vivienda propia, 56 familias viven en casas arrendadas o prestadas; el 45% de viviendas han sido construidas con materiales propios de la zona y a través de técnicas tradicionales; sin embargo el 55% de viviendas son construidas con materiales modernos como: bloque, ladrillos, cerámica, metal, entre otro

El 100% de los habitantes acceden al recurso agua, a través de un sistema de agua potable

La comunidad de Tolte cuenta con el servicio de alcantarillado, mientras que en la comunidad de Achaisi solo el 2% dispone del este servicio. La recolección de desechos sólidos en la comunidad de Tolte cubre el 100%, mientras que en la comunidad de Achaisi no cuenta con este servicio, lo realizan a través de un recolector de basura municipal para luego ser trasladado al botadero de basura del cantón.

4.1.2 Sistema Económico Productivo Parroquial

La población de la parroquia Pistishí como medio de sustento se dedica al desarrollo de actividades agrícolas, ganaderas y el desarrollo de la actividad turística. A continuación se detalla la ocupación de la población por sectores.

Tabla 8-4 Fuentes de ingresos familiares

| Comunidad | Actividad agropecuaria | | Actividad Turística | | Actividades de manufactura | | Actividades relacionadas con el comercio | | Empleados del sector público | | Otras actividades | | PEA |
|--------------|------------------------|-----------|---------------------|--------------|----------------------------|-------------|--|-------------|------------------------------|-------------|-------------------|-------------|------------|
| | N° | % | N° | % | N° | % | N° | % | N° | % | N° | % | |
| Tolte | 110 | 67 | 13 | 11 | 6 | 3.66 | 16 | 6.71 | 4 | 2.16 | 5 | 2.70 | 154 |
| Achaisi | 8 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3.78 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 |
| TOTAL | 118 | 72 | 18 | 10.98 | 6 | 3.66 | 18 | 7.79 | 4 | 2.16 | 5 | 2.70 | 164 |

Fuente: PDOT Parroquia Pistishí, 2015

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Tabla 9-4 Población económicamente activa por segmentos de ocupación

| Fuentes de ingresos de las familias | N° | % |
|--|-----------|----------|
| Actividad agropecuaria | 118 | 72 |
| Actividad Turística | 13 | 8 |
| Actividades de manufactura | 6 | 4 |
| Actividades relacionadas con el comercio | 18 | 11 |
| Empleados del sector publico | 4 | 2 |
| Otras actividades | 5 | 3 |
| TOTAL | 164 | |
| TOTAL DE LA POBLACION | 345 | 100% |
| PEA % | | 48% |

Fuente: PDOT Parroquia Pistishí, 2015

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

En la parroquia Pistishí, la población económicamente activa es el 48 %, las mismas que se dedican a diversas actividades ocupacionales, donde las actividades relacionadas a la agricultura y ganadería son las que priman con un 72% de la población, seguidos por las actividades relacionadas con el comercio con un 11%, las actividades turísticas a con un 8%, actividades de manufactura un 4%, seguido por otras actividades con un 3% y un menor porcentaje del 2% que corresponde a empleados del sector público.

4.1.2.1 Sector primario

La parroquia cuenta con 374 unidades agrícolas distribuidas en 137 ha, donde el 56% están legalizadas y tienen una cobertura de riego del 81%, en su mayoría el 71% utilizan el sistema de riego por gravedad. Un gran porcentaje de la población económicamente activa se dedica a actividades productivas, sin encontrar mayor diferencia entre hombres (45%) y mujeres (55%). Existen tres clases de cultivos predominantes, el aguacate, el trigo y la alfalfa, para los cuales se destina alrededor de 88,20 ha (64%) para su producción, obteniendo un rendimiento por producto de 3 quintales de aguacate por hectárea, 4 quintales de alfalfa por hectárea y 18 quintales de trigo por hectárea; de estos rubros principales el 64% es destinado al auto consumo, el 31% para la comercialización y el 5% para semilla. Los principales mercados de distribución de estos productos son los mercados de Alausí, Chunchi, Bucay, La Troncal, Milagro y Riobamba.

Otra actividad productiva que existe en la parroquia pero que se da en menor cantidad es la crianza de ganado bovino mestizo, donde se reporta un total de 134 cabezas de ganado,

de acuerdo al censo agropecuario realizado por el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca; en el mes de noviembre del 2014.

En la parroquia existen 5 productores de trucha privados y un productor comunitario que está integrado por la población de la comunidad de Tolte, la producción privada tiene un volumen de 500 truchas por piscina y trabajan 5 personas, la producción pública es de 9000 truchas que se crían en una piscina comunitaria donde existe un encargado.

4.1.2.3 Sector secundario

Se ha identificado que en la parroquia existen 3 establecimientos que generan una dinámica económica alternativa, entre ellos está la “Cafetería Nariz del Diablo” que presta servicios de alimentos y bebidas, esta fue creada como parte de un emprendimiento de tipo comunitario por parte de la comunidad de Tolte, con la participación de 80 familias, posee personería jurídica y sus ingresos mensuales promedio son de \$ 1200 dólares americanos. En la parroquia también existe un taller artesanal de tipo familiar, “Taller el Tolteñito”, donde se realizan trenes, instrumentos musicales, cuadros y guitarras, todos en madera; lamentablemente no existen registros de ventas; en la parroquia existe además 1 panadería (Maite) cuenta con personería jurídica, el promedio de venta mensual es de \$ 300.

4.1.2.4 Sector terciario

De acuerdo a la información del Censo Económico, en la parroquia existen 6 establecimientos económicos (tiendas y restaurante), de los cuales el 33.3 % están relacionados a actividades de alimentos y bebidas, lo que supondría que existen 2 establecimientos relacionados a actividades turísticas, en toda la parroquia. Esta información está de acuerdo al nivel de clasificación CIIU 4.0, que es la “Clasificación Nacional de Actividades Económicas” y que en nuestro país está manejado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Los establecimientos generaron un ingreso por ventas de alrededor de 1440 dólares por año, lo que representó el 0,06% del total de ingresos por ventas del Cantón. Las

actividades económicas de la parroquia ocupan aproximadamente 9 personas, lo que representa el 0,56% de personal ocupado en el Cantón Alausí.

4.1.3 Relevancia del Sector Turístico en la Parroquia Pistishí

De acuerdo al censo económico, el sector terciario de Pistishí, donde predomina las tiendas, seguido por el servicio de alimentos y bebidas, que está en proceso de desarrollo.

Se termina también que los pobladores locales no han sabido aprovechar adecuadamente el gran potencial turístico que tiene la parroquia, ya que de él solo se promociona la Nariz del Diablo. El visitante a la parroquia de Pistishí, tanto nacional como extranjero, es el que genera ingresos porque utiliza obligatoriamente los pocos servicios turísticos disponibles.

4.1.4 Caracterización Turística Parroquial

4.1.4.1 Análisis de la Oferta Actual

El Plan de Ordenamiento Territorial vigente, determina que la zona actual de desarrollo turístico está en la comunidad de Tolte y zona céntrica de la parroquia

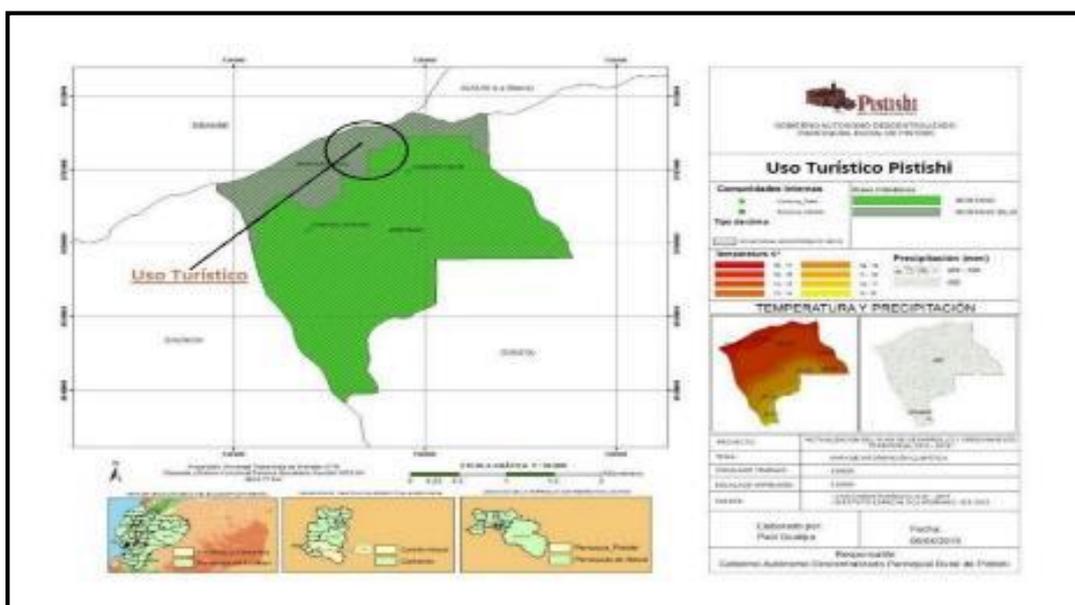


Gráfico 2-4. Mapa de Ubicación de la Zona de Desarrollo Turístico de la Parroquia Pistishí

Fuente: PDOT Parroquia Pistishí, 2015

La parroquia Pistishí por su ubicación, clima y morfología del territorio cuenta con escenarios turísticos de relevancia local, de todos los atractivos existentes el que más sobre sale es la colina denominada Cóndor Puñuna o Nariz del Diablo.

Los atractivos turísticos existentes en la parroquia son las siguientes:

Tabla 10-4 Resumen del Inventario de Atractivos Turísticos

| N° | Nombre del Atractivo | Categoría | Tipo | Subtipo | Jerarquía |
|----|--|----------------------------|--------------------------------------|---------------------------|-----------|
| 1 | Antigua gerencia de la Empresa de Ferrocarriles | Manifestaciones Culturales | Realizaciones Técnicas y Científicas | Obras Técnicas | II |
| 2 | Mirador, El descanso del diablo | Sitios Naturales | Montañas | Cerro | II |
| 3 | Cerro Cóndor Puñuna -Nariz del Diablo | Sitios Naturales | Montañas | Cerro | III |
| 4 | El Qhapaq Ñan.(Tramo del camino del Inca) | Manifestaciones Culturales | Histórico | Zona arqueológica | II |
| 5 | Hacienda Bagua | Sitios Naturales | Planicie | Valle | II |
| 6 | Plato típico: Zanahoria blanca con cuy asado en salsa de pepa de zambo | Manifestaciones Culturales | Etnográficas | Comidas y Bebidas Típicas | II |
| 7 | Medicina Tradicional andina. | Manifestaciones Culturales | Etnográficas | Shamanismo | II |
| 8 | Pampa mesa | Manifestaciones Culturales | Etnográficas | Comidas y Bebidas Típicas | II |
| 9 | Grupo Étnico de la comunidad de Tolve | Manifestación Cultural | Etnográficas | Grupo étnico | I |

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moína, 2015

La parroquia Pistishí cuenta con atractivos turísticos de gran interés local, el 66.67% (6) corresponde a atractivos de categoría manifestaciones culturales; mientras que el restante 33.33% a la categoría sitios naturales; el 11.1% (1) atractivo en este caso la Nariz del Diablo es el atractivo más sobresaliente de la parroquia de jerarquía III; por cuanto este atractivo mantiene rasgos excepcionales en el país, y es capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional ya sea por si solos o en conjunto con otros atractivos contiguos; el 77.78% corresponde a atractivos de jerarquía II; este tipo de atractivos mantienen algún rasgo llamativo y es capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiese llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento; el 11.11% (1) son atractivos de jerarquía I; con méritos suficientes para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio

turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de las unidades que integran el espacio turístico.

Rutas Turísticas Actuales

La parroquia cuenta con 3 rutas de interés turístico, mismas que cubren el territorio de las dos comunidades Tolte y Achaisi y al mismo tiempo permiten el desarrollo de actividades recreacionales, deportes extremos, interpretación paisajística, entre otras.

Ruta comunal “***Pistishí desde adentro***” permite el recorrido por la comunidad de Tolte y el Centro Parroquial en 30 minutos, consiste en una caminata que lleva a conocer el escenario del centro poblado como también el estilo de vida de sus pobladores.

Ruta parroquial “***Pistishí desde afuera***” demora 45 minutos, se ofrece la práctica de ciclismo y permite conocer los alrededores de la parroquia.

Ruta “***La estación***”; con un tiempo aproximado de 1 hora 30 minutos, se realiza ciclismo por la vía que conduce desde el centro parroquial a la estación del tren de Sibambe, permitiendo el disfrute del paisaje como también la apreciación de los cultivos agrícolas.

Tabla 11-4. Características de las Rutas

| Ruta | Potencialidad |
|------------------------|---|
| Pistishí desde adentro | Forma de vida de las familias Costumbres agrícolas Idioma |
| Pistishí desde afuera | Interpretación ambiental Deportes extremos (ciclismo) Cabalgata Paisajismo |
| La Estación | Patrimonio cultural Costumbres agrícolas Deportes extremos (ciclismo) Paisajismo |

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Silvia Moína

A continuación se presenta un cuadro con la información sobre Fiestas Populares elaborado en base a la información proporcionada por el Centro de Turismo Comunitario Tolte.

Tabla 12-4 Calendario Festivo de la Parroquia Pistishí

| Calendario Festivo | | | |
|---------------------------|---|--|-------------------|
| Fecha | Fiesta o Ritual | Actividades | Lugar |
| Enero | Año Nuevo | Juegos deportivos | Tolte |
| Febrero | Carnaval | Moyatos de carnaval, se pasea de casa en casa con un tambor, en casa vivienda los dueños deben recibir con alimentos a los paseadores. La tradición se está perdiendo. | Tolte |
| Marzo | Semana Santa | Se prepara la fanesca comunitaria, tienen la costumbre de ayunar, a las 12 del día se sirven el almuerzo comunitario y realizan una y procesión por las calles del pueblo. | Tolte, Achaisi |
| Mayo | Días de las Madres | Realizan un evento en la escuela desde las 9 a las 12 –presentación de danza. | Escuela de Tolte |
| 15 de noviembre | Fiestas de Parroquialización en honor a San Marcial | Realizan eventos religiosos (misa en honor al Patrono San Marcial), toros, juegos deportivos y populares, presentación de danza y música, | Tolte |
| 24 y 25 de diciembre | Navidad | Realizan la celebración de la eucarística, la escolita realiza un programa de la princesita de navidad y la entrega del agasajo navideño a los niños de la comunidad. Se prepara alimentos y bebidas para los invitados. | Centro parroquial |
| 31 de diciembre | Año Viejo | Quema del año viejo | Tolte |

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Silvia Moína, 2015

En referencia al catastro otorgado por el Ministerio de Turismo, la parroquia cuenta con dos establecimiento turístico, mismo que se encuentran en la comunidad de Tolte; los establecimientos existentes corresponde: uno al servicio de alimentación con una capacidad de 52 pax, un promedio de venta es 120 platos mensuales, 2 personas encargadas del servicio, el otro corresponde al Centro de Turismo Comunitario con una capacidad de 50 pax y 4 personas se encargan de dar el servicio. La parroquia no cuenta con servicio de hospedaje.

Tabla 13-4 Establecimientos Turísticos por Categoría, Capacidad y Empleados

| Nº | Categoría | Tipo de Negocio | Comunidad | Razón Social | Capacidad | Empleados |
|----|-----------|-----------------|-----------|--|-----------|-----------|
| 1 | Segunda | Cafetería | Tolte | Café del Tren | 52 | 9 |
| 2 | | Asociativo | Tolte | Centro de Turismo Comunitario Tolte-Pistishí | 50 | 4 |

Fuente: Catastro Turístico, 2014

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Establecimiento turístico “Café del Tren” forma parte del servicio de alimentación del producto turístico Nariz del Diablo.

4.1.4.2 Análisis de la Demanda Actual

Turistas nacionales

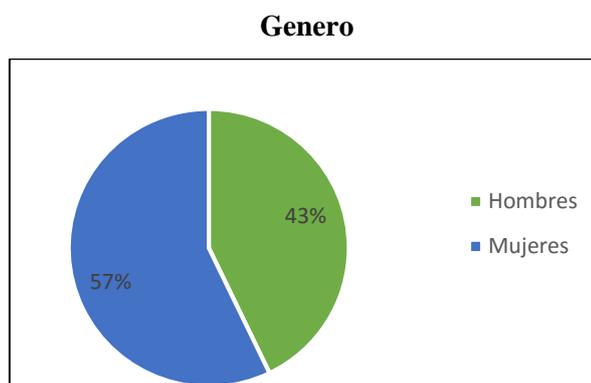


Gráfico 3-4 Género de los turistas nacionales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis:

Los turistas nacionales que visitan Alausí, el 71% son hombres y el 29% son mujeres, datos muy importantes a ser considerado en el tema de actividades y accesos a los sitios de interés turístico.

Edad

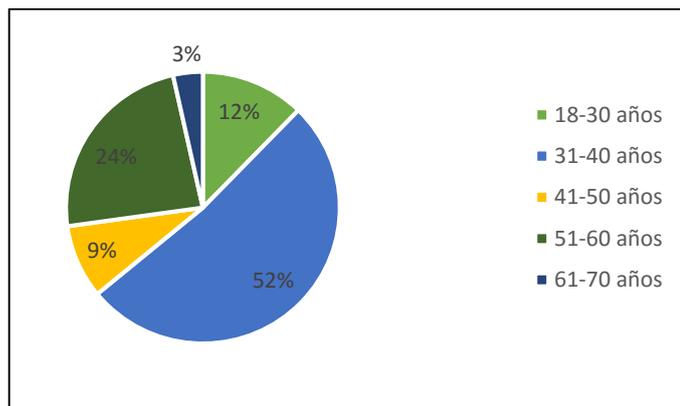


Gráfico 4-4. Rango de edad de los turistas nacionales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: El 52% de visitantes encuestados se encuentran en una edad que fluctúa entre 31 a 41 años, el 24% entre 51 a 60 años, el 12% entre 18 a 30 años, el 9% entre 41 a 50 y 4% entre 61 a 70 años. Es importante generar productos turísticos acorde a las edades más representativas tomando en cuenta el requerimiento del mercado objetivo.

Procedencia

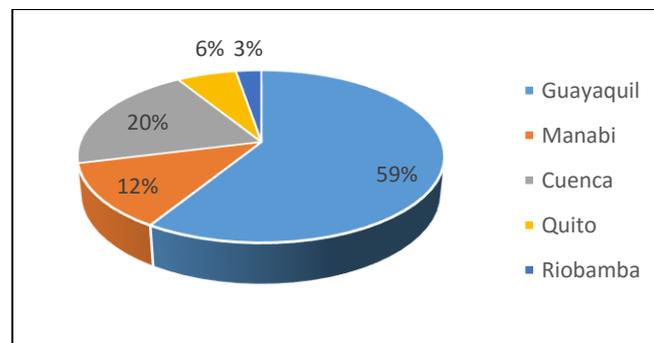


Gráfico 5-4. Procedencia de los turistas nacionales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis:

El 59% de los turistas nacionales que visitan Alausí proceden de la ciudad de Guayaquil, seguidos por Cuenca un 20%, Quito con el 6%, y un 3% de Riobamba.

Frecuencia de visita

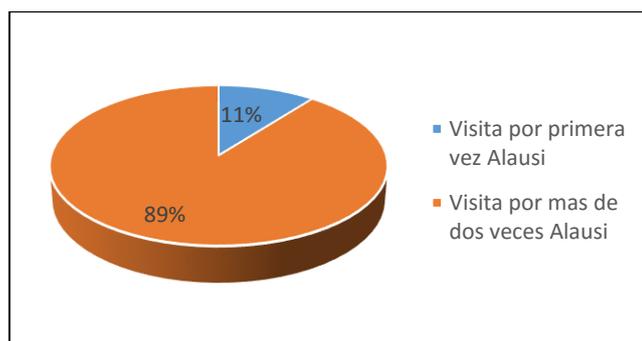


Gráfico 6-4 Frecuencia de visita a Alausí de los Turistas nacionales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: El 89% de turistas nacionales visitan Alausí por más de dos veces, un 11% lo hace por primera vez, lo cual permite determinar un importante interés de los visitantes por los productos turísticos del cantón Alausí.

Tiempo de Estadía

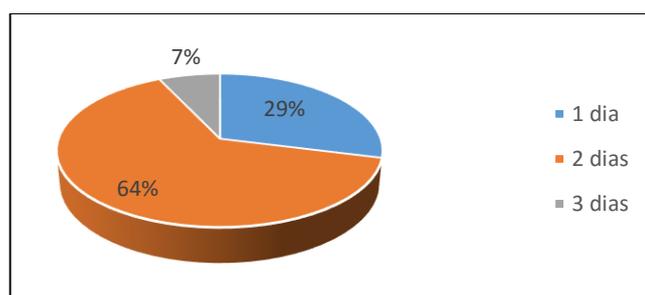


Gráfico 7-4. Tiempo de Estadía de los turistas nacionales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina

Análisis: El 64% de los visitantes permanecen en el Cantón Alausí por 2 días, el 29% por 1 día y el 7% por 3 días, se debe considerar el 64% para definir el alcance de las rutas turísticas.

Modalidad de Viaje

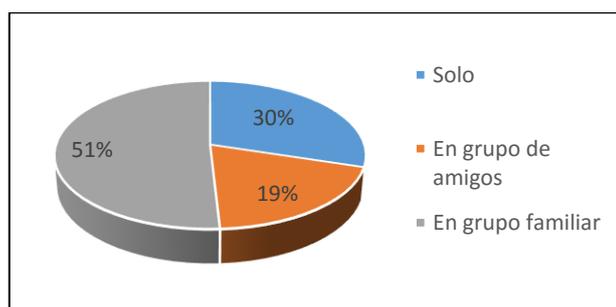


Gráfico 8-4. Modalidad de viaje de los turistas nacionales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moína, 2015

Análisis: El 51% de visitantes viajan en grupos de familia, el 30% lo hacen solos y un 19% lo hace en grupos de amigos.

Preferencia atractivos turísticos

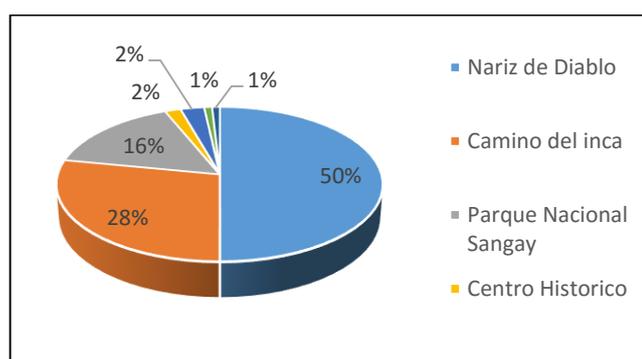


Gráfico 9-4 Atractivos turísticos visitados en el Cantón Alausí por los turistas nacionales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moína, 2015

Análisis: El sitio más visitado dentro del Cantón Alausí es la Nariz de Diablo 50%, seguido por el camino del Inca por el 28%, en tercer lugar se encuentra el Parque Nacional Sangay con el 16% y en cuarto lugar se menciona los otros atractivos turísticos con el 1% y 2%.

Actividades realizadas en el Cantón Alausí

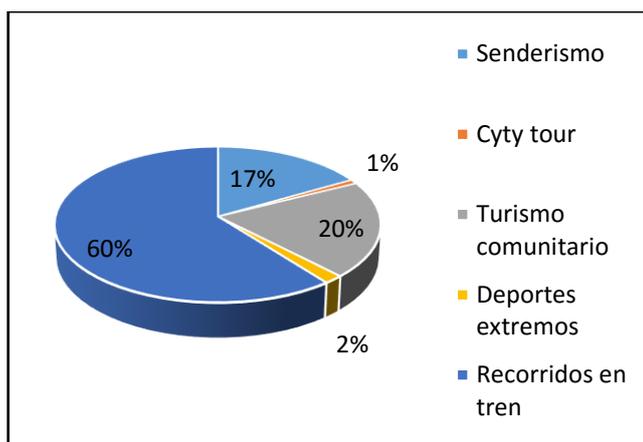


Gráfico 10-4. Actividades realizadas por los turistas nacionales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: Las actividades realizadas por los visitantes en el cantón Alausí son: Recorrido en tren 60%, turismo comunitario 20%, senderismo 17%, city tours 1%, y 2% deportes extremos, datos que nos permiten orientar el diseño de actividades turísticas en función a la demanda de los visitantes del cantón Alausí.

Organización de Viaje

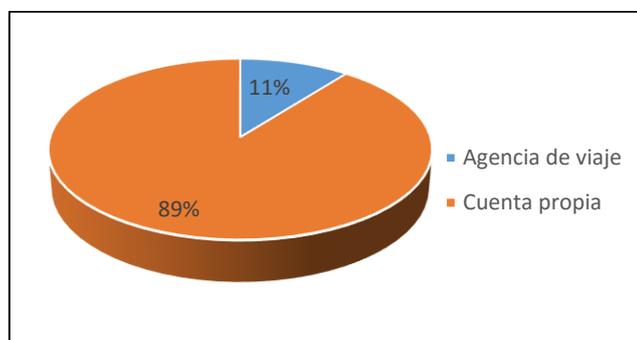


Gráfico 11-4. Organización de Viaje de los turistas nacionales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: Un 89% de los encuestados informó que organizó el viaje por cuenta propia, mientras que un 11% lo hizo a través de una agencia de viajes. Como se mencionó anteriormente la mayoría de visitantes a Alausí son ecuatorianos lo que justifica que su visita a esta ciudad lo hace de manera independiente.

Promedio de Gasto por Estadía

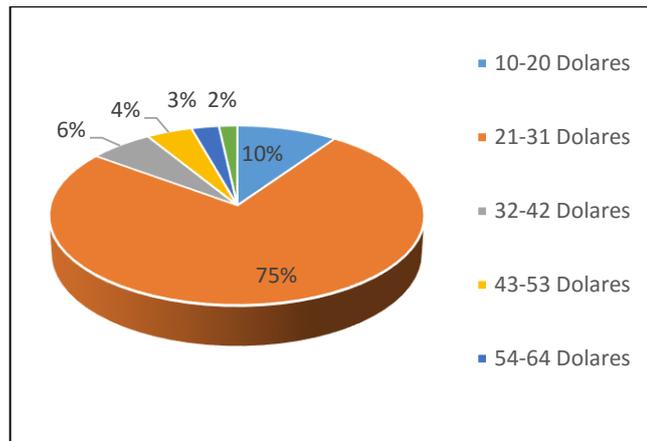


Gráfico 12-4. Promedio de Gasto por estadía de los turistas nacionales

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: De las encuestas aplicadas a los turistas nacionales, el 75% de estos mantienen un gasto que va desde los 21-31 dólares, el 10% mantiene un gasto de 10 a 20 dólares, y 4% mantienen un gasto de 43 a 53 dólares. La capacidad de gasto de los visitantes permite enrumbar el futuro costo de los posibles servicios a ser definidos.

Turistas extranjeros

Género

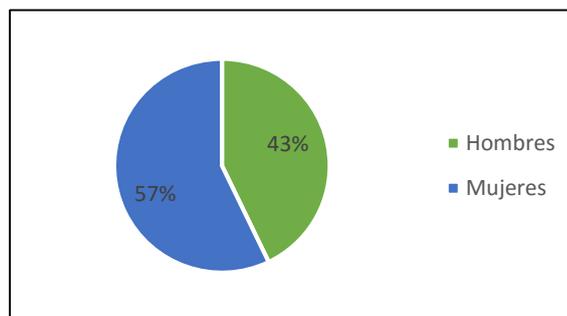


Gráfico 13-4. Género de los turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: Los turistas extranjeros que visitan Alausí, el 57% son de género femenino y el 43% son de género masculino.

Edad

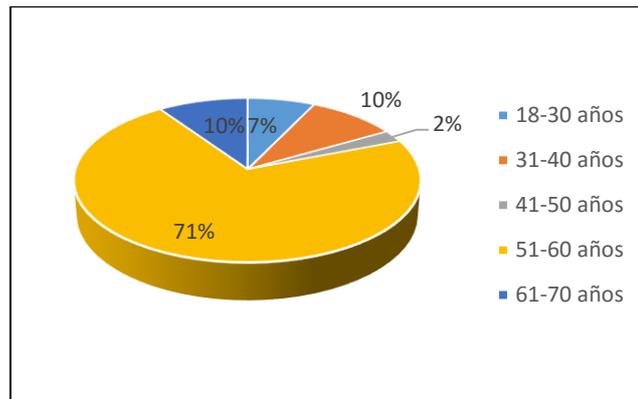


Gráfico 14-4. Rango de Edad de los turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: El 71% de visitantes extranjeros encuestados se encuentran en una edad que fluctúa entre 51 a 60 años, el 10% entre 31 a 40 y 61 a 70 años, el 7% entre 18 a 30 años, y el 2% entre 41 a 50 años.

Procedencia

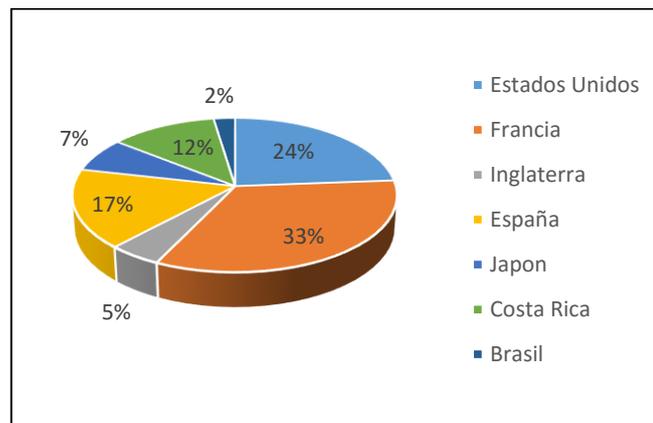


Gráfico 15-4. Procedencia de los turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: El 33% de los turistas extranjeros que visitan Alausí proceden de Francia, seguidos por Estados Unidos con el 24%, un 17% de España y un 12% Costa Rica, seguidos por otros países en menor cantidad.

Frecuencia de visita

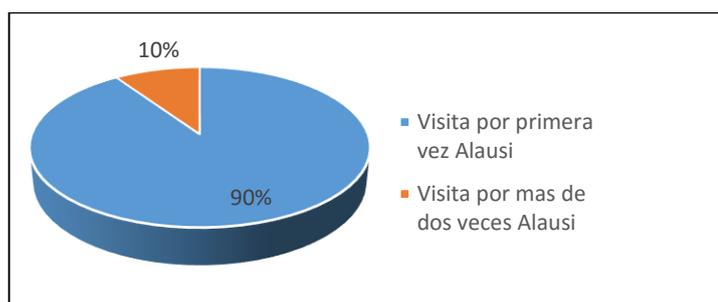


Gráfico 16-4. Frecuencia de visita a Alausí de los Turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: El 90% de turistas extranjeros visitan Alausí por primera vez, un 10% lo hace por segunda vez, lo cual permite determinar un importante interés de los visitantes por los productos turísticos del cantón Alausí.

Tiempo de Estadía

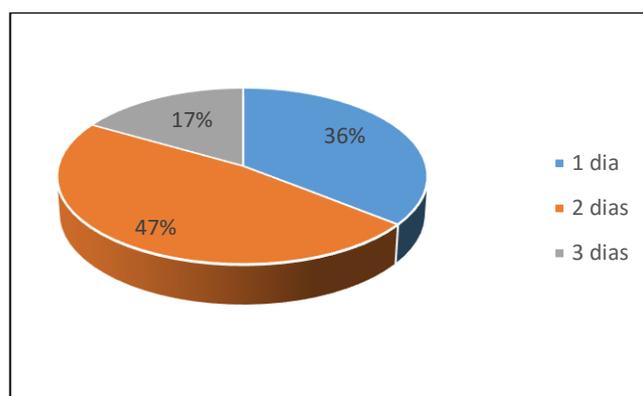


Gráfico 17-4 Tiempo de Estadía de los turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: El 47% de los turistas extranjeros permanecen en el Cantón Alausí por 2 días, el 36% por 1 día y el 17% por 3 días.

Modalidad de Viaje

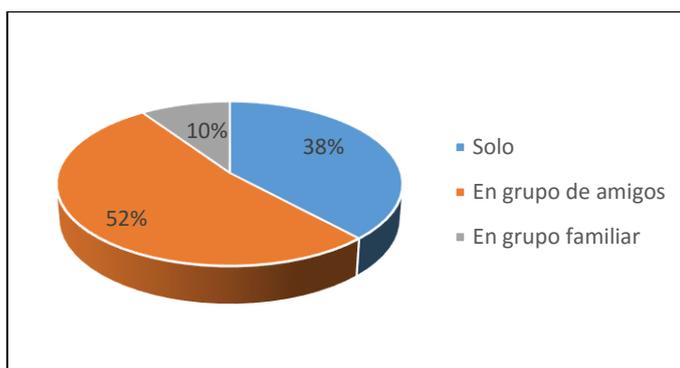


Gráfico 18-4 Modalidad de viaje de los turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: El 52% de los turistas extranjeros viajan en grupos de amigos, el 38% lo hacen en solos, mientras que el 10% restante lo hacen en grupo familiar.

Preferencia atractivos turísticos

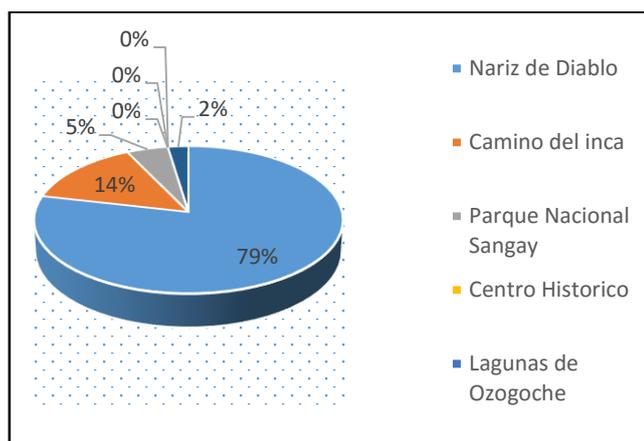


Gráfico 19-4. Atractivos turísticos visitados en el Cantón Alausí por los turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: El sitio más visitado dentro del Cantón Alausí es la Nariz de Diablo con el 79%, seguido por el camino del inca por el 14%, en tercer lugar se encuentra el Parque Nacional Sangay con el 5% y la visita a las conchas petrificadas en un 2%.

Actividades realizadas en el Cantón Alausí

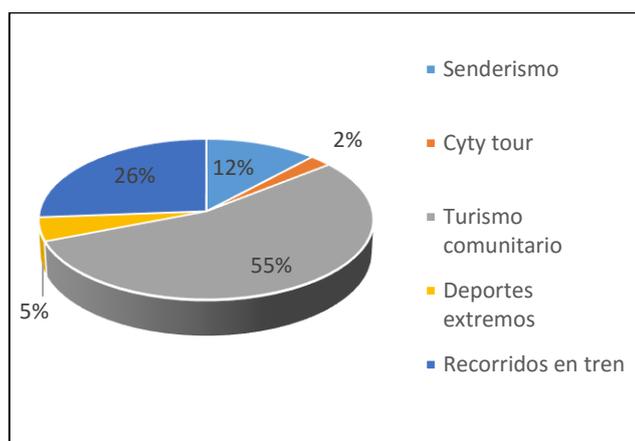


Gráfico 20-4. Actividades realizadas por los turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: Las actividades realizadas por los visitantes en el cantón Alausí son: 55%, turismo comunitario, 26% recorrido en tren, 12% en senderismo y en pequeña escalas otras actividades.

Organización de Viaje

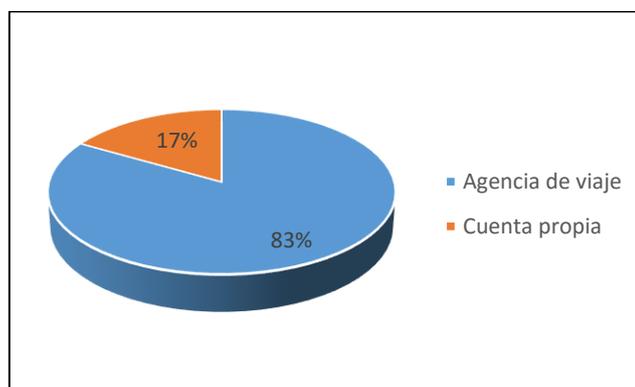


Gráfico 21-4. Organización de Viaje de los turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: Un 83% de los encuestados informan que organizaron su viaje a través de una agencia de viajes y el 17% lo hacen por su propia cuenta.

Promedio de Gasto por Estadía

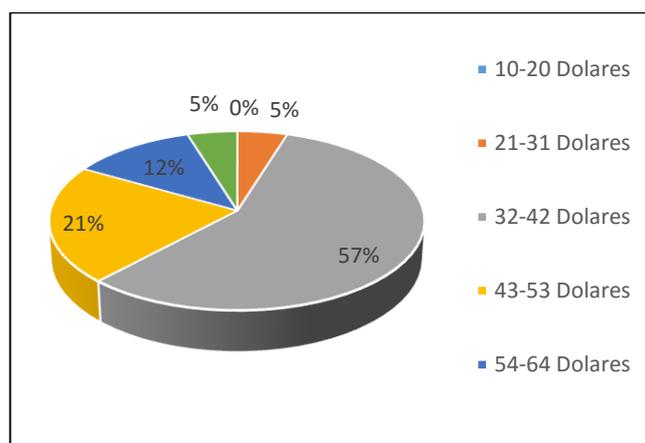


Gráfico 22-4. Promedio de Gasto por estadía de los turistas extranjeros

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis: De las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros el 57% de estos mantienen un gasto que va desde los 32-42 dólares, el 21% mantiene un gasto de 45 a 53 dólares, el 12% de 54 a 64 dólares, el 5% de 10 a 20 dólares.

Perfil de los turistas nacional

Los turistas nacionales que llegan a Alausí en su mayoría son de género masculino con un 71% , con una edad media entre 30 y 40 años de edad, provenientes de las ciudades del Guayas, Manabí, Azuay y Pichincha; ellos realizan su viajes por su propia cuenta , generalmente viajan en familia o solos, con el deseo de permanecen en el destino de dos a tres días, con un gasto promedio de 21 a 31 dólares diarios , ellos visitan Alausí por más de dos ocasiones, los atractivos que ellos prefieren conocer en el destino Alausí son: Nariz del Diablo, Camino del Inca y Parque Nacional Sangay con la realización de actividades como recorrido en tren, turismo comunitario y senderismo. La mayoría de visitantes se han enterado acerca de los atractivos turísticos por recomendación de amigos o familiares.

Perfil del turista extranjero

El cantón Alausí recibe turistas extranjeros de entre 30 a 50 años que presentan el 71%, proveniente de: Estados Unidos de Norte América, Francia, Australia, Reino Unido y

España. Sus viajes son organizados por agencias de viaje, en su mayoría visitan Alausí por primera vez, solos o acompañados de amigos, entre las principales motivaciones que les hace visitar Alausí es: la Nariz del Diablo y el Camino del Inca, durante sus recorridos ellos prefieren realizar actividades como: turismo comunitario, senderismo, recorrido en tren (aventura). El 48% permanece en el destino de 2 a 3 días con un gasto promedio de 32 a 42 dólares diarios. La mayoría de visitantes se han enterado acerca de los atractivos turísticos por recomendación de amigos o familiares.

4.1.3 Relación de la Actividad Turística Comunitaria desde lo Parroquial hasta lo Cantonal y Provincial

4.1.3.1 Incidencia de los Servicios Turísticos

Servicio de Alimentos y Bebidas

Según el catastro del Ministerio de Turismo en la Provincia de Chimborazo se encuentran registrados un total de 393 establecimientos de alimentación entre fuentes de soda, restaurantes y bares, del total el 4.58% (18) se encuentran registrados en el Cantón Alausí, el nivel de incidencia desde lo parroquial hacia lo cantonal en torno del servicio es de 5.55%, mientras que desde lo parroquial a lo provincial es de 0,25%. Evidentemente el único establecimiento de alimentos y bebidas en la parroquia es la cafetería del Centro de turismo Comunitario de Tolve

Servicio de Hospedaje

En la provincia de Chimborazo se encuentran registrado bajo el Ministerio de Turismo un total de 160 establecimientos de hospedaje entre hostales, pensiones, hoteles, hoteles residencia, cabañas, moteles, albergues; de estos el 10.63% (17) se registra en el Cantón Alausí, el nivel de incidencia desde lo parroquial hacia lo provincial y cantonal es de 0% puesto que en la parroquia Pistishí no existe ningún establecimiento de hospedaje.

4.1.3.2 Centros de Turismo Comunitario

Para el 2010 la provincia de Chimborazo contaba con 8 Centros de Turismo Comunitario, entre ellos están el Achik Ñan, Casa Cóndor, Razu Ñan, Killa Pakari, UCASAJ, Visión Futura, Guagualla, Sumak Kawsay, Nizag y desde hace 4 años se encuentra operando de manera legal el CTC Tolte de la parroquia Pistishí.

Bajo un sondeo respecto a los Centros de Turismo Comunitario en la provincia de Chimborazo se muestra que no existe mayor diferencia entre los productos los CTC u OTC, sin embargo se ha logrado identificar a la Organización de Turismo Comunitario Casa Cóndor como una de la precederás organizaciones cuyo producto turístico tiene una representativa demanda nacional e internacional. Entre sus ventajas competitivas son: la ubicación de esta con respecto a la ciudad de Riobamba, en cuanto al servicio hospedaje y alimentación sobresale la tipología, el material utilizado y la capacidad de estos servicios, también sobresalen la disponibilidad de paquetes turísticos, la cercana ubicación de esta organización con respecto al volcán Chimborazo y el bosque de Polylepis atractivos de interés internacional.

4.2 Aspecto Administrativo, Operativo y Comercial de la Actividad Turística

4.2.1 Aspecto Administrativo

La sostenibilidad del proyecto depende de muchos factores endógenos y exógenos propios de la naturaleza de la actividad turística comunitaria. Uno de esos factores es el relacionado con el manejo empresarial del negocio, para lo cual la estructura para el efecto, debe ser desarrollada, tomando en cuenta no solo la forma tradicional de gestión de las actividades productivas sociales, culturales, sino sobre todo la introducción de una cultura empresarial que permita diferenciar y no confundir los roles de la organización comunitaria que son ante todos políticos y sociales, con los de la actividad turística, donde son calves las acciones que se desarrollan a partir del proceso y funciones administrativas.

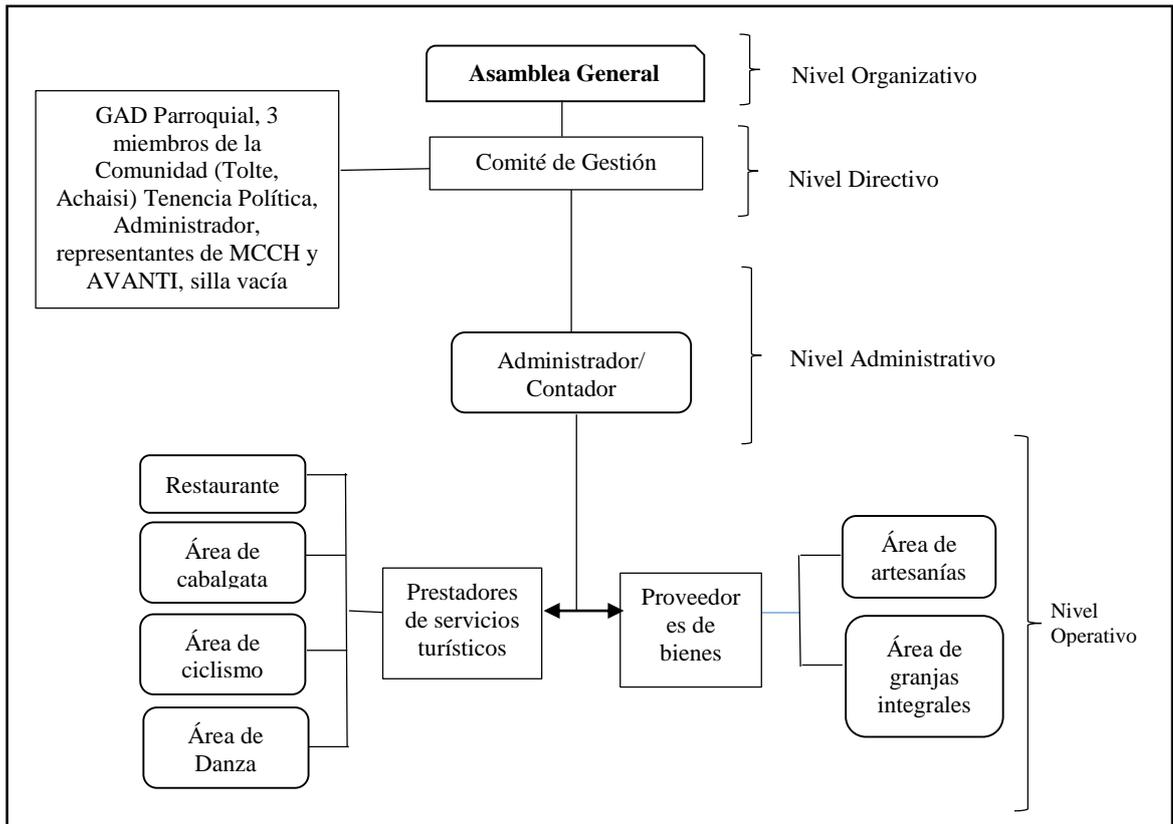
De acuerdo al análisis administrativo legal de la empresa de turismo comunitario Pistishí se determinó que es una empresa con personería jurídica denominado “Centro de Turismo Comunitario Tolte- Pistishí” legalmente registrada por el Ministerio de Turismo.

Las actividades turísticas son realizadas y comercializadas de manera directa por la comunidad dentro de su jurisdicción, lo cual resta su rol al respecto a la empresa, cuya finalidad es administrar los factores productivos que dan como resultados la comercialización asociativa del producto de Turismo Comunitario Tolte, para lo cual se ve necesario el fortalecimiento asociativo y productivo de servicios turísticos, que garanticen un comercio justo bajo con principios de economía social y solidaria y que contribuya a mejorar de la calidad de vida de los comuneros y comuneras.

El manejo administrativo de la empresa está a cargo de un administrador que es elegido en la asamblea comunal, misma que se encarga de coordinar con los responsables de cada una de las áreas para la prestación de los servicios a las y los turistas. La propia naturaleza del administrador, se ve ya limitada a la autoridad política comunitaria, lo cual reduce el ámbito en el cual debe tomar decisiones acordes a la señales del mercado y desarrollo planificado del giro del negocio turístico comunitario.

Estas debilidades que son el escenario donde se efectúa una gestión dual (comunidad – empresa) se evidencia en la estructura desarrollada para el proyecto por la comunidad con la asesoría de los cooperantes, municipio y otros organismos y personas que tiene incidencia, traducido en el siguiente organigrama elaborado a partir de Niveles de gestión:

Gráfico 23-4. Organigrama Estructural vigente del centro de Turismo Comunitario Tolte-Pistishí



Fuente: Modelo de Gestión del Centro de Turismo Comunitario Tolte –Pistishí, 2009, p.19)

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Para tener una idea de cómo opera cada nivel, se resume las actividades en lo siguiente:

Nivel Organizativo

Representada por la Asamblea General que está conformada por socias y socios legalmente afiliados a la comunidad Tolte, quienes a su vez conforman la parroquia Pistishí, bajo los mismos principios y fines. A la vez es el máximo organismo de representatividad y quien toma las decisiones y define las políticas y los objetivos para la administración adecuada del proyecto comunitario.

Comentario: Es el mismo procedimiento tradicional, lo lógico sería si este organismo de gobierno, se apoye en las recomendaciones técnicas e informes de los otros niveles de gobierno empresarial asociativo (comunitario), para que sus decisiones se vean fundamentadas y respaldadas para orientar las políticas de la actividad en función de las oportunidades que le da el mercado.

Nivel Directivo

Órgano técnico de administración, gestión y fiscalización, dependen en gran medida de lo acertado de sus decisiones, y la objetividad y eficacia de su fiscalización sobre la gerencia del emprendimiento.

En el nivel gozan de la facultad para reunirse cada mes y las veces que ellos dispongan para tratar asuntos de carácter de operatividad, coordinación y funcionamiento del emprendimiento de turismo comunitario, está conformado por un representante del GAD parroquial, 3 miembros de la Comunidad (Tolte, Achaisi), un representante de la Tenencia Política, un Administrador, un representantes de MCCH, AVANTI y la silla vacía

Comentario: La conformación de este nivel no es técnica, es política, por ello le será difícil procesar de manera objetiva todos los insumos que requiere la Asamblea para definir planes, políticas y estrategias y para el nivel administrativo, transmiten decisiones no acordes con la realidad del producto, del mercado y de los procesos que se requieren para comercializarlos.

Nivel Administrativo

Desempeña el papel de supervisor y fiscalizador en la operatividad de los servicios turísticos, bajo los principios y políticas establecidos por la Asamblea General, para garantizar la calidad del producto turístico ofertado. A demás vela por el mantenimiento y cuidado de la infraestructura, bienes y sitios de interés concernientes al emprendimiento de turismo comunitario Tolte, manteniendo un permanente control de calidad y abastecimiento oportuno de materia prima e insumos.

Comentario: Este nivel de acuerdo a lo detallado, pasa por un problema de confusión de roles, ya que no puede ser juez y parte, es decir administrar y a la vez fiscalizar, su rol es a través del proceso y funciones administrativas, logará resultados social, económico y ambientalmente rentables, posicionado al negocio en el ámbito provincial, nacional e internacional, pero aquello puede no ser por las descripciones que se dan de los niveles de gestión detallados anteriormente.

Nivel Operativo

Conformado por socios de la comunidad que laboran en la prestación de servicios turísticos, cada área tiene un responsable para garantizar a través de su trabajo, una experiencia satisfactoria en los visitantes y turistas.

Comentario: Si la empresa no cuenta con una nómina estable no es posible generar resultados positivos. Si bien socialmente puede ser justificable que todos los socios participen, lo cual no garantiza la posibilidad de especializar a los propios miembros de la comunidad para la prestación de servicio, no todos están en condiciones de garantizar un trabajo de calidad, por ello la comunidad tiene actividades que complementan al turismo comunitario y allí cada socio debe tener un rol definido, es decir todos de alguna manera intervienen pero al nivel que les corresponda.

Sistematizando el análisis y comentarios efectuados, es importante concluir en esta parte, que la estructura con la cual trabajan la prestación del servicio y producto turístico, es un híbrido que recoge lo que es la estructura comunitaria, parroquial, y los GAD's con el tema de la silla vacía ajena al propio proceso empresarial, donde el comité de gestión por su conformación es más político que técnico y las actividades más se define como parte de la estructura comunitaria, por ello incluso las cuentas se verán confundidas y provocarán problemas a la hora de auditarlas.

La estructura carece de un organismo contralor o auditor, que es fundamental en una empresa solidaria, pues allí si es donde se dimensiona el control social, en la que la comunidad podría ser parte importante.

4.2.1.1 Planteamiento de la nueva estructura administrativa para la gestión operativa del Centro de Turismo Comunitario Tulte –Pistishí.

La sociedad estará legalmente constituida como una Empresa Turística de Base Comunitaria, registrada por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), en el ámbito de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (Art.8).

En el análisis anterior se determinan puntos críticos en el proyecto, lo cual induce a proponer alternativas de solución mediante la implementación de planes, programas y proyectos enmarcados en la planificación de gestión estratégica que garantizará la sostenibilidad en el territorio.

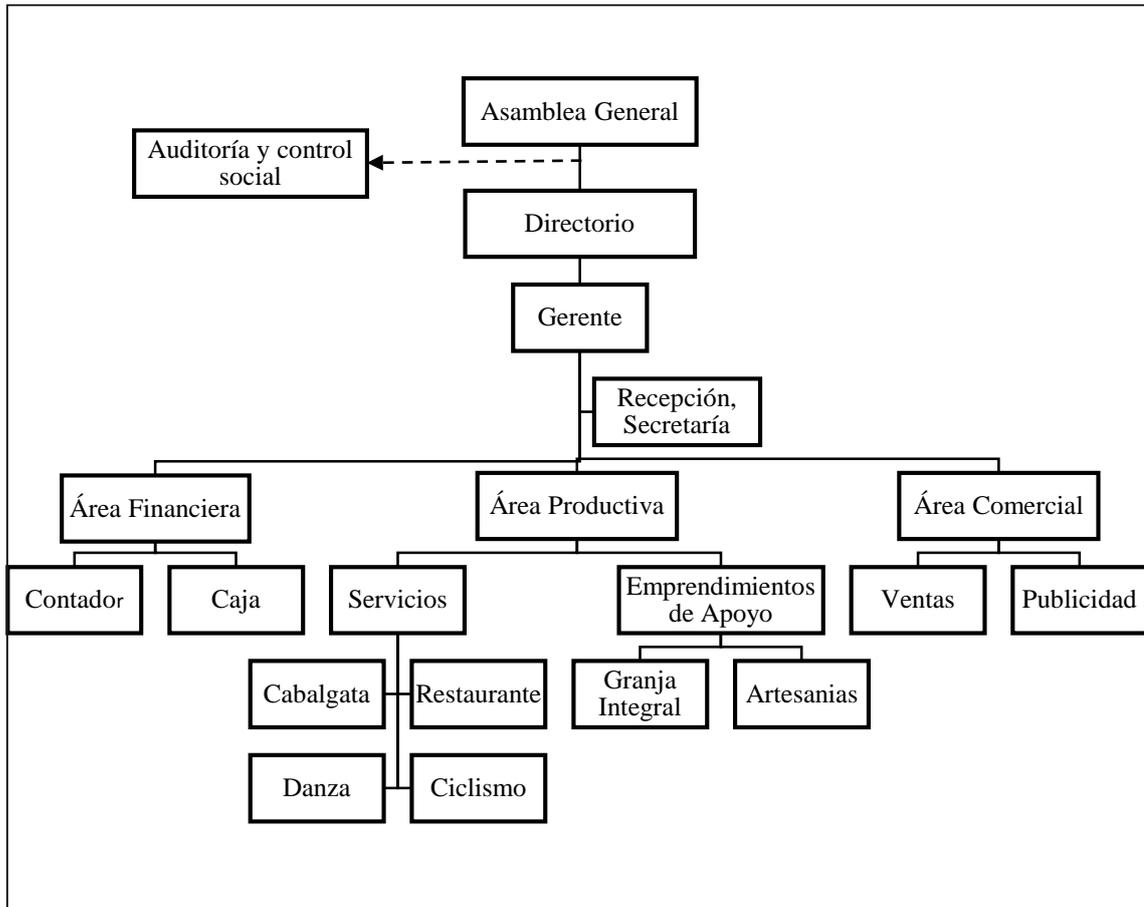
La comunidad es considerada como la base fundamental para el desarrollo de la actividad turística con enfoque empresarial, permitiendo mejorar la productividad y competitividad del negocio turístico,

Como parte específica para un manejo eficiente, la administración se debe considerar los siguientes aspectos: a) planificación, b) organización, c) comunicación y por último, d) el control de la gestión aplicando la administración y concretar los objetivos y fines planteados con los que fue creado.

Por lo cual se propone un nuevo modelo de administración en base al siguiente organigrama estructural, que permitirá mayor efectividad y eficiencia en los procesos y por ende generará la sostenibilidad económica y social.

La propuesta del organigrama estructural es la siguiente:

Gráfico 24-4. Organigrama Estructural propuesto para el centro de Turismo Comunitario Tolte- Pistishí



Elaborado por: Silvia Moina, 2015

El centro turístico comunitario Tolte Pistishí” adoptará una estructura organizacional con jerarquías, rangos y autoridades, con la finalidad de establecer funciones y responsabilidades claras.

Descripción de Funciones

Las funciones están distribuidas por cada proceso del centro turístico comunitario Tolte- Pistishi.

La Estructura Orgánica del centro turístico está conformada por las siguientes áreas administrativas:

- a. Asamblea General (socios)
- b. Directorio
- c. Auditoría y Control Social

d. Gerencia

Este organigrama está fundamentado en que los accionistas o socios son la base principal del proyecto, de lo que se desprende que ellos son la máxima autoridad, manteniendo una relación directa, con los profesionales que son la parte de apoyo o asesoría.

De la Asamblea General se elegirá a los Vocales que integren el directorio y el organismo del control social y auditoría de la empresa.

El Directorio estará conformado por cinco vocales principales con sus respectivos alternos, de allí se elegirá al Presidente del Directorio que es también el Presidente de la empresa.

La asamblea además elegirá a tres vocales principales con sus respectivos suplentes, que conformará el organismo de control social o auditor de la empresa, cuyas decisiones son totalmente independientes de los organismos de gobierno y gerencia de la empresa y por tanto vinculantes.

En el ámbito administrativo el Gerente será el representante legal y quien administre el centro turístico, ya que esta empresa debe responder a un modelo gerencial administrativo y económico que permita generar la sostenibilidad económica a mediano plazo.

El avance y desarrollo de la Empresa Turística de Base Comunitaria, depende de una acción gerencial que profundice de manera técnica y dinámica la actividad con los productos y servicios turísticos existentes para asegurar un turista satisfecho y con ello un crecimiento sostenido del mercado, hecho que en la actualidad se nota difícil, debido a que el proyecto es administrado directamente por el presidente de la comunidad.

Es fundamental también que el gerente cuente con habilidades en comunicación y empatía, planeación y administración, pensamiento estratégico, globalización, manejo de personal y liderazgo para que sea eficaz en sus labores gerenciales.

El Gerente es el responsable de los resultados del giro del negocio turismo comunitario, por tanto de su capacidad dependerá el éxito de la organización y la asesoría técnica para

que los organismos de gobierno compacten sus decisiones fundamentadas en la ejecución del proceso y funciones administrativas.

Es fundamental aclarar que la empresa debe desarrollar la desagregación técnica del contenido de la estructura empresarial propuesta que no es si el propósito final de esta investigación, pues se está dotando de las ideas y herramientas técnicas para que el proyecto sea sostenible y sin desarrollo de la variable empresarial, esto no será posible.

4.2.2 Aspecto Operativo

4.2.2.1 Procesos operativos

Básicamente el proceso operativo es el trabajo de cada una de las áreas, es decir son los procesos que el CTC realiza para operar y funcionar como tal.

4.2.2.2 Análisis FODA de los servicios turísticos

La parroquia posee diferentes servicios e instalaciones que pone a disposición del turista para su confortable estadía.

Tabla 14-4 FODA de los servicios turísticos

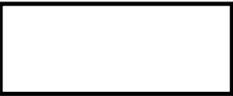
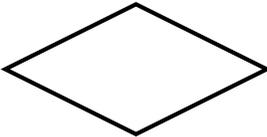
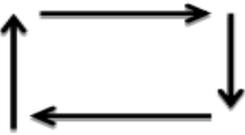
| ÁMBITO INTERNO | ÁMBITO EXTERNO |
|---|---|
| <p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad de la gente • Variedad de servicios (alimentación, cabalgata, ciclismo). • Buenas vías de accesos | <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del estado y ONGs para nuevas capacitaciones. • Generador de fuentes de trabajo. • Difusión e intercambios culturales. • Incremento del flujo turístico • Incrementar nuevos servicios turísticos. • Mejorar la calidad de vida. |
| <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios básicos insuficientes • Deficiente atención al cliente • Limitada capacitación para producir artesanías. • Falta de una visión de negocios y cultura empresarial. • Poca consolidación y diversificación de los productos turísticos. • Deficientes estrategias de comercialización y posicionamiento de su producto turístico en el mercado | <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presencia de fenómenos naturales. • Falta de apoyo y orientación en trámites legales por parte de las entidades gubernamentales. |

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

4.2.2.3 Flujogramas de procesos

El flujograma es un método útil para delinear y mostrar todo lo que está sucediendo en un proceso, puede ser aplicable a todo trabajo, en cualquier parte del mundo sea lo que fuere.

Tabla 15-4 Símbolos de Flujogramas

| SÍMBOLO | SIGNIFICADO |
|---|--|
|  | El símbolo de actividades es un rectángulo, que designa una actividad. Dentro del rectángulo hay una breve descripción de la actividad. |
|  | El símbolo de decisión es un rombo, que señala el punto en el que hay que tomar una decisión, a partir del cual, el proceso se ramifica en dos o más vías. La vía tomada depende de la respuesta a la pregunta que aparece dentro del rombo, cada vía se nombra según la respuesta a la pregunta. |
|  | El símbolo terminal es un rectángulo redondeado, que identifica, sin ninguna ambigüedad, el principio o el final de un proceso, según la palabra dentro del terminal. "Comienzo o Principio" se utilizan para designar el punto de partida del flujo de un proceso; "Parada o Fin" se utilizan para designar el fin del Flujo de un proceso. |
|  | La línea del Flujo representa una vía del proceso, que conecta elementos del proceso, actividades, decisiones y así sucesivamente. La punta de flecha sobre la línea de flujo indica la dirección del flujo del proceso. |

Fuente: Sandoval, 1995. Calidad y Participación Reingeniería de Procesos

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

A continuación se plantea los flujogramas de procesos de los servicios ofertados según el análisis de los servicios que ofertan.

Flujograma de proceso del servicio de restaurante

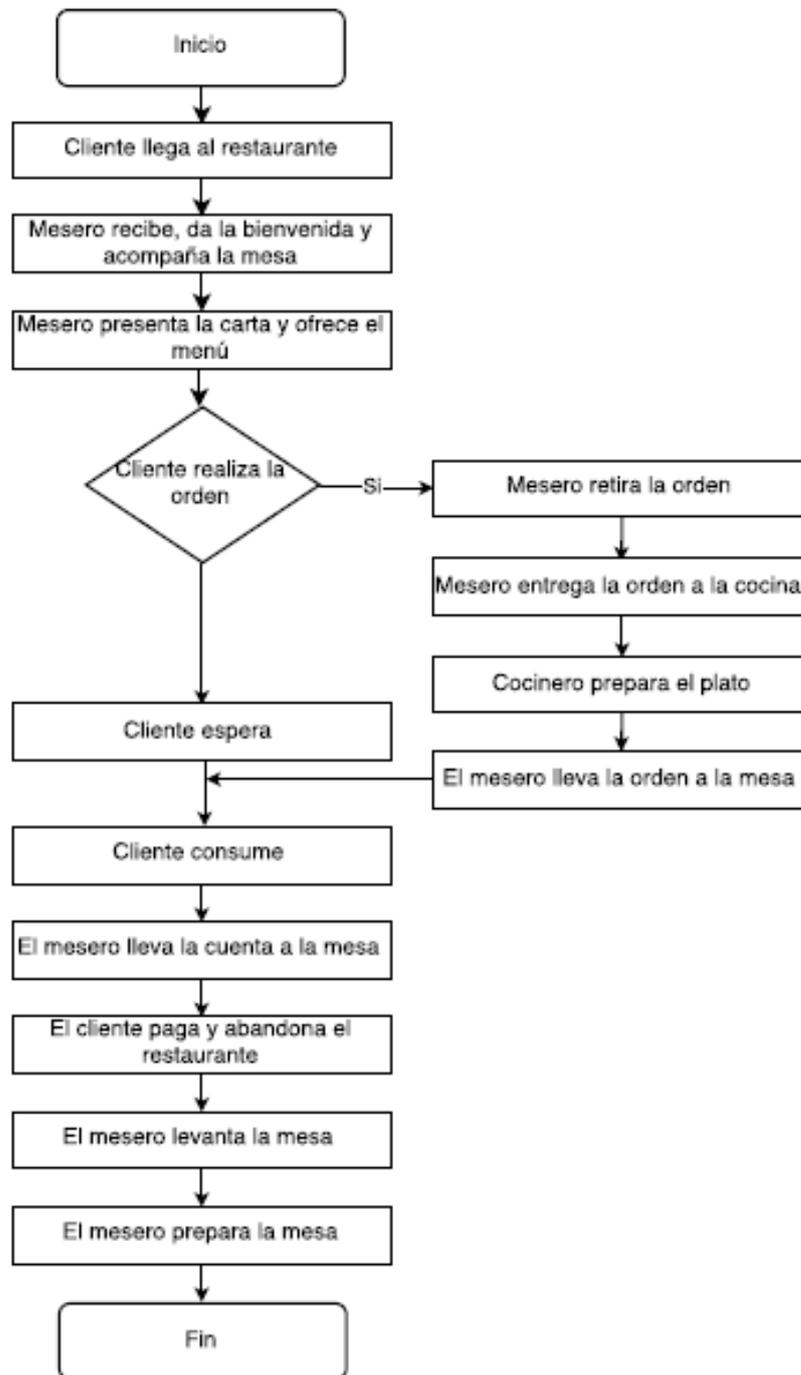


Gráfico 25-4. Proceso de servicio de restaurante
Elaborado por: Silvia Moinal, 2015

Flujograma del proceso de servicio de cabalgata

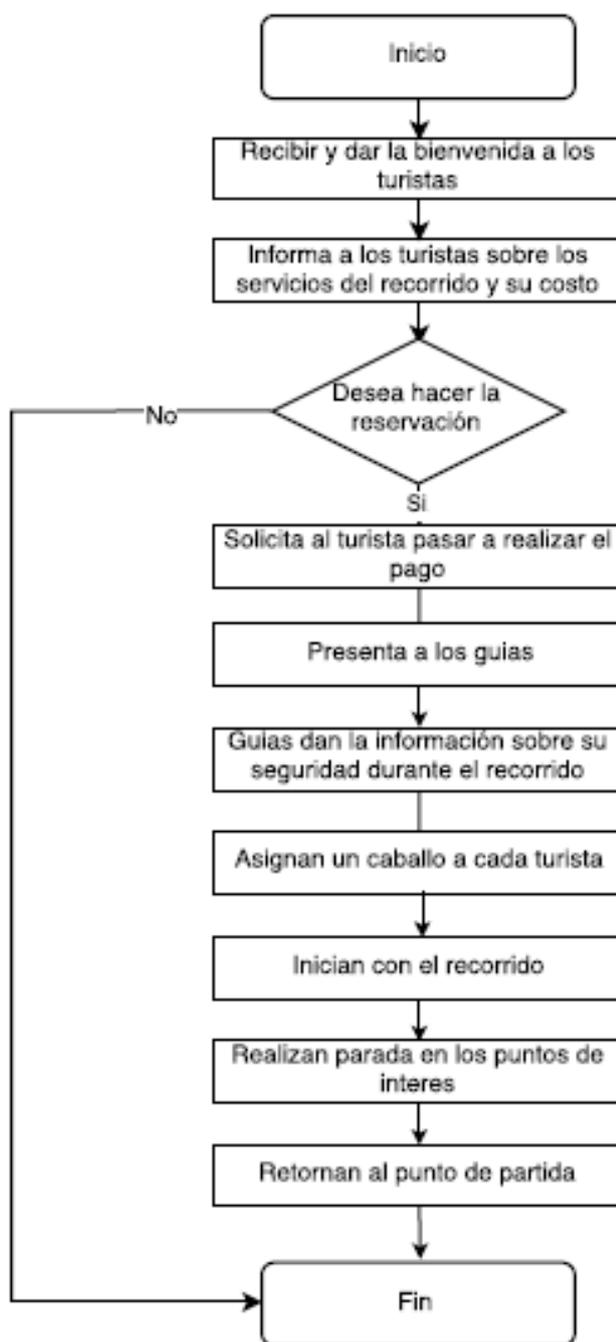


Gráfico 26-4. Proceso del servicio de cabalgata
Elaborado por: Silvia Moína, 2015

Flujograma del proceso de servicio de guianza en las granjas integrales

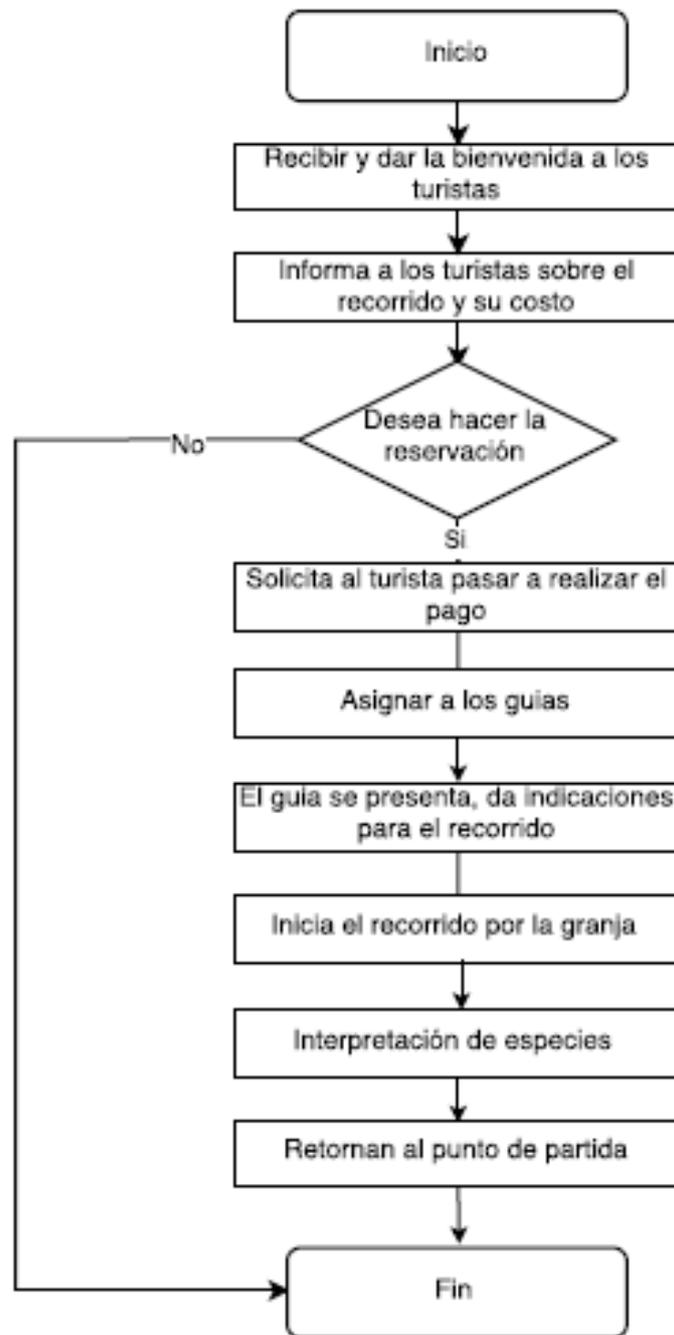


Gráfico 27-4 Proceso del servicio de guianza en las granjas integrales

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Flujograma del proceso del servicio de guianza.

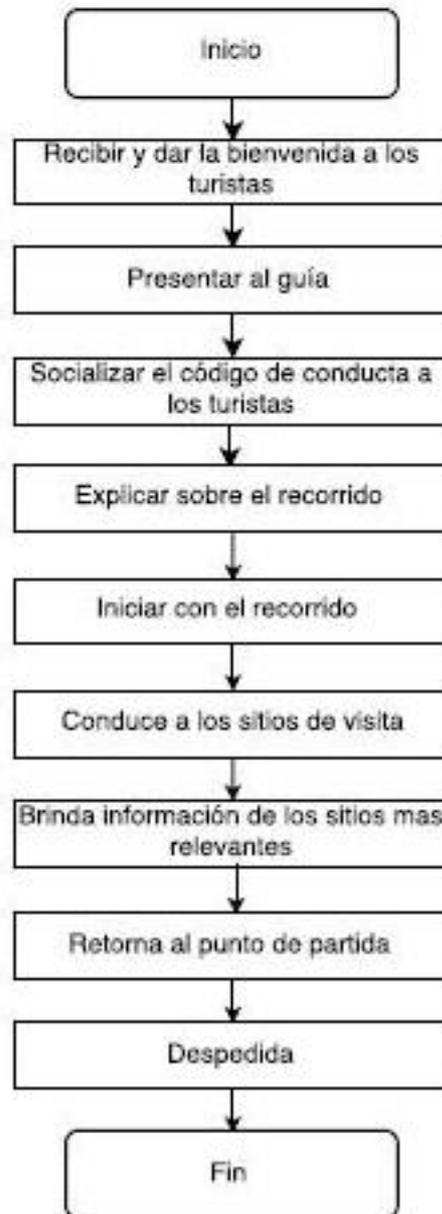


Gráfico 28- 4. Proceso del servicio de guianza
Elaborado por: Silvia Moina, 2015

4.2.3 Aspecto Comercial

Hace referencia al mercado turístico de incidencia en el territorio, por lo que es necesario analizar, comprender y dar seguimiento permanente a las oportunidades y amenazas del mercado y del entorno, así como el posicionamiento competitivo del producto turístico en los diferentes mercados y segmentos de clientes potenciales.

4.2.3.1 Descripción de los tipos de mercado

La parroquia Pistishí, por su ubicación privilegiada, junto a la montaña Nariz del Diablo y los recursos naturales y culturales con los que cuenta, sus autoridades han buscado fortalecer la actividad turística en la parroquia, ofreciendo servicios turísticos de tipo comunitario, ecológico y de aventura al mercado turístico nacional y extranjero, cuya finalidad es promover el turismo en la parroquia para que sus habitantes generen ingresos económicos por la prestación de servicios turísticos y de esa manera mejoren su calidad de vida.

4.2.3.2 Tamaño del mercado global

El mercado global considerado en este estudio es el total de turistas que viajaron en tren en la ruta Alausí - Nariz del Diablo- Alausí, durante el año 2014. De acuerdo al registro de venta de boletos realizados por la Empresa Pública de Ferrocarriles del Ecuador Filial Sur en la Estación del tren de Alausí, es 66707 turistas, de los cuales 48696 (73%) son nacionales y 18011 (27%) son extranjeros; se consideró también la demanda local que visitó la parroquia Pistishí durante el año 2014 de acuerdo al registro del Centro de Turismo Comunitario, que es de 1440 turistas, dando un mercado global de 68147 turistas, locales, nacionales e internacionales.

Tabla 16-4 Mercado Turístico Global

| DESCRIPCION | MERCADO GLOBAL |
|-----------------------|----------------|
| Turistas Extranjeros | 18011 |
| Turistas Nacionales | 48696 |
| Población Local | 1140 |
| Demanda Global | 68147 |

Fuente: EPFE, 2014

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

4.2.3.3 Mercado Turístico de la Parroquia Pistishí

De acuerdo al registro del Turistas del Centro de Turismo Comunitario Tolte- Pistishí (2014), se evidencia que la demanda turística potencial de Pistishí se concentra en tres mercados turísticos importantes como son: mercado nacional (Cuenca, Guayaquil Riobamba), mercado internacional (Estados Unidos, Francia y España), seguido por el tercer mercado que es la población local de Chunchi y Alausí.

4.2.3.4 Proyección de la demanda turística

Para la proyección de la demanda potencial se considera el porcentaje de los turistas tanto nacionales como extranjeros interesados en visitar el centro de turismo comunitario de acuerdo al análisis del estudio de mercado del producto turístico Tolte Pistishí.

Tabla 17-4 Proyección de la demanda

| | |
|----------------------|-------------------------|
| Turistas Nacionales | $(48696*94)/100=45774$ |
| Turistas Extranjeros | $(18011*63)/100= 11347$ |

Fuente: Castillo, 2014

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Luego se procedió a proyectar la demanda a 5 años utilizando la fórmula del incremento compuesto tomando en cuenta el índice de crecimiento poblacional en el 2009 que es de 1.6 % de acuerdo a datos generados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

C_o = Demanda potencial (45774 Nacionales); (11437 Extranjeros)

i = Incremento anual de crecimiento poblacional: (1.6 %)

n = El año a proyectarse (1–5)

Tabla 18-4 Demanda turística proyectada

| PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL | | | | |
|------------------------------------|------|---------------------|---------------------|---------------|
| Nº | AÑO | TURISTAS NACIONALES | TURISTA EXTRANJEROS | DEMANDA TOTAL |
| 0 | 2014 | 45774 | 11347 | 57121 |
| 1 | 2015 | 46506 | 11528 | 58034 |
| 2 | 2016 | 47250 | 11713 | 58963 |
| 3 | 2017 | 48006 | 11900 | 59906 |
| 4 | 2018 | 48775 | 12090 | 60865 |
| 5 | 2019 | 49555 | 12284 | 61839 |

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

4.2.3.5 Posicionamiento del producto turístico

Kotler (1997) define el posicionamiento del producto, como el lugar que ocupa el producto turístico en la mente del consumidor atendiendo a un número de atributos fundamentales, los cuales pueden ser tangibles o intangibles.

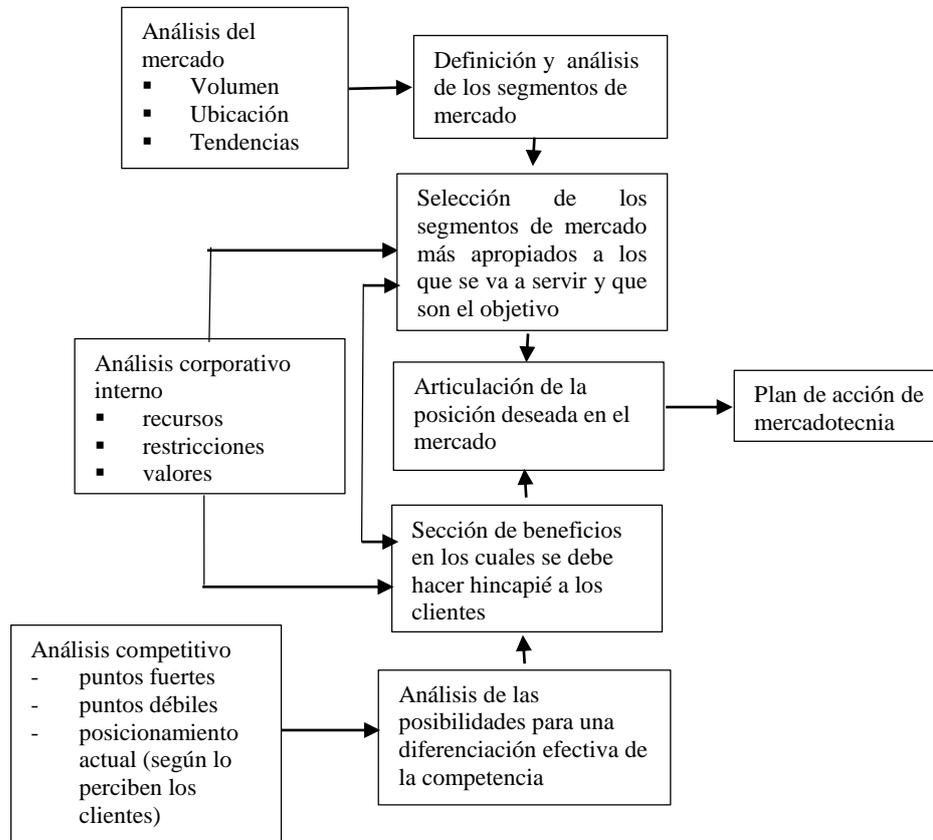
El centro de Turismo comunitario Tolte –Pistishí para posesionar el producto turístico comunitario en el mercado objetivo, ha considerado una serie de “políticas y prácticas”, que han permitido generar la estrategia operativa del producto.

Para ello han generado una marca turística que pretende reflejar la utilidad o beneficios percibidos por la práctica de la actividad turística en el territorio de Pistishí.



Fuente: Castillo, 2014

4.2.3.6 Estrategias de Posicionamiento



Fuente: Christopher Lovelock (1997, p.38)

Elaborado por: Silvia Moína

El producto turístico Tolte- Pistishí, para posicionarse en el mercado deberá adoptar una estrategia de diferenciación cuya meta será ofertar servicios con cualidades distintivas, es decir:

- Importantes para el comprador.
- Que se diferencien de la competencia
- Someter la demanda a la oferta.

Los recursos necesarios para implementar esta estrategia serán:

- Inversión y habilidad en marketing operativo (publicidad).
- Capacidad de analizar y anticipar la evolución de las necesidades del mercado.

Estrategia Operativa .- Con el objeto de obtener ventajas competitivas sobre la competencia, y considerando que la misión de la organización es el de impulsar la

participación comunitaria con identidad local para lograr el desarrollo turístico comunitario, comercial y humano; se adoptará una combinación de estrategias basadas en la calidad y flexibilidad, la primera implica que se obtendrá una ventaja competitiva maximizando la calidad, esto implicará en muchos casos precios superiores a los de la competencia, en segundo término se incluye la flexibilidad, con la cual se mejorará la competitividad intentando personalizar los servicios ofrecidos.

Estrategias Financieras.- La estrategia financiera permitirá generar réditos para los socios, para lo cual se debe considerar las siguientes metas:

- Bajos costos de operación.
- Bajo costo de capital, financiando el uso de recursos a las tasas más bajas posibles.
- Optimo uso de la infraestructura instalada.
- Eficiente uso de las ventajas competitivas
- Aplicación de las ventajas tributarias propias de este tipo de proyecto.

4.3 Dinámicas socio-culturales, económicas y ambientales en el desarrollo comunitario

4.3.1 Análisis de la experiencia

La parroquia Pistishí , creada el 24 de abril de 1944, mediante Acuerdo Ejecutivo No. 2.465, por el Concejo Municipal de Alausí, mediante ordenanza emitida por el presidente el señor N. A. Velasco C. y conformada por dos comunidades: Tolte y Achaisi, con una población aproximada de 345 habitantes de nacionalidad indígena y mestiza, inician la actividad turística en el año 2011 con la finalidad de que el turismo se convierta en una nueva fuente de ingresos económicos para las familias de la localidad; desde sus inicios Pistishí ha sido una población sumergida en la pobreza (95% NBI) y abandonada por parte de sus autoridades, acarreando una serie de problemas especialmente de desnutrición.

El 78% de la PEA, se dedicaba a la producción agrícola; siendo sus principal fuente de ingresos económicos y por consiguiente de subsistencia familiar, los productos que cultivan garantizan la seguridad y soberanía alimentaria mismos que sirven para el auto

consumo y el excedente para la comercialización, posesionándose así en los mercados locales por el mínimo uso de químicos y prácticas de producción orgánica.

En el ámbito cultural; la vestimenta tradicional femenina era pollera bordada, blusa blanca bordada a mano, chalina de diferentes colores con preferencia verde y sombrero de paño blanco, mientras que los hombres se vestían con pantalón de tela de color negro tejido en lana de borrego, poncho de diferentes colores tejidos en telares, camisa blanca, bufanda y sombrero de paño blanco.

Sus tradiciones eran propias que marcaban claramente su identidad, con conmemoraciones y celebraciones muy organizadas y populares, una de las máximas expresiones era el tradicional festejo del carnaval, que más allá de la forma de festejar o llevar a cabo esta celebración, tenía un propósito, agradecer a la madre tierra por los productos proporcionados. Estas celebraciones eran entonadas con instrumentos propios como el rondador, acordeón, tambor y la bocina, transmitiendo así las alegrías y tristezas de su gente; otras de las tradiciones festivas es la Navidad y las fiestas patronales en homenaje a San Marcial patrono de la comunidad, mismas que se mantiene hasta la actualidad.

Finalmente a inicios de la década de los ochenta se produce el fenómeno migratorio en la comunidad, hacia países del norte, esto ha provocado el abandono de los hogares, y como consecuencia la desunión familiar, y sobre todo se ha dado un proceso de cambio cultural en las familias, como adaptación de nuevas formas de vida y tradiciones, reemplazándolas a las existentes, que a pesar de haber mejorado sus condiciones económicas han puesto en riesgo su propia identidad, como por ejemplo la pérdida de la vestimenta tradicional y la lengua Kichwa, ya que actualmente del 100% de la población solo el 10% es hablante quechua y el 90% solo habla español.

4.3.2 Proyecto de desarrollo turístico rural comunitario

Conscientes de que el turismo comunitario implica un valor estratégico muy importante, porque permite construir alternativas complementarias a las actividades rurales económicas tradicionales asociadas con el uso de los recursos naturales; el turismo comunitario se convierte además en un instrumento para restarle presión a los recursos

naturales disponibles en las comunidades, disminuyendo así el impacto ambiental por su uso excesivo; de ahí la importancia de desarrollar turismo comunitario en armonía con la naturaleza y la cultura local, para evitar los daños en la sociedad y el ambiente.

Bajo estos justificativos se da inicio al turismo comunitario en Pistishí, mismo que fue ejecutado por la Asociación de turismo comunitario Tolte- Pistishí en el año 2011 con el patrocinio de la Fundación Maquita Cusunchic (MCCH), este emprendimiento comenzó con un grupo de 22 personas de la comunidad, pero hoy involucra directamente a 70 familias; en un inicio todos eran incrédulos, no pensaban que los turistas iban a llegar hasta halla, luego se capacitaron, descubrieron en el turismo es una oportunidad para progresar y decidieron apoyar este proyecto.

El equipo técnico de Maquita Cusunchic (ONG) encargada de desarrollar el proyecto, en su momento consideró como primera acción la capacitación a las líderes y lideresas de la comunidad en temas como: atención al cliente, seguridad alimentaria, gastronomía, técnicas de guiar y administración empresarial, cuya finalidad era garantizar la eficiencia y eficacia en los servicios turísticos ofertados a los turistas, y sobre todo convertirles a los jóvenes en emprendedores; este emprendimiento cuenta con personería jurídica: Centro de Turismo Comunitario Tolte Pistishí, otorgada por el Ministerio de Turismo.

4.3.3 Definición y composición del producto turístico

El producto que se oferta en esta comunidad está bajo la denominación de Centro de turismo comunitario Tolte-Pistishí, ofreciendo al visitante una experiencia vivencial, entornos paisajísticos únicos, costumbres y tracciones propias de la zona, a través de la oferta de servicios turísticos como: alimentación, guía, y transporte alternativo (ciclismo, cabalgata), asegurando el confort y la satisfacción del turista que visita la comunidad Tolte.

4.3.3.1 Las actividades que incluye el producto turístico

Tabla 19-4 Actividades que incluye el producto turístico

| ACTIVIDAD | LUGAR | TEMPORADAD |
|---|--|-------------------|
| Recorrido a caballo con guías nativos | Comunidad de Tolte | 365 días año |
| Recorrido al mirador Descanso del Diablo para observar la Nariz del Diablo y la Estación de Sibambe | Sendero turístico el "Descanso del Diablo" | |
| Recorrido en bicicleta | Senderos de la comunidad | |
| Caminata por senderos con guías capacitados en temas agrícolas, plantas medicinales y frutales. | Granjas integrales Hacienda Bahua | |
| Recorrido, observación y compra de artesanías | Plaza turística Tolte | |
| Pampa Mesa(alimentación) | Cafetería Nariz del Diablo | |

Elaborado por: Silvia Moína, 2015

El centro de turismo comunitario cuenta con una cabaña para el servicio de alimentación con una capacidad para 50 pax, ofrece platos típicos y platos a la carta, el turista también puede optar por la pampa mesa, saboreando de esa manera una variedad de alimentos provenientes de la comunidad local; cuenta con recurso humano capacitado para guianza, mismos que dan acompañamiento a los turistas durante su visita a los diferentes atractivos.

La empresa turística en el sector se encuentra en proceso de transición debido a situaciones de carácter político y organizativo, la que ha provocado una deficiente oferta turística ya que no se ha logrado cumplir con las iniciativas propuestas que dinamicen la tracción de turista al territorio; cabe mencionar que del 100% de las familias que conforman la comunidad apenas el 25% son beneficiados directamente la cual ha generado la perdida de interés por fortalecer las actividades turísticas en el sector.

4.3.3.2 Segmento de mercado atendido

Este producto está dirigido al segmento local, nacional e internacional, según datos proporcionados por la administración de la cafetería, la comunidad ha recibido la visita de turistas provenientes principalmente de Alemania, Estados Unidos, España e Inglaterra, mientras que los turistas nacionales proceden de Quito, Cuenca y Riobamba, sobre todo grupos universitarios y turistas locales de llegan a Pistishí son generalmente de Alausí y Chunchi.

No se cuenta un registro de turistas, sin embargo se puede hacer una pequeña estimación o deducción, en base a los turistas que han llegado a nuestro país y sobre todo a nuestra provincia, para ello se considera la información del Ministerio de Turismo, el cual manifiesta, que la principales motivación de los turistas que llegan a Ecuador es por recreación y conocer parte de la cultura local; a partir de ello se puede determinar que los turistas que visitan Pistishí son turistas que buscan un espacio de recreación por medio de la convivencia con la comunidad local, respetando e interactuando entre las dos partes (turistas y anfitriones).

4.3.4 Dimensión Económica

El análisis de la dimensión económica persigue conocer, evaluar y entender la incidencia de los cambios inducidos por el turismo en las actividades productivas regulares que lleva a cabo la comunidad, ya sean éstas tradicionales o de subsistencia, se intenta apreciar cómo el turismo ha sido incorporado en el ámbito de la gestión económica comunitaria y si ha podido contribuir a generar recursos que aporten beneficios reales a la comunidad, como: mayor bienestar, protección y seguridad para sus miembros, o de lo contrario, si se ha acentuado su situación de pobreza y dependencia.

Este análisis permite determinar la actividad turística es o no rentable, si la comunidad llega a cubrir sus gastos operativos y recuperar sus inversiones (punto de equilibrio), y si se ha logrado conseguir excedentes o utilidades netas; se apreciará si estos beneficios han dado origen a un proceso de acumulación originaria de capital, a través de inversiones en activos en la propia empresa o en otras; o si los beneficios han sido transferidos a la esfera social, mediante la creación de fondos comunitarios con diferentes fines.

Se precisará además el eventual acceso de la comunidad al crédito, su grado de endeudamiento y capacidad de pago, con este propósito, se ha considerado las siguientes variables:

1. Nuevas actividades económicas que han sido creadas o fortalecidas en la comunidad a partir del turismo comunitario

2. Oportunidades de incremento y diversificación de las fuentes de ingreso, permanentes o estacionales, inducidas por la actividad turística.
3. Compra de productos o servicios de la localidad para el funcionamiento de la actividad turística comunitaria.
4. Los recursos económicos generados por la actividad turística son suficientes para realizar inversión social dentro de la comunidad.
5. Acceso de la comunidad o el grupo de turismo a servicios financieros (ahorro, crédito, garantías) o donaciones para el desarrollo o debilitamiento de la empresa
6. Rentabilidad de la actividad turística, aporta o no ganancias para el grupo.
7. Principios y mecanismos que regulan la distribución de los ingresos que se perciben por los servicios turísticos ofertados.
8. Inversión estimada en infraestructura turística y en nuevos proyectos familiares o comunitarios resultantes de los beneficios del turismo: creación de fondos comunitarios para créditos productivos, prestación de servicios sociales como salud y educación, recreación y cultura, dotación de infraestructura.

Capacidad de gestión comunitaria para el manejo eficiente de la empresa turística: disponibilidad de recursos humanos adecuadamente capacitados y de instrumentos adaptados: existen registros contables, un plan de inversiones y amortizaciones, un plan de negocios.

Impactos económicos en la comunidad Tolte- Pistishí

1. Nuevas actividades económicas que han sido creadas o fortalecidas en la comunidad a partir del turismo comunitario

Con la implementación de las actividades turísticas en la comunidad de Tolte- Pistishí se ha motivado a que 20 familias participen activamente, constituyéndose en su mayoría mujeres (16 mujeres y 6 hombres), mismas que han logrado gestionar recursos ante los gobiernos locales, ONGs (MCCH, AVANTI) para la construcción de una cafetería Mirador Nariz del Diablo con la finalidad de dar el servicio de alimentación a los turistas y visitantes.

Además las familias se han motivado para la diversificación de otros cultivos en sus propiedades, como: frutales (aguacates, mandarinas, chirimoyas, limones), permitiendo

ofertar los productos a turistas que visitan del sector, los productos tradicionales (papas, frejol arveja, hortalizas), que cultivan en sus parcelas los ofertan a la organización comunitaria dedicada al turismo, mismo que son utilizados como materia prima para la elaboración de menús tradicionales.

Se ha fortalecido las expresiones culturales del sector, a través de la danza, música en la que participan hombres y mujeres, expresadas con mayor realce en épocas festivas y tradicionales a turistas que visitan el lugar.

2. Oportunidades de incremento y diversificación de las fuentes de ingreso, permanentes o estacionales, inducidas por la actividad turística.

Con la implementación del proyecto de turismo comunitario anclado al atractivo turístico Nariz del Diablo, se ha evidenciado que se ha desarrollado el turismo comunitario a partir del año 2011, en el que se encuentran inmersos un 15% del PEA de la comunidad de Tolte, aunque no como actividad principal pero si como una actividad alternativa de generación de ingresos para la población.

Según datos registrados por el centro de turismo comunitario, la cantidad de visitas de turistas desde el 2011 hasta el 2015, fueron alrededor de 8640 turistas durante los últimos 6 años; dando un promedio aproximado de 1448 turistas por año, visitando al sector un promedio de 120 turistas mensualmente; lo que ha representado poca asistencia para los pobladores de la comunidad a involucrarse de una forma directa y constante en el turismo, a sabiendas también que los espacios de participación e interacción para los involucrados era limitada, es decir, no todos los miembros del grupo de turismo tenían la posibilidad de involucrarse en la actividad, puesto que quien se encontraba al frente de este grupo, quería manejarlo solo.

Cabe mencionar que a pesar, en la comunidad existe un grupo de personas que se dedican a la elaboración de artesanías, este grupo está representado por mujeres que se dedican a la elaboración de tejidos; pues la actividad turística no ha tenido eco para esta rama, es decir, que los turistas no han consumido tales productos, pasando por desapercibido el tema artesanal, situación que es muy diferente en otras comunidades del Ecuador, donde las artesanías forman parte importante del atractivo turístico y a su vez de consumo.

3. Compran de productos o servicios de la localidad para el funcionamiento de la actividad turística comunitaria

Los productos para la preparación de alimentos, elaboración de recuerdos, entre otros ofertados en el sector al turística como menciona el presidente de la GAD Parroquial Sr. Francisco Moina han sido producidos por las familias, tal es el caso de truchas para la preparación de platos a la carta ofertados en el comedor, artesanías en los locales de visita que se encuentra en la estación Sibambe.

4. Los recursos económicos generados por la actividad turística son suficientes para realizar inversión social dentro de la comunidad.

De acuerdo al análisis e investigación realizada se manifiesta que hasta el momento no se ha tenido ganancias que permitan reinvertir en construcciones y adecuaciones que reflejen cambios significativos, más bien solo se ha realizado obras complementarias como: senderos y miradores; cabe mencionar que las cifras denotan que la mayor parte de los recursos generados por la actividad turística se invierten en gastos de operación y mantenimiento.

Con el aporte de los GADs, Parroquial, Cantonal y MCCCH con un presupuesto de USD\$ 277.000 se ha construido la cafetería con capacidad para atender a 50 personas y se ha logrado construir el sendero conocido como Nariz del Diablo que permite recorrer un paisaje natural en la zona de 3km.

5. Acceso de la comunidad o el grupo de turismo a servicios financieros (ahorro, crédito, garantías) o donaciones para el desarrollo o debilitamiento de la empresa

Actualmente la actividad turista no genera utilidades que permita realizar créditos en entidades financieras ya que sus ingresos no justifican para el endeudamiento.

6. Rentabilidad de la actividad turística, aporta o no ganancias para el grupo.

De acuerdo al estado financiero realizado por MCCH, el Centro de Turismo Comunitario Tolte Pistishi, ha tenido los siguientes ingresos, egresos y saldo

Tabla 20-4 Ingresos del Centro de Turismo Comunitario

| AÑO | INGRESOS | EGRESOS | SALDO |
|------------|-----------------|----------------|--------------|
| 2011 | 2647.38 | 1930.26 | 717.12 |
| 2012 | 8346.32 | 7365.59 | 980.73 |
| 2013 | 14567.89 | 12453.53 | 2114.36 |
| 2014 | 17189.14 | 15638.06 | 1551.08 |
| 2015 | 10120.45 | 9986.36 | 134.09 |

Fuente: Estados financieros del Proyecto Turístico Tolte Pistishi, 2014

Elaborado por: Silvia Moína, 2015

Como se puede evidenciar en el cuadro los egresos son altos con referencia a los ingresos evidenciando poca utilidad; esto se debe a que la mayor parte de ingresos se destina a gastos de operación y administración; hasta el momento no se ha logrado recaudar un fondo significativo de la actividad turística para poder reinvertir en obras sociales en beneficio de las familias de la comunidad, por tal razón muchas familias de la comunidad no lo ven al turismo como algo rentable, además ha causado malestar entre los miembros de la comunidad por cuanto un grupo familiar se encuentra a cargo de la administración.

7. Principios y mecanismos que regulan la distribución de los ingresos que se perciben por los servicios turísticos ofertados.

Por la rotación año tras año del personal administrativo no se logra al interior de la empresa establecer estrategias para la distribución de los ingresos generados del turismo; del total que paga un turista por la visita a la comunidad(\$37.51), esto se distribuye un 27% (\$10.00) en costos fijos, 56% (\$21) en costos variables, un 4% (\$1.55) en gastos de administración , 4% en gastos de ventas y un 9 %(\$3,41) se obtiene de utilidad.

8. Inversión estimada en infraestructura turística y en nuevos proyectos familiares o comunitarios resultantes de los beneficios del turismo: creación de fondos comunitarios para créditos productivos, prestación de servicios sociales como salud y educación, recreación y cultura, dotación de infraestructura.

Las utilidades generadas por actividades del turismo son mínimas siendo una dificultad que no permite invertir en proyectos de beneficio social como: educación, salud, obras de infraestructura que generen mejores condiciones de vida de la población, siendo evidente notar la falta de estos servicios a simple vista al visitar el sector.

9. Capacidad de gestión comunitaria para el manejo eficiente del centro de turismo comunitario: disponibilidad de recursos humanos adecuadamente capacitados y de instrumentos adaptados: existen registros contables, un plan de inversiones y amortizaciones, un plan de negocios.

Mucha gente que se encuentra involucrada en el turismo ha sido capacitada, pero por los cambios de administración y manejo de la empresa por los líderes comunitarios año tras año en la que existe alta rotación de personas sin conocimiento o a la vez se hacen cargo familiares por intereses personales que afecta a la actividad turística.

Pese a contar con planes y herramientas para un manejo administrativo eficiente de la empresa turística comunitaria la misma que durante el estudio de implementación fue generada con el apoyo Maquita Cushunchi (MCCH). La empresa no garantiza al turista las condiciones para su permanencia y estadía en el sector ya que las capacidades locales formadas han sido aisladas por intereses particulares de muchos líderes.

A pesar de que se inició con una socialización para la implementación del proyecto turístico a todos los miembros de la comunidad hasta el momento no se ha logrado concientizar las responsabilidades y obligaciones de los socios que permita fomentar el bienestar común.

4.3.5 Dimensión Socio-Cultural

En este ámbito, se intenta apreciar, analizar y entender los cambios inducidos por las actividades turísticas en las instituciones comunitarias, así como en su dinámica y prácticas de la vida diaria a nivel social y cultural, además se analizará si esas actividades han contribuido a consolidar las formas de organización vigentes; fortalecer los mecanismos de representación, consulta y participación internos y valorizar la capacidad local formada dentro del sector; por otra parte, se observará si se han inducido nuevos valores, costumbres o formas de organización que pueden haber generado un proceso de diferenciación social y debilitamiento la organización comunitaria, se identificarán eventuales prácticas que demuestren el interés de la comunidad en combatir y eliminar cualquier forma de exclusión y discriminación, en particular las inequidades de género.

En el ámbito cultural se indagará aspectos relacionados con el fortalecimiento de los valores, expresiones e instituciones culturales locales, el cual permitirá identificar acciones e iniciativas en la que la cultura indígena o campesina ha encontrado en las actividades turísticas un nuevo escenario para promover las expresiones propias del sector hacia afuera. Siendo esto potencialidades de “autenticidad” de sus manifestaciones y símbolos culturales que los operadores turísticos han exigido de las comunidades, o que éstas han decidido dirigir a los turistas.

En esta perspectiva, se plantean las siguientes variables:

1. El proyecto turístico ha generado cambios positivos en valores, comportamientos y prácticas.
2. Recurso humano de la comunidad que han sido capacitadas para operar y administrar el negocio turístico.
3. Principales categorías de la población que han sido beneficiado de los empleos creados y de la capacitan impartida: mujeres, jóvenes, personas de la tercera edad, personas con capacidades especiales
4. Se ha generado desacuerdos que han provocado divisiones entre los miembros de la comunidad a causa del proyecto turístico.
5. Las actividades turísticas implementadas contempla la participación con equidad de género.

6. La actividad turística ha ayudado a frenar o atenuar los procesos migratorios de la comunidad.
7. Se ha diferenciado claramente los escenarios de responsabilidad, competencias y jerarquías que competen a la empresa, por un lado y a la comunidad.
8. Empoderamiento de los líderes comunitarios para el manejo de la empresa turística
9. El proyecto turístico rescata, valora y potencia manifestaciones propias de la cultura de la zona.
10. El proyecto turístico reconoce y promueve, conocimientos tradicionales sobre medicina y prácticas ancestrales.
11. Se han desarrollado acciones de interculturalidad con los turistas, como reconocimiento y respeto mutuo de la identidad respectiva, intercambio de conocimientos, experiencias y vivencias.

Se ha reflexionado y elaborado en la comunidad directrices (código ético o de conducta) orientadas a hacer respetar sus principios y formas de vida y a observar comportamientos que garanticen una armoniosa convivencia con los visitantes y tour operadores

Impactos socio-culturales del turismo comunitario en la comunidad Tolte- Pistishí

1. El proyecto turístico ha generado cambios positivos en valores, comportamientos y prácticas.

Con la implantación del proyecto se pretendía contribuir al rescate y conservación de las costumbres y tracciones auténticas, como: mingas comunitarias, pampamesa, prestamanos, y la solidaridad en las celebraciones y conmemoraciones del pueblo; en la actualidad las buenas prácticas, costumbres, valores se ha debilitado debido al egoísmo, desorganización, intereses personales mismo que han provocado la desintegración comunitaria.

2. Recurso humano de la comunidad que han sido capacitadas para operar y administrar el negocio turístico

Las personas que fueron capacitados para promover las actividades de turismo fueron: 18 guías de turismo, 8 en gastronomía y atención al cliente, 8 en diseño y elaboración de artesanías y un administrador; esto permitió contar con talento humano capacitado para cubrir eficientemente y con calidad los servicios turísticos ofertados; los 18 guías cuentan con licencia vigente otorgada por el Ministerio de Turismo.

3. Principales categorías de la población que han sido beneficiado de los empleos creados y de la capacitan impartida: mujeres, jóvenes, personas de la tercera edad, personas con capacidades especiales

Durante la planificación, ejecución e implementación del proyecto se ha evidenciado una participación equitativa evidenciando a 16 mujeres participando dentro del proceso turístico, es evidente reconocer que se ha integrado a los grupos vulnerable y de atención prioritaria en las diferentes actividades turísticas.

4. Se ha generado desacuerdos que han provocado divisiones entre los miembros de la comunidad a causa del proyecto turístico.

En términos generales el turismo comunitario en vez de generar espacios de participación mutua, de potencializar las diferentes organizaciones, ha llevado al deterioro de las mismas; quedando solamente el conocimiento adquirido, producto de las capacitaciones recibidas de algunas personas en temas turísticos.

La situación de tendencias políticas hoy en día ha sido uno de los factores que ha causado división entre los miembros de la comunidad, esto ha causado a que los objetivos propuestos no se estén logrando y muchos bienes y recursos invertidos no son aprovechados adecuadamente; sin embargo los problemas han debilitado los procesos de calidad en los servicios, en la elaboración y diversidad de artesanías, insuficiente infraestructura, causando a demás individualismos, intereses personales, débil organización comunitaria provocando el desinterés de la población en el turismo.

5. Las actividades turísticas implementadas contempla la participación con equidad de género.

Aún existe resistencia de algunos líderes a la participación de la mujer para la toma de decisiones, pero con la implementación del proyecto se ha logrado romper los estereotipos de hombres y mujeres, evidenciándose en la actualidad la participación de las mujeres en asambleas comunitarias, ser parte de los gobiernos comunitarios, sobre todo se ha convertido en protagonistas para el desarrollo local comunitario.

6. La actividad turística ha ayudado a frenar o atenuar los procesos migratorios de la comunidad.

Se ha evidenciado que la migración de las familias de la comunidad Tolte – Pistishí no se ha reducido, de acuerdo a datos del PDOT, 2015 siendo evidente el mayor porcentaje de la migración interna a las ciudades de Quito y Cuenca y a nivel externo a Estado Unidos y España, en búsqueda de mejorar sus ingresos económicos para cubrir las necesidades básicas de la familia, considerando al turismo como una actividad de poca rentabilidad evidenciando por la falta de fuentes de empleo, bajos salarios.

7. Se ha diferenciado claramente la responsabilidad, competencias y jerarquías que competen a la empresa, por un lado y la comunidad.

En la comunidad los diferentes grupos existentes tales como: el Cabildo Comunitario, representantes del gobierno parroquial, tenencia política y miembros del Centro de Turismo Comunitario Tolte-Pistishí no ha existido la coordinación que permita cumplir con las políticas y normas propuestas para el desarrollo del proyecto, debido a los interés personales y políticos, mismo que ha provocado en los turistas la desconfianza para visitar el lugar.

8. Empoderamiento de los líderes comunitarios para el manejo de la empresa turística

Debido a las diferencias políticas existentes en el sector no se ha logrado fortalecer la organización comunitaria, esto ha provocado a que la comunidad o familias no logren tener el control sobre el empoderamiento (territorio, infraestructura, equipamiento) como propietarios y beneficiarios, esto ha causado más bien conflictos internos entre los miembros de la comunidad.

9. El proyecto turístico rescata, valora y potencia manifestaciones propias de la cultura de la zona.

Otro referente de su cultura es sin duda la celebración de la fiesta del carnaval, que año tras año se desarrolla en la comunidad como un festival. En ella se puede observar expresiones que reviven el pasado y al mismo tiempo permiten proyectarse al futuro gracias a las nuevas generaciones. Aunque estas celebraciones han tenido una gran variación con respecto a décadas pasadas, se intenta mantener la esencia misma de esta fiesta, es decir, tener un momento y espacio para agradecer a la “Pacha Mama”, acompañados de rituales, música y danza; todo ello es compartido con todos los asistentes en estas épocas

10. ¿El proyecto turístico reconoce y promueve, conocimientos tradicionales sobre medicina y prácticas ancestrales?

Los conocimientos de los Yachacs y partearas, ha contribuido a mantener y promover la medicina ancestral en sus comunidades, constituyéndose en médicos locales, con la utilización de plantas curativas para la preparación de medicamentos caseros, mismos que son utilizados en la cura de varias enfermedades. A demás sus sabios conocimientos son transmisor de generación en generación.

Estas expresiones son demostradas a los turistas que visitan el lugar a través de rituales ceremoniales en las que se practica la medicina ancestral con la finalidad de sacar las malas energías y recargarles de positivas.

11. ¿Se han desarrollado acciones de interculturalidad con los turistas, como reconocimiento y respeto mutuo de la identidad respectiva, intercambio de conocimientos, experiencias y vivencias?

No se ha evidenciado este tipo de experiencias con los turistas nacionales que participan indirectamente de las actividades. Los turistas extranjeros son personas más interactivas durante la visita, tales es así que han interactuado en las la danza, música, agroturismo, voluntariado, respetándose los protocolos de internos de la comunidad durante su estadía.

12. ¿Se ha reflexionado y elaborado en la comunidad directrices (código ético o de conducta) orientadas a hacer respetar sus principios y formas de vida y a observar comportamientos que garanticen una armoniosa convivencia con los visitantes y tour operadores?

No se ha evidenciado este tipo de experiencias con los turistas nacionales que participan indirectamente de las actividades. Los turistas extranjeros son personas más interactivas durante la visita, tales es así que han interactuado en las la danza, música, agroturismo, voluntariado, respetándose los protocolos de internos de la comunidad durante su estadía.

Para lograr el cumplimiento del objeto social, se tiene los siguientes fines:

- El bienestar común, incluyente y, equidad de género y generacional.
- La prevalencia del ser humano sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales
- La responsabilidad social, la solidaridad y rendición de cuentas.
- Trabajar con transparencia y honestidad.
- Hacer incidencia a través de la gestión y participación ciudadana.
- Promover redes y fortalecer los circuitos económicos solidarios.
- Rentabilizar el emprendimiento de turismo comunitario
- Respetar los derechos de la naturaleza, mediante el cuidado del ambiente y fomentando el consumo de productos sanos con equidad y solidaridad.

Son derechos de los socios

- Elegir y ser elegidos para los cargos directivos y administrativos.
- Obtener informes relativos a la producción, volumen, comercialización, procesos o características; movimiento económico, financiero y administrativo.
- Participar comunitariamente en la toma y ejecución de decisiones; en asambleas y reuniones con derecho a voz y voto.
- Ejercer control en la producción, comercialización y en los actos administrativos de sus órganos.
- Percibir, en igualdad de condiciones, la distribución de excedentes y el aprovechamiento de beneficios.

Son obligaciones de los socios:

- a. Aprobar el Directorio del comité de gestión, mediante un proceso democrático que garantice la participación en iguales condiciones de toda la asamblea general, presidida por el presidente/a de la comunidad Tolte.
- b. Remover con causa justa a los miembros del comité de gestión designados para el buen desempeño del emprendimiento de turismo en la comunidad.
- c. Aprobar y reformar estatutos y sus reglamentos.
- d. Sancionar con expulsión a sus miembros.
- e. Conocer las decisiones sobre el proceso comercial y la gestión administrativa y directiva en el emprendimiento de turismo comunitario, llegando incluso a destituir aquellos organismos administrativos que se les encuentre en actos contrarios a los estatutos y fines del emprendimiento.
- f. Conocer los informes, balances económicos y las gestiones realizadas por el comité de gestión, y administrador/a cada tres meses con el fin de buscar medidas de fortalecimiento, corrección o sanción con revocatorias de designación de cargos.
- g. Validar las decisiones administrativas y de directorio del comité de gestión o en su caso rechazarlas cuando estas atenten a las políticas y principios del emprendimiento de turismo comunitario Tolte.

- h. Conocer y determinar las políticas a aplicar sobre los excedentes destinados para la comunidad (30%). En coherencia con las condiciones y los fines del capital, enumeradas en el artículo 10.
- i. Conocer y aprobar sobre el plan anual y la proforma presupuestaria que presente el comité de gestión.
- j. Ordenar la fiscalización de los recursos económicos y financieros del emprendimiento en cualquier momento en que así lo considere conveniente;
- k. Dar a conocer sobre la compra, venta, hipoteca y demás gravámenes sobre los bienes del emprendimiento.
- l. Aceptar o rechazar las donaciones que se hicieren para el desarrollo del emprendimiento turístico. (Normativa del CTC Tulte-Pistishí, 2013)

4.3.6 Dimensión Ambiental

En el análisis de esta dimensión se evaluará si, con ocasión de su incursión en el negocio turístico, la comunidad ha emprendido o consolidado sus iniciativas de autogestión relacionadas con la propiedad, posesión y administración de sus tierras y territorios; el manejo y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Se indagará igualmente sobre las estrategias comunitarias orientadas a proteger y conservar la diversidad biológica y las medidas concretas que se han adoptado y aplicado para controlar, prevenir y remediar los efectos nocivos que puede causar el turismo al medio ambiente. Para la que se realizaran acciones en el ámbito informativo y educativo, ya sea para calificar al recurso humano comunitario o comunicar enseñanzas al turista.

Con esta óptica, se tomarán en cuenta las siguientes variables:

- 1. La comunidad cuenta con su propia normativa de uso y manejo integral del territorio.
- 2. La comunidad y el proyecto turístico contempla un adecuado manejo de desechos sólidos, líquidos y emanaciones de gases.
- 3. El proyecto turístico para su implementación elaboro un plan de manejo ambiental.
- 4. La comunidad ha elaborado y aplica un plan de monitoreo ambiental.
- 5. La comunidad ha buscado y/o recibido asesoramiento adecuado y suficiente en materia de conservación ambiental y preservación de la biodiversidad.

6. Existe una estrategia de información, comunicación y educación por parte de la comunidad para elevar el nivel de conciencia de sus miembros (y de la población local), con el fin de lograr comportamientos responsables en materia ambiental.
7. Existe una estrategia de información, comunicación y educación por parte de la comunidad para elevar el nivel de conciencia de sus miembros (y de la población local), con el fin de lograr comportamientos responsables en materia ambiental.

Aspectos ambientales provocados por el turismo comunitario en la comunidad Tolte- Pistishí

1. La comunidad cuenta con su propia normativa de uso y manejo integral del territorio.

La parroquia cuenta con un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial el mismo que fue construido con la participación de todos los miembros de la comunidad, cuya finalidad es orientar y administrar el desarrollo físico del territorio, mediante la definición de objetivos, directrices, políticas, estrategias, metas, programas y de esa manera lograr un desarrollo equitativo posible.

2. La comunidad y el proyecto turístico contempla un adecuado manejo de desechos sólidos, líquidos y emanaciones de gases.

No, la comunidad no contempla una cadena de manejo de los desechos, lo único que se hace es recolectar en los tachos de basura, para posteriormente entregar al recolector de basura que recorre la comunidad una vez por semana y luego es trasladado hacia el botadero de basura del cantón, de igual manera las aguas grises generadas por la comunidad son directamente depositadas en el río Canchan, que pasa por la comunidad. No se aplica ningún tratamiento, ni calificación de basura.

3. ¿El proyecto turístico para su implementación elaboró un plan de manejo ambiental?

No.

4. ¿La comunidad ha elaborado y aplica un plan de monitoreo ambiental?

No, la comunidad no cuenta con un plan de monitoreo ambiental, mucho menos cuando no se ha establecido un plan de manejo ambiental durante la ejecución de la infraestructura turística comunitaria, pero para mantener el nivel de contaminación producidos por desechos sólido y sobre todo mantener la imagen ante los visitantes, los socios de la empresa se organizan para las mingas y realizar la limpieza, de los espacios públicos, caminos, senderos, infraestructuras comunitarias y además se ha colocado basureros en lugares estratégicos para mantener limpia y recolectar la basura.

5. ¿La comunidad ha buscado y/o recibido asesoramiento adecuado y suficiente en materia de conservación ambiental y preservación de la biodiversidad?

A través del convenio entre el GAD parroquial y Ministerio del Medio Ambiente se ha logrado participar en el programa de forestación y reforestación, confines de conservación ambiental y protección de cuencas hídricas con un presupuesto de \$400.000 dólares, el cual ha permitido concientizar mediante talleres comunitarios la importancia en: protección de cuencas hidrográficas para protección del agua y la biodiversidad, conservación ambiental, a través del mingas comunitarias han sembrado 64000 especies nativas en lugares estratégico con la finalidad de conservar las especie propias del nuestro sector, ya que nos dan muchos beneficios como: el establecimiento y manejo de sistemas agroforestales, de cortinas rompe vientos y linderos con especies arbóreas, protección de cuencas hidrográficas, mantienen la calidad y cantidad del agua.

6. ¿Existe una estrategia de información, comunicación y educación por parte de la comunidad para elevar el nivel de conciencia de sus miembros (y de la población local), con el fin de lograr comportamientos responsables en materia ambiental?

Se han colocado letreros con mensajes de conservación y cuidado del medio ambiente, además se ha trabajado con niños en temas de cuidado del ecosistema con la finalidad de inculcar buenas prácticas ambientales.

7. ¿Existe una estrategia de información, comunicación y educación por parte de la comunidad para elevar el nivel de conciencia de sus miembros (y de la población local), con el fin de lograr comportamientos responsables en materia ambiental?

No, porque no existe reglamentos que permitan estructura políticas para las buenas prácticas en materia ambiental, lo único que se informa al turista es el lugar donde pueden depositar la basura en el momento que llegan.

4.3.7 Análisis de la influencia de las dinámicas en el desarrollo local de la parroquia Pistishí

De acuerdo a las variables e indicadores propuesta para cada una de las dinámicas se procedió a ponderar bajo un criterio crítico, mismas que arrojaron los siguientes resultados.

Tabla 21-4 Ponderación de las dinámicas en el desarrollo local de Pistishí

| DINÁMICAS ESTABLECIDAS | PONDERACIÓN | | | |
|------------------------|-------------|---------|--------|-------|
| | Alto | Medio | Bajo | Total |
| Económica | | 2 | | 2 |
| Socio-Cultural | | 2 | | 2 |
| Ambiental | | | 1 | 1 |
| Rango: | Bajo= 1 | Medio=2 | Alto=3 | |

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Análisis:

De acuerdo al análisis de las dinámicas y a los rangos establecidos al mismo, se determina que el proyecto turístico comunitario implementado en Pistishí ha aportado de manera parcial al desarrollo local del territorio, evidenciándose un desarrollo local medio en el aspecto económico; por los aportes generados de la actividad turística a la economía familiar y territorial. Dentro del aspecto socio-cultural el nivel de impacto es medio, evidenciándose el fortalecimiento de costumbres y tradiciones que se promueven dentro de la actividad turística. Además se evidencia un bajo nivel de aportación en el aspecto ambiental debido a que no hay un compromiso para minimizar y mitigar los impactos al ambiente, producidos por la actividad turística.

4.3.8 Análisis FODA

Una vez analizado las cuatro dimensiones, es necesario plantear un análisis FODA, teniendo en cuenta la dinámica interna de la comunidad (fortalezas y debilidades), y a la vez los determinantes externos que operan en su entorno (oportunidades y amenazas), sobre las cuales la comunidad tiene un menor grado de control.

Tabla 22-4 Análisis FODA Tolte-Pistishi

| Análisis FODA: Tolte- Pistishí | |
|---------------------------------------|--|
| FORTALEZAS | <p>Ubicación geográfica estratégica (junto al producto turístico Nariz del Diablo de interés potencial a nivel mundial). CTC legalizado Infraestructura propia y amoblada para el servicio de alimentación. Recurso humano capacitado en la prestación de servicios turísticos y prácticas agrícolas amigables con el ambiente. Inserción de la mujer en procesos de formación y nuevos roles de desempeño. Hospitalidad y calidez de la población anfitriona. Vías de acceso a los atractivos en buen estado Senderos para caminatas, cabalgata, ciclismo.</p> |
| OPORTUNIDADES | <ul style="list-style-type: none"> • Reconstrucción de la línea feria con fines turísticos. • GAD parroquial de Pistishí, comprometido a convertir a la parroquia como un destino turístico. • Alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas para la promoción y difusión del producto turístico comunitario. • Convenios con universidades con la finalidad de buscar capacitación y adiestramiento que fortalezca el capital humano y sobre todo asesoramiento técnico en la administración turística. • Existencia de ciertos vínculos con agencias externas de desarrollo (ONGs). • Diversificación de la actividad turística y creciente interés por el turismo no tradicional como el turismo comunitario. |
| DEBILIDADES | <ul style="list-style-type: none"> • Limitada capacitación para producir otro tipo de artesanías con materiales propias de la localidad. • Desorganización de los miembros del centro del CTC. • Falta de una visión de negocios y cultura empresarial. • Deficiente estrategias de comercialización. • Poca consolidación y diversificación de los productos turísticos para hacerlos competitivos. • Ineficiente señalética turística, interna y externa. • Migración de la fuerza laboral, hacia otras zonas o al exterior. • Deficientes mecanismos de control de calidad y de la satisfacción de los clientes. • Bajo o nula rentabilidad. No han posesionado su producto en el mercado. • Limitada acción en políticas públicas que regulen la actividad turística. • Escasas investigaciones relacionadas al turismo. • Deficiente información estadística sobre demanda histórica. • Fragmentación y falta de articulación entre los diferentes actores turísticos. • Deterioro de los bienes históricos y patrimoniales |

| | |
|-----------------|--|
| AMENAZAS | <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos similares en las zonas aledañas. • Las zonas rurales no cuentan con hospitales, centros de salud para enfrentar situaciones emergentes. • Reducción de afluencia turística por la crisis mundial • Falta de recursos económicos asignados para el turismo. • Importancia reinante de actividad agropecuaria. |
|-----------------|--|

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Dentro del proceso fue de vital importancia la participación de los líderes comunitarios, miembros y protagonistas del emprendimiento turístico comunitario en Pistishí quienes estuvieron presentes a lo largo del proceso de investigación, permitiendo identificar y analizar la problemática existente, con el afán de potenciar las fortalezas, aprovechar las oportunidades y reducir o eliminar las debilidades y amenazas para lograr un desarrollo local sostenible.

4.3.7.1 Ponderación de impacto del FODA

Una vez que se determinó el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), se procedió hacer un ejercicio de mayor concentración en donde se determinó como afecta cada uno de los elementos del FODA. Después de tener una relación más exhaustiva posible, se ordenan y se ponderan por importancia cada uno de los FODA, a efecto de queda con los que revisten de mayor importancia para el Centro de Turismo Comunitario, a través de la Matriz de Impacto.

Tabla 23-4 Matriz de impacto FODA

| Nº | FORTALEZAS | IMPACTO | | |
|----|---|---------|-------|------|
| | | ALTO | MEDIO | BAJO |
| 1 | Ubicación geográfica estratégica (junto al producto turístico Nariz del Diablo de interés potencial a nivel mundial). | X | | |
| 2 | CTC legalizado | | X | |
| 3 | Infraestructura propia y amoblada para el servicio de alimentación. | X | | |
| 4 | Recurso humano capacitado en la prestación de servicios turísticos y prácticas agrícolas amigables con el ambiente. | | X | |
| 5 | Inserción de la mujer en procesos de formación y nuevos roles de desempeño. | | X | |
| 6 | Hospitalidad y calidez de la población anfitriona. | X | | |
| 7 | Vías de acceso a los atractivos en buen estado | X | | |
| 8 | Senderos para caminatas, cabalgata, ciclismo. | X | | |

| Nº | OPORTUNIDADES | IMPACTO | | |
|----|--|---------|-------|------|
| | | ALTO | MEDIO | BAJO |
| 1 | Reconstrucción de la línea feria con fines turísticos. | | X | |
| 2 | GAD parroquial de Pistishí, comprometido a convertir a la parroquia como un destino turístico. | X | | |
| 3 | Alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas para la promoción y difusión del producto turístico comunitario. | | X | |
| 4 | Convenios con universidades con la finalidad de buscar capacitación y adiestramiento que fortalezca el capital humano y sobre todo asesoramiento técnico en la administración turística. | | X | |
| 5 | Existencia de ciertos vínculos con agencias externas de desarrollo (ONGs). | X | | |
| 6 | Diversificación de la actividad turística y creciente interés por el turismo no tradicional como el turismo comunitario. | | X | |

| Nº | DEBILIDADES | IMPACTO | | |
|----|---|---------|-------|------|
| | | ALTO | MEDIO | BAJO |
| 1 | Limitada capacitación para producir otro tipo de artesanías con materiales propios de la localidad. | | X | |
| 2 | Desorganización de los miembros del centro del CTC. | X | | |
| 3 | Falta de una visión de negocios y cultura empresarial. | X | | |
| 4 | Deficiente estrategias de comercialización. | X | | |
| 5 | Poca consolidación y diversificación de los productos turísticos para hacerlos competitivos. | X | | |
| 6 | Ineficiente señalética turística, interna y externa. | | X | |
| 7 | Migración de la fuerza laboral, hacia otras zonas o al exterior. | | X | |
| 8 | Deficientes mecanismos de control de calidad y de la satisfacción de los clientes. | X | | |
| 9 | Bajo o nula rentabilidad. No han posesionado su producto en el mercado. | X | | |
| 10 | Limitada acción en políticas públicas que regulen la actividad turística. | | X | |
| 11 | Escasas investigaciones relacionadas al turismo. | | X | |
| 12 | Deficiente información estadística sobre demanda histórica. | X | | |
| 13 | Fragmentación y falta de articulación entre los diferentes actores turísticos. | | X | |
| 14 | Deterioro de los bienes históricos y patrimoniales | X | | |

| AMENAZAS | IMPACTO | | |
|---|---------|-------|------|
| | ALTO | MEDIO | BAJO |
| 1. Proyectos similares en las zonas aledañas. | | X | |
| 2. Las zonas rurales no cuentan con hospitales, centros de salud para enfrentar situaciones emergentes. | | X | |
| 3. Reducción de afluencia turística por la crisis mundial | X | | |
| 4. Falta de recursos económicos asignados para el turismo. | X | | |
| 5. Importancia reinante de actividad agropecuaria. | | | X |

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

4.3.7.2 Interrelación del FODA

“La matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas (FODA), es una herramienta de ajuste importante que ayuda a los gerentes a crear cuatro tipos de estrategias: estrategias de fortalezas y oportunidades (FO), estrategias de debilidades y oportunidades (DO), estrategias de fortalezas y amenazas (FA), y estrategias de debilidades y amenazas (DA)”. El ajuste de los factores externos e internos es la parte más difícil de desarrollar en una matriz FODA y requiere un criterio acertado”

Las estrategias FO utilizan las fortalezas internas del Centro de Turismo Comunitario para aprovechar las oportunidades externas. Cuando la organización posee debilidades importantes, se lucha para vencerlas y convertirlas en fortalezas.

Tabla 24- 4 Áreas ofensivas de iniciativas estratégicas “FO”

| MATRIZ DE ÁREAS OFENSIVAS DE INICITIVAS ESTRATÉGICAS "FO" | |
|--|--|
| O P O R T U N I D A D | |
| FORTALEZAS (factor Interno) | 1. Reconstrucción de la línea feria con fines turísticos. 2. GAD parroquial de Pistishi, comprometido a convertir a la parroquia como un destino turístico. 3. Alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas para la promoción y difusión del producto turístico comunitario. 4. Convenios con universidades con la finalidad de buscar capacitación y adiestramiento que fortalezca el capital humano y sobre todo asesoramiento técnico en la administración turística. 5. Existencia de ciertos vínculos con agencias externas de desarrollo (ONGs). 6. Diversificación de la actividad turística y creciente interés por el turismo no tradicional como el turismo comunitario. |
| 1. Ubicación geográfica estratégica (junto al producto turístico Nariz del Diablo de interés potencial a nivel mundial). | 1. Fácil acceso de turistas a los atractivos turísticos de la comunidad (F1, F7, F8, O6). 3. Implementar proyectos de desarrollo institucional orientados a la consolidación de la CTC (F2, O5) 2. Fortalecer la cultura de servicio al cliente, basado en el desarrollo de su potencial humano (F4, F6,O4,O6, O2). |
| 2. CTC legalizado | |
| 3. Infraestructura propia y amoblada para el servicio de alimentación. | |
| 4. Recurso humano capacitado en la prestación de servicios turísticos y prácticas agrícolas amigables con el ambiente. | |
| 5. Inserción de la mujer en procesos de formación y nuevos roles de desempeño. | |
| 6. Hospitalidad y calidez de la población anfitriona. | |
| 7. Vías de acceso a los atractivos en buen estado | |
| 8. Senderos para caminatas, cabalgata, ciclismo. | |

ACCIONES ESTRATÉGICAS DIRECCIONADAS A CUMPLIR LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN.

1. Perfeccionar el servicio para mantener y atraer a los turistas.
2. Mejorar la administración y servicios para fortalecer la imagen institucional

Elaborado por; Silvia Moína

Las estrategias DO tienen como objetivo mejorar las debilidades internas al aprovechar las oportunidades externas. Existen en ocasiones oportunidades externas clave, pero el centro de turismo posee debilidades internas que le impiden aprovechar esas oportunidades.

Tabla 25-4 Áreas ofensivas de iniciativas estratégicas “FO”

| MATRIZ DE ÁREAS DE MEJORAMIENTO ESTRATÉGICA "D.O" | |
|--|--|
| O P O R T U N I D A D | <p>1. Reconstrucción de la línea férrea con fines turísticos.</p> <p>2. GAD parroquial de Pistishi, comprometido a convertir a la parroquia como un destino turístico.</p> <p>3. Alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas para la promoción y difusión del producto turístico comunitario.</p> <p>4. Convenios con universidades con la finalidad de buscar capacitación y adiestramiento que fortalezca el capital humano y sobre todo asesoramiento técnico en la administración turística.</p> <p>5. Existencia de ciertos vínculos con agencias externas de desarrollo (ONGs).</p> <p>6. Diversificación de la actividad turística y creciente interés por el turismo no tradicional como el turismo comunitario.</p> |
| DEBILDADES (Factor Interno) | <p>1. Limitada capacitación para producir otro tipo de artesanías con materiales propias de la localidad.</p> <p>2. Desorganización de los miembros del centro del CTC.</p> <p>3. Falta de una visión de negocios y cultura empresarial.</p> <p>4. Deficiente estrategias de comercialización.</p> <p>5. Poca consolidación y diversificación de los productos turísticos para hacerlos competitivos.</p> <p>6. Ineficiente señalética turística, interna y externa.</p> <p>7. Migración de la fuerza laboral, hacia otras zonas o al exterior.</p> <p>8. Deficientes mecanismos de control de calidad y de la satisfacción de los clientes.</p> <p>9. Bajo o nula rentabilidad. No han posesionado su producto en el mercado.</p> <p>10. Limitada acción en políticas públicas que regulen la actividad turística.</p> <p>12. Escasas investigaciones relacionadas al turismo.</p> <p>13. Deficiente información estadística sobre demanda histórica.</p> <p>14. Fragmentación y falta de articulación entre los diferentes actores turísticos.</p> <p>15. Deterioro de los bienes históricos y patrimoniales</p> |
| | <p>4. Fortalecer la organización del CTC (D2, D3, D4, O2, O3, O4; O5).</p> <p>5. Implementar señalética adecuada que permita la interacción con los atractivos turísticos del territorio (D6, D15, O5, O6).</p> |

ACCIONES ESTRATÉGICAS DIRECCIONADAS A CUMPLIR LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN.

1. Planificar procesos de capacitación para el personal.
2. Disponer de un software para el manejo de información de la demanda.
3. Realizar acuerdos de cooperación interinstitucional para investigaciones relacionadas al turismo.

Elaborado por; Silvia Moina, 2015

Las estrategias FA usan las fortalezas del centro para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas. Esto no significa que el centro debe enfrentar siempre las amenazas del ambiente externo.

Tabla 26-4 Áreas ofensivas de iniciativas estratégicas “FA”

MATRIZ AREAS OFENSIVAS DE INICIATIVA ESTRATEGICA "FA"

| <p style="text-align: center;">FORTALEZAS (Factor Interno)</p> | <p style="text-align: center;">AMENAZAS (Factor Externo)</p> | | | | |
|---|---|---|---|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación geográfica estratégica (junto al producto turístico Nariz del Diablo de interés potencial a nivel mundial). 2. CTC legalizado 3. Infraestructura propia y amoblada para el servicio de alimentación. 4. Recurso humano capacitado en la prestación de servicios turísticos y prácticas agrícolas amigables con el ambiente. 5. Inserción de la mujer en procesos de formación y nuevos roles de desempeño. 6. Hospitalidad y calidez de la población anfitriona. 7. Vías de acceso a los atractivos en buen estado 8. Senderos para caminatas, cabalgata, ciclismo. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Proyectos similares en las zonas aledañas. | <ol style="list-style-type: none"> 2. Las zonas rurales no cuentan con hospitales, centros de salud para enfrentar situaciones emergentes. | <ol style="list-style-type: none"> 3. Reducción de afluencia turística por la crisis mundial | <ol style="list-style-type: none"> 4. Falta de recursos económicos asignados para el turismo. | <ol style="list-style-type: none"> 5. Importancia reinante de actividad agropecuaria. |
| <ol style="list-style-type: none"> 2. Fortalecer la cultura de servicio al cliente, basado en el desarrollo de su potencial humano (F4, F6,A2,A3). 3. Implementar proyectos de desarrollo institucional orientados a la consolidación DEL CTC. (F2, A1). | | | | | |

ACCIONES ESTRATÉGICAS DIRECCIONADAS A CUMPLIR LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PLAN.

1. Perfeccionar el servicio de recreación para mantener y atraer socios
2. Aprovechar la ubicación turística
3. Establecer políticas de uso de las instalaciones para educar al socio

Elaborado por; Silvia Moina, 2015

Las estrategias DA son tácticas defensivas que tienen como propósito reducir las debilidades internas y evitar las amenazas externas. El Centro de Turismo que se enfrenta con muchas amenazas externas y debilidades internas podría estar en una posición precaria. Por ende el centro tiene que luchar por su supervivencia, fusionarse, y reducir sus gastos.

Tabla 27-4 Áreas ofensivas de iniciativas estratégicas “DA”

MATRIZ ÁREAS OFENSIVAS DE INICIATIVA ESTRATÉGICA "D.A"

| <p style="text-align: center;">DEBILIDADES (Factor Interno)</p> | <p style="text-align: center;">AMENAZAS (Factor Externo)</p> |
|--|---|
| <p>1. Limitada capacitación para producir otro tipo de artesanías con materiales propias de la localidad.</p> <p>2. Desorganización de los miembros del centro del CTC.</p> <p>3. Falta de una visión de negocios y cultura empresarial.</p> <p>4. Deficiente estrategias de comercialización.</p> <p>5. Poca consolidación y diversificación de los productos turísticos para hacerlos competitivos.</p> <p>6. Ineficiente señalética turística, interna y externa.</p> <p>7. Migración de la fuerza laboral, hacia otras zonas o al exterior.</p> <p>8. Deficientes mecanismos de control de calidad y de la satisfacción de los clientes.</p> <p>9. Bajo o nula rentabilidad. No han posesionado su producto en el mercado.</p> <p>10. Limitada acción en políticas públicas que regulen la actividad turística.</p> <p>12. Escasas investigaciones relacionadas al turismo.</p> <p>13. Deficiente información estadística sobre demanda histórica.</p> <p>14. Fragmentación y falta de articulación entre los diferentes actores turísticos.</p> <p>15. Deterioro de los bienes históricos y patrimoniales</p> | <p>1. Proyectos similares en las zonas aledañas.</p> <p>2. Las zonas rurales no cuentan con hospitales, centros de salud para enfrentar situaciones emergentes.</p> <p>3. Reducción de afluencia turística por la crisis mundial</p> <p>4. Falta de recursos económicos asignados para el turismo.</p> <p>5. Importancia reinante de actividad agropecuaria.</p> <p>4. Fortalecer la organización del CTC (D2,D3,D4, A1,A4).</p> <p>5. Implementar señalética adecuada que permita la interacción con los atractivos turísticos del territorio (D6,D15, A1,A4).</p> |

ACCIONES ESTRATÉGICAS DIRECCIONADAS A CUMPLIR LOS OBJETIVOS ESTRATEGICOS DEL PLAN.

1. Realizar un plan de inversión de los recursos financieros existentes
2. Desarrollar y aplicar un Plan Estratégico para los siguientes 5 años
3. Analizar el costo - beneficio de la aportación de cada socio y mejorarla
4. Planificar procesos de capacitación para todo el personal

Elaborado por; Silvia Moina, 2015

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1 Datos Informativos

Título.-

Planeación Estratégica para el fomento del turismo comunitario, en la Parroquia Pistishí, cantón Alausí.

Institución Ejecutora.-

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pistishí y Centro de Turismo comunitario Tote- Pistishí.

Tabla 1-5 Beneficiarios

| Beneficiarios directos | | | | | | |
|---------------------------------|---------------|------------------|-----------------|----------------|----------------|--------------|
| Provincia | Cantón | Parroquia | Familias | Hombres | Mujeres | Total |
| Chimborazo | Alausí | Pistishí | 70 | 32 | 54 | 86 |
| | | Total | 70 | 32 | 54 | 86 |
| Beneficiarios indirectos | | | | | | |
| Provincia | Cantón | Parroquia | Familias | Hombres | Mujeres | Total |
| Chimborazo | Alausí | Pistishí | 25 | 29 | 32 | 61 |
| | | Total | 25 | 29 | 32 | 61 |

Elaborado por: Silvia Moina, 2015

Los beneficiarios directos de la propuesta son los integrantes del Centro de Turismo Comunitario Tote- Pistishí integrada por 70 familias de la comunidad de Tote y los beneficiarios indirectos serán los actores que participan en emprendimientos familiares productivos que está relacionado con el turismo.

Equipo Técnico Responsable.-

Los responsables de la implementación de la propuesta serán un equipo multisectorial como son representantes del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pistishí, Ministerio de Turismo, Gobierno del cantón Alausí y de la Provincia de Chimborazo, en coordinación con la dirigencia de Centro de Turismo Comunitario Tolte-Pistishí.

5.2 Antecedentes de la Propuesta

En los últimos años, la generación y puesta en marcha los planes de desarrollo turístico sostenible han ido creciendo significativamente, gracias al empoderamiento de estas herramientas de planificación por parte de los gobiernos locales y organizaciones rurales comunitarias, que han visto en el turismo una estrategia de desarrollo endógeno para los territorios.

La propuesta se enmarca en el análisis de los resultados de la matriz FODA y CPES donde se logró identificar las debilidades y problemas presentes en el territorio con relación al turismo comunitario, en este sentido es importante también destacar el análisis territorial de Pistishí que se enmarcado en el proceso transformador de su entorno territorial con la finalidad de producir, vender y consumir servicios y bienes que producen placer a sus visitantes, sean estos turistas, excursionistas o residentes temporales.

Por lo que se justifica entonces determinar estrategias y acciones encaminadas en favor de este tipo de fomento, con la finalidad de que la parroquia se convierta en parte activa de la gestión de su territorio, promoviendo el posicionamiento de sus productos y servicios turísticos comunitarios en el mercado.

Bajo este análisis la implementación del plan estratégico turístico pretende correlacionar lo social, cultural, ambiental y económico, para fortalecer el turismo comunitario, enmarcada en procesos participativos y la interacción de actores para lograr el mejoramiento de la calidad de vida de todos los pobladores del territorio.

5.3 Planeación Estratégica

La planeación estratégica permite a las organizaciones a prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño. (Ayala, 2011, p.32)

La planeación estratégica tiene como función: orientar la empresa hacia oportunidades económicas atractivas para ella (y para la sociedad), es decir, adaptadas a sus recursos y su saber hacer, y que ofrezcan un potencial atrayente de crecimiento y rentabilidad. (Para lo cual deberá) precisar la misión de la empresa, definir sus objetivos, elaborar sus estrategias de desarrollo y velar por mantener una estructura racional en su cartera de productos/mercados. (Lozano, 2002, p.69).

Para realizar el Análisis Situacional Estratégico hemos utilizado el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), el mismo que se realizó a través de un taller comunitario con los líderes, miembros y protagonistas del emprendimiento turístico comunitario en Pistishí se logró identificar y analizar la problemática existente, con el afán de potenciar las fortalezas, aprovechar las oportunidades y reducir o eliminar las debilidades y amenazas para lograr un desarrollo local sostenible.

5.4 Estructura Estratégica

El proceso de planeación estratégica tiene, básicamente cuatro componentes: la Visión, Misión, los Objetivos Estratégicos y el plan de oportunidad, el desarrollo de estos procesos da como resultado el plan estratégico institucional del Centro de Turismo Comunitario y de la parroquia.

5.4.1 Visión

“Para el 2021 el Centro de Turismo Comunitario es reconocido a nivel nacional e internacional, como un emprendimiento que fomenta el desarrollo local, aprovechando de forma sostenible el patrimonio natural, cultural y brindando servicios diversificados, con eficiencia y elevados niveles de calidad, permitiendo el crecimiento sustentable de la parroquia de Pistishí.”

5.4.2 Misión

“La operación turística se efectúa mediante la organización y participación responsable de todos los miembros de la comunidad, dotando de servicios turísticos con identidad, diversidad cultural, asegurando la calidad y la satisfacción de las necesidades de la demanda que visita el centro de turismo comunitario”

5.4.3 Principios y valores

- **Eficacia.-** Los actores que se hallan vinculados en el sector turístico, deberán hacer lo necesario para cumplir con los objetivos planteados.
- **Eficiencia.-** El trabajo se deberá realizar participativamente y conjuntamente, para lograr un mayor aprovechamiento del patrimonio natural y cultural.
- **Honestidad.-** Actuar con transparencia, confianza e igualdad a los turistas y visitantes.
- **Responsabilidad y Compromiso.-** Actuar con conciencia de cumplimiento de las obligaciones que componen como ciudadano y en su cargo o área de trabajo, previniendo los posibles impactos negativos en los que el ámbito natural, económico, social y cultural puede ocasionar el turismo.
- **Responsabilidad ambiental.-** Las acciones a realizar se enfocarán siempre en la disminución de los impactos ambientales.

- **Excelencia en el servicio.-** Satisfacer las expectativas de los turistas, así como de la población local, con alto niveles de calidad, a través del mejoramiento constante, garantizando el equilibrio entre el uso continuo y racional de los recursos
- **Hospitalidad.-** Trato personalizado, amable, respetuoso y cordial entre los miembros de la organización y con los visitantes., manifestándose el amor al patrimonio natural y cultural legado por los antepasados y el rescate de las tradiciones.

5.4.4 Políticas

El Centro de turismo comunitario Tolte – Pistishí, es el organismo responsable de la ejecución de los proyectos establecidos en el Plan estratégico de desarrollo turístico.

Las políticas que rigen el presente plan tienen estrecha relación con las planteadas en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial de Pistishí.

- La actividad turística es un modelo de desarrollo sostenible para dinamizar la economía de la parroquia Pistishí.
- La gestión del turismo comunitario se la hará de manera coordinada y participativa con los actores que intervienen en el fomento turístico.
- Los productos y servicios turísticos que se ofertan en la parroquia, son ofertados con altos estándares de calidad para la satisfacción de los turistas.
- El personal que labora en el sector turístico se halla debidamente capacitado, ejerciendo sus funciones de manera eficaz y oportuna.
- Desarrollo de una oferta turística innovadora y de calidad.
- Promoción enfocada en la demanda real.
- Conservación y revalorización del patrimonio natural y cultural.

5.4.5 *Objetivos estratégicos*

- Posesionar la experiencia “Pistishí” en los mercados objetivos (nacionales e internacionales).
- Incentivar el gasto turístico y prolongar la estadía por visitante interno.
- Contribuir con el turismo comunitario a dinamizar la economía local con inclusión social.
- Estimular la oferta de calidad de productos y servicios turísticos dirigidos a todos los grupos de viajeros.
- Incrementar la satisfacción de la experiencia del visitante en la parroquia.
- Contribuir al cuidado del ambiente y su mejoramiento, mediante la generación de una conciencia ambiental en los segmentos de población más joven, asegurando con ello, la calidad de vida de los habitantes.
- Generar políticas públicas que permitan definir los lineamientos necesarios con la finalidad de que la actividad turística contribuya al mejoramiento de las condiciones del territorio para alcanzar un desarrollo sostenible.

5.5 Programas y proyectos de desarrollo turístico sostenible

Es necesario que en la comunidad de Tolte- Pistishí a través de los dirigentes de la conicidad, conjuntamente con el del GAD parroquial sean los responsables de la generación, gestión y ejecución de los programas y proyectos, los mismos que ayudarán a definir de mejor manera la estructura y desarrollo del emprendimiento turístico comunitario.

La propuesta del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la parroquia se establece un tiempo de intervención de cinco años, se encuentra basada en cinco áreas funcionales del PLANDETUR 2020, las cuales son: formación y capacitación de recursos humanos, apoyo a la microempresa turística sostenible, medidas transversales de gestión socio-cultural y ambiental, desarrollo de destinos y facilitación turística y marketing y promoción turística; razón por la cual se concibe un total de cinco programas que se encuentran abarcando once proyectos a corto, mediano y largo plazo.

Tabla 2-5. Programas y proyectos priorizados

| AREA DEL PLANDETUR 2020 | PROGRAMAS | PROYECTOS | METAS | INDICADORES |
|---|--|---|--|--|
| Formación y Capacitación del Recurso Humano | 1. Capacitación y calidad turística | 1.1 Sistemas de gestión empresarial y sellos de calidad. | Actores turísticos conocen los sistemas de gestión empresarial enmarcados en los sellos de calidad | Un sistema de gestión empresarial y sellos de calidad implementado a finales del quinto año. |
| | | 1.2 Capacitación en competencias laborales | Recurso humano capacitado en competencia laborales para ofertar servicios de calidad | 100% de prestadores de servicios capacitados en competencias laborales |
| Apoyo a la Microempresa Turística Sostenible | 2. Fortalecimiento de las capacidades organizacionales y socio culturales. | 2.1 Formación en manejo de microempresas y emprendimientos turísticos. | Miembros de la organización conocen de la administración de emprendimientos turísticos. | A finales del año 2016 los socios del centro de turismo comunitario Tolte-Pistishí con conocimiento en administración de empresas. |
| Medidas Transversales de Gestión Socio-Cultural y Ambiental | 3. Gestión cultural y Ambiental | 3.1 Capacitación para la confección de artesanías con materiales locales. | Contar con mujeres capacitadas en la elaboración de artesanías y con emprendimientos de iniciativas productivas privadas y comunitarias sostenibles. | A finales del año 2016, el 80% de mujeres dedicadas a la elaboración de artesanías. |
| | | 3.2 Formación en el rescate de rituales tradicionales mediante la danza. | Contar con hombres y mujeres capacitados en expresión corporal para la difusión cultural mediante la danza | A finales del año 2016, el 100% de hombres y mujeres que son parte del grupo de danza, capacitados. |
| | | 3.3 Elaboración de un programa de educación ambiental. | Contribuir al cuidado del ambiente, mediante la generación de una conciencia ambiental en los segmentos de población más jóvenes. | A finales del año 2016, se han involucrado el 50% de los estudiantes de educación primaria en el programa de educación ambiental |

| AREA DEL PLANDETUR 2020 | PROGRAMAS | PROYECTOS | METAS | INDICADORES |
|---|---|---|---|---|
| Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística | 4. Facilitación y gestión de destinos | 4.1 Señalética Turística parroquial. | Realizar la señalización turística de los atractivos en lugares estratégicos de la Parroquia de Pistishí. | En cinco años el 100% de atractivos turísticos de la Parroquia de Pistishí con señalética adecuadas |
| | | 4.2 Recuperación de bienes históricos y patrimoniales. | Contribuir a la recuperación de bienes Históricos y Patrimoniales de la parroquia Pistishí | El 100% de Bienes Históricos y Patrimoniales restaurados hasta finales del 2020 |
| | | 4.3 Sistema de cableados aéreos Pistishí- Sibambe. | Implementar un sistema de transporte aéreo que permita la transportación de turistas para el disfrute de atractivos turísticos desde un punto determinado | Un sistema de transporte aéreo para el disfrute de atractivos turístico, disponible en la parroquia Pistishí hasta finales del 2020. |
| | | 4.4 Innovación de los productos turísticos ofertados en la parroquia. | Innovación de la oferta turística en la Parroquia Pistishí para posicionarlo como uno de los principales destinos turísticos del Cantón Alausí. | En dos años se ha incrementado en un 10 % la llegada de turistas nacionales e internacionales a la Parroquia. |
| Fortalecimiento del Marketing Turístico | 5. Promoción y comercialización turística | 5.1 Diseño y ejecución de un plan de Marketing Turístico | La Parroquia Pistishí ha sido promocionado eficientemente a través de medios de comunicación locales logrando captar turistas potenciales. | Hasta el año 2017 se ha posicionado la Parroquia Pistishí como uno de los destinos de los turistas nacionales e internacionales en el Cantón Alausí |

Elaborado por: Silvia Moína, 2015

5.5.1 Programa 1. Capacitación y calidad turística

Este programa plantea dos proyectos encaminados a fortalecer la gestión y manejo de los negocios turísticos directos e indirectos a través de la ejecución de acciones e iniciativas relacionadas a la implementación de estándares de calidad y la capacitación del personal administrativo y operativo de esos negocios.

Objetivos

- Estimular la oferta de calidad de productos y servicios turísticos dirigidos a turistas y visitantes.
- Incrementar la satisfacción de la experiencia del visitante en la parroquia de Pistishí.

Metas:

- Lograr que el 100% de los emprendimientos turísticos de Pistishí con niveles considerables en los estándares en el nivel de satisfacción.
- Diversificación de la oferta para los proveedores de servicios turísticos.
- Establecer un programa de capacitación turística.

PROGRAMA 1. Capacitación y Calidad Turística

| PROYECTO 1.1 Sistemas de gestión empresarial y sellos de calidad. | | | |
|---|--|--|--|
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Gremios turísticos, proveedores de servicios turísticos | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: cinco años | | | COSTO APROXIMADO: 20000 US\$. |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN: Actores turísticos conocen los sistemas de gestión empresarial enmarcados en los sellos de calidad | Un sistema de gestión empresarial y sellos de calidad implementado a finales del quinto año. | Registro de participantes Archivos fotográficos | Actores turísticos predispuestos para la implementación empresarial y sellos de calidad. |
| PROPOSITO: Implementar un sistema de gestión, y sello de calidad en el negocio del turístico comunitario | El 90% de negocios turísticos cuentan con un sistema de calidad turística y sello de calidad | Registros. Certificaciones de calidad | Negocios turísticos con sellos de calidad |
| COMPONENTES: C1. Formación en sistemas de calidad turística dirigido a actores turísticos | A finales del año 2016, actores turísticos aplican sistemas de calidad. | Fichas de seguimiento. Fichas de evaluación | Actores predispuestos para la formación |
| C2. Calificación para obtener sellos de calidad | A finales del año 2017, el 100% de negocios turísticos cuentan con sellos de calidad. | Certificado de calidad emitidos. | Condiciones favorables del Ministerio rector. |
| ACTIVIDADES: | | | PRESUPUESTO |
| C1.A1 Diseñar y elaborar una guía de trabajo. | | | 5000.00 |
| C1.A2 Impresión de módulos para el estudiante. | | | 8000.00 |
| C1.A3 Sistematizar la información recopilada | | | 5000.00 |
| C2.A1 Recopilar la documentación para la certificación | | | 2000.00 |
| TOTAL | | | 20000.00 |

PROGRAMA 1. Capacitación y calidad turística

| PROYECTO 1.2 Capacitación en competencias laborales. | | | |
|---|---|--|--|
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Prestadores de servicios | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: cinco años | | COSTO APROXIMADO: 26000 usd. | |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN: Recurso humano capacitado en competencia laborales para ofertar servicios de calidad | 100% de prestadores de servicios capacitados en competencias laborales | Registro de participantes Archivos fotográficos | Prestadores de servicios participan activamente de las capacitaciones. |
| PROPOSITO: Capacitar en atención al cliente a los prestadores de servicio turístico | Se ha mejorado en un 50% la calidad de atención por parte de los prestadores de servicios durante el primer año | Registro de asistencia. Incremento de turistas | Prestadores de servicios mejoran la calidad de atención. |
| COMPONENTES: C1. Promover la elaboración de herramientas de capacitación | | | |
| C2.Certificación | | | |
| ACTIVIDADES: | | | PRESUPUESTO |
| C1.A1 Diseñar y elaborar una guía de trabajo. | | | 5000.00 |
| C1.A2 Impresión de módulos para el estudiante. | | | 10000.00 |
| C1.A3 Sistematizar la información recopilada | | | 6000.00 |
| C2.A1 Recopilar la documentación para la certificación | | | 5000.00 |
| TOTAL | | | 26000.00 |

5.5.2 Programa 2. Fortalecimiento de las capacidades organizacionales y socio culturales

Este programa plantea un proyecto encaminado al cambio organizacional de la empresa asociativa rural, con el fin de lograr mayores niveles de desarrollo humano y crecimiento económico para las familias de los asociados y asociadas, y alcanzar estándares mayores de sostenibilidad, equidad, eficiencia y eficacia en la organización. Para esto es importante generar conciencia entre los asociados y asociadas acerca de la importancia de renovar permanentemente las prácticas socio-organizativas para ajustarse a la realidad cambiante tanto en la situación interna como en el contexto en que se desarrolla la organización. Por lo tanto, los procesos de cambio se deben planificar para que se den con regularidad y en forma armoniosa.

Objetivos

- Fortalecer el recurso humano con la finalidad de mejorar las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos en la administración empresarial.
- . Incrementar la afluencia turística en la parroquia

Metas

- Lograr que el 75% de los emprendimientos Turísticos de Pistishí, se administren sosteniblemente.
- Establecer un programa de capacitación empresarial

PROGRAMA 2. Fortalecimiento de las capacidades organizacionales y socio culturales

| FPROYECTO 2.1 Formación en manejo de microempresas y emprendimientos turísticos. | | | |
|--|--|--|---|
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Miembros de la organización turística comunitaria Tolte-Pistishí | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: seis meses | | | COSTO APROXIMADO: 6500 US\$ |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN: Miembros de la organización conocen de la administración de emprendimientos turísticos | A finales del año 2016 los socios del centro de turismo comunitario Tolte-Pistishí con conocimiento en administración de empresas. | Aplicación de una estructura funcional para el manejo de empresas | Socios cumplen con roles y funciones |
| PROPOSITO: Capacitar a los socios del centro de turismo comunitario Tolte-Pistishí en administración de empresas, para un manejo eficiente | A finales del año 2016 el 95% de socios con conocimientos en administración de empresas | Registro de asistencia de los participantes a los talleres de capacitación | Socios predispuestos a participar en los talleres de capacitación |
| COMPONENTES: C1. Formación empresarial a los socios de la empresa turística comunitaria | En el segundo trimestre se realizan seis talleres de administración de empresas al 90% de socios de la empresa de turismo. | Registro de asistencia. Memoria de talleres impartidos | Predisposición de los socios en participar en talleres |
| C2. Realización del organigrama funcional para la administración de la empresa | A finales del año 2016 al asoció cuenta con un organigrama funcional para la administración de la empresa | Organigrama funcional estructurado | Socios aplicando eficientemente roles y funciones |
| ACTIVIDADES: | | | PRESUPUESTO |
| C1.A1 Diseñar y elaborar una guía de trabajo para los participantes. | | | 1500.00 |
| C1.A2 Impresión de módulos para el estudiante. | | | 2000.00 |
| C1.A3 Sistematizar la información recopilada | | | 1000.00 |
| C2.A3 Elaborar un organigrama funcional de administración. | | | 1000.00 |
| C2.A3 Realizar seguimiento para la aplicación de funciones. | | | 1000.00 |
| TOTAL | | | 6500.00 |

5.5.3 Programa 3. Gestión Cultural y Ambiental

En la actualidad el surgimiento del turismo comunitario y cultural ha conllevado a que las comunidades empiecen a ver a su cultura, como una alternativa para la obtención de réditos económicos; por tal razón las prácticas ancestrales han empezado a recuperarse con la finalidad de servir como objetos llamativos para los turistas.; por lo que se ve necesario la formulación de proyectos que rescaten, revalorice y conserven la cultura, con la finalidad de mantener viva la riqueza ancestral mediante el aprovechamiento sostenible de los mismos.

Por otro lado, todos los ecuatorianos según la Constitución de la República del Ecuador tenemos derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación, por lo que se ve necesario concientizar a la población a través de un plan de educación ambiental, el mismo que servirá como una herramienta de sensibilización a las personas, generando de esta manera un cambio de actitud para el cuidado y protección de la naturaleza.

Objetivos

- Mejorar la calidad de vida de los habitantes
- Aprovechar sostenible los bienes del patrimonio cultural y natural en el área turística
- Evitar la pérdida del sentido cultural en la práctica de las manifestaciones culturales.
- Elaborar un Programa de Educación Ambiental.

Metas:

- En un año, el 80% de la población se dedican a la elaboración de artesanías locales.
- El 50% de las artesanías producidas en la parroquia Pistishí, cuentan con factores diferenciadores.
- En el 100% de los establecimientos educativos de la sección primaria reciben capacitaciones sobre educación ambiental.

PROGRAMA 3. Gestión Cultural y Ambiental

| | | | |
|--|---|---|--|
| PROYECTO 3.1 Capacitación para la confección de artesanías con materiales locales. | | | |
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Mujeres de la asociación del Turismo Comunitario dedicadas a la confección de artesanías | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: un año | | | COSTO APROXIMADO: 8000 US\$ |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN Contar con mujeres capacitadas en la elaboración de artesanías y con emprendimientos de iniciativas productivas privadas y comunitarias sostenibles. | A finales del año 2016, el 80% de mujeres dedicadas a la elaboración de artesanías. | Informes técnicos. Certificados de capacitación. | Las mujeres se encuentran interesadas y participan activamente de las capacitaciones |
| PROPOSITO: Diseñar e implementar un plan de capacitación técnica para las mujeres y pobladores interesados en elaboración de artesanías. | En el transcurso del año 2016 se diseña e implementa en una primera fase un plan de capacitación para las mujeres en elaboración de artesanías. | Documento impreso y digital del plan de capacitación técnica. Informes de control y monitoreo. Registro de participantes. Certificados de capacitación. | El GAD Parroquial dispone de recursos para la realización del proyecto. |
| COMPONENTES C1. Diseño e implementación de un plan de capacitación en elaboración de artesanías. | Al segundo trimestre del año 2016 se ha diseñado un plan de capacitación, involucrando al 50% de los beneficiarios. | Registro de participantes. Informes técnicos. Informes de control y monitoreo mensual. | Las mujeres desean y participan activamente de las capacitaciones. |
| C2. Generación de tres nuevos productos artesanales. | A partir del año 2016 se han desarrollado tres productos artesanales para la diversificación en la venta a turistas. | Registro de participantes. Informes técnicos. | Familias interesadas en participar de las actividades programadas |

| ACTIVIDADES: | PRESUPUESTO |
|---|--------------------|
| C1.A1 Definir las necesidades de capacitación en la elaboración de nuevos productos artesanales. | 1000.00 |
| C1.A2 Estructurar el plan de capacitación y profesionalización en temas como: manejo materiales reciclados, utilización de telares, entre otros | 2000.00 |
| C1.A3 Elaborar los módulos de capacitación | 1000.00 |
| C1.A4 Promocionar y difundir los cursos a realizarse. | 500.00 |
| C1.A5 Implementar el plan de capacitación técnica. | 500.00 |
| C2.A1 Realizar la planificación en la elaboración de nuevos productos artesanales | 1000.00 |
| C2.A2 Ejecutar capacitaciones para la formulación de proyectos productivos. | 1000.00 |
| C2.A3 Implementar un sistema de control y monitoreo de los emprendimientos productivos. | 1000.00 |
| TOTAL | 8000.00 |

PROGRAMA 3. Gestión Cultural y Ambiental

| | | | |
|--|--|---|--|
| PROYECTO 3.2 Formación en el rescate de rituales tradicionales mediante la danza. | | | |
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Hombres y mujeres que conforman el grupo de danza | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: un año | | | COSTO APROXIMADO: 10000US\$. |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN Contar con hombres y mujeres capacitados en expresión corporal para la difusión cultural mediante la danza | A finales del año 2016, el 100% de hombres y mujeres que son parte del grupo de danza, capacitados. | Registro de asistencia de los participantes. | Predisposición de los integrantes del grupo de danza para participar en el proceso de aprendizaje. |
| PROPOSITO Desarrollar técnicas de expresión corporal para la difusión de rituales mediante la danza. | Durante el primer semestre del año 2016 se realiza tres escenografías de rituales mediante la danza. | Un video promocional. Registro de participantes. | Festividades locales acorde con rituales locales. |
| COMPONENTES C1. Implementación de un plan de capacitación en presentaciones escenográficas. | Al primer semestre se realizan tres presentaciones de rituales tradicionales mediante la danza con la participación del 100% de participantes del grupo. | Registro de presentaciones. Memorias de eventos realizados | Participación activa de los miembros del grupo de danza. |
| C2. Reproducción de un video promocional. | A finales del 2016 se han editado un video promocional con presentaciones de los rituales mediante la danza. | Un video promocional realizado. | Condiciones climáticas favorables para la filmación. |

| ACTIVIDADES: | PRESUPUESTO |
|---|--------------------|
| C1.A1 Definir los ritos más importantes del sector, para presentaciones escenográficas. | 1000.00 |
| C1.A2 Elaborar un diagnóstico de los rituales tradicionales. | 3000.00 |
| C1.A3 Difusión de tradiciones culturales mediante presentaciones fuera del territorio. | 2000.00 |
| C2.A1 Editar un video promocional | 4000.00 |
| TOTAL | 10000.00 |

PROGRAMA 3. Gestión Cultural y Ambiental

| | | | |
|---|--|---|---|
| PROYECTO 3.3 Elaboración de un programa de Educación Ambiental. | | | |
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Población de la parroquia Pistishí y estudiantes de los establecimientos educativos de la sección primaria y | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: un año | | | COSTO APROXIMADO: 20000US\$. |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN Contribuir al cuidado del ambiente, mediante la generación de una conciencia ambiental en los segmentos de población más jóvenes. | A finales del año 2016, se han involucrado el 50% de los estudiantes de educación primaria en el programa de educación ambiental | Registro de asistencia de los participantes. Informe de control y monitoreo | Los estudiantes que han participado del programa de educación ambiental poseen una actitud crítica y concienciada en relación al cuidado del ambiente. |
| PROPOSITO Elaborar e implementar un programa de educación ambiental | Durante un año 2016, en el 100% de los establecimientos educativos de la sección primaria se ha implementado un programa de educación ambiental. | Informes técnicos, Documento digital e impreso de la planificación del programa. | El Gobierno Autónomo Parroquial de Pistishí cuenta con partidas presupuestarias, y recibe apoyo técnico y financiero de instituciones públicas u organismos de cooperación. |
| COMPONENTES C1. Implementación de un plan de capacitación en presentaciones escenográficas. | Durante los primeros dos meses del año 2016 se estructura un programa de educación ambiental | Documento digital e impreso de la planificación del programa. realizados | El Gobierno Autónomo Parroquial de Pistishí cuenta con partidas presupuestarias |

| | | | |
|---|--|---|--|
| C2. Implementación y seguimiento del programa de educación ambiental | A finales del 2016 A se implementa un programa de educación ambiental (PEA). | Listado de participantes. Convenios de participación. Informes de control y monitoreo | El Gobierno Autónomo Parroquial de Pistishí cuenta con partidas presupuestarias. Gran acogida del grupo meta. |
| ACTIVIDADES: | | | PRESUPUESTO |
| C1.A1 Establecer los problemas y soluciones ambientales locales a ser encargados por el PEA. | | | 1000.00 |
| C1.A2 Identificar el público meta del programa. | | | 1000.00 |
| C1.A3 Elaborar el mensaje a lanzar al público | | | 3000.00 |
| C1.A4 Seleccionar los medios o actividades y la coordinación eficaz de las mismas. | | | 3000.00 |
| C1.A5 Distribuir tareas, actividades y determinar los principales aspectos que permitan lograr una coordinación eficaz de las mismas. | | | 1000.00 |
| C2.A1 Implementar el programa de Educación Ambiental | | | 7000.00 |
| C2.A2 Evaluar los procesos y resultados. | | | 2000.00 |
| C2.A3 Determinar e implementar cambios en el programa, en el caso de que sea necesario | | | 2000.00 |
| TOTAL | | | 20000.00 |

5.5.4 Programa 4. Facilitación y Gestión de Destinos

Este programa plantea cuatro proyectos encaminados a crear un ambiente propicio para la visita y estancia de los turistas en la parroquia Pistishí a través de soportes en infraestructura, equipamiento y servicios mínimos que deben existir en todo el territorio.

Así mismo se pretende la creación de una nueva oferta de productos turísticos con características innovadoras y que permitan conectar los diferentes atractivos y recursos turísticos, sin perder el carácter de autenticidad propia de la parroquia con los que cuenta.

En los espacios donde se desarrollarán y concentrarán las actividades turísticas será necesaria la construcción o instalación de artefactos y elementos que permitan la adecuada movilización, acceso y disfrute de los atractivos turísticos de la parroquia.

Objetivos

- Incentivar el gasto turístico y prolongar la estadía por visitante interno.
- Contribuir con el turismo a dinamizar la economía local con inclusión social, generación de empleo y beneficios económicos

Metas:

- El gasto del visitantes
- Aumentar el número de servicios en la oferta turística
- Incrementar la participación comunitaria en la prestación de servicios turísticos

PROGRAMA 4. Facilitación y Gestión de Destinos

| | | | |
|--|---|---|--|
| PROYECTO 4.1 Señalética Turística. | | | |
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Población y turistas que llegan a la Parroquia | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: cinco años | | | COSTO APOROXIMADO: 39000 US\$ |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN Realizar la señalización turística de los atractivos en lugares estratégicos de la Parroquia de Pistishí. | En cinco años el 100% de atractivos turísticos de la Parroquia de Pistishí con señalética adecuadas | Ubicación visual. Informes fotográficos | Pobladores predispuestos para el cuidado adecuado de señalética. |
| PROPOSITO: Se ha identificado mediante la señalización lugares turísticos con la finalidad de dar orientación a los turistas | En los primeros tres años el 60% de atractivos turísticos con señalética adecuada | Contratos con proveedores para la colocación de señalética. | Condiciones climáticas favorables |
| COMPONENTES C1. Diseño de un plan integral de señalética turística | A Finales del año 2020, la Parroquia de Pistishí cuenta con señalita en todos sus atractivos turísticos | Fotografía Finiquito de contratos | Políticas del Ministerio de Turismos para el uso de señaléticas favorables |
| ACTIVIDADES: C1.A1 Identificar zonas estratégicas para la colocación de señalética. C1.A2 Definir la tipología de señalética, materiales y formatos a utilizar. C1.A3 Implementación de la señalética C1.A4 Monitoreo y evaluación del proyecto de señalética durante su ejecución. | | | PRESUPUESTO |
| | | | 2000.00 |
| | | | 1000.00 |
| | | | 35000.00 |
| | | | 1000.00 |
| TOTAL | | | 39000.00 |

PROGRAMA 4. Facilitación y Gestión de Destinos

| | | | |
|--|---|---|---|
| PROYECTO 4.2 Recuperación de bienes históricos y patrimoniales (Antigua Gerencia) | | | |
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Población local y turistas | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: cinco años | | | COSTO APOROXIMADO: 150000 US\$ |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN Contribuir a la recuperación de bienes Históricos y Patrimoniales de la parroquia Pistishí | El 100% de Bienes Históricos y Patrimoniales restaurados hasta finales del 2020 | Informes Fotografías Fichas de evaluación del INPC | Disponibilidad presupuestaria de parte del INPC. |
| PROPOSITO: Se ha restaurado la infraestructura de los bienes Históricos y Patrimoniales de la parroquia. | Dos bienes históricos y patrimoniales restaurados en su estructura física al 2018 | .Número de predios históricos recuperados y aprovechados Fotografías | Apoyo del Ministerio de Patrimonio u Cultura de acuerdo a la planificación. |
| COMPONENTES C1. La parroquia Pistishí dispone con dos bienes históricos y patrimoniales restaurados | A finales del año 2020, la Parroquia de Pistishí cuenta con el 100% de bienes históricos y patrimoniales en buen estado | Fotografía Actas de entrega y recepción de obra | Condiciones climáticas favorables para trabajos de restauración. |
| C2 Personal capacitado para la guianza en centros patrimoniales e históricos | Cinco lides comunitarios capacitados en temas culturales y patrimoniales al 2018 | Registro de participación a las capacitaciones Certificados | Líderes predisuestos para la participación a los talleres |

| ACTIVIDADES: | PRESUPUESTO |
|---|--------------------|
| C1.A1 Identificar los predios históricos y patrimoniales de la parroquia | 4000.00 |
| C1.A2 Valoración de su estado para la restauración | 10000.00 |
| C1.A3 Licitación para la obra | 1000.00 |
| C1.A4 Ejecución y fiscalización de obra | 130000.00 |
| C2.A1 Seleccionar a líderes de la parroquia para la capacitación | 1000.00 |
| C2.A2 Desarrollar los módulos de capacitación en temas culturales y patrimoniales | 3000.00 |
| C2.A3 Certificación para la aprobación de los módulos. | 1000.00 |
| TOTAL | 150000.00 |

PROGRAMA 4. Facilitación y Gestión de Destinos

| | | | |
|--|--|---|--|
| PROYECTO 4.3 Sistema de cables aéreos Pistishí-Sibambe | | | |
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Turistas y visitantes que llegan a la parroquia | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: cinco años | | | COSTO APOROXIMADO: 210000 US\$ |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN Implementar un sistema de transporte aéreo que permita la transportación de turistas para el disfrute de atractivos turísticos desde un punto determinado | Un sistema de transporte aéreo para el disfrute de atractivos turístico, disponible en la parroquia Pistishí hasta finales del 2020. | Infraestructura de transporte arreo Contratos de obra | Recursos presupuestarios disponibles para la construcción de obra. |
| PROPOSITO: Se ha implementado un sistema de transporte aéreo para transportación de turistas y la observación de atractivos desde un punto determinado. | La parroquia de Pistishí dispone con un sistema de transporte aéreo hasta finales del 2020 | Infraestructura de transporte arreo Contratos de obra. | Condiciones climáticas favorables |
| COMPONENTES C1. Identificación de la ruta para la implementación del sistema de transporte aéreo. En la parroquia | Un sistema de transporte aéreo implementado durante los cinco años de la ejecución del proyecto | Actas de entrega y recepción de obra | Se ha cumplido en las fechas indicadas la culminación de la obra |
| ACTIVIDADES: C1.A1 Diseño de un sistema de transporte aéreo acorde a la topografía del terreno. C1.A2 Licitación a proveedores para la ejecución de la obra. C1.A3 Ejecución de la obra y fiscalización C1.A4 Entrega y recepción de obra | | | PRESUPUESTO 40000.00 1000.00 160000.00 1000.00 |
| TOTAL | | | 210000.00 |

PROGRAMA 4. Facilitación y Gestión de Destinos

| | | | |
|---|---|--|---|
| PROYECTO 4.4 Innovación de los productos turísticos ofertados en la parroquia. | | | |
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Actores involucrados en el sector turístico, turistas que llegan a la Parroquia | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: cinco años | | | COSTO APROXIMADO: 70000 US\$ |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN Innovación de la oferta turística en la Parroquia Pistishí para posicionarlo como uno de los principales destinos turísticos del Cantón Alausí. | En dos años se ha incrementado en un 10 % la llegada de turistas nacionales e internacionales a la Parroquia. | Registro de visitantes. Informes económicos mensuales | Los turistas consumen continuamente los productos turísticos que son ofertados en Pistishí. |
| PROPOSITO: Diversificar y complementar la oferta turística actual de la Parroquia Pistishí para captar nuevos segmentos de mercado | En dos años en la Parroquia Pistishí se han incorporado a su oferta turística dos productos turísticos. | Informes técnicos. Dos nuevas ofertas turísticas | Se cuenta con apoyo técnico para la realización de los estudios técnicos |
| COMPONENTES C1. Diseño de un producto turístico medicinal | A Finales del año 2016, empieza a operar un producto turístico medicinal basado en la sabiduría ancestral | Informes técnicos. | Pobladores de las comunidades se encuentran interesadas en participar del proyecto. |
| C2. Diseño de un producto turístico cantonal vivencial. | A mediados del año 2017 se ha diseñado un producto turístico vivencial. | Informes técnicos. | Actores sociales están interesados en compartir sus experiencias y trabajos diarios con los turistas. |

| ACTIVIDADES: | PRESUPUESTO |
|--|--------------------|
| C1.A1 Actualizar el estudio de mercado. | 8000.00 |
| C1.A2 Identificación y caracterización de productos turísticos. | 8000.00 |
| C1.A3 Identificación y selección de servicios turísticos. | 5000.00 |
| C1.A4 Capacitación a los miembros de las comunidades | 10000.00 |
| C1.A5 Establecer las categorías de los paquetes turísticos. | 8000.00 |
| C2.A1 Identificación y selección de atractivos turísticos que cumplan con los criterios de facilidad de acceso y grados de esfuerzo bajos. | 5000.00 |
| C2.A2 Programar itinerarios y actividades. | 5000.00 |
| C2.A3 Definir los factores de diferenciación. | 6000.00 |
| C2.A4 Establecer las categorías de los paquetes turísticos. | 8000.00 |
| C2.A5 Desarrollar el análisis económico y financiero. | 7000.00 |
| TOTAL | 70000.00 |

5.5.5 Programa 5. Promoción y comercialización turística

Este programa plantea un proyecto encaminados a promocionar y difundir de forma adecuada las bondades de la parroquia Pistishí para atraer a visitantes y turistas. La promoción de un destino permite poner en valor un lugar con atractivos particulares y con una oferta de servicios adecuados para generar una experiencia positiva en quienes visitan ese destino.

Objetivos

- Posesionar la experiencia/ efecto Pistishí en los mercados objetivos (nacionales, internacionales)
- Aumentar el número de turistas y excursionistas nacionales por año y los movimientos de visitantes de los fines de semana y feriados.

- **Metas:**

- Crear una imagen turística “Pistishí” en el consumidor y los medios de comunicación
- Incrementar en un 50% de turistas en la parroquia Pistishí

PROGRAMA: 5 Promoción y comercialización turística.

| | | | |
|--|---|--|--|
| PROYECTO 5.1 Diseño y ejecución de un Plan Integral de Marketing Turístico | | | |
| BENEFICIARIOS DEL PROYECTO: Actores involucrados en el sector turístico, turistas que llegan a la Parroquia | | | |
| DURACION DEL PROYECTO: dos años | | | COSTO APROXIMADO: 60000 US\$ |
| JERARQUIA DE OBJETIVOS | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACION | SUPUESTOS |
| FIN La Parroquia Pistishí ha sido promocionado eficientemente a través de medios de comunicación locales logrando captar turistas potenciales. | Hasta el año 2017 se ha posicionado la Parroquia Pistishí como uno de los destinos de los turistas nacionales e internacionales en el Cantón Alausí | Estadísticas de ingreso de turistas. Informes de control y monitoreo. | La Parroquia de Pistishí es uno de los principales destinos de los turistas. |
| PROPOSITO: Diseñar y ejecutar un plan integral de marketing turístico de la Parroquia de Pistishí | A finales del 2016 se ha realizado el plan integral de marketing turístico, para su aplicación | Documento impreso del plan integral de marketing turístico. | La Parroquia cuenta con recursos necesarios. |
| COMPONENTES C1.Diseño e implementación de circuitos turísticos. | Durante el primer semestre del año 2016 se establecerán cuatro circuitos turísticos y posterior funcionamiento | Informes técnicos. Acta entrega recepción. Fotografías. | Las condiciones climáticas favorables facilitan la ejecución de las obras. |
| C2. Diseñar el plan integral de marketing turístico de la Parroquia Pistishí. | A mediados del año 2016 se diseña participativamente un plan integral de marketing turístico. | Documento impreso del plan integral de marketing turístico. | Disponibilidad presupuestaria. |

| ACTIVIDADES: | PRESUPUESTO |
|--|--------------------|
| C1.A1 Identificar zonas potenciales para el desarrollo de circuitos turísticos. | 5000.00 |
| C1.A2 Realizar un diagnóstico situacional de las áreas de intervención. | 10000.00 |
| C1.A3 Realizar el estudio técnico para determinar la factibilidad de los mismos. | 10000.00 |
| C1.A4 Monitoreo y evaluación del proyecto. | 5000.00 |
| C2.A1 Actualizar el estudio de mercado en función de la oferta y demanda turística. | 5000.00 |
| C2.A2 Identificar productos turísticos complementarios para su promoción a nivel nacional e internacional. | 5000.00 |
| C2.A3 Sistematizar la información recopilada para establecer una base de datos digital. | 5000.00 |
| C2.A4 Determinar los perfiles de los segmentos de mercado identificados. | 7000.00 |
| C2.A5 Definir estrategias de mercadeo, promoción y comercialización | 1000.00 |
| C2.A6 Socialización y validación de la propuesta. | 7000.00 |
| TOTAL | 60000.00 |

5.6 Incidencia para la gestión del Plan

A continuación se presenta un cronograma valorado para la ejecución del presente plan.

Tabla 3-5 Cronograma Valorado

| CRONOGRAMA VALORADO | | | | | | | |
|--|---|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| Programas | Proyectos | Presupuesto 2016-2020 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Programa de Capacitación y Calidad Turística | Sistema de gestión empresarial y sellos de calidad | \$ 20.000,00 | \$ 4.000,00 | \$ 4.000,00 | \$ 4.000,00 | \$ 4.000,00 | \$ 4.000,00 |
| | Capacitación en competencias laborales | \$ 26.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 5.000,00 | \$ 5.000,00 | \$ 3.000,00 | \$ 3.000,00 |
| Programa de Fortalecimiento de capacidades organizacionales y socio culturales | Formación en manejo de microempresas y emprendimientos turísticos | \$ 6.500,00 | \$ 6.500,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Programa Gestión Cultural y Ambiental | Capacitación para la elaboración de artesanías con material local | \$ 8.000,00 | \$ 8.000,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| | Formación en el rescate de rituales tradicionales mediante la demostración de danza | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| | Elaboración de un programa de Educación Ambiental | \$ 20.000,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 20.000,00 |
| Programa de Facilitación y Gestión de Destinos | Señalética Turística parroquial | \$ 39.000,00 | \$ 15.000,00 | \$ 15.000,00 | \$ 3.000,00 | \$ 3.000,00 | \$ 3.000,00 |
| | Recuperación de bienes Históricos y Patrimoniales (Antigua Gerencia) | \$ 150.000,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 50.000,00 | \$ 50.000,00 | \$ 50.000,00 |
| | Sistema de cables aéreos (ej. aerosilla Pistishí - Sibambe)a | \$ 210.000,00 | \$ 30.000,00 | \$ 150.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 |
| | Innovación de productos turísticos ofertados en la parroquia | \$ 70.000,00 | \$ 20.000,00 | \$ 20.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 |
| Programa de Promoción y Comercialización Turista | Diseño y ejecución de un Plan de Marketing Turístico | \$ 60.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 15.000,00 | \$ 15.000,00 |
| TOTAL | | \$ 619.500,00 | \$ 113.500,00 | \$ 383.000,00 | \$ 204.000,00 | \$ 92.000,00 | \$ 115.000,00 |

Elaborado por; Silvia Moina, 2015

5.7 Identificación de indicadores de monitoreo y evaluación

Se trabajará con los indicadores establecidos en el marco lógico

5.8 Etapas del proceso de monitoreo y evaluación

El mecanismo se divide en dos partes:

- 1.- Seguimiento de la consecución de metas generadas para cada programa
- 2.- Seguimiento de ejecución y consecución de metas por proyecto.

CONCLUSIONES

- La parroquia Pistishí cuenta con un gran potencial turístico, debido a su ubicación geográfica, mismos que pueden ser aprovechados sosteniblemente, mediante el desarrollo de la actividad turística, ofertando a la demanda productos turísticos ligados a eventos históricos, culturales y naturales que producen en los turistas experiencias únicas.
- La administración y operación del centro de turismo comunitario Tolte -Pistishí lo realizan en forma emperica, ya que no existe el conocimiento técnico para la gestión del mismo, una de las limitantes es la desorganización de los miembros, debido a sus intereses personales y situaciones políticas, que degradan el éxito del proyecto.
- El proyecto turístico comunitario de la comunidad de Tolte, aporta significativamente a la economía local ya que se ha generado nuevas fuentes de ingresos a las familias, mediante la creación de empleos temporales, venta de sus productos locales, la creación de pequeñas unidades productivas, como tiendas, huertos familiares y talleres artesanales permitiendo así un desarrollo integral de la parroquia, en lo sociocultural se ha capacitado a la población local en torno a la actividad turística, se ha dado un proceso de rescate de las costumbres, tradiciones, en el ámbito ambiental la población se sensibilizó en la conservación del ambiente, emprendiendo programas de forestación con especies nativas y frutales, generando así sostenibilidad ambiental al proyecto, pero también se ha generado también un desequilibrio en la estructura organizativa de la comunidad a nivel interno, externo y en el ámbito cultural.
- La elaboración del plan estratégico de turismo sostenible en la parroquia Pistishí permite priorizar programas y proyectos con la finalidad de buscar soluciones que incrementen el flujo turístico en la parroquia, que contribuirá al desarrollo económico y social de los habitantes del sector.

RECOMENDACIONES

- El GAD Parroquial y actores turísticos deben planificar una hoja de ruta para la ejecución del plan estratégico, en el marco de sus competencias.
- La Promoción de la parroquia como potencial turístico se lo debe realizar a través de herramientas, técnicas y medios que permitan posesionar los productos turísticos comunitarios en el mercado, aprovechando las alianzas estratégicas con los diferentes niveles de gobierno y el MINTUR.
- La capacitación debe ser continúa a todos los prestadores de servicios de turismo comunitario, con la finalidad de contar permanentemente con el recurso humano eficiente, que garantice la calidad y se convierta en una estrategia de sostenibilidad del proyecto.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de Pistishí debe liderar el proceso de gestión, implementación y ejecución del plan estratégico en el territorio.

BIBLIOGRAFÍA

1. **Arocena, J.** (2004). “*Una Investigación de procesos de Desarrollo Local*”, en *Desarrollo Local un Desafío Contemporáneo* Universidad Católica, Uruguay.
2. **Ayala, Luis.** (2011). “*Planeación y Administración Estratégicas*”. Disponible en línea en: <http://www.3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc.htm>
3. **Boisier, S.** (2005). “*Un ensayo epistemológico y Axiológico sobre gestión del Desarrollo Territorial: Conocimiento y valores*”. Mimeo, Santiago de Chile.
4. **Boullon, R.** (1990) “*Planificación del Espacio Turístico*”, México. Edición Trillas.
5. **Burgwal, G & Cuéllar, J.** (1999): “*Planificación estratégica y operativa aplicada a gobiernos locales*”. Quito: Abya Yala. Pp. 73-74.
6. **Capece, G.** (1997). “*Turismo Sostenido y Sustentable*”. Una Visión Holística “Editorial. Agencia Periodística CID. Primera Edición, Buenos Aires.
7. **Coraggio, J.** (2006). *Las políticas públicas participativas*”: ¿obstáculo o requisito para el desarrollo local? Desarrollo local, Una revisión crítica del debate, Argentina,
8. Falconi, F. & Ponce, J. (2009) “*Emprendimientos populares como alternativa de desarrollo excluyente*”. FLACSO (minero). P.11-15.
9. FEPTCE. (2007). “*Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario en el Ecuador*”. Ed. FEPTCE. Quito
10. **Flores, C.** (2008) “*Desarrollo local y turismo*”. Argentina, Instituto de Investigación Servicios y Consultoría Turística.
11. **García, F.** (1995.). “*Desarrollo de Proyectos de Ecoturismo*”. Editorial CARE Internacional. Quito, 20p.

12. **Gonzales, F.** (1988). "*Psicología Comunitaria*". España, Visor.
13. **Instituto Nacional de Estadísticas y Censos** (2003): "*Sistema de Información Local*", SIL. Módulo de caracterización de comunidades. UNICEF.
14. **Jáuregui, A.** (2002). "*Planeación en mercadeo, elementos básicos*". Disponible en línea: <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/34/planeacion1.htm>.
15. **Lozano, Arvey.** (2002). "Estratégica y dirección estratégica". Disponible en línea: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/planestraarvey.htm>.
16. **Maldonado, C.** (2005): *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Documento de Trabajo nº 13 de la Organización Internacional del Trabajo.
17. **Maldonado, C.** (2006). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. From Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS)
18. **Mantero, J.** (2004) "*Desarrollo local y Actividad Turística*". Aportes y Transferencias (Mar del Plata). Pag.11 – 38.
19. **OMT. 1997.**"*Agenda para Planificadores Locales.*" Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Primera Edición para América Latina y el Caribe.
20. **Ortiz, C.** (2010) "*Marketing Territorial*". Colombia, Universidad de San Buenaventura.
21. **Robertis & Pascal.** (2011) "*Comunidad en Apuntes sobre Desarrollo Comunitario*". Málaga, Eumnd

ANEXOS

Anexo A: Ficha de inventario de atractivos turísticos

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES

ENCUESTADOR: FICHA No.....

SUPERVISOR..... EVALUADOR:..... FECHA:.....

NOMBRE DEL ATRACTIVO:
.....

PROPIETARIO:
.....

CATEGORÍA: TIPO: SUBTIPO:.....
.....

2. UBICACIÓN LATITUD: LONGITUD:

PROVINCIA: CANTÓN:..... LOCALIDAD:.....

CALLE:..... NÚMERO:..... TRANSVERSAL:.....

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO:..... DISTANCIA
(km):.....

NOMBRE DEL POBLADO:..... DISTANCIA
(Km):.....

| | | | |
|--|---|---|---|
| C A L I D A D | V A L O R E X T R I N S E C O | 4. USOS (SIMBOLISMO) | 5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO |
| | | _____ | ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> |
| | | _____ | DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> |
| | | _____ | CAUSAS: _____ |
| | | _____ | _____ |
| | | _____ | _____ |
| | | _____ | 5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales) |
| | | _____ | Nombre: _____ |
| | | _____ | Fecha Declaración: _____ |
| | | _____ | Categoría: Patrimonio de la Humanidad <input type="checkbox"/> |
| | | _____ | Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/> |
| | | _____ | 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO |
| | | _____ | ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> |
| | | ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) | DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> |
| | | _____ | CAUSAS: _____ |
| _____ | _____ | | |
| _____ | _____ | | |

**A
P
O
Y
O**

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

| TIPO | SUBTIPO | ESTADO DE LAS VIAS | | | TRANSPORTE | FRECUENCIAS | | | | TEMPORALIDAD DE ACCESO | |
|-----------|-----------|--------------------|---|---|------------|--------------|---------|---------|----------|------------------------|-------------------------|
| | | B | R | M | | DIARIA | SEMANAL | MENSUAL | EVENTUAL | DIAS AL AÑO | |
| TERRESTRE | ASFALTADO | | | | BUS | | | | | DIAS AL MES | |
| | LASTRADO | | | | AUTOMOVIL | | | | | | |
| | EMPEDRADO | | | | 4X4 | | | | | | |
| | SENDERO | | | | TREN | | | | | Culturales : | Día Inicio: Día Fin: |
| ACUATICO | MARITIMO | | | | BARCO | | | | | Naturales : | |
| | | | | | BOTE | | | | | | |
| | FLUVIAL | | | | CANOA | | | | | | |
| | | | | | OTROS | | | | | HORAS AL DIA | |
| AEREO | | | | | AVION | | | | | Culturales : | Día Inicio: Día Fin: |
| | | | | | AVIONETA | | | | | | |
| | | | | | | HELICOPTEROS | | | | | Naturales : |

Observaciones:

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA:
 DESDE: HASTA: FRECUENCIA: DISTANCIA:

A P O Y O 9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA POZO CIEGO POZO SEPTICO NO EXISTE OTROS

PRECIO

SI NO ENTRADA LIBRE OTROS

Observación

: _____

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

DISTANCIA

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL NACIONAL
 PROVINCIAL INTERNACIONAL
 Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

 FIRMA: **SUPERVISOR EVALUADOR**

Anexo B: Diseño y aplicación de encuesta dirigida a turistas nacionales.

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO Y EDUCACION CONTINUA
MAESTRIA EN TURISMO SOSTENIBLE Y DESARROLLO LOCAL

| |
|---|
| FECHA: ----- CUESTIONARIO N° ----- ENCUESTADOR: SILVIA MOINA |
|---|

Buenos días, soy egresada de la Superior Politécnica de Chimborazo, estoy realizando un estudio de mercado para conocer el perfil del turista que visita Alausí.

Por favor responda las siguientes preguntas con sinceridad y claridad.

1. Marque con una X:

Género: M.... F....

Edad: Menos de 18- 30... 31-40... 41-50... 51-60... 61-70...

2. Nacionalidad.....

3. ¿Cuántas veces ha visitado Alausí?

3.1 Primera vez

3.2 Más de 2 veces

4. ¿Cuál sería el tiempo de visita del que usted dispondría, para conocer Alausí?

4.1 Un día

4.2 Dos días

4.3 Tres días

5. ¿Con quién viaja?

5.1 Solo

5.2 En grupo de amigos

5.3 En grupo familiar

6. ¿Qué atractivos turísticos le gustaría visitar en Alausí?

Marque con una X, usted tiene varias posibilidades de elección

6.1 Nariz del Diablo

6.2 Camino de Inca

6.3 Parque Nacional Sangay

6.4 Centro Histórico

6.5 Lagunas de Ozogoche

7. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar cuando visite Alausí?

Marque con una X, usted tiene varias posibilidades de elección

7.1 Senderismo

7.2 City Tour

7.3 Turismo comunitario

7.4 Deportes Extremos

7.5 Recorrido en Tren

8. Organización de Viaje

8.1 Agencia de Viaje

8.2 Cuenta Propia

9.Cuál es su gasto promedio por estadía en Alausí durante un día.

9.1 10-20 dólares

9.2 21-31 dólares

9.3 32-42 dólares

9.4 43-53 dólares

9.5 54-64 dólares

10. ¿Cómo se enteró de los atractivos turísticos que ofrece?

10.1 Prensa

10.2 Internet

10.3 Libros, Guías de viaje

10.4 Agencia de viajes

10.5 Amigos/Familiares

10.6 Televisión.

Muchas Gracias por su participación

Anexo C: Diseño y aplicación de encuesta dirigida a turistas extranjeros

POLYTECHNIC SCHOOL OF CHIMBORAZO
INSTITUTE OF POSTGRADUATE AND CONTINUING EDUCATION
MASTER'S DEGREE IN TOURISM SUSTAINABLE AND LOCAL
DEVELOPMENT

DATE: ----- QUESTIONARY N° -----
POLLSTER: SILVIA MOINA

Good morning, I am a graduate of the Polytechnic School of Chimborazo, I'm doing a market study to know the profile of the tourist visiting Alausí.

Please answer the following questions with sincerity and clarity.

1. Mark an X:

Gender: M.... F....

Age: Less than 18- 30... 31-40... 41-50... 51-60... 61-70...

2. Nationality.....

3. ¿How many times have you seen Alausí?

3.1 First time

3.2 More than 2 times

4. ¿What would be the time of visit that you would have to know Alausí?

a. One day

b. Two 2

c. Three days

5. ¿Parent travels?

5.1 Only

5.2 Group of friends

5.3 In family group

6 ¿What sights you would like visitor inAlausí?

Mark an X, you have various possibilities of choice

6.1 Noce Devil

6.2 Inca trail

6.3 Sangay National Park

6.4 Historical Center

6.5 Ozogoche Lagoon

7 . ¿What kind of activities you would like to exit when you visit Alausí?

Mark an X, you have several fesibility of choice

- 7.1 Hiking
- 7.2 Cyty Tour
- 7.3 Community tourism
- 7.4 Extreme sports
- 7.5 Travel by train

8 Organization of travel

- 8.1 Travel agency
- 8.2 Has own

9 ¿Which is your average spending pore stadia in Alausi a day?.

- 9.1 10-20 dollars
- 9.2 21-31 dollars
- 9.3 32-42 dollars
- 9.4 43-53 dollars
- 9.5 54-64 dollars

10 How did you hear about the attractions offered?

- 10.1 Press
- 10.2 Internet
- 10.3 Books, Guides
- 10.4 Travel agency
- 10.5 Friends/Family
- 10.6 Televisión

Thank you very much for your participation

Anexo D: Normativa y reglamento del centro de turismo comunitario

**NORMATIVA DE REGLAMENTO DEL CENTRO DE TURISMO
COMUNITARIO**

CAPITULO I

DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETIVO SOCIAL

Art. 1.- Denominación, Domicilio

Se constituye La Empresa Comunitaria Solidaria de “Turismo Comunitario Tolte”, con domicilio en la comunidad Tolte, Parroquia Pistishí, Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo.

Art. 2.-Objetivo general

La Empresa Comunitaria Solidaria, tiene por objeto, apoyar a la comercialización asociativa del producto de Turismo Comunitario Tolte, a través del fortalecimiento asociativo, productivo de servicios turísticos, que garanticen un comercio justo bajo los principios de la Economía Social y Solidaria. Para mejorar la calidad de vida de los comuneros y las comuneras

Art. 3.-Objetivos Específicos

En la práctica esta emprendimiento de turismo comunitario buscará:

- a.- El bienestar común, incluyente y, equidad de género y generacional.
- b.- La prevalencia del ser humano sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales
- c.- La responsabilidad social, la solidaridad y rendición de cuentas.
- d.- Trabajar con transparencia y honestidad.
- e.- Hacer incidencia a través de la gestión y participación ciudadana.
- f.- Promover redes y fortalecer los circuitos económicos solidarios.
- g.- Rentabilizar el emprendimiento de turismo comunitario

h.- Respetar los derechos de la naturaleza, mediante el cuidado del ambiente y fomentando el consumo de productos sanos con equidad y solidaridad.

La comunidad Tolte ubicada en la parroquia Pistishí, un pueblo netamente agrícola, que actualmente se enmarca dentro del desarrollo turístico local, al ser el único poblado por el que se puede ingresar a la montaña Nariz del Diablo, segundo destino turísticos a nivel nacional; actualmente cuenta con el potencial humano constituido por hombres y mujeres campesinas capacitados en la prestación de servicios turísticos, sumados al esfuerzo y el compromiso de los gobiernos locales en promover procesos de desarrollo a nivel local; los cuales constituyen el pilar fundamental para impulsar la creación y consolidación de un producto de turismo comunitario, fuerte y sostenible; en este sentido es necesario plasmar su estructura organizacional de forma clara y de acuerdo a su realidad para que cada uno de sus miembros pueda aportar, ser propositivo, oportuno y eficiente, en post del crecimiento de la Empresa de turismo comunitario Tolte.

CAPITULO II

CAPITAL SOCIAL, PATRIMONIO SOCIAL, PARTICIPANTES

Art. 4.- Capital-social

El Capital Social está constituido por las aportaciones o donaciones en especies, bienes muebles e inmuebles o dinero que las/os comuneras/os u otro, que entregan o donan para el funcionamiento del Emprendimiento de Turismo Comunitario Tolte, sin derecho de devolución. Siendo el caso la mano de obra a través de mingas comunitarias para la construcción y adecuación de la infraestructura necesaria.

La construcción de la Infraestructura y equipamiento para el emprendimiento de turismo comunitario Tolte, lo cubrirá MCCH, GAD Parroquial Pistishí, Comunidad Tolte, a través de la ejecución de la segunda fase del proyecto “*Fortaleciendo el agroturismo comunitario con enfoque de género y respeto al medio ambiente en el cantón Alausí*”. Se realizará una contraparte inicial por el gobierno parroquial Pistishí, constituido por un terreno de 991,50 metros cuadrados, valorado en 3000 dólares

americanos, entregado en comodato a la comunidad Tolte y construcción de un sendero valorado en 17 000 dólares; La Asamblea General, considerara la aportación económica por las comuneras y comuneros, y la mano de obra en trabajos concernientes a la misma, siempre que lo considere necesario para el mantenimiento y mejoras del emprendimiento. Para la inclusión de nuevas familias socias, esta deberá cancelar las cuotas realizadas por los socios y socias hasta la fecha de su ingreso, acordando plazos para el pago. Y este valor será acordado y aportado con la finalidad de garantizar la sostenibilidad del emprendimiento de Turismo Comunitario y acceder a los beneficios que se brinde.

Art. 5.- Patrimonio Social

El patrimonio social del emprendimiento de Turismo Comunitario está valorado en 101000 USD. 60000 USD donados por MCCH para la construcción y equipamiento del restaurante Nariz del Diablo, compra de un terreno en 2000 USD por el GAD Pistishí y entregado a comodato a la Comunidad Tolte para la construcción del restaurante, el mismo que será renovado en los mismos términos y condiciones al finalizar la fecha establecida en el comodato; 17000 USD invertidos por el GAD Pistishí en la construcción del sendero y mirador y 20000 USD en la adecuación del entorno del restaurante. Constituyéndose un patrimonio que no puede dividirse ni puede ser transferido a terceros por ningún motivo, por lo tanto es obligación de los integrantes del Comité de Gestión presentar propuestas para el fortalecimiento de este emprendimiento, buscando la continuidad en su funcionamiento de acuerdo al objeto para el cual fue creado y de acuerdo a la situación que se presentare.

Además no puede ser transferido a terceros por ningún motivo, por lo tanto es obligación de los integrantes del Comité de Gestión presentar propuestas para el fortalecimiento de este emprendimiento buscando la continuidad en su funcionamiento de acuerdo al objeto para el cual fue creado y de acuerdo a la situación que se presentare.

Art. 6.- Capital de Trabajo

El capital inicial de trabajo constituye el monto necesario para el normal desarrollo de sus actividades a corto plazo del emprendimiento de turismo comunitario (insumos y materia prima) necesario para la operación, considerado en 10000 DIEZ MIL DOLARES AMERICANOS, monto que será aportado de manera equitativa por las comuneras y comuneros de Tolte. Posteriormente el emprendimiento de turismo comunitario sustentara los gastos de operación con réditos generados en el mismo.

Art. 7. Participantes y Transmisiones.

Existen dos tipos de socios:

- 1) Socios directos: Son las comuneras y comuneros de la comunidad Tolte que a la fecha de dictarse este Reglamento consten y haya firmado un convenio de cooperación para el trabajo con el Comité de Gestión y MCCH, y no se tenga ninguna controversia con el mismo, los cuales podrán recibir todos los beneficios que se contemplen en el emprendimiento de turismo comunitario Tolte (capacitación, créditos agropecuarios, descuento en la compra de productos agropecuarios e insumos entregados para la elaboración de artesanías por MCCH quienes deben realizar aportaciones mensuales que han sido acordadas en el comité de gestión, en forma directa para el funcionamiento del mismo y asegurar la calidad de la prestación de servicios turísticos para la comercialización.
- 2) Socios indirectos: Constituyen todas las comuneras y comuneros que no siendo socios directos (jefes de familia), pueden acceder al uso de los beneficios contemplados para las comuneras y comuneros.
- 3) Para ser nuevo socia o socio directo del emprendimiento de Turismo Comunitario Tolte se requiere:
- 4) Pertener y ser miembro de la comunidad Tolte de la parroquia Pistishí.
- 5) Solicitar su ingreso como socio directo y adjuntar por escrito, el visto bueno del Comité de Gestión
- 6) Comprometerse a cumplir el presente Reglamento.

- 7) Pagar una cuota de inscripción que no será reembolsable. Esta cuota será fijada anualmente por el Comité de Gestión.

Art. 8.- Fijación de precios de servicio:

El objetivo de establecer esta política de fijación de precios para la prestación de servicios turísticos, es apoyar en la sostenibilidad de las relaciones comerciales fiables a largo plazo con los prestadores y prestadoras de servicios turísticos, sean socios directos; en donde se efectivicen los principios y valores de la economía solidaria como: transparencia, respeto, precio justo.

Para la determinación de los precios del servicio se han considerado los siguientes criterios:

1. **Precio de Referencia:** El precio destinado a las comuneras y comuneros que realice la prestación de servicio turísticos en el emprendimiento de turismo comunitario lo determinará el comité de gestión para lo cual tomara como referencia el precio que se paga al jornal por día de trabajo contemplado en un horario y actividades determinados
2. **Gratificación económica:** Se contempla un precio destinado a las comuneras y comuneros, que realiza la prestación de servicios más una gratificación monetaria de acuerdo a la cantidad del trabajo u horas extras realizados, en atención a los turistas y visitantes, esta comisión la determinara el comité de gestión en consideración al esfuerzo y calidad del servicio realizado.

Art. 9.- Transmisiones:

1. Si un socio o socia se retirase temporalmente, excusando su ausencia y por un lapso no mayor a seis meses, a su regreso se reintegrará en la plena posesión de sus derechos como socia o socia directa, pero deberá igualarse en trabajos o aportes realizados por el resto de los socios o socias durante su ausencia.

Para los socios o socias directos que no se han puesto al día en sus aportes se les dará un plazo de 2 meses para que lo hagan. A partir de ese momento aunque haya pagado alguna cuota; si quiere reingresar tendrá que pagar la inscripción.

2. La calidad de socio o socia directa se pierde por:

- a) Renuncia Voluntaria, aceptada por el Comité de Gestión.
- b) Exclusión/ expulsión.
- c) Fallecimiento.

3.- En caso de fallecimiento de un socio o socia directa, los derechos y obligaciones que le correspondan, pase sus derechos a un solo heredero, que será presentado en mutuo acuerdo por las o los herederos del difunto.

Art. 10.- Liquidación por finalización del contrato laboral:

La liquidación se realizara a los trabajadores que hayan legalmente firmado un contrato de trabajo por un tiempo determinado. Estas personas recibirán su liquidación de acuerdo a los beneficios que la ley establece, y de acuerdo a las utilidades que genere el ejercicio económico a partir del funcionamiento del emprendimiento de turismo comunitario.

Al inicio de la operación comercial del emprendimiento se contara con un administrador quien será contratado en relación de dependencia, y a medida que necesite el emprendimiento se contratara el personal permanente para la prestación de servicios turísticos (meseros, ayudantes de cocina, personal de limpieza).

La liquidación correspondiente, será cancelada considerando plazos y condiciones que no afecten la estructura y funcionamiento del emprendimiento, para lo cual, de mutuo acuerdo se suscribirá un plan de pagos entre el o la socio o socia directa.

Art. 11.- Capital generado de la compra y venta.

Fin del Capital:

1. En el caso de existir excedentes del ejercicio de comercialización de los servicios turísticos, el 80% será constituido como fondo de ahorro para funcionamiento del emprendimiento de turismo comunitario Tolte, en relación a las siguientes actividades:
 - a. Invertir en promoción y publicidad para generar mayor afluencia de turistas y visitantes.
 - b. La reinversión para mejorar, la infraestructura y equipamiento del emprendimiento.
 - c. Capacitación permanente en el desarrollo de habilidades y destrezas del personal
2. Mientras que el otro 20% se destinara en apoyo directo a desarrollar un proyecto para mejorar la calidad de vida de las comuneras y comuneros de la comunidad Tolte.
 - a. Proyectos prioritarios para el desarrollo de la comunidad como: obras sociales, productivas, infraestructura, equipamientos y demás.
3. En el caso de no existir excedentes del ejercicio de comercialización de los servicios turísticos, la comunidad realizara un aporte económico definido por el comité de gestión, el mismo que garantizará el funcionamiento del emprendimiento.
4. El aporte económico de las comuneras y los comuneros definido por el comité de gestión se apoyara por la totalidad de sus socios, considerando el 50% de la aportación a las personas de la tercera edad.

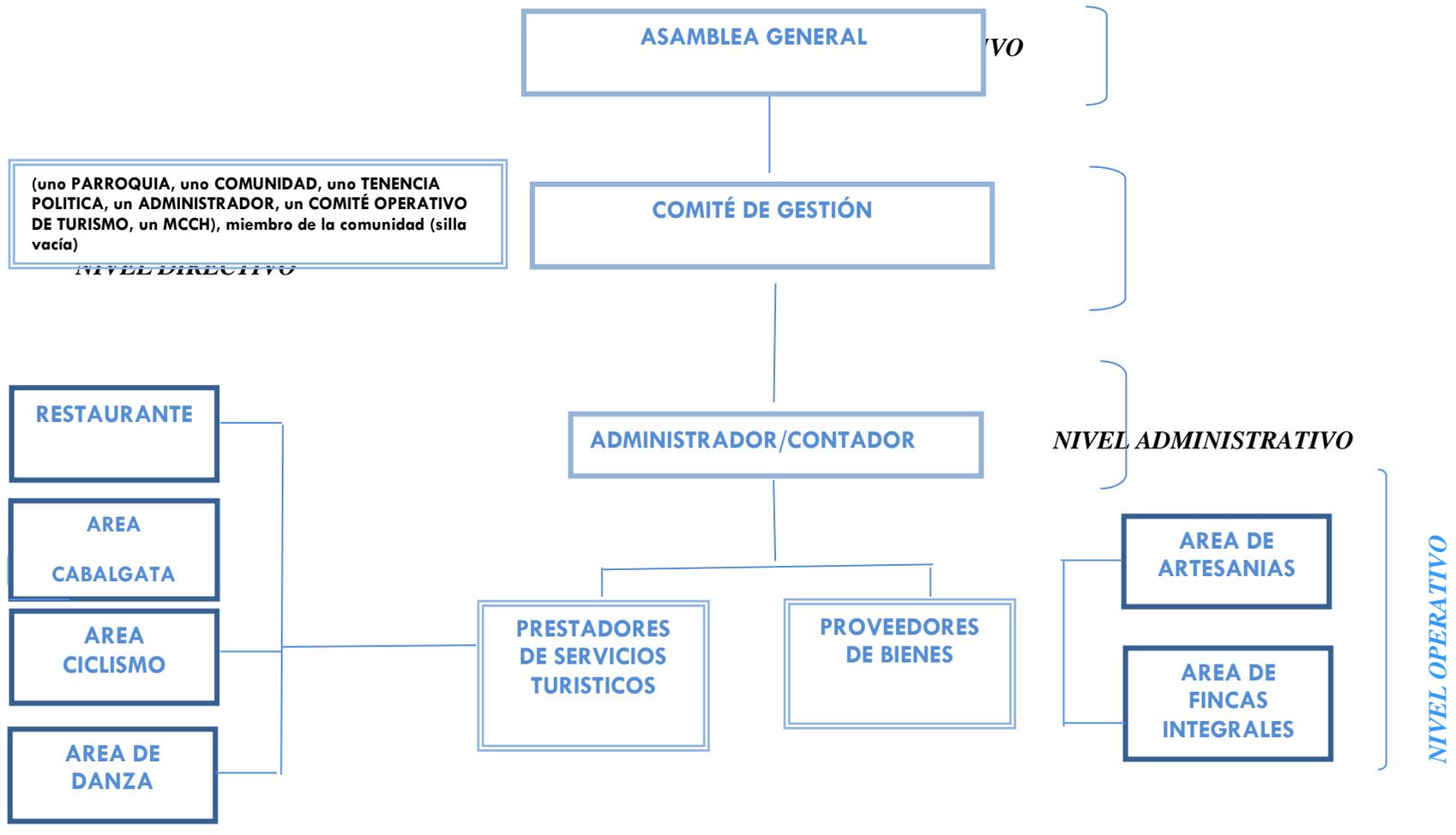
CAPITULO III

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y OPERACIÓN

Art.12.- Dirección, Administración, Control y Operación: la dirección y administración del emprendimiento de turismo comunitario Tolve se establece por medio de los siguientes niveles:

- 1) Nivel Organizativo**
- 2) Nivel Directivo**
- 3) Nivel Administrativo**
- 4) Nivel Operativo:**

Figura # 01: *Organigrama Estructural para la Administración del Emprendimiento de turismo comunitario*



Art. 14.- Nivel Organizativo.- La Asamblea General, constituido por las comuneras y comuneros de la comunidad Tolte, bajo los mismos principios y fines del emprendimiento de turismo comunitario.

Art. 15.- Facultades de la Asamblea General.- Es el máximo organismo de representatividad y quien define las políticas y el objetivo del emprendimiento de turismo comunitario.

Es la dependencia facultada para velar por el buen funcionamiento del emprendimiento de turismo comunitario dentro de la comunidad y fuera de ella. Fomentando la gestión de proyectos, programas relacionadas con la iniciativa de turismo comunitario.

Art. 16.- Funciones.-

- a. Aprobar el Directorio del comité de gestión, mediante un proceso democrático que garantice la participación en iguales condiciones de toda la asamblea general, presidida por el presidente/a de la comunidad Tolte.
- b. Remover con causa justa a los miembros del comité de gestión designados para el buen desempeño del emprendimiento de turismo comunitario. Y buscando sus reemplazantes de forma inmediata.
- c. Aprobar y reformar estatutos y sus reglamentos.
- d. Sancionar con expulsión a sus miembros.
- e. Conocer las decisiones sobre el proceso comercial y la gestión administrativa y directiva en el emprendimiento de turismo comunitario, llegando incluso a destituir aquellos organismos administrativos que se les encuentre en actos contrarios a los estatutos y fines del emprendimiento.
- f. Conocer los informes, balances económicos y las gestiones realizadas por el comité de gestión, y administrador/a cada tres meses con el fin de buscar medidas de fortalecimiento, corrección o sanción con revocatorias de designación de cargos.
- g. Validar las decisiones administrativas y de directorio del comité de gestión o en su caso rechazarlas cuando estas atenten a las políticas y principios del emprendimiento de turismo comunitario Tolte.

- h. Conocer y determinar las políticas a aplicar sobre los excedentes destinados para la comunidad (30%). En coherencia con las condiciones y los fines del capital, enumeradas en el artículo 10.
- i. Conocer y aprobar sobre el plan anual y la proforma presupuestaria que presente el comité de gestión.
- j. Ordenar la fiscalización de los recursos económicos y financieros del emprendimiento en cualquier momento en que así lo considere conveniente;
- k. Dar a conocer sobre la compra, venta, hipoteca y demás gravámenes sobre los bienes del emprendimiento.
- l. Aceptar o rechazar las donaciones que se hicieren para el desarrollo del emprendimiento de Turismo comunitario Tolte.

Art. 17.- Nivel Directivo

El directorio del comité de gestión, será el órgano máximo de la toma de decisiones en el nivel administrativo, operativo y económico financiero del emprendimiento de turismo comunitario.

Cuenta con la autonomía para no depender de las comuneras y comuneros, que no posea intereses en el desarrollo del emprendimiento y que sus decisiones no estén sometidas o afectadas a relaciones de amistad o parentesco.

Otro aspecto a considerar, consiste en estructurar políticas claras de contratación y remuneración del personal en cada una de las áreas de operación y servicio, y el porcentaje de la remuneración en retribución para el desarrollo del emprendimiento y la comunidad.

Si bien pueden participar en la gestión miembros de la comunidad (silla vacía), lo cual es incluso saludable por el nivel de confiabilidad de que gozan, ello debe responder siempre a criterios de idoneidad, es decir, deben estar suficientemente preparados para el cargo. Desde la perspectiva de la calidad de la prestación de servicios turísticos del emprendimiento, ello implica que exista claridad sobre el perfil que busca tener.

Art. 18.- Constitución.- Está conformado por dos representante del GAD parroquial Pistishí, dos de la directiva de la comunidad Tolte, un/una representante de la tenencia

Política de Pistishí y dos representante de MCCH, el o la administrador/ra. El Nivel Directivo, gestiona, maneja y controla las diversas acciones para lograr los objetivos de los proyectos y actividades previstas por la Asamblea General a corto, mediano y largo plazo.

Art. 19.- Facultades.- El Nivel Directivo como su nombre lo indica es encargado de dar la dirección y planificar según las políticas y principios, tiene como principal función la gestión por lo tanto gestiona, maneja y controla las diversas acciones para lograr los objetivos del emprendimiento de turismo comunitario Tolte. En el Nivel Directivo gozan de la facultad de reunirse cada mes y las veces que ellos dispongan para tratar asuntos de carácter de operatividad, coordinación y funcionamiento del emprendimiento de turismo comunitario.

Art. 20.- Responsabilidades.-

- a.- Planificar, operativizar y responsabilizarse en la ejecución de las actividades dentro del emprendimiento.
- b.- Supervisar y monitorear las actividades del Administrador/a, así como exigir los informes económicos de planificaciones y presupuestos a la persona responsable del área.
- c.- Hacer control, fomentar la transparencia y honestidad en el manejo de recursos y bienes.
- d.- Realizar la gestión empresarial para el fortalecimiento del emprendimiento, su rentabilidad y su posicionamiento en el mercado
- f.- Acompañar al proceso de prestación de servicios turísticos y administrativo legales.

Art. 21.- Nivel Administrativo - Contable

Desempeñará el papel de supervisor y fiscalizador en la operatividad de los servicios turísticos, bajo los principios y políticas establecidos por el comité de gestión, para garantizar la eficiente calidad del producto de turismo comunitario promocionado. Además se encargara del balance económico mensual del emprendimiento a fin de lograr información oportuna y confiable que produzca los elementos de análisis para

la toma de decisiones en la evaluación, programación y control de los recursos financieros

Velara también por el mantenimiento y cuidado de la infraestructura, bienes y sitios de interés concernientes al emprendimiento de turismo comunitario Tolté. Mantendrá un permanente control de calidad y abastecimiento oportuno de materia prima e insumos. El administrador/a - Contable mediante la coordinación de forma directa con los delegados de cada área de servicio, asegura la calidad total del servicio a ofertar y velara por la correcta ejecución de las operaciones y servicios, mediante la capacitación oportuna y permanente en las tareas establecidas. **Su cargo es técnico, operativo y administrativo - Contable, razón por la cual es un cargo que se gana bajo concurso a nivel comunitario.**

Art. 22.- Constitución.- Lo integra el o la administrador/a - Contable de la comunidad. El Administrador/a – Contable, es responsable de cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos y disposiciones, económicas, laborales, promocionales, ambientales y socioculturales, y tributarias contables que hayan sido concebidas en el comité de Gestión.

Art. 23.- Perfil.- debido a su cargo debe tener capacidades de Administración, contabilidad, liderazgo, comunicación, auditoria y gestión. Además de esto sus actitudes deben ir marcadas o coherentes con los principios y valores del emprendimiento de turismo comunitario Tolté.

Art. 24.- Responsabilidades.-

a.- Es responsabilidad del administrador/a – contable, cumplir y hacer cumplir las políticas y decisiones concebidas en el comité de gestión.

b.- Sugerir al comité de gestión la contratación del personal operativo para el emprendimiento de turismo comunitario.

c.- Garantizar el cumplimiento del manual de proceso de servicios mediante la permanente capacitación del personal operativo.

d.- Pagar sueldos y salarios al personal operativo en las diferentes áreas de servicio.

e.- Aplicar la política de pago de precios por día de servicio en cada área de la prestación de servicios turísticos.

f.- Llevar la contabilidad y el registro diario de ingresos y egresos generado en el emprendimiento de turismo comunitario.

g.- Realizar las compras de bienes, insumos y materia prima concernientes al emprendimiento de turismo comunitario.

h.- Liderar el equipo humano de trabajo en las áreas de cafetería, danza, artesanías, fincas integrales, cabalgatas, recorridos en bicicleta, para garantizar la eficiente prestación de servicios turísticos del emprendimiento.

i.- Presentar Estados Financieros en las fechas establecidos de acuerdo con el cronograma correspondiente.

k.- De manera específica y concreta

- Trato con el personal.
- Ventas, búsqueda de mercado en coordinación directa con el comité de gestión.
- Optimización y adecuación de la infraestructura
- Cuidado y mantenimiento de la infraestructura y equipamiento del emprendimiento.
- Control de calidad.
- Control de asociatividad
- Informes de compras de insumos, y ventas por pax.
- Abastecimiento oportuno de recursos mediante la compra de insumos.
- Manejo de caja chica.
- Elaborar liquidaciones de compra.
- Elaborar retenciones.
- Revisar la información ingresada en el sistema.
- Registrar gastos.
- Conciliar inventarios.
- Analizar cuentas por cobrar.
- Entrega de copias de estados financieros al comité de gestión.
- Manejar la tributación del emprendimiento.

Art. 25.- Nivel Operativo

En este Nivel, se genera la prestación de servicios turísticos, por lo que la coordinación, debe ser eficiente y eficaz en cada una de las áreas; además, por tratarse del nivel que directamente se relacionará con el público, es responsabilidad de cada uno de los delegados garantizar a través de su trabajo, una experiencia satisfactoria en los visitantes y turistas, para lo cual, cada uno de sus miembros deberán capacitarse y adquirir suficientes conocimientos y destrezas, logrando así una formación especializada que les permita ofrecer servicios basados en estándares de calidad.

Art. 26.- Constitución.- Está constituido por las comuneras y comuneros de Tolte, que labora en la prestación de servicios turísticos, en cada área de servicio, los mismos que están representados por el Comité Operativo de Turismo integrado por trabajadores elegidos libremente por sus compañeros de trabajo.

Art. 27.- Perfil Personal Operativo.-

Las comuneras y comuneros de Tolte que realizan la prestación de servicios turísticos en las diferentes áreas identificadas en el emprendimiento de turismo comunitario, deben cumplir características, habilidades, capacidad física y destrezas en el área a desarrollar, así mismo deben presentar características de responsabilidad, experiencia en el área, honestidad, trabajo en equipo, solidaridad, diplomacia, y expresivo. Las mismas que serán elegidas bajo un concurso de merecimientos que las determinara el comité de gestión.

Art. 28.- Responsabilidades

- a) Cumplir los procedimientos administrativos.
- b) Organizar el trabajo y programar las actividades a realizar.
- c) Asegurar la comunicación con la administración y reportar cualquier novedad.
- d) verificar y asegurar material y equipos necesarios para las actividades programadas.
- e) estudiar y ajustar itinerarios en función de vías de acceso, condiciones de seguridad, horario, paradas y necesidades especiales de los turistas.
- f) Asegurar el bienestar del turista.
- g) Ajustar la excursión al perfil y solicitud del turista.
- h) viabilizar actividades de entretenimiento e integración.
- i) fomentar relaciones positivas entre los miembros del grupo.

- j) mantener al turista motivado e interesado en la programación.
- k) ayudar a las personas con necesidades especiales.
- l) Propiciar reglas de convivencia.
- m) resolver desacuerdos en los servicios.
- n) Cuidar de la higiene, apariencia, postura corporal y disposición física.
- o) velar por la limpieza e integridad del ambiente y de los equipos.
- p) Evitar relacionarse íntimamente con el turista;
- q) Usar lenguaje y trato apropiados.
- r) Cumplir las especificaciones técnicas de acuerdo al manual de procesos por cada área de servicio

Art. 29.- Destitución del puesto designado.

La destitución de la comunera o comunero de su área de servicio designada, determinara el comité de gestión previo informe emitido con justa razón, por el administrado/ra-contable, en el caso de no acatar los fines y principios designados para el emprendimiento de turismo comunitario.

Art. 30.- Formas de funcionamiento para elección, votación y toma de decisiones.-

- a. En todas las instancias de elección y decisión cumplir con la ley de cuotas y equidad de género.
- b. En caso de no existir el quórum de las socias y socios, no se puede tomar decisiones, ni hacer elecciones
- c. Quien preside la asamblea general Ordinaria y extraordinaria es el/la presidente/a del directorio, además es quien lleva las sesiones.
- d. De la misma forma el secretario/a, tesorero/a del directorio funcionan como tal en la asamblea general.
- e. Las Asambleas Ordinarias: Se realizan cada tres meses Marzo, Junio, Septiembre, Diciembre, f.- Las Asambleas extraordinarias cuando fueren convocadas para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria, previa convocatoria por el presidente del directorio con cinco días de anticipación.
- f. Las asambleas extraordinarias también pueden ser convocadas si el 75% de las socias y socios deciden o ven importante y urgente tratar un conflicto o problema

de orden asociativo, comercial, productivo y servicios que atente al emprendimiento de turismo comunitario.

- g. Están en pleno derecho de llevar la asamblea extraordinaria las socias y socios que lo convoco. Respetando los principios establecidos en los numerales anteriores.
- h. Toda la figura de funcionamiento de la asamblea general tendrá que ser hecha bajo procedimiento parlamentario.
- i. Toda elección o decisión queda suspendida si está no fue hecha bajo los principios de equidad y ley de cuotas.

**Anexo E: Evaluación del turismo comunitario en el desarrollo económico,
Social- cultural y ambiental en parroquia Pistishí**

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO Y EDUCACION CONTINUA
MAESTRIA EN TURISMO SOSTENIBLE Y DESARROLLO LOCAL
ENTREVISTA A LA COMUNIDAD**

Buenos días, soy egresada de la Superior Politécnica de Chimborazo, estoy realizando un análisis de la incidencia del turismo comunitario en el desarrollo local de la parroquia Pistishí, cantón Alausí.

Por favor responda las siguientes preguntas con sinceridad y claridad.

Entrevistado:

.....Comunidad:.....

Ocupación:Entrevistador: Silvia Moina

Fecha:

Unidad de observación: Personas que se encuentran participando o que han participado en la actividad turística.

AMBITO: Económico, Social- Cultural y Ambiental

¿Cómo describiría Usted la situación de la comunidad antes de iniciar la actividad turística: aspecto económico, social-cultural y económico?

DIMENSIÓN ECONÓMICO

1. ¿Qué actividades económicas han sido creadas o fortalecidas a partir del turismo comunitario?

.....
.....
.....

2. ¿El proyecto turístico genera fuentes de empleo de manera permanente para la comunidad y otras actividades económicas relacionadas?

.....
.....

3. ¿Se compran productos o servicios de la localidad para el funcionamiento de la actividad turística comunitaria?

.....
.....

4. Los recursos económicos generados de la actividad turística son suficientes para realizar inversión social dentro de la comunidad?

.....
.....

5. ¿La comunidad o el grupo de turismo tiene acceso a servicios financieros (ahorro, crédito, garantías) o donaciones para el desarrollo o debilitamiento de la empresa?

.....
.....

6. ¿Hasta el momento la actividad turística aporta o no ganancias para el grupo?

.....
.....

7. ¿Existen principios o mecanismos que permita redistribuir los ingresos provenientes de la actividad turística turismo?, ¿cómo se lo distribuye?

.....
.....

8. ¿Cuál ha sido la inversión estimada en infraestructura turística y en nuevos proyectos familiares o comunitarios resultantes de los beneficios del turismo: creación de fondos comunitarios para créditos productivos, prestación de servicios sociales como salud y educación, recreación y cultura, dotación de infraestructura, etc.?

.....
.....

9. ¿Existe la capacidad de gestión comunitaria para el manejo eficiente del centro de turismo comunitario: disponibilidad de recursos humanos adecuadamente capacitados y de instrumentos adaptados: existen registros contables, un plan de inversiones y amortizaciones, un plan de negocios?

.....
.....

10. ¿Existe el empoderamiento de los líderes comunitarios para el manejo de la empresa turística?

.....
.....

DIMENSION SOCIAL-CULTURAL

1. ¿El proyecto turístico ha generado cambios positivos en valores, comportamientos y prácticas?

.....
.....

2. ¿Cuántas personas de la comunidad han sido capacitadas para operar y administrar el negocio turístico?

.....
.....

3. ¿Qué parte de la población comunitaria ha sido la más beneficiada: mujeres, jóvenes, personas de la tercera edad, personas con capacidades especiales?

.....
.....

4. ¿Existen desacuerdos que han provocado divisiones entre los miembros de la comunidad a causa del proyecto turístico?

.....
.....

5. ¿Las actividades turísticas implementadas contempla la participación con equidad de género?

.....
.....

6. ¿La actividad turística ha ayudado a frenar o atenuar los procesos migratorios de la comunidad?

.....
.....

7. ¿Se ha diferenciado claramente las esferas de responsabilidad, competencias y jerarquías que competen a la empresa, por un lado, y a la comunidad, por otro?

.....
.....

8. ¿El proyecto turístico rescata, valora y potencia manifestaciones propias de la cultura de la zona?

.....
.....

9. ¿El proyecto turístico reconoce y promueve, conocimientos tradicionales sobre medicina y prácticas ancestrales?

.....
.....

10. ¿Se han desarrollado acciones de interculturalidad con los turistas, como reconocimiento y respeto mutuo de la identidad respectiva, intercambio de conocimientos, experiencias y vivencias?

.....
.....

11. ¿Se ha reflexionado y elaborado en la comunidad directrices (código ético o de conducta) orientadas a hacer respetar sus principios y formas de vida y a observar comportamientos que garanticen una armoniosa convivencia con los visitantes y tour operadores?

.....
.....

DIMENSIÓN AMBIENTAL

1. ¿Cuenta la comunidad con su propia normativa de uso y manejo del territorio?

.....
.....

2. La comunidad y el proyecto turístico contempla un adecuado manejo de desechos sólidos, líquidos y emanaciones de gases

.....
.....

3. La comunidad ha elaborado y aplica un plan de monitoreo ambiental

.....
.....

4. La comunidad ha buscado y/o recibido asesoramiento adecuado y suficiente en materia de conservación ambiental y preservación de la biodiversidad.

.....
.....

5. Existe una estrategia de información, comunicación y educación por parte de la comunidad para elevar el nivel de conciencia de sus miembros (y de la población local), con el fin de lograr comportamientos responsables en materia ambiental.

.....
.....

6. Existe una estrategia de información, comunicación y educación por parte de la comunidad para elevar el nivel de conciencia de sus miembros (y de la población local), con el fin de lograr comportamientos responsables en materia ambiental.

.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo F:

Fotografías

Fotografía 1 Nariz del Diablo



Autor: Silvia Moina

Fotografía 2 Ciclismo



Autora: Silvia Moina

Fotografía 3. Sendero Turístico



Autora: Silvia Moina

Fotografía 4. Servicio de Cabalgata



Autora: Silvia Moina

Fotografía 5. Servicio de Restaurante



Autora: Silvia Moina

Fotografía 6. Artesanías del sector



Autora: Silvia Moina

Fotografía 7. Grupo de Danza



Autora: Silvia Moina

Fotografía 8 Trapiche de caña de azúcar



Autora: Silvia Moina

Fotografía 9. Talleres con grupos focales



Autora: Silvia Moina