



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

**PLAN DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA LA**  
**PARROQUIA ALSHI 9 DE OCTUBRE, CANTÓN MORONA,**  
**PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO**

**Trabajo de titulación presentado para optar al grado académico de:**  
**INGENIERA EN ECOTURISMO**

**AUTORA: CARMEN CECILIA MERCHÁN HERAS**

**Riobamba – Ecuador**

**2016**

### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Carmen Cecilia Merchán Heras, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 22 de julio del 2016



Carmen Cecilia Merchán Heras  
160045531-3

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

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El suscrito TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, certifica que; la señorita Carmen Cecilia Merchán Heras, culminó con el trabajo de investigación de titulación denominado PLAN DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA LA PARROQUIA ALSHI 9 DE OCTUBRE, CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO, y ha sido prolijamente revisada y aprobada, quedando autorizada su presentación y defensa.

  
Ing. Daniela Castillo. MBA

**DIRECTORA**

  
Ing. Myriam Merino

**MIEMBRO**

Riobamba, 22 de julio 2016

## **DEDICATORIA**

Este logro va dedicado con todo mi amor a mi amado padre Rodrigo Merchán, que desde el cielo ha sido mi mayor motivación para superarme día a día y no me alcanzarían las palabras para describir y agradecerle todo lo que hizo por mí y por cada una de sus enseñanzas en su corta estancia por esta vida. Te amo papito

A mis mamitas: Eva, por haberme dado la vida y haberme guiado parte de ella; Liliana y Rosario, por haberme formado como persona y prepararme para enfrentar los retos que se presentan a lo largo del camino, pero por sobre todo, por su infinito amor y constante entrega para hacer de mí la persona que soy ahora. Gracias por todo su apoyo, por saber qué consejo y que palabras utilizar en los momentos que más necesité. Gracias por haber sembrado en mí la confianza, el coraje y el valor por alcanzar los sueños.

Y por último pero no menos importante a mis hermanos, Andrés, Juan, Vivianna, Adriana, Jazmín, Jheferson, Marco, Paula, Jheyfri, Sheila y Bradley por su apoyo incondicional cuando fue necesario, y por sus muestras de cariño y aliento, el impulso para seguir con la marcha. Con quienes hemos aprendido que no es necesario un lazo de sangre para considerarnos como tales.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por permitirme concretar esta meta en mi vida.

A mi familia, Mario Galarza, Marco Heras, Antonio Criollo, Elvia Merchán, Tania Criollo, Graciela Criollo, Carmita Criollo, abuelitos y abuelitas, y a mi familia entera por haber sido un pilar fundamental para alcanzar mis metas.

A esta noble institución y en especial a la Escuela de Ecoturismo, ya que esta carrera forma profesionales humanos con sentido de respeto por la vida, por nuestras raíces y cultura.

A mis maestros y en especial a Renato Herrera, Rolando Zabala, Daniela Castillo, Myriam Merino, por esa pasión de impartir sus conocimientos en las aulas de clases con los estudiantes, por formarnos tanto profesionalmente como humanísticamente.

A mis amigos Karina Quezada, Jenny López, Michell Atiencia, Carolina Martínez, Valeria Guzmán, Fabian Patiño, Danilo Jiménez, Juan Carlos Cárdenas y Alexander Ramón; quienes a lo largo de este tiempo han sido un apoyo incondicional, por ser esa familia que uno se escoge, gracias a todos ustedes por ser parte de esta meta.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
I. PLAN DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA LA PARROQUIA ALSHI 9 DE OCTUBRE, CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO .....	1
II. INTRODUCCIÓN .....	1
A. JUSTIFICACIÓN.....	3
III. OBJETIVOS.....	4
A. OBJETIVO GENERAL .....	4
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
C. HIPÓTESIS DE TRABAJO.....	4
IV. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA .....	5
A. TURISMO.....	5
B. TURISMO SOSTENIBLE.....	6
C. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO.....	7
D. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO.....	8
1. Diagnóstico.....	8
2. Inventario de Atractivos Turísticos.....	10
3. Estudio de mercado .....	14
E. SISTEMA TURÍSTICO .....	17
F. CPES .....	18
G. FODA O DAFO.....	18
H. FORMULACIÓN FILOSÓFICA.....	19
1. Misión.....	19
2. Visión .....	19
3. Políticas .....	19
4. Valores .....	19
I. ESTRUCTURACIÓN DE PROGRAMAS Y PROYECTOS .....	20
1. Plan.....	20
2. Programa .....	20
3. Proyecto.....	20
J. PLANIFICACIÓN OPERATIVA.....	22
1. Plan Operativo Anual .....	22
V. MATERIALES Y MÉTODOS .....	23
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR .....	23
1. Localización .....	23
2. Ubicación Geográfica.....	23
3. Límites.....	23
4. Características Climáticas .....	24
5. Clasificación Ecológica.....	24
6. Características del Suelo .....	24

7. Materiales y Equipos .....	25
B. METODOLOGÍA .....	26
1. Analizar la situación del potencial turístico de la parroquia Alshi 9 de Octubre .....	26
2. Formular el planteamiento filosófico y estratégico del plan .....	34
3. Estructurar los programas y proyectos para el plan.....	37
4. Establecer la planificación operativa para la implementación del plan.....	38
VI. RESULTADOS .....	39
A. SITUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA.....	39
1. Diagnóstico situacional .....	39
2. Caracterización de la oferta.....	63
3. Caracterización de la demanda turística.....	103
4. Confrontación de oferta vs demanda.....	133
B. FORMULACIÓN DEL PLANTEAMIENTO FILOSÓFICO Y ESTRATÉGICO DEL PLAN 137	
1. Análisis situacional para la zona .....	137
2. Marco filosófico y estratégico del plan .....	143
C. ESTRUCTURACIÓN DE PROGRAMAS Y PROYECTOS PARA EL PLAN .....	149
1. Articulación de los programas y proyectos .....	149
2. Formulación de programas y proyectos .....	152
3. Análisis del presupuesto asignado a los programas y proyectos .....	213
4. Resumen de programas, proyectos y presupuesto del plan de desarrollo .....	225
D. PLANIFICACIÓN OPERATIVA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN.....	230
1. Plan Operativo Anual del plan de desarrollo turístico sostenible de la parroquia Alshi 9 de Octubre.....	230
VII. CONCLUSIONES .....	240
VIII. RECOMENDACIONES .....	241
IX. BIBLIOGRAFÍA.....	244
X. ANEXOS.....	247

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla</b>	<b>Pág.</b>
Tabla VI-1: Distribución de la demanda según el género .....	103
Tabla VI-2: Distribución de la demanda por la edad .....	104
Tabla VI-3: Distribución de la demanda según su procedencia .....	105
Tabla VI-4: Distribución de la demanda según el nivel de instrucción .....	106
Tabla VI-5: Con cuántas personas viaja.....	107
Tabla VI-6: Motivación para viajar.....	108
Tabla VI-7: Tiempo de estancia.....	109
Tabla VI-8: Conoce usted la parroquia Alshi 9 de Octubre.....	110
Tabla VI-9: Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre.....	111
Tabla VI-10: Actividades que le gustaría realizar en la parroquia.....	112
Tabla VI-11: Servicios que le gustaría que preste la parroquia .....	113
Tabla VI-12: Pago por la visita a la parroquia .....	114
Tabla VI-13: Medios de comunicación para obtener información turística.....	115
Tabla VI-14: Distribución de la demanda según el género .....	116
Tabla VI-15: Distribución de la demanda por la edad .....	117
Tabla VI-16: Distribución de la demanda según su procedencia.....	118
Tabla VI-17: Distribución de la demanda según el nivel de instrucción. ....	119
Tabla VI-18: Con cuántas personas viaja.....	120
Tabla VI-19: Motivo de viaje.....	121
Tabla VI-20: Tiempo de estancia.....	122
Tabla VI-21: Conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre. ....	123
Tabla VI-22: Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre.....	124
Tabla VI-23: Actividades que le gustaría realizar.....	125
Tabla VI-24: Servicios turísticos requeridos.....	126
Tabla VI-25: Pago por la visita a la parroquia .....	127
Tabla VI-26: Medio de comunicación para obtener información turística .....	128



## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura</b>	<b>Pág.</b>
Figura VI-1: Mapa ubicación geográfica parroquia Alshi 9 de Octubre.....	39
Figura VI-2: Mapa vial de la parroquia Alshi 9 de Octubre .....	41
Figura VI-3: Estructura orgánica del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre.....	61
Figura VI-4: Cascada Salado Chico.....	64
Figura VI-5: Cascada Salado Chico.....	64
Figura VI-6: Unión del río Upano y Abanico .....	69
Figura VI-7: Cueva del Oso .....	74
Figura VI-8: Iglesia Inmaculada Concepción .....	79
Figura VI-9: Mulo.....	83
Figura VI-10: Distribución de la demanda según el género.....	103
Figura VI-11: Distribución de la demanda por la edad.....	104
Figura VI-12: Distribución de la demanda según su procedencia .....	105
Figura VI-13: Distribución de la demanda según el nivel de instrucción .....	106
Figura VI-14: Con cuántas personas viaja .....	107
Figura VI-15: Motivación para viajar .....	108
Figura VI-16: Tiempo de estancia.....	109
Figura VI-17: Conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre .....	110
Figura VI-18: Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre .....	111
Figura VI-19: Actividades que le gustaría realizar .....	112
Figura VI-20: Servicios turísticos que presta la parroquia.....	113
Figura VI-21: Pago por la visita a la parroquia.....	114
Figura VI-22: Medios de comunicación para obtener información turística .....	115
Figura VI-23: Distribución de la demanda según el género.....	116
Figura VI-24: Distribución de la demanda por la edad.....	117
Figura VI-25: Distribución de la demanda según su procedencia .....	118
Figura VI-26: Distribución de la demanda según el nivel de instrucción .....	119
Figura VI-27: Con cuántas personas viaja .....	120
Figura VI-28: Motivo de viaje .....	121
Figura VI-29: Tiempo de estancia.....	122
Figura VI-30: Conoce Alshi 9 de Octubre .....	123
Figura VI-31: Le gustaría visitar la parroquia.....	124

Figura VI-32: Actividades que son de su preferencia .....	125
Figura VI-33: Servicios turísticos requeridos .....	126
Figura VI-34: Pago por la visita a la parroquia.....	127
Figura VI-35: Medios de comunicación para obtener información turística .....	128
Figura VI-36: Programas presupuestados de la Junta Parroquial Alshi 9 de Octubre. ....	213
Figura VI-37: Presupuesto para la coordinación interinstitucional para la gestión del turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre. ....	214
Figura VI-38: Presupuesto para la construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística.....	215
Figura VI-39: Presupuesto para la construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística.....	216
Figura VI-40: Presupuesto para el plan integral de seguridad para el turismo .....	217
Figura VI-41: Presupuesto para la evaluación y mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico .....	218
Figura VI-42: Presupuesto para la formación de líderes y promotores turísticos locales .....	219
Figura VI-43: Presupuesto para el plan de marketing turístico de la parroquia.....	220
Figura VI-44: Presupuesto para la capacitación para prestadores de servicios turísticos .....	221
Figura VI-45: Presupuesto para la capacitación para acceso a fuentes de financiamiento para el sector turístico e inversión y organización empresarial .....	222
Figura VI-46: Presupuesto para el plan de revitalización cultural de la parroquia .....	223
Figura VI-47: Presupuesto para el plan de manejo de bosque montano húmedo y bosque montano bajo.....	224

**LISTA DE FICHAS**

<b>Ficha</b>	<b>Pág.</b>
Ficha VI-1: Cascada Salado Chico .....	64
Ficha VI-2: Unión de los ríos Upano y Abanico.....	69
Ficha VI-3: Cueva del oso.....	74
Ficha VI-4: Fiestas de la virgen de la Inmaculada Concepción .....	79
Ficha VI-5: Mulo .....	83

**LISTA DE ANEXOS**

<b>Anexo</b>	<b>Pág.</b>
Anexo 1. Entrevista.....	247
Anexo 2. Lista de personas adultas mayores visitadas (entrevistas).....	248
Anexo 3. Entrevista a personas adultas mayores. ....	249
Anexo 4. Taller con los actores principales para saber la problemática de la parroquia.....	250
Anexo 5. Modelo de cuestionario para turistas nacionales .....	251
Anexo 6. Modelo de cuestionario para turistas extranjeros .....	252
Anexo 7. Ficha de inventario turístico MINTUR .....	253

## **I. PLAN DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA LA PARROQUIA ALSHI 9 DE OCTUBRE, CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO**

### **II. INTRODUCCIÓN**

Según la (Organización Mundial de Turismo, 2014) El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él número uno creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico, demostrando que es una de las mejores economías que se va desplegando ya que no sólo se interesa por el capital económico sino también por el humano y con una responsabilidad ambiental.

El turismo a nivel mundial motiva una dinámica situacional sobresaliente con altos ingresos económicos, a través del tiempo el turismo ha experimentado un crecimiento acelerado, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. (Organización Mundial de Turismo, 2014) (párr. 1)

En América Latina no es ajeno el crecimiento turístico ya que muchos países han hecho de esta industria su fuente de ingresos, el (Banco Interamericano de Desarrollo, 2015) en una de sus publicaciones lo corrobora en donde señala que el turismo internacional en Latinoamérica y el Caribe ha crecido un 50 por ciento en la última década; el cual representa el 6,4% del empleo total directo e indirecto en América Latina, lo cual equivale a 1 de cada 15,7 empleos en 2009. (párr. 1)

En Ecuador, en los últimos 9 años, el turismo se ha desplegado exponencialmente, lo cual es evidenciado en los ingresos económicos que esta industria genera, como también en los premios internacionales que ha recibido, esto, a pesar de la crisis económica que acontece a nivel mundial. Así también lo asevera (Morejón, 2015) (párr. 2) en donde señala que “El Ecuador presenta un incremento del 84% en la demanda de visitantes durante el 2015, superado únicamente por Australia y China, convirtiéndose así en el único país de América Latina que forma parte de esta importante lista a nivel mundial”

“Ecuador está localizado en la línea Ecuatorial sobre la costa noroeste de América del Sur y está limitado por Colombia al Norte, Perú al Sur y Este y por el Océano Pacífico al Oeste. Posee cuatro regiones: Andina, Costa, Amazónica y Galápagos” Según el (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012, pág. 3) A esto hay que agregarle que nuestro país es biodiverso, pese a su pequeña extensión de territorio, los factores que favorecen a esta biodiversidad son: su ubicación, Cordillera de los Andes, micro climas, las corrientes marinas; también tenemos una diversidad cultural, lo cual denota que tenemos todo en tan pequeña extensión de territorio y podemos llegar a ser un gran destino turístico.

La provincia de Morona Santiago perteneciente a la Región Amazónica, capital Macas, fue creada en 1953. Esta provincia es un gran exponente de los recursos naturales y culturales del Ecuador. Se caracteriza y sobresale por ser una provincia agrícola y ganadera. Sin embargo la visión del (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Morona Santiago, 2012, pág. 12) es “Convertirla en una provincia ecológica y libre de contaminación ambiental”.

“La parroquia Alshi está ubicada al Noroeste del Cantón Morona, Provincia de Morona Santiago, comprende una superficie de 227,2 Km 2. Mediante registro oficial No. 66 del 26 de enero de 1962 se crea la Parroquia de Alshi 9 de Octubre” (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 7)

Alshi muestra gran interés en la conservación de sus recursos naturales y el uso sostenible de los mismos así lo señala el (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 4) en su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, en donde “Considera al proceso de planificación estratégica y ordenamiento territorial, como el mejoramiento sistemático de la organización y desarrollo sostenible de las actividades humanas” Otro dato importante de mencionar es que la parroquia limita con el Parque Nacional Sangay en donde hay conflictos por el avance de las fronteras agrícolas (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 27). Por eso es muy importante y necesaria la zonificación para dinamizar las actividades económicas de la parroquia y que sean ecológicamente sostenibles.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

La parroquia posee todos los recursos necesarios y el interés de su pueblo como del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial para desarrollar el turismo, pero no cuenta con una evaluación de la potencialidad de su zona lo cual es evidenciado por el (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 35) en el cual menciona que “No existe un inventario técnico de los recursos turísticos que existen en la parroquia para determinar su aprovechamiento sostenible”.

De esta problemática nace la necesidad de elaborar un plan de desarrollo turístico para la parroquia que va a ayudar a identificar programas y proyectos de intervención en diferentes áreas para poder aprovechar de mejor manera los recursos naturales y culturales que posee la zona y que a su vez sea un orientador de la inversión pública en materia turística; logrando así cumplir con el objetivo esencial del Plan Sumak Kawsay (Buen Vivir) que es el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores, como también cumple con una de las metas del (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 54) la cual es “Definir técnicamente las zonas que son aptas para desarrollar la agricultura, la ganadería, la piscicultura y el ecoturismo rural comunitario”

### **III. OBJETIVOS**

#### **A. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de desarrollo de turismo sostenible para la parroquia Alshi 9 de Octubre, cantón Morona, provincia de Morona Santiago.

#### **B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Analizar la situación del potencial turístico de la parroquia.
2. Formular el planteamiento filosófico y estratégico del plan.
3. Estructurar los programas y proyectos para el plan.
4. Establecer la planificación operativa para la implementación del plan.

#### **C. HIPÓTESIS DE TRABAJO**

El plan de desarrollo de turismo sostenible contribuye al progreso de la actividad turística de la parroquia Alshi 9 de Octubre, en el cual se aprovechan sosteniblemente los patrimonios culturales y naturales para la generación de recursos económicos y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.



#### IV. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

##### A. TURISMO

A lo largo de la historia la definición de turismo, ha venido evolucionando, cada vez con conceptualizaciones que añaden elementos que aparecen en un entorno contemporáneo.

El turismo según (Acerenza, 1999, pág. 49) menciona lo siguiente:

El turismo es un fenómeno social de carácter complejo, que puede ser interpretado de distintas formas, según sea la función que, en un momento dado, tengan las personas relacionadas con él. Pero independientemente del punto de vista particular que puedan tener los diferentes sectores dedicados a esta actividad, el turismo, desde el punto de vista conceptual, no es sino un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar normal de domicilio, motivadas fundamentalmente por una actividad no lucrativa.

A su vez una definición simple de lo que significa el turismo es la que menciona el Novo Diccionario General de Turismo 1977 citado por el (Instituto Nacional de Aprendizaje Núcleo de Turismo, 2002, pág. 9) en donde señala que:

Es un fenómeno de carácter económico, social y cultural, que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal, en forma individual o grupal, del lugar de residencia habitual, con motivos de recreación, descanso, cultura y salud; a otro sitio en el que no se realiza actividad remunerada.

Mientras que la (Organización de Naciones Unidas, 2003, pág. 1) considera que el turismo comprende:

Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado.

Entonces se puede llegar a la conclusión de que una persona realiza actividades turísticas cuando se traslada de un lugar a otro, siempre y cuando no sea el de su residencia actual, por motivos de ocio,

recreación; y se lo considera como un fenómeno social porque en el momento que una persona se traslada hacia otro lugar, tiene que interactuar con otras personas, económico porque genera divisas ya que el turista consume los servicios ofertados y cultural porque interactúa, valora y conoce las diferentes culturas existentes en el lugar visitado.

Algo muy importante que hay que recordar es que para realizar turismo se necesita de tres requisitos fundamentales que son: tiempo, motivación y dinero. Es por eso que los destinos deben buscar generar estas impresiones en un turista.

## **B. TURISMO SOSTENIBLE**

Para una mejor comprensión y visión del término turismo sostenible, se ha tomado como referencia varios planteamientos:

Uno de los conceptos citados por la (Asociación de Monitores Medioambientales Almirante, 2008) en su página web señala:

Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. (p.1)

Se define también como “La actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación” (Asociación de Monitores Medioambientales Almirante, 2008, pág. 1) Entonces siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo económico, social y ambiental; debe participar activamente en la estrategia de desarrollo sostenible.

Los principios del turismo sostenible según la Organización Mundial de Turismo, citado por (Tapia, 2006, pág. s/n) son:

- ✚ Se conservan los recursos naturales y culturales para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- ✚ El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- ✚ La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- ✚ Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial;
- ✚ Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

En el mundo contemporáneo ya se está sintiendo los estragos de nuestro consumismo lo cual está acabando con nuestros recursos naturales y que mejor que el turismo sostenible para cambiar nuestra manera de vivir, de consumir y de pensar. Nosotros como personas tenemos la concepción de que los recursos que nos provee la naturaleza son inagotables, lo cual es una idea errónea, tal es el caso y un gran ejemplo para comprobar lo contrario, es el cambio climático, el calentamiento global, aumento de temperatura en algunos lugares del mundo y disminución de la misma en otras partes. Por lo tanto debemos empezar a visionar un mundo con economías sustentables y sostenibles con energías limpias; y una de estas es el turismo sostenible.

### **C. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO**

El (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2008, pág. 11) señala que:

El resultado es un planteamiento ecléctico en el que se combinan técnicas del desarrollo local, territorial y estratégico con otras más especializadas, respecto a los recursos y atractivos turísticos, la oferta y demanda de productos y servicios o la infraestructura turística. Ello permite afrontar el reto de la planificación de una manera interdisciplinaria e integral, a fin de alcanzar resultados concretos respecto a los objetivos marcados.

Por eso es muy importante en el momento de planificar el desarrollo de un lugar, tener muy en cuenta los usos actuales del suelo y cual se va a dedicar al turismo, para así lograr dinamizar cada una de las economías existentes en la parroquia.

## **D. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO**

Según la Organización Mundial de Turismo, citado por el (Observatorio de Europa, 1996, pág. 4) señala “La evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones”

Para determinar si un lugar es apto para invertir en turismo, primeramente hay que saber qué es lo que posee, mediante estudios que nos permitan obtener estos datos.

### **1. Diagnóstico**

“Etimológicamente diagnóstico proviene de gnosís: conocer y díō: a través: así entonces significa: conocer a través o conocer por medio de” (Arteaga & González, 2001, p. 83) Sin embargo, diversos autores que abordan este tema, van más allá de su raíz etimológica, algunos entendiéndolo como resultado de una investigación, o como una explicación de una situación particular o como una descripción de un proceso, o como un juicio interpretativo.

(Najera, 2007) afirma:

El diagnóstico situacional es un proceso de producción de conocimientos en y para la acción, una interacción dialógica entre los actores involucrados en la acción social, un modo de producir conocimientos de base útiles en la acción, un modo de producción de conocimientos colectivo y participativo, una racionalidad reflexiva para la toma de decisiones, una acción focalizada en temas significativos para los actores involucrados. (s/n)

Es así que para desarrollar un diagnóstico real en un área determinada, se necesita identificar a todos los actores que forman parte del lugar en estudio, como también recopilación de información tanto de fuentes primarias como secundarias, talleres participativos con los involucrados. De esta manera se podrá realizar una evaluación de la situación actual de un lugar determinado.

(Rodríguez, 2007) señala “El diagnóstico es un estudio previo a toda planificación o proyecto y que consiste en la recopilación de información, su ordenamiento, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. Consiste en analizar un sistema y comprender su funcionamiento, de tal manera de poder proponer cambios en el mismo y cuyos resultados sean previsibles” (s/n) Entonces el diagnóstico nos permite conocer mejor la realidad, la existencia de debilidades y fortalezas, entender las relaciones entre los distintos actores sociales que se desenvuelven en un determinado medio y prever posibles reacciones dentro del sistema frente a acciones de intervención o bien cambios suscitados en algún aspecto de la estructura de la población bajo estudio.

#### **a. Diagnóstico Participativo**

El diagnóstico participativo es una herramienta empleada por las comunidades para conocer su realidad. Y es así que (López & Tamariz, 2009, pág. 5) lo definen como un “Instrumento empleado por las comunidades para la edificación en colectivo de un conocimiento sobre su realidad, en el que se reconocen los problemas que las afectan, los recursos con los que cuenta y las potencialidades propias de la localidad que puedan ser aprovechadas en beneficio de todos”.

Es así como se hace necesaria la participación e involucramiento de las comunidades, para poder conocer las diferentes realidades sociales y permitir que las propuestas para la solución de las diferentes problemáticas, surjan directamente de los ciudadanos y ciudadanas durante la realización de jornadas de diagnósticos participativos, así como el aprovechamiento de sus potencialidades.

(Rodríguez, 2007) propone las siguientes herramientas para un diagnóstico participativo:

**Entrevistas con informantes clave.** Consiste en detectar las personas que por su trabajo, su rol en la comunidad o por su experiencia de vida, disponen de información y de una visión especial que permitirá profundizar en el diagnóstico. Para realizar las entrevistas se necesita un previo análisis y determinar a qué se quiere llegar con la entrevista.

**Historias de vida.** Consiste en una entrevista a una persona cuya vida tenga un aporte significativo a la comunidad o bien que su experiencia de vida pueda reflejar la historia del lugar o de la actividad productiva en cuestión.

**Trabajos por grupos.** A través del trabajo grupal se consigue una participación más abierta y con una mayor riqueza de información. Además, si el diagnóstico se realiza para un posterior proyecto, las personas que han participado de la elaboración el mismo tendrán en el futuro una actitud de mayor compromiso. (s/n)

Finalmente es importante destacar que la información que se obtiene a través de estos métodos, es fundamentalmente cualitativa.

## 2. Inventario de Atractivos Turísticos

### a. Recurso Turístico

El Proyecto Fortalecimiento Integral de Turismo (FIT-PERÚ, 2008) define como:

Los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda. Estos recursos han sido categorizados en:

- ✚ **Sitios naturales;** esta categoría agrupa a los lugares geográficos que, por sus atributos propios, tienen gran importancia y constituyen atractivos turísticos.
- ✚ **Manifestaciones culturales;** se consideran los diferentes sitios y expresiones culturales del país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como restos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) y que representan por ello una atracción en sí mismos.

- ✚ **Folclor;** es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes gastronomía, que representan y sintetizan el carácter único y diferente del país, región y/o pueblo.
- ✚ **Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas;** comprenden aquellas obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología alcanzado por el país, la región o el pueblo, con características únicas de gran importancia y relevantes para el turismo.
- ✚ **Acontecimientos programados;** categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores. (s/n)

Los recursos turísticos en general son todos los elementos creados por la naturaleza como por el hombre, que pueden generar en los turistas un interés por conocerlos. Son considerados recursos turísticos porque no tienen las facilidades turísticas, pero tienen características que motivan al visitante la movilidad para conocerlos.

## **b. Atractivos Turísticos**

El proyecto Fortalecimiento Integral de Turismo (FIT-PERÚ, 2008) define que los atractivos turísticos “Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica” (s/n). La atraktividad es un elemento crucial en la motivación del turista a viajar y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera tanto actividad económica conexas (hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros) como desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico (aeropuertos, rutas, señalización, etc).

## **c. Inventario de Atractivos Turísticos**

Para conocer cuáles son nuestros recursos turísticos, cuántos son estos y sus características, es necesario contar con un Inventario de Atractivos Turísticos.

El proyecto Fortalecimiento Integral de Turismo (FIT-PERÚ, 2008) menciona que el:

El inventario de recursos turísticos constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos que por sus cualidades naturales y/o culturales, pueden constituir una motivación para el turista. Representa un instrumento valioso para la planificación turística, en cualquier ámbito, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico local, regional o nacional.

El procesamiento de la información contenida en el inventario es un trabajo permanente e inacabable por naturaleza, en la medida en que necesita estar actualizado constantemente.

Todo inventario deberá presentar dos características fundamentales:

Debe constituir un reflejo fiel de la realidad de los recursos turísticos inventariados, indicando información técnica y la situación en que se encuentran. A partir de este instrumento se puede propiciar el acondicionamiento necesario que permita el desarrollo turístico con beneficios para la comunidad que habita el espacio geográfico estudiado.

Debe ser claro, abierto y dinámico, permitiendo su actualización periódica y la incorporación de nuevos elementos según las tendencias y necesidades de la actividad turística.

En este documento se evalúa el valor y la jerarquía de los atractivos, según su nivel de impacto en los consumidores nacionales o internacionales.

**La jerarquización:** La capacidad de atracción no es siempre la misma en todos los atractivos turísticos, por ello pueden ser jerarquizados. Para ello, la capacidad de atracción se cuantifica y mide atendiendo al impacto que puedan generar en el turismo internacional o en el interno, este proceso es conocido como jerarquización. (s/n)

Recalcando; es muy importante contar en un cantón, ciudad, provincia con un inventario de atractivos turísticos, todo esto con el afán de mejorar la oferta, ya que con toda la información organizada de cada uno de los atractivos, sería más fácil la promoción de un lugar, para que se llegue a convertir en un destino competente y se diferencie de los demás.



#### d. Metodología para el Inventario de Atractivos Turísticos

El (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2004, págs. 3, 4) propone la siguiente metodología:

##### ✚ Clasificación de los atractivos

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

##### ✚ Recopilación de información

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

##### ✚ Trabajo de campo

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo. El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

##### ✚ Evaluación y jerarquización

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

##### ✚ Clasificación de los atractivos turísticos

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos. En la categoría de **Sitios naturales** se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas. En la categoría **Manifestaciones Culturales** se reconocen los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

- **Categoría:** define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.
- **Tipo:** son los elementos de características similares en una categoría.
- **Subtipo:** son los elementos que caracterizan los tipos.

Esta metodología el Ministerio de Turismo la desarrolló con el objetivo de unificar y homogenizar el proceso de inventario de atractivos turísticos en el Ecuador para que la información que se obtenga maneje los mismos parámetros de inventarización. Este proceso es el paso principal para conocer la potencialidad turística de un lugar.

### **3. Estudio de mercado**

“El estudio de mercado, tiene por objeto cuantificar los bienes y servicios que podrían ser aceptados en el mercado” (Rojas, 2012, pág. s/n). Para determinar la factibilidad de un proyecto, sea este turístico o no, es necesario realizar el estudio de mercado, ya que nos permitirá tener un mercado objetivo definido. (Kotler & Armstrong, 2008, pág. 9), definen al mercado como el “conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio”.

#### **a. Oferta**

La UDLAP (Universidad de las Américas Puebla, ME, 2008) afirma “La oferta turística son los recursos con los que cuenta el destino, incluyendo la infraestructura, en contraparte, la demanda turística se integra por los turistas, quienes buscan productos turísticos para satisfacer sus necesidades” Siempre será necesario contar con la oferta para poder ofrecer un servicio turístico, la oferta y la demanda, son dos elementos interdependientes deben ir a la par, no pueden ir por separado.

## **b. Demanda**

(Madrazo, 2011, pág. s/n), define la demanda turística como:

Un proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz; consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones en la entidad, desarrollado por un órgano de dirección que cuenta con grupos de personas, recursos y autoridad para optimizar el flujo de turistas actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes y (o) servicios turísticos en función del precio del destino y su renta personal, sobre la base del conocimiento de las leyes y principios, de la sociedad, la naturaleza humana y la técnica, así como de información en general.

La definición de la demanda turística varía de acuerdo con la perspectiva subjetiva del autor, con lo que se deberían considerar visiones económicas, psicológicas o geográficas.

## **c. Segmentación de Mercado**

Lovelock, 1997, citado por la (Universidad de las Américas Puebla, 2008) menciona:

Los clientes de un mercado se pueden agrupar o segmentar de acuerdo con sus necesidades, conductas de compra y patrones de consumo. A esto se le llama segmentación de mercados. Así, en vez de tratar de competir en un mercado completo -tal vez contra competidores superiores- la empresa puede adoptar una estrategia de segmentación del mercado, identificando aquellos a los que puede servir mejor.

## 1) Tipos de Segmentación de Mercado

(Kotler & Armstrong, 2008, pág. 164) proponen los siguientes tipos o criterios de segmentación examinando las características de los consumidores:

- ✚ **Segmentación Geográfica.** Como lo dice su nombre, este tipo de segmentación consiste en dividir al mercado en regiones, es decir, dividirlo ya sea por país, estado, ciudad, colonias, etc. También se puede dividir dependiendo el tamaño de la ciudad o zona, de acuerdo a la densidad y de acuerdo al clima. Como empresa, se puede decidir operar en una o en varias áreas geográficas.
- ✚ **Segmentación Demográfica.** Esta segmentación divide a un mercado de acuerdo a sus variables demográficas, como lo son la edad, el sexo, la ocupación, los ingresos, la nacionalidad, el tamaño de familia, la educación, la religión, el ciclo de vida familiar o la raza. Estas variables son una de las bases más utilizadas para distinguir grupos de clientes por ser fáciles de medir y se pueden combinar entre si; además, generalmente las necesidades y deseos de los clientes varían en gran medida a causa de factores demográficos.
- ✚ **Segmentación Psicográfica.** Este tipo de segmentación divide al mercado en dos variables: clase social y estilo de vida o personalidad. Esta segmentación se da porque se ha demostrado que tanto la clase social como el estilo de vida tienen un efecto importante sobre la compra y la preferencia de los consumidores.
- ✚ **Segmentación Conductual.** Por último, la segmentación conductual, es la que divide al mercado con base en su conducta, es decir, con base en sus conocimientos, actitudes, usos o respuestas hacia cierto producto. Muchos mercadólogos opinan que estas variables son el mejor punto de partida para segmentar un mercado.

El estudio del mercado turístico exige analizar tanto los rasgos definitorios que lo identifican como las principales tendencias actuales que se observan. Los mercados turísticos presentan algunas singularidades debido a las características de la oferta, que constituye un complejo conjunto de bienes y servicios, a una demanda creciente y cada vez más diversa, a la utilización de recursos que generan atractivo pero corren el riesgo de ser sobreexplotados o al impacto de las nuevas tecnologías de la información. La estacionalidad, el desarrollo de nuevos productos y destinos competidores, los efectos sobre los precios, las características de la estructura de costes o el ciclo de vida de los destinos, son algunos de los rasgos definitorios del comportamiento de los mercados turísticos.

Todos estos condicionantes han tenido como consecuencia la aparición de nuevas tendencias tanto en tanto en la oferta, como en la demanda y la comercialización. Las empresas que mejor sepan adaptarse a estas nuevas circunstancias serán las que sobrevivan o triunfen en este entorno tan cambiante.

## E. SISTEMA TURÍSTICO

(Molina, 2013) (párr. 2) menciona que:

El Sistema Turístico es un conjunto abierto de procedimientos relacionados e integrados con su medio ambiente en el que establece una especie de trueques, y este se encuentra integrado por un subconjunto de subsistemas los cuales se relacionan entre sí, interactuando para llegar a un objetivo común.

Los subsistemas que integran el sistema turístico son las siguientes:

- ✚ **Superestructura Turística:** organismos oficiales y privados que se encargan de regular el sistema turístico.
- ✚ **Demanda:** integrada por las necesidades físicas y emocionales de los turistas.
- ✚ **Atractivos:** son los principales motivadores y orientadores del flujo turístico como por ejemplo los sitios naturales, museos, eventos programados, etc.
- ✚ **Equipamientos e instalaciones:** es el conjunto de los establecimientos especializados en la prestación de servicios turísticos y las instalaciones que los conforman en un destino turístico de cualquier índole.
- ✚ **Infraestructura:** activa e impulsa los servicios básicos al sistema turístico ya sea interna como servicios de agua, luz, gas y otros servicios o de tipo externa como aeropuertos, carreteras, sistemas que contribuyen a entrelazar el destino con los puntos de partida del turismo.

## **F. CPES**

El Diagrama Causa-Efecto es una representación gráfica que muestra la relación cualitativa e hipotética de los diversos factores que pueden contribuir a un efecto o fenómeno determinado. Ayudan a pensar sobre todas las causas reales y potenciales de un suceso o problema, y no solamente en las más obvias o simples. Además, son idóneos para motivar el análisis y la discusión grupal, de manera que cada equipo de trabajo pueda ampliar su comprensión del problema, visualizar las razones, motivos o factores principales y secundarios, identificar posibles soluciones, tomar decisiones y, organizar planes de acción. (Hernández, 2007, pág. 9)

## **G. FODA O DAFO**

En el proceso de planificación estratégica, se utilizan diversas herramientas de análisis para obtener información que permita tomar decisiones acertadas al trazar la trayectoria futura de las organizaciones. Una de las herramientas más utilizadas, por su sencillez y gran utilidad, es el análisis FODA:

Consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. El análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas. (Ponce, 2007, pág. 2)

Se utilizará para desarrollar un plan que tome en consideración muchos y diferentes factores internos y externos para así maximizar el potencial de las fuerzas y oportunidades minimizando así el impacto de las debilidades y amenazas.

## **H. FORMULACIÓN FILOSÓFICA**

Los componentes del marco filosófico y estratégico de un plan son los siguientes:

### **1. Misión**

La misión define principalmente, cual es nuestra labor o actividad en el mercado, además se puede completar, haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor o actividad.

### **2. Visión**

La visión define las metas que pretendemos conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, puesto que la propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador.

### **3. Políticas**

Son las pautas de procedimiento que delimitan los márgenes de operación de los diversos agentes o elementos de la organización, representan los limitantes prácticos en la definición de estrategias. “son el qué y el qué no se puede hacer”

### **4. Valores**

Los valores, son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento. No olvidemos que los valores son la personalidad de nuestra empresa y no pueden convertirse en una expresión de deseos de los dirigentes, sino que tienen que plasmar la realidad. No es recomendable formular más de 6-7 valores, si no, perderemos credibilidad. Así define la planificación estratégica Espinoza, citado por la (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2009, pág. 28)

## I. ESTRUCTURACIÓN DE PROGRAMAS Y PROYECTOS

### 1. Plan

Un plan es un documento técnico que constituye un instrumento de la planificación de carácter orientador en el que se precisan los grandes objetivos –objetivos generales– y metas a obtener así como las acciones para su ejecución. El plan requiere del concurso de programas y proyectos para que su realización se haga efectiva. (Universidad José Carlos Mariátegui, 2006, pág. 1)

Sería el nivel estratégico, con unas metas genéricas que dan sentido al resto de los niveles, de forma que no se hagan actuaciones aisladas sino que todas tengan una coherencia, una finalidad.

### 2. Programa

Un programa es un conjunto organizado de medios para conseguir un determinado fin u objetivo.

En si el programa concreta los objetivos y los temas que se exponen en el plan, teniendo como marco un tiempo más reducido. Ordena los recursos disponibles en torno a las acciones y objetivos que mejor contribuyan a la consecución de las estrategias marcadas. Señala prioridades de intervención en ese momento. Sería el nivel táctico, situado entre el plan y el proyecto. Intenta acercar uno al otro concretando esas ideas y objetivos más generales del plan en un lugar y tiempo determinados y a partir de unos recursos concretos disponibles. De esta forma las ideas generales del Plan se llevan a una situación concreta. (Universidad José Carlos Mariátegui, 2006, pág. 1)

### 3. Proyecto

Se puede definir proyecto como un conjunto de actividades interdependientes orientadas a un fin específico, con una duración predeterminada. Un proyecto es la unidad operativa del plan o instrumento del desarrollo socio-económico. Constituye el elemento operativo del plan, ya que mediante la implementación de los diversos proyectos se logran los objetivos contemplados en los planes de desarrollo económico. En otras palabras, el plan se materializa mediante la ejecución de los proyectos. (Universidad José Carlos Mariátegui, 2006, pág. 1)



Para aclarar ahora estos conceptos creo que esta definición conjunta será de gran ayuda: "un PLAN se desarrolla a través de diferentes PROGRAMAS, y de la misma manera, cada programa se desarrolla mediante diferentes PROYECTOS. Por último, los proyectos se ejecutan a través de ACTUACIONES, unidad mínima de efectos de la planificación; por debajo de estas estarían las tareas o ACTIVIDADES"

### a. Marco lógico

Según la (Universidad José Carlos Mariátegui, 2006, pág. 2) menciona:

El marco lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su propósito es brindar estructura al proceso de planificación y comunicar información esencial relativa al proyecto. Puede utilizarse en todas las etapas de preparación del proyecto: programación, identificación, orientación, análisis, presentación ante los comités de revisión, ejecución y evaluación ex-post.

El método fue elaborado originalmente como respuesta a tres problemas comunes a proyectos:

- ✚ Planificación de proyectos carente de precisión, con objetivos múltiples que no están claramente relacionados con las actividades del proyecto;
- ✚ Proyectos que no se ejecutan exitosamente, y el alcance de la responsabilidad del gerente del proyecto no está claramente definida;
- ✚ No hay una imagen clara de cómo luciría el proyecto si tuviese éxito, y los evaluadores no tienen una base objetiva para comparar lo que se planeó con lo que sucedió en la realidad.

El marco lógico se presenta como una matriz de cuatro por cuatro. Las columnas suministran la siguiente información:

- ✚ Un resumen narrativo de los objetivos y las actividades.
- ✚ Indicadores (resultados específicos a alcanzar).
- ✚ Medios de verificación.
- ✚ Supuestos (factores externos que implican riesgos).

Las filas de la matriz presentan información acerca de los objetivos, indicadores, medios de verificación y supuestos en cuatro momentos diferentes en la vida del proyecto:

- ✚ Fin al cual el proyecto contribuye de manera significativa luego de que el proyecto ha estado en funcionamiento.
- ✚ Propósito logrado cuando el proyecto ha sido ejecutado.
- ✚ Componentes/resultados completados en el transcurso de la ejecución del proyecto.
- ✚ Actividades requeridas para producir los componentes/resultados.

## **J. PLANIFICACIÓN OPERATIVA**

(Meza, Morales, & León, 2003, pág. 7) señalan que la planificación operativa es:

El proceso ordenado que permite seleccionar, organizar y presentar en forma integrada los objetivos, metas actividades y recursos asignados a los componentes del proyecto, durante un período determinado. Los objetivos, estrategias, resultados esperados, indicadores y recursos necesarios de la planificación operativa son de corto plazo, generalmente un año, y se derivan de la planificación estratégica.

### **1. Plan Operativo Anual**

El plan operativo anual:

Es el principal instrumento utilizado en la planificación para presentar de manera agregada la información que se genera de la planificación operativa de un proyecto, con periodicidad de un año o menos. Las actividades programadas y los recursos se pueden dividir por trimestres o semestres para facilitar la ejecución y el seguimiento a las mismas.

Se da por supuesto que el POA es el instrumento donde se detalla el presupuesto correspondiente al año en curso, según las distintas categorías de gasto y fuentes de financiamiento, se formula en estrecha coordinación con la planificación de las actividades. (Meza, Morales, & León, 2003, pág. 7)

## V. MATERIALES Y MÉTODOS

### A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

#### 1. Localización

El presente trabajo se realizó en la Parroquia Alshi 9 de Octubre, Cantón Morona, Provincia de Morona Santiago.

#### 2. Ubicación Geográfica

Se encuentra ubicada en la parte Noroeste del cantón Morona, provincia de Morona Santiago a distancia desde la cabecera cantonal de 27,5 Km.

Altitud: Tiene una altura sobre el nivel del mar que va de los 1.600 msnm en la cabecera parroquial hasta los 2.600msnm en el sector norte occidental. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 7)

#### 3. Límites

Esta parroquia tiene los siguientes límites:

Al Norte limita con la parroquia Sinaí.

Al Sur con la parroquia Río Blanco.

Al Este con la parroquia Zuñac.

Y al Oeste con las parroquias de San Isidro, G. Proaño y Macas. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 7)

#### **4. Características Climáticas**

Temperatura: 12°C y 18°C.

Humedad: 85%

Precipitación: 2000 a 3000 mm al año. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 7)

#### **5. Clasificación Ecológica**

La zona ecológica identificada en los mapas corresponde a los bosques; montano húmedo y bosque montano bajo. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 8)

#### **6. Características del Suelo**

El (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 8)

La parroquia Alshi 9 de Octubre tiene suelos escarpados y relieves montañosos. Por la orografía que presenta el territorio, podremos encontrar que sus suelos con pendientes en general en un 85%, siendo éstos frágiles lo que significa unas 23.282has y con riesgos de sufrir deslaves principalmente a lo largo de la vía principal, desde el Sector Jimbitono alto a la parroquia 9 de octubre –sector Cugusha, Zuñac.

## 7. Materiales y Equipos

### a. Materiales

Hojas de papel bond, Lápiz, borrador, bolígrafo, internet, fotocopias, lapiceros, cds, cinta adhesiva, marcadores.

Programas: Microsoft Word, Excel 2010.

### b. Equipos

GPS, libreta de apuntes, pilas para el GPS, vestimenta de campo, cámara, binoculares, flash memory, filmadora, impresora, computador portátil.

## **B. METODOLOGÍA**

La presente es una investigación fundamentalmente aplicada, de tipo no experimental, que se llevó a cabo usando técnicas de revisión bibliográfica y de campo a un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo; cuyos objetivos se cumplieron de la siguiente manera.

### **1. Analizar la situación del potencial turístico de la parroquia Alshi 9 de Octubre**

#### **a. Diagnóstico situacional**

Mediante la revisión, análisis y sistematización de fuentes de información secundarias tales como los planes de desarrollo cantonal, provincial y parroquial, entregado por los Gobiernos Autónomos Descentralizados, como también del Instituto Nacional de Estadística y Censo se logró aportar a la elaboración del diagnóstico.

Así también se obtuvo información de fuentes primarias a través de: entrevistas Anexo N 1 (Lista de personas de la tercera edad, en el Anexo N 2, entrevista a personas adultas mayores en el Anexo N 3), talleres (Anexo N 4) con los representantes barriales y de los caseríos, delegados de la Junta parroquial. Esta información fue recolectada en noviembre y diciembre del 2015 y está relacionada con cinco ámbitos, los cuales tienen la siguiente información:

#### **1) Ámbito Físico-Espacial**

Donde se levantó información con respecto a:

- a) Ubicación geográfica
- b) División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, caseríos)
- c) Límites
- d) Vías de acceso

## 2) **Ámbito Socio-Cultural**

Donde se levantó información con respecto a:

- a) Historia
- b) Etnicidad (nacionalidad y pueblo)
- c) Población (Total de habitantes, distribución por género y edad)
- d) Nivel de instrucción
- e) Tenencia o propiedad de la vivienda (tipo)
- f) Servicios básicos disponibles (procedencia del agua, alcantarillado, energía)
- g) Telecomunicaciones-medios de comunicación (telefonía convencional, servicio de internet, canales de tv, medios de transporte)
- h) Centros de salud
- i) Instituciones educativas de la parroquia (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes)
- j) Abastecimiento de productos

## 3) **Ámbito Ecológico-Territorial**

Donde se levantó información con respecto a:

- a) Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural)
- b) Clasificación ecológica
- c) Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas)
- d) Descripción general de flora y fauna
- e) Hidrología
- f) Problemas ambientales

#### **4) Ámbito Económico-Productivo**

Donde se levantó información con respecto a:

- a) Actividades económicas (tipo, ocupación)
- b) Desarrollo actual del turismo en la zona
- c) Interés de la población en el desarrollo turístico

#### **5) Ámbito Político - Administrativo;** donde se levantó información con respecto a:

- a) Administración interna (organigrama, estructura funcional)
- b) Asociatividad (organizaciones)
- c) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico

### **b. Caracterización de la oferta turística**

#### **1) Inventario de atractivos turísticos**

Para elaborar el inventario de los recursos turísticos tanto naturales y culturales existentes en la parroquia Alshi 9 de Octubre, se aplicó la metodología del MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2004, pág. 10). Donde se tomó como referencia las siguientes etapas a cumplir para llenar las fichas del Ministerio de Turismo:

#### **a) Clasificación de los atractivos**

Consistió en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.



**b) Recopilación de información**

En esta fase se seleccionó tentativamente los atractivos para lo cual se investigó con los habitantes los lugares turísticos existían en la parroquia.

**c) Trabajo de campo**

Consistió en la visita a los sitios para verificar la información sobre cada recurso turístico.

**d) Evaluación y jerarquización**

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Lo cual permite valorar a los atractivos objetiva y subjetivamente.

**2) Análisis de la oferta****a) Oferta actual**

En este componente se realizó el análisis de cada uno de los elementos que componen el sistema turístico en Alshi 9 de Octubre, los cuales son:

**i. Atracciones y actividades**

Se elaboró un cuadro resumen de los atractivos turísticos de la parroquia, habiendo ya realizado el inventario de atractivos turísticos.

**ii. Infraestructura básica**

Se detalló los servicios básicos que posee Alshi 9 de Octubre.

**iii. Planta turística**

A través de salidas de campo se levantó información acerca de los servidores turísticos que se encuentran en la parroquia.

**iv. Superestructura turística**

Se obtuvo información de los organismos responsables de la organización y buen funcionamiento del sistema turístico.

**b) Análisis de la oferta sustitutiva**

Teniendo en consideración que para el análisis de la oferta sustitutiva o de la competencia, en los estudios de mercado, se lo realiza en medida de aquellos establecimientos que ofertan servicios o productos turísticos cuya oferta es similar, por eso se ha tomado en cuenta a la parroquia Zuñac.

**c) Análisis de la oferta complementaria**

Para este análisis se tomó en cuenta el catastro turístico del cantón Morona ya que es el más cercano a la parroquia Alshi 9 de Octubre.

### c. Caracterización de la demanda turística

#### 1) Análisis de la demanda

El estudio de la demanda turística se realizó bajo los siguientes parámetros.

#### a) Muestra para la demanda nacional

Para esta investigación se tomó en cuenta, los datos proporcionados por el Ministerio de Ambiente del Ecuador (MAE), dirección provincial de Morona Santiago, administración del Parque Nacional Sangay cantón Morona, obteniendo los siguientes datos 15730 turistas nacionales que visitaron el parque en el año 2015. Se trabajó con estos datos ya que es un atractivo turístico con gran afluencia de turistas, tanto nacionales como extranjeros, como también es el más cercano y en la parroquia no existe el registro de turistas.

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula de (Arboleda, 1998, pág. 72) que se detalla a continuación:

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

Los datos que se emplearon en la aplicación de la fórmula son:

Tamaño de la muestra:	n	
Tamaño de la población:	N	15730
Nivel de confianza:	Zc	1,75
Proporción de éxitos en la población	p	0,5
Error en la proporción de la muestra	e	0,08

$$n = \frac{(1,75)^2 * 15730 * 0,5 * (1 - 0,5)}{(0,08)^2 * 15730 + (1,75)^2 * 0,5 * (1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{12043}{101}$$

$$n = 119$$

Los turistas nacionales que visitaron el Parque Nacional Sangay fueron 15730 turistas, de esto se aplicó 119 encuestas.

#### b) Muestra para la demanda internacional

El total de turistas internacionales que visitaron el Parque Nacional Sangay en el año 2015 corresponde a 837 turistas.

De igual manera para la determinación de la muestra se utilizó la fórmula de (Arboleda, 1998, pág. 72) que se detalla a continuación:

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

Los datos que se emplearon en la aplicación de la fórmula son:

Tamaño de la muestra:	n	
Tamaño de la población:	N	862
Nivel de confianza:	Zc	1,75
Proporción de éxitos en la población	p	0,5
Error en la proporción de la muestra	e	0,08

$$n = \frac{(1,75)^2 * 837 * 0,5 * (1 - 0,5)}{(0,08)^2 * 837 + (1,75)^2 * 0,5 * (1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{641}{6}$$

$$n = 107$$

Los turistas extranjeros que visitaron el Parque Nacional Sangay en el año 2015 fueron 862 turistas, de esto se aplicó 107 encuestas.

### **c) Instrumento de investigación**

Técnica: encuesta

Instrumento: cuestionario para la demanda local (Ver anexo N°5) y cuestionario para la demanda extranjera (Ver anexo N°6).

### **d. Confrontación de oferta vs demanda**

#### **1) Cálculo de la demanda potencial**

La demanda potencial se obtuvo mediante la multiplicación, tanto de la demanda nacional como extranjera, por el porcentaje de aceptación de cada una de ellas.

#### **2) Proyección de la demanda y la oferta**

Para la proyección de la demanda y oferta (competencia) se aplicó la fórmula del incremento compuesto.

**Dónde:**  $Co = Cn (1 + i)^n$

Co = Año a proyectar

Cn = Demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

I = Incremento de turismo nacional e internacional

N = El año a proyectarse

### 3) Cálculo de la demanda insatisfecha

Con la información que se procedió a realizar la confrontación oferta vs demanda, es decir, la determinación de la demanda insatisfecha, que consistió en la diferencia entre la demanda y la oferta potenciales.

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Potencial} - \text{Oferta Potencial}$$

## 2. Formular el planteamiento filosófico y estratégico del plan

### a. Análisis situacional para la zona

#### 1) Elaboración de la matriz CPES (Causa, Problema, Efecto y Solución)

Se realizó talleres participativos con los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial y los actores turísticos de la parroquia mediante estos talleres se elaboró la matriz de Causa, Problema, Efecto y Solución (CPES) en la que se identificaron los problemas existentes en la parroquia y sus posibles soluciones.

Los principales pasos que se realizó en esta matriz según la (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2010, pág. 4) son los siguientes:

- ✚ Identificar el problema
- ✚ Examinar los efectos del problema
- ✚ Identificar las posibles causas del problema
- ✚ Definir los objetivos para la solución
- ✚ Formular acciones para solucionar el problema

## 2) Elaboración de la matriz FODA

Se utilizó la matriz FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), para analizar la situación actual con el fin de tomar decisiones acertadas al diseñar la trayectoria futura de la parroquia.

Según (Tierra, 2010, pág. 2) el análisis de la matriz FODA corresponde al siguiente cuadro:

**Cuadro:** Matriz FODA

<p><b>FORTALEZAS – F</b></p> <p>Son los aspectos que han salido bien, los logros, las cosas que uno se enorgullece de contar a los demás. Son los mejores aspectos de una situación.</p>	<p><b>OPORTUNIDADES – O</b></p> <p>Son las posibilidades futuras de cambio positivo, los potenciales que surgen del análisis de las fortalezas y debilidades ¿Cómo podemos reforzar las fortalezas y reducir las debilidades?</p>
<p><b>AMENAZAS – A</b></p> <p>Son las cosas que nos impiden lograr las oportunidades. Son limitaciones insuperables, aspectos que ponen en peligro nuestro trabajo.</p>	<p><b>DEBILIDADES – D</b></p> <p>Son aquellos aspectos que no han salido bien, dificultades u obstáculos que se han presentado en el camino.</p>

**Nota:** (Tierra, 2010)

## **b. Marco filosófico y estratégico del plan**

Para determinar el marco filosófico y estratégico se empleó el método analítico-deductivo tomando como base los resultados de los análisis de las matrices FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y CPES (Causa, Problema, Efecto y Solución). Estas matrices permitieron establecer la filosofía del plan (misión, visión, objetivos y políticas).

### **1) Misión**

Justifica la realización del plan de desarrollo de turismo sostenible de la parroquia.

### **2) Visión**

Se constituye en el escenario deseado en escala temporal (corto, mediano o largo plazo), siendo el resultado futuro de la misión, políticas y objetivo.

### **3) Valores**

Elementos que motivan y direccionar la realización del plan.

### **4) Políticas**

Se definieron las normas que rigen la forma de realizar las distintas actividades, o competencia en funciones.



### **3. Estructurar los programas y proyectos para el plan**

Para estructurar los programas y proyectos para el plan se empleó el método analítico-deductivo tomando como base los resultados de los análisis de las matrices de interacción Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) y Causa, Problema, Efecto y Solución (CPES) que establecieron las estrategias de acción, se procedió a la estructuración de los programas, proyectos y actividades. Para la estructura de los programas y proyectos se tomó en cuenta la metodología SENPLADES, mismo que tiene concordancia con el Plan de Turismo 2020, plan de ordenamiento territorial del cantón Morona (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantonal de Morona, 2015) y de la parroquia Alshi (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011), además del Plan del Buen Vivir (2013-2017).

A continuación se describe el esquema de los programas y proyectos:

#### **a. Programas**

La presentación de los programas siguió el siguiente esquema:

- 1) Nombre del programa
- 2) Descripción y justificación del programa
- 3) Objetivos del Programa
- 4) Metas del Programa

#### **b. Proyectos**

Los proyectos se desarrollaron en base a la matriz de marco lógico, con el siguiente esquema:

- 1) Nombre del proyecto
- 2) Objetivo del proyecto
- 3) Resumen narrativo del proyecto (fin, propósito, componentes y actividades)
- 4) Indicadores verificables objetivamente
- 5) Medios de verificación
- 6) Supuestos
- 7) Presupuesto aproximado del proyecto

Posteriormente se elaboró un cuadro resumen donde se identificaron los proyectos dentro de cada programa, conjuntamente con su presupuesto.

#### **4. Establecer la planificación operativa para la implementación del plan**

Por último para el cumplimiento del cuarto objetivo se utilizó el Diagrama de Gantt para planificar anualmente la distribución de las actividades e inversiones.

##### **a. Plan Operativo Anual**

Consta de los siguientes elementos:

- ✚ Ejes
- ✚ Nombre del proyecto
- ✚ Actividades de cada proyecto
- ✚ Responsables
- ✚ Tiempo aproximado de ejecución de actividades

## VI. RESULTADOS

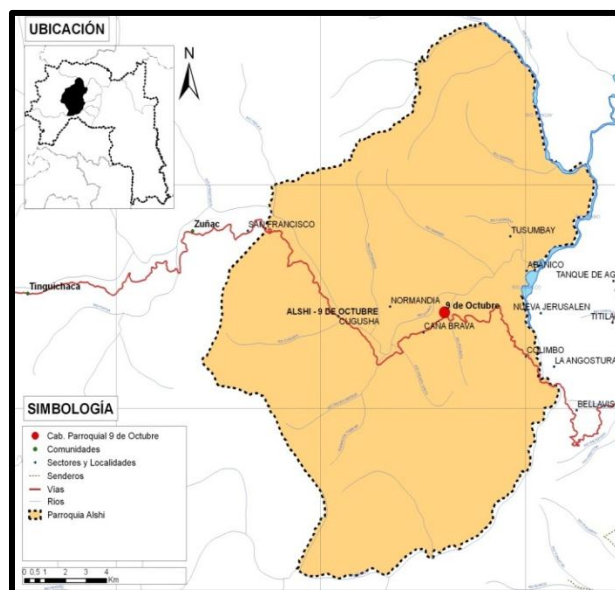
### A. SITUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA

#### 1. Diagnóstico situacional

##### a. Ámbito físico espacial

#### 1) Ubicación geográfica

El presente trabajo de investigación, se llevó a cabo en la Parroquia Alshi 9 de Octubre, ubicado al Noroeste del cantón Morona, provincia de Morona Santiago a distancia de la cabecera cantonal de 27,5 Km. La parroquia Alshi 9 de Octubre, se crea mediante Registro Oficial No. 66 del 26 de enero de 1962. Corresponde a la segunda parroquia en orden de creación en el cantón Morona. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 7)



**Figura VI-1:** Mapa ubicación geográfica parroquia Alshi 9 de Octubre

**Nota:** En (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantonal de Morona, 2015, pág. 8)

#### 2) División política administrativa

La parroquia Alshi cuenta con una sola área urbana y caseríos tales como; Cañabrava, Cogusha, Tusumbay y Normandía.

Cabe indicar que los primeros pobladores de la parroquia Alshi 9 de Octubre son oriundos de los centros de Chanalá, Playas, San Vicente, Purshi y Chillán que procedentes de la provincia de Chimborazo. El grupo poblacional que predomina actualmente es el mestizo. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 7)

### **3) Límites**

La parroquia tiene los siguientes límites:

Al Norte limita con la parroquia Sinaí.

Al Sur con la parroquia Río Blanco.

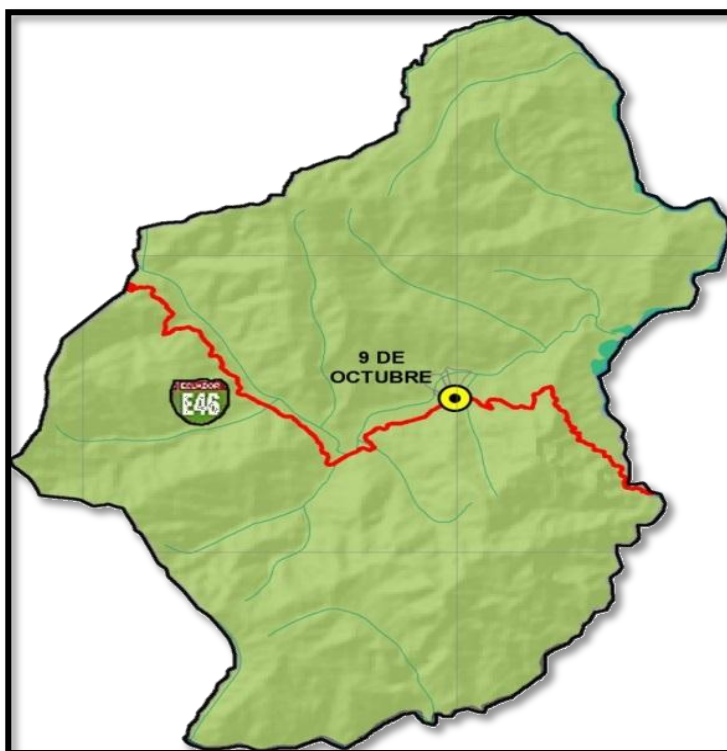
Al Este con la parroquia Zuñac.

Y al Oeste con las parroquias de San Isidro, G. Proaño y Macas. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 7)

#### 4) Vías de Acceso

El (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 8) menciona que:

La parroquia Alshi 9 de Octubre, se encuentra conformada por un sistema vial diverso, cuya principal ruta de conexión con los otros asentamientos del territorio cantonal es la vía de primer orden E46, la misma que tiene una distancia de 25,3 km dentro de los límites parroquiales. El trayecto de la vía E46 ha permitido que la parroquia pueda interactuar con aquellas cabeceras parroquiales colindantes como: Zuñac, General Proaño, San Isidro, Macas, Rio Blanco principalmente.



**Figura VI-2:** Mapa vial de la parroquia Alshi 9 de Octubre

**Nota:** En (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantonal de Morona, 2015, pág. 9)

Esta vía también conecta a la parroquia como a la provincia, con la hermana provincia de Chimborazo. En lo que respecta a Sinaí, Sevilla Don Bosco y Cuchaentza la ruta utilizada es la troncal amazónica.

## **b. Ámbito Sociocultural**

### **1) Historia**

El (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, págs. 10,11), señala que en el año:

**1945**, los primeros pobladores llegaron de Chanalá, Playas, San Vicente, Purshi y Chillán. Los primeros en llegar fueron: Angelino Chamorro, Eulalia Chacha, Francisco Chacha, Matilde Chacha, Aurelio Chacha, Rosalía Chacha, Neptalí Bolaños, Leticia Chacha, Daniel Vinza, Victoria Telcán, Nereo Cabrera, Rosa Chamorro, Celestino Chacha y Victoria Chacha. Abrieron el camino con la guía del Sr. Antonio Samaniego y él les condujo hasta el lugar donde hoy se asienta la población de Nueve de Octubre. Al principio venían por temporadas de trabajo (agricultura) y luego se regresaban a Chanalá a visitar a sus familiares. Los primeros pobladores trabajaban llevando la carga de los comerciantes sea a la espalda hacia Zuñac o en mulas Riobamba-Zuñac. En Chanalá había una bodega a cargo el señor Daniel Vinza, él entregaba la carga a las personas de acuerdo a una lista. El primer trazado de las calles para la población las hizo el señor Telmo Robalino (primer Alcalde de Macas) y en ese tiempo se le conocía con el nombre de Alshi.

**1947:** Comenzó a funcionar la primera escuela construida con quincha de guadua y cubierta de hoja de palma real. La primera profesora fue la Sra. Zoila Cisneros de la ciudad de Riobamba. El local fue prestado por el Municipio de Morona. Se construyó una bodega a cargo del Municipio para guardar herramientas, materiales y alimentos, donados por las instituciones; posteriormente se trasladaban al lugar de destino.

**1948:** Se construyó la iglesia con paredes de quincha de guadua, techo de palma real y piso entablado. Llega el primer sacerdote a Zuñac, el padre Domingo Barruecos.

**1950:** Comenzó a funcionar la Tenencia Política en el lugar de la bodega, el primer teniente político fue el señor Patrocinio Chacha. Y así en 1960 se hizo otra escuela de madera con techo de zinc en el mismo lugar donde funciona actualmente y también se construyó el local de la Tenencia Política; con el esfuerzo de toda la población, a base de mingas y con la colaboración del Municipio de Morona.

**1962:** Mediante registro oficial No. 66 del 26 de enero de 1962 se crea la Parroquia de Alshi – 9 de Octubre. En 1974, se abrieron las primeras calles a base del esfuerzo de las personas, quienes llevaban el material en carretillas y changuinas los materiales pétreos desde los lugares cercanos, utilizando herramientas como palas y picos sacaban el material.

**1985:** Llega la carretera y se mejora en algo la vida de la población especialmente en la facilidad para poder adquirir los alimentos, sacar productos y reducir las muertes y enfermedades por la falta de atención médica. Y así en 1994, llegó la luz con la colaboración del Municipio, la Prefectura y la Empresa Eléctrica; siendo la protagonista la Prof. Eulalia Chacha en colaboración con la directiva de la parroquia. El trabajo se realizó mediante mingas comunitarias.

**1995:** Amplían la extensión del Parque Nacional Sangay hasta el río Salado Grande hacia arriba, pero según el Registro Oficial los posesionarios antes del año 1992 debían permanecer en sus lugares como propietarios y los que venían después no podían ser dueños. Por mala información al respecto se suscitó un problema de definición de límites con el jefe del Parque Sangay; llegando a un acuerdo conjunto para la determinación de una superficie en la establece el manejo adecuado de los recursos (zona de amortiguamiento – planes manejo).

**1998:** Se abren nuevas calles estableciendo una zona urbano – rural (plano urbanístico).

**2000:** Inicia la construcción del local propio para el ORI y una nueva aula-comedor para la escuela. Inicia la construcción de la casa comunal.

**2003:** Se concluye la construcción del espacio cubierto en colaboración el Municipio beneficiando a la escuela.

## 2) Etnicidad

**Cuadro: Etnicidad**

<b>Autoidentificación según su cultura y costumbres</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mestizo/a	400	94,12
Indígena	13	3,06
Blanca	8	1,88
Negra-afroecuatoriana	4	0,94
<b>TOTAL</b>	<b>425</b>	<b>100</b>

**Nota:** (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

La población de la parroquia en un 94,12% es mestiza; el 3,06% es indígena; el 1,88% es blanca y el 0,94% corresponde a la etnia negra afroecuatoriana.

## 3) Población

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010), la población de la parroquia Alshi es de 425 habitantes.

### a) Distribución por género de la población

**Cuadro: Distribución por género de la población**

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	238	56
Femenino	187	44
<b>TOTAL</b>	<b>425</b>	<b>100</b>

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

Según los datos recolectados el 56% de la población de Alshi, corresponde al género masculino, mientras que el 44% pertenece al género femenino.



**b) Distribución por edad de la población**

**Cuadro:** Distribución por edad de la población

<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De 0 a 14 años	147	35
De 15 a 64 años	248	58
De 65 años y más	30	7
<b>Total</b>	<b>425</b>	<b>100</b>

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

La mayoría de los habitantes de la parroquia Alshi 9 de Octubre posee un rango de edad entre 15 y 64 años de edad correspondiente al 58%; el 35% posee edades entre 0 y el 7% es representado por edades de 65 años y más.

**c) Distribución por idioma de la población**

**Cuadro:** Distribución por idioma de la población

<b>Idioma</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Castellano/español	405	93,97
No habla	10	2,32
Extranjero	9	2,09
Shuar Chich	5	1,16
Kichwa	2	0,46
<b>Total</b>	<b>431</b>	<b>100</b>

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

Los habitantes de la parroquia Alshi 9 de Octubre hablan en su mayoría el idioma castellano/español, el cual corresponde al 93,97%; el 2,32 % no habla ningún idioma; el 2,09% habla el extranjero; el 1,16% habla el shuar chicham, mientras que el 0,46% habla el idioma kichwa.

#### 4) Nivel de instrucción de la población

**Cuadro:** Nivel de instrucción de la población

<b>Nivel de instrucción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Ninguno	8	2,10
Centro de Alfabetización(EBA)	2	0,52
Preescolar	6	1,57
Primario	139	36,48
Secundario	86	22,57
Educación Básica	59	15,49
Bachillerato-Educación Media	40	10,50
Ciclo Pos bachillerato	2	0,52
Superior	35	9,19
Se ignora	4	1,05
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

La mayor parte de pobladores de la parroquia Alshi 9 de Octubre han obtenido instrucción primaria correspondiente al 36,48%; el 22,57% posee instrucción secundaria; el 15,49% educación básica; el 10,50% bachillerato-Educación Media; el 9,19% tiene educación superior; el 2,10% no tiene ninguna instrucción educativa; el 1,57% ha asistido al pre-escolar; el 1,05% se ignora; el 0,52% correspondiente a Centro de Alfabetización y a ciclo post bachillerato.

## 5) Tenencia o propiedad de la vivienda

**Cuadro:** Tenencia o propiedad de la vivienda

Tenencia o propiedad privada de la vivienda	Frecuencia	Porcentaje
Propia y totalmente pagada	84	77,06
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	3	2,75
Prestada o cedida (no pagada)	8	7,34
Por servicios	1	0,92
Arrendada	13	11,93
<b>Total</b>	109	100

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

La mayor parte de la parroquia Alshi 9 de Octubre poseen vivienda propia y totalmente pagada, lo que corresponde al 77,06%; el 11,93% viven en casas arrendadas; el 7,34% viven en casas prestadas; el 2,75% permanecen en casas propias pero que han sido regaladas, donadas o heredadas; mientras que el 0,92% por servicios.

### a) Tipo de vivienda

**Cuadro:** Tipo de Vivienda

Tipo de la Vivienda	Frecuencia	Porcentaje
Casa/Villa	19	90,48
Mediagua	1	4,76
Otra vivienda colectiva	1	4,76
<b>Total</b>	21	100

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

El 90,48% de la población viven en casas o villas; el 4,76% en mediagua y el 4,76% en otra vivienda colectiva.

## 6) Servicios básicos

### a) Procedencia del agua

**Cuadro:** Procedencia principal del agua

Procedencia principal del agua	Frecuencia	Porcentaje
Red pública	11	52,38
Pozo	1	4,76
Río, vertiente, acequia o canal	6	28,57
Agua lluvia	2	9,52
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

El abastecimiento de agua proviene en un 52,38% de red pública; el 28,57% de ríos, vertientes, acequia o canal; el 9,52% de agua lluvia y el 4,76% emana de un pozo.

### b) Alcantarillado

**Cuadro:** Alcantarillado

Tipo de servicio higiénico o escusado	Frecuencia	Porcentaje
Red pública de alcantarillado	60	58,82
Pozo séptico	13	18,63
Pozo ciego	19	12,75
Letrina	1	0,98
No tiene	9	8,82
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

El 58,82% de viviendas drena sus aguas residuales a través de una red pública o alcantarillado, el 18,63% posee pozo séptico, el 12,57% tiene pozo ciego, el 0,98% letrina y el 8,82% no tiene ningún tipo de alcantarillado.

c) **Energía****Cuadro:** Procedencia de la energía

<b>Procedencia de la energía</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Red de empresa eléctrica de servicio público	98	96,08
No tiene	4	3,92
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

Este servicio está proporcionado por la Empresa Eléctrica en donde el 96,08% posee el servicio y el 3,92% no cuenta con el mismo.

7) **Telecomunicaciones-medios de comunicación**a) **Telefonía convencional****Cuadro:** Telefonía convencional

<b>Disponibilidad de teléfono convencional</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	32	29,36
No	77	70,64
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>100</b>

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

La empresa encargada de proporcionar este servicio es la Corporación Nacional Telefónica (CNT), en Alshi 9 de Octubre la telefonía convencional es escasa por ende 29,36% manifiesta que si posee este servicio, mientras que el 70,64% expresa no poseer este servicio. Cabe indicar que en la parroquia no hay antenas de la empresa, sino que poseen teléfonos convencionales satelitales.

**b) Servicio de internet**

La parroquia no posee este servicio, solamente la Escuela Pedro Vicente Maldonado cuenta con este servicio el cual es muy lento.

**c) Canales de tv**

**Cuadro:** Canales de tv

<b>Televisión por cable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	7	6,42
No	102	93,58
<b>Total</b>	109	100

**Nota:** En (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010)

El 93,58% ha manifestado que no tiene este servicio y el 6,42% ha respondido que si tiene este servicio.

**d) Medios de Transporte**

La parroquia cuenta con medio de transporte público, siendo cuatro empresas la que prestan el servicio Interparroquial e interprovincial. El servicio es regular desde la ciudad de Macas hacia Riobamba por la vía asfaltada.

La transportación interparroquial que se da en la parroquia con sus vecinos tales como: parroquia Zuñac, General Proaño, y principalmente con la ciudad de Macas; mediante los servicios de transporte interprovincial; “Riobamba”, “Unidos”, “Sangay” y Macas Ltda.

**Cuadro:** Cooperativas de Transporte

<b>Cooperativas de Transporte</b>	<b>N° de Unidades</b>	<b>Ubicación</b>
<b>COOP. Riobamba</b> <b>Recorrido:</b> Macas-Riobamba <b>N° turnos:</b> 6 turnos	45	Riobamba
<b>Horarios:</b> 4am, 7am, 9am, 1pm, 3pm, 4pm		
<b>COOP. Unidos</b> <b>Recorrido:</b> Cebadas-Macas <b>N° turnos:</b> 2	12	Riobamba
<b>Horarios:</b> 2am, 5am		
<b>COOP. Sangay</b> <b>Recorrido:</b> Macas-Riobamba <b>N° turnos:</b> 2	15	Riobamba
<b>Horarios:</b> 9am		
<b>COOP. Macas Ltda.</b> <b>Recorrido:</b> Macas-Alshi- Riobamba-Guayaquil. Macas- Alshi-Quito. <b>N° turnos:</b> 2	35	Macas
<b>Horarios:</b> 8:30pm, 11:30pm		

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi, 2015

## 8) Centros de salud

La parroquia de Alshi 9 de Octubre cuenta con un centro de salud pública, el cual cuenta con medicina general, enfermería y odontología.

## 9) Instituciones educativas de la parroquia

En la parroquia Alshi-9 de Octubre existe la Escuela Pedro Vicente Maldonado que tiene desde el primer hasta el décimo año de básica, para terminar el bachillerato deben acudir a colegios en la ciudad de Macas.

Según la Lcda. Norma Chacha, directora de la escuela el plantel funciona desde hace 3 años, por lo que anteriormente los niños y jóvenes tenían que ir hasta la ciudad de Macas para asistir a la escuela y colegio.

En el presenta año escolar el establecimiento cuenta con 114 alumnos y con 7 profesores, los cuales menciona que son insuficientes para la población escolar, además acota que se suprimieron a dos profesores contratados para este año.

Cuatro de los profesores que laboran están con nombramiento y tres de ellos con contrato.

La escuela cuenta con la siguiente infraestructura:

- ✚ Ocho Aulas
- ✚ Dos Baterías Sanitarias
- ✚ Una cancha de uso múltiple con cubierta

Las condiciones de las instalaciones aunque están aceptable esto debido a que los padres de familia realizan constantemente mingas para pintar y adecuar las aulas con respaldo de la Junta Parroquial, hace falta un espacio donde se pueda instalar adecuadamente la cocina ya que el lugar improvisado donde actualmente funciona no brinda las condiciones propicias para cocinar los alimentos tanto para el desayuno como el almuerzo escolar, así también no cuentan con el mobiliario apropiado para servir las comidas y también los muebles de las aulas están malas condiciones.

Otra falencia del establecimiento es la falta de laboratorios, centro de cómputo y acceso a internet.

El Ministerio de Inclusión Económica y Social en la parroquia Alshi-9 de Octubre, cuenta con un centro de desarrollo infantil llamado “Los Pinochitos” que acuden 25 niños de entre 0 a 3 años, donde se brinda estimulación temprana y educación inicial para que puedan ingresar con bases de aprendizaje para la escuela.



También los niños sin beneficiados por tres comidas; el Licenciado Martín Chacha director de este establecimiento espera que la infraestructura física del local actual se mejore y amplíe para un mayor números de niños acudan al centro. El centro cuenta con la siguiente infraestructura:

- ✚ Tres aulas
- ✚ Una cocina
- ✚ Un patio.

## **10) Abastecimiento de productos**

Para el abastecimiento de productos, como productos de primera necesidad, verduras, frutas; la mayoría de los moradores de la parroquia realiza sus compras en Macas y Riobamba; hay que acotar que algunas familias cultivan en sus propias huertas productos como: cebolla blanca, lechuga, zanahorias, papachinas, camotes, hierbitas entre otras.

### **c. Ámbito ecológico territorial**

#### **1) Condiciones ambientales de la zona**

Según los datos del (Instituto Nacional de Metereología e Hidrología, 2008, pág. 1) menciona que en la parroquia:

La temperatura media anual va desde los 12 a 18°C. Las temperaturas mínimas medias mensuales se observan por lo general entre mayo y agosto, mientras que las máximas ocurren entre diciembre y febrero. La parroquia presenta precipitaciones superiores a los 2.000 mm/año y con una sola temporada lluviosa entre abril y septiembre, con junio como el mes más lluvioso. La humedad relativa es alta, del orden del 90%, siendo ésta una de las características del tipo de clima mencionado.

El área es el típico de las estribaciones de la cordillera oriental; esto es, piedemonte, colinas altas y vertientes irregulares, hasta estructuras montañosas con pasturas y árboles en pie ralos siempre verdes y vegetación exuberante en las laderas y sitios más escarpados; aunque en ciertos sectores, inclusive en área de pendientes, se observan importantes espacios de pasto.

Al realizar una calificación arbitraria de la calidad visual del paisaje; se puede establecer que se encuentran características geomorfológicas, hidrográficas, ecológicas y antrópicas que potencian la calidad del paisaje.

## **2) Clasificación ecológica**

Según (Hidro Warm, 2014, pág. 146) en su Estudio de Impacto y Plan de Manejo Ambiental menciona que “Desde el punto de vista ecológico, pues se convierte en un ecotono entre la vegetación siempreverde Montano baja de los Andes Orientales y los Bosques de Neblina Montanos de los Andes Orientales; donde la vegetación y la fauna pueden presentar interesantes índices de endemismo” Lo cual es una ventaja para desarrollar el ecoturismo.

## **3) Usos de suelo**

El (Gobierno Autónomo Descentralizado Cantonal de Morona, 2015, pág. 34) señala:

La parroquia Alshi 9 de Octubre tiene un área de 27348,88 hectáreas en las cuales se han identificado 4 usos del suelo: bosque nativo con el 83,78%; pastizal 14,64; cuerpos de agua naturales 1,35% y el área poblada corresponde al 0,23%.

#### 4) Descripción general de la flora y fauna

##### a) Descripción de la flora

Al ser una zona de transición entre Sierra y Amazonía presenta una gran diversidad. A pesar de que los ecosistemas originales han sido alterados y en gran medida reemplazados por pasto; aún se encuentran especies representativas de la flora amazónica y de bosques montanos y piemontanos.

Mediante salidas de campo y entrevistas a los moradores de la parroquia se logró identificar las especies de flora más representativas, descritas a continuación:

**Cuadro:** Descripción de la flora

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
1	Cedro	<i>Cedrela odorata</i>
2	Helechos	<i>Dryopteris spp</i>
3	Arrayán	<i>Ficus benjamín</i>
4	Canelón	<i>Aniba canelilla</i>
5	Alcanfor	<i>Cinnamomun camphora</i>
6	Mata palo	<i>Ficus benjamín</i>
7	Sangre de drago	<i>Croton urucurana</i>
8	Matico	<i>Piper angustifolium),</i>
9	Musgos	<i>Rogodium spp</i>
10	Laurel	<i>Laurus nobilis</i>
11	Huicundo	<i>Tillandsia complana</i>
12	Guarumo	<i>Cecropia obtusifolia</i>
13	Pambil	<i>Itiartea deltoidea</i>
14	Granadilla del monte	<i>Passiflora adenopoda</i>
15	Camacho	<i>Xanthosoma sagittifolium</i>
16	Achira	<i>Canna indica L</i>
17	Chilco	<i>Baccharis latifolia</i>
18	Guadua	<i>Guadua angustifolia</i>
19	Caña agria	<i>Costus argenteus</i>
20	Caucho	<i>Ficus elástica</i>
21	Mata palo	<i>Ficus benjamín</i>
22	Copal	<i>Dacryodes peruviana</i>
23	Guayaba	<i>Psidium guajava</i>
24	Sangre de gallina	<i>Virola flexuosa</i>
25	Nogal	<i>Juglans regia</i>
26	Llora sangre	<i>Croton draco</i>
27	Balsa	<i>Ocrhoma pyramidale</i>

28	Matico	<i>Piper angustifolium</i>
29	Granadilla del monte	<i>Passiflora adenopoda</i>
30	Guaba	<i>Inga nobilis</i>
31	Canelo amarillo	<i>Ocotea javitensis</i>
32	Guabilla	<i>Inga edulis</i>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## b) Descripción de la fauna

### i. Mamíferos

En la parroquia se pueden encontrar varias especies de mamíferos entre las más comunes están los descritos a continuación:

**Cuadro:** Descripción de la fauna.

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
1	Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>
2	Guanta	<i>Agouti paca</i>
3	Armadillo	<i>Dasybus novemcinctus</i>
4	Cuchucho	<i>Nasua nasua</i>
5	Cusumbo	<i>Potos flavus</i>
6	Raposa de agua	<i>Chironectes minimus</i>
7	Raposa común	<i>Didelphis marsupialis</i>
8	Oso de anteojos	<i>Tremarctos ornatus</i>
9	Oso hormiguero	<i>Cyclopes didactylus</i>
10	Mono aullador	<i>Alouatta seniculus</i>
11	Ardilla enana	<i>Microsciurus flaviventer</i>
12	Ardilla amazónica	<i>Sciurus igniventris</i>
13	Cabeza mate	<i>Eira barbara</i>
14	Venado	<i>Mazama americana</i>
15	Nutria neotropical	<i>Lontra longicaudis</i>
16	Mono aullador	<i>Alouatta seniculus</i>
17	Mono ardilla	<i>Saimiri aciureus</i>
18	Zorro	<i>Lycalopex sechurae</i>
19	Puerco espín	<i>Coendou bicolor</i>
20	Tigrillo	<i>Leopardus pardalis</i>
21	Tigrillo de cola larga	<i>Leopardus weideii</i>
22	Jaguar	<i>Panthera onca</i>
23	Puma	<i>Puma yagouarondi</i>
24	Conejo silvestre	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>

25	Murciélago frutero	<i>Carollia brevicauda</i>
26	Oso perezoso	<i>Choloepus didactylus</i>
27	Oso de anteojos	<i>Tremarctos ornatus</i>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## ii. Aves

El Ecuador sin duda es el país de las aves, a pesar del pequeño tamaño de nuestro país, la diversidad ornitológica es increíble, tanto que en ciertos lugares de la selva ecuatoriana se pueden observar hasta 500 especies diferentes y en todo nuestro territorio habitan cerca de 1700 especies, el doble que en toda Norteamérica, convirtiéndolo en el cuarto país con mayor diversidad ornitológica, luego de Colombia, Brasil y Perú. En el siguiente cuadro se enumera algunas especies que se pueden divisar en la parroquia. En la siguiente tabla se presenta el listado de las aves registradas en la parroquia.

**Cuadro:** Aves de la zona

Nº	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
1	Gallo de la peña	<i>Rupicola peruviana</i>
2	Colibrí jaspeado	<i>Adelomyia melanogenys</i>
3	Tijereta	<i>Elanoides forficatus</i>
4	Inca collarajo	<i>Coeligena torquata</i>
5	Halcón montés	<i>Micrastur semitorquatus</i>
6	Tangara	<i>Thraupis palmarum</i>
7	Golondrina	<i>Stelgidopteryx ruficollis</i>
8	Halcón reidor	<i>Herpetotheres cachinans</i>
9	Perico Alicobaltico	<i>Brotogeris cyanopectera</i>
10	Paloma Ventripálida	<i>Columba cayanensis</i>
11	Perico Aliazul	<i>Forpus xanthoptergius</i>
12	Perico piquirojo	<i>Pionus sordidus</i>
13	Perico cabeciazul	<i>Pionus menstruus</i>
14	Garcilla estriada	<i>Butorides striatus</i>
15	Gallinazo Negro	<i>Coragyps atratus</i>
16	Barbudo cabecirojo	<i>Eubucco boucierii</i>
17	Carpintero Lineado	<i>Dryocopus lineatus</i>
18	Saltarín verde	<i>Chloropipo holochlora</i>
19	Urraca inca	<i>Cyanocorax yncas</i>
20	Zorzal moteado	<i>Catharus dryas</i>
21	Solitario andino	<i>Myadestes ralloides</i>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## 5) Hidrología

En la parroquia hay una variedad de ríos, así menciona (Hidro Warm, 2014, pág. 111) en su Estudio de Impacto y Plan de Manejo Ambiental:

El río Upano pertenece al curso superior del sistema Upano-Namangoza-Santiago-Marañón Amazonas y tiene su origen en las estribaciones de la Cordillera Oriental de Los Andes, específicamente en el sector de la Laguna Negra, perteneciente al complejo Atilio, que se encuentra en la provincia de Chimborazo. Recibe como afluentes en su margen izquierda a los ríos Cugusha, Salado Grande, Salado Chico, Abanico, Domono, Copueno, Jurumbaino y Arapicos, y por su margen derecha a los ríos Anguchaca, Samingo, Sangay, Volcán y Yuquipa. En su recorrido de norte a sur forma el valle del mismo nombre. El río Upano luego de salir del Cantón sigue hacia el sur para unirse con el río Paute y formar el río Namangoza que se unirá con el río Zamora para formar el Santiago que desembocará en el Marañón.

La cuenca de drenaje del río Upano se desarrolla de occidente a oriente, pero en las inmediaciones del sitio de aprovechamiento vira hacia el sur-oriente. Su nacimiento se encuentra en la divisoria de aguas de las vertientes del Pacífico y del Amazonas, con cumbres que en los cerros Shille y Yanatorre sobrepasan los 4.200 msnm.

## 6) Riesgos naturales

El (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 29) en su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial menciona los siguientes peligros:

De acuerdo al mapa de las amenazas naturales encontradas tenemos que la principal amenaza de peligro volcánico está ubicada en la parte nor-oriental de la parroquia que limita con el Parque Nacional Sangay.

Por la orografía y textura del suelo no se han identificado inundaciones significativas que afecten a la población.

Se ha registrado que en el Tramo de la vía principal Jimbitono Alto hacia 9 de Octubre y en la vía principal a la parroquia Zuñac es una zona de constantes deslaves y más cuando es temporada invernal.

Los deslaves en la vía Alshi 9 de Octubre-Zuñac últimamente han sido constantes, por la fuerte temporada invernal, lo cual imposibilita el comercio entre las provincias de Chimborazo y Morona Santiago, también ocasiona que los pobladores de la parroquia no se puedan trasladar a sus fincas.

## **7) Problemas ambientales**

Los actuales problemas que se presentan en la parroquia según el (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre, 2011, pág. 29) son los detallados a continuación:

El río Cogusha y río Sangay desembocan todas en el río Upano y no están adecuadamente protegidas de contaminaciones o tala de sus bosques. A pesar de que el entorno de las vertientes ya han sido intervenidas con la tala de los bosques primarios, aún se mantienen las estas riberas con sus bosques.

Las vertientes de la zona poblada del centro parroquial están siendo contaminadas por escombros, aceites, lavado de vehículos y basura.

La extracción del material pétreo la realizan algunas empresas personas particulares que no se controla o se conoce que haya concesionado a una persona, empresa o institución que vendan el material para la construcción.

## **d. Ámbito Económico Productivo**

### **1) Actividades económicas**

Según el (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010) (párr. 2), la población económicamente activa en la parroquia corresponde a 226 personas de las cuales 97 se dedican a la actividad de agricultura, silvicultura, caza y pesca; 33 personas trabajan en el sector público; 2 se dedican al comercio al por mayor y menor; y solamente una persona se dedica a la manufactura.

Lo cual nos da como conclusión que la actividad agrícola corresponde a la mayor ocupación de la población.

## **2) Desarrollo actual del turismo en la zona**

La actividad turística no se ha desarrollado en la parroquia Alshi 9 de Octubre debido a que no se evidencian investigaciones que permiten proveer directrices técnicas, políticas y estratégicas en el accionar turístico para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales.

A través del aprovechamiento de estos recursos se puedan implantar e incorporar proyectos articulados de ecoturismo a escala local y regional, son muchos de los grandes aspectos que la parroquia tiene por explotar.

La mayor parte de visitantes resultan ser familiares de los pobladores de esta localidad, existe escasas de demanda extranjera ya que lamentablemente todavía no existe un producto turístico completo que caracterice a la parroquia, además los servicios no se encuentran en condiciones óptimas y no reflejan la calidad que los turistas esperan.

## **3) Interés de la población en el desarrollo turístico**

En las asambleas, talleres que se han realizado para la socialización del plan, la población de Alshi conjuntamente con la Junta Parroquial, se han manifestado muy interesados en desarrollar el turismo en la zona y desean que el turismo sostenible sea la primera fuente de ingresos para la parroquia.

Por ello la Junta Parroquial tiene como objetivo muy importante ejecutar este plan.

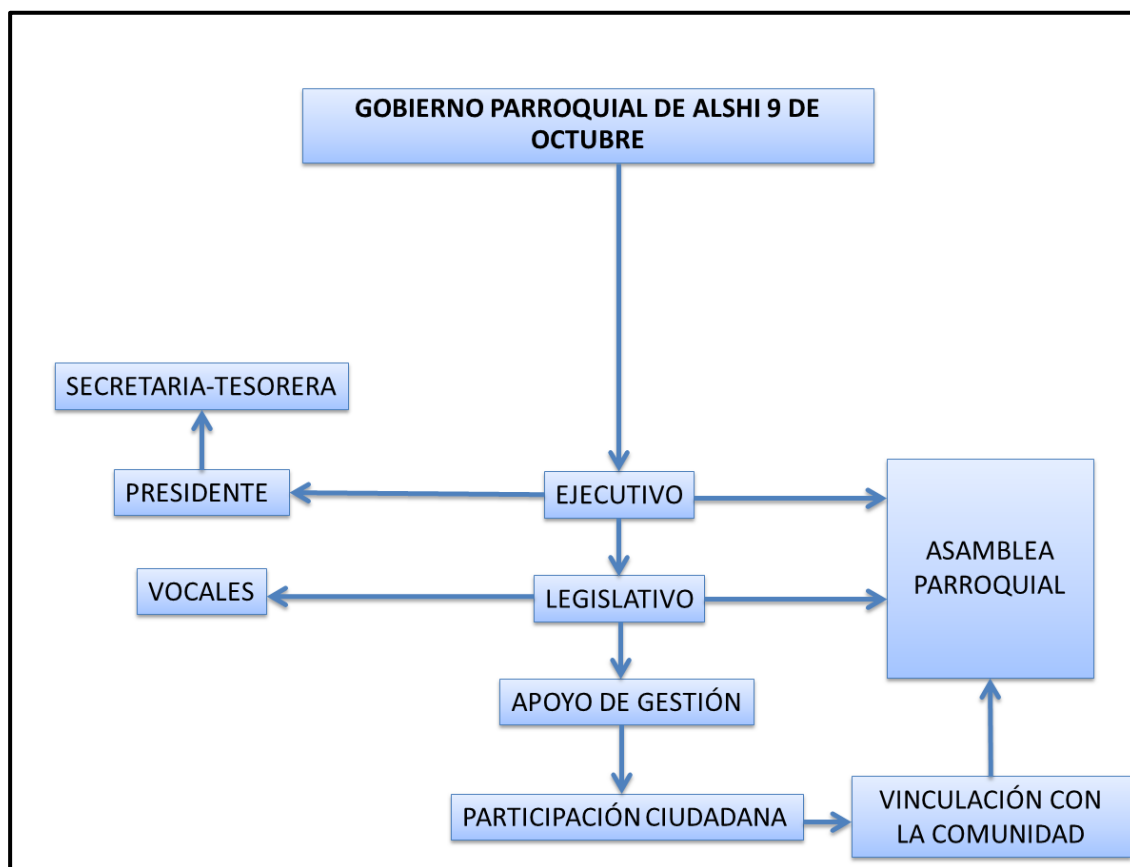


e. **Ámbito político administrativo**

1) **Administración interna**

a) **Estructura organizacional**

El gobierno parroquial de Alshi 9 de Octubre se encuentra organizado en los siguientes niveles: ejecutivo, legislativo, apoyo de gestión y participación ciudadana; detallados en el gráfico a continuación:



**Figura VI-3:** Estructura orgánica del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2015.

## **b) Estructura funcional**

Según la Ley Orgánica de las Juntas Parroquiales Rurales (2001) en sus artículos 14, 15, 16 y 17 mencionan:

**Art. 14.-** Estructura directiva.- El nivel directivo de la junta parroquial, es responsabilidad del Presidente.

**Art. 15.-** Estructura administrativa y operativa.- La conformación técnica, administrativa y operativa de la junta parroquial, se resolverá según los requerimientos de cada parroquia y en ningún caso se comprometerá para ello más del diez por ciento (10%) de la disponibilidad financiera de la misma.

**Art. 16.-** Asesoría.- Si la junta parroquial cuenta con los recursos suficientes podrá conformar niveles de asesorías con los recursos del Estado.

**Art. 17.-** Asociación entre Parroquias.- Las juntas parroquiales podrán asociarse con el fin de fortalecer el desarrollo parroquial y la gestión de las áreas rurales de su circunscripción territorial.

(p. 5)

Esta es la manera más idónea como debe estar organizada la Junta Parroquial así también las competencias y funciones de cada nivel de la Junta.

## **2) Asociatividad**

La única Asociación que existe en la parroquia es la Asociación los Olivos que lo conforman pequeños productores agropecuarios para mejorar la calidad de sus cultivos y lograr mayor cobertura en la comercialización de sus productos y también poder promocionar el agroturismo.

A esto hay que acotar que se ha reunido con los servidores turísticos de la parroquia para que conformen una asociación entre ellos para que así estén organizados y representados y puedan solicitar a las diferentes instituciones públicas y privadas capacitaciones y apoyo.

### **3) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico**

Actualmente en la parroquia, como se había mencionado anteriormente, no se encuentra muy bien organizada y sobre todo desconocían de las instituciones públicas y privadas que les pueden apoyar para desarrollar el turismo.


Las instituciones públicas están prestas para trabajar con la parroquia sobre todo la Junta Parroquial, el Gobierno Municipal de Morona y la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo.

## **2. Caracterización de la oferta**

### **a. Inventario de atractivos turísticos**

El potencial turístico de la parroquia Alshi 9 de Octubre se basa en la riqueza natural que posee, ya que gracias a sus condiciones climáticas y ubicación geográfica privilegiada en este lugar se puede encontrar cascadas, miradores, ríos y una gran diversidad de flora y fauna.

### Ficha VI-1: Cascada Salado Chico

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Carmen Cecilia Merchán Heras	<b>1.2 Ficha N°</b> 001
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Daniela Castillo e Ing. Myriam Merino.	<b>1.4 Fecha:</b> 13 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada Salado Chico	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitio Natural	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
 <p><b>Figura VI-5:</b> Cascada Salado Chico</p> <p><b>Figura VI-4:</b> Cascada Salado Chico</p>	
<b>Nota:</b> Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Morona Santiago	<b>2.1 Provincia:</b> Morona Santiago
<b>2.3 Parroquia:</b> Alshi 9 de Octubre	
<b>2.4 Latitud:</b> 02°18'03.0"S	<b>2.5 Longitud:</b> 78°07'17.0"O
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Macas	<b>3.2 Distancia:</b> 28 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1834 m.s.n.m	

<b>4.2 Temperatura:</b> fluctúa entre 12 a 14°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 1000 a 3000 mm/año
<p><b>4.4 Ubicación del Atractivo</b></p> <p>El atractivo se encuentra a aproximadamente 4 km al sureste de la parroquia Alshi, para llegar a la cascada se debe viajar en auto unos 10 minutos desde la parroquia por la vía a Riobamba y finalmente debe caminar 1 hora 30 minutos por un sendero natural, por el río Salado Chico.</p>
<p><b>4.5 Descripción del atractivo.</b></p> <p>Esta cascada imponente mide alrededor de 50 metros de altura y 3 metros de ancho, sus aguas caen y forman una pequeña piscina, más adelante forma dos piscinas naturales, las cuales son ideales para tomar un baño.</p> <p>La impresionante vegetación que rodea este atractivo se debe a la presencia de mucha humedad y a la riqueza de sus suelos.</p> <p>El entorno del paisaje es natural y muy conservado, ya que todavía no se han realizado acondicionamientos para facilitar la actividad turística.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <p>Aparte de las piscinas naturales que se forman al final de la cascada, este atractivo está rodeado por una vegetación exuberante, caracterizada por las siguientes especies de plantas:</p> <p>Cedro (<i>Cedrela odorata</i>), helecho común (<i>Pteridium aquilinum</i>), arrayán (<i>Myrtus communis</i>), canelón (<i>Aniba canelilla</i>), alcanfor (<i>Cinnamomun camphora</i>), mata palo (<i>Ficus benjamin</i>), Sangre de drago (<i>Croton urucurana</i>), matico (<i>Piper angustifolium</i>), musgos (<i>Rogodium spp.</i>), laurel (<i>Laurus nobilis</i>), Huicundo (<i>Tillandsia complana</i>), guarumo (<i>Cecropia obtusifolia</i>), pambil (<i>Itiarteia deltoidea</i>), granadilla del monte (<i>Passiflora adenopoda</i>), camacho (<i>Xanthosoma sagittifolium</i>), achira (<i>Canna indica L</i>), chilco (<i>Baccharis latifolia</i>), bromelias y heliconias.</p> <p>En este lugar también se pueden identificar las siguientes especies de fauna:</p> <p>Guatusa (<i>Dasyprocta fuliginosa</i>), guanta (<i>Agouti paca</i>), armadillo (<i>Dasypus novemcinctus</i>), cuchucho (<i>Nasua nasua</i>), cusumbo (<i>Potos flavus</i>), raposa de agua (<i>Chironectes minimus</i>), oso de anteojos (<i>Tremarctos ornatus</i>), oso hormiguero (<i>Cyclopes didactylus</i>), mono aullador (<i>Alouatta seniculus</i>), cabeza mate (<i>Eira barbara</i>), y varias especies de aves, como el gallo de la peña (<i>Rupícola peruviana</i>).</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>Para ingresar al atractivo se necesita tener la presencia de un guía o un guarda parque y ponerse en contacto con el dueño de la propiedad.</p>
<b>4.8 Usos</b>

<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>La cascada actualmente no tiene ningún uso, solamente es visitada por los lugareños que la conocen.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <p>Se puede realizar caminatas, observación de flora y fauna, canyoning, camping, fotografía y realizar estudios botánicos y biológicos.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <p>Colocar letreros orientativos que indiquen la ubicación del atractivo.</p> <p>Realizar un sendero con letreros interpretativos que indiquen las especies de flora y fauna que se pueden encontrar en el sitio.</p> <p>Señalización y promoción adecuada del atractivo.</p> <p>Dotar de implementos necesarios para facilitar las actividades que se puedan realizar durante la vista.</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Incremento de la afluencia de turistas al atractivo y a la parroquia en general.</p> <p>Incremento de ingresos económicos para los propietarios y para la parroquia.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <p>Contaminación de la cascada causada por turistas inconscientes que llegan al lugar.</p> <p>Migración de especies propias de la zona, debido a la presencia humana.</p> <p>Alteración del entorno natural.</p>
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> conservado</p>
<p><b>1.2 Causas:</b></p> <p>Debido a que no hay afluencia de turistas.</p>
<p><b>6. ENTORNO</b></p>
<p><b>6.1 Entorno:</b> conservado</p>
<p><b>6.2 Causas:</b></p> <p>En la zona donde se encuentra el atractivo y sus alrededores todavía no se han dado acciones dañinas por parte de la actividad humana.</p>
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p>

<b>7.1 Tipo:</b> terrestre		<b>7.2 Subtipo:</b> terrestre
<b>7.3 Estado del sendero:</b> regular		<b>7.4 Transporte:</b> de pie, caballo
<b>7.5 Frecuencias:</b> todos los días		<b>7.6 Temporalidad d acceso:</b> todo el año
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística existente en la ciudad de Macas.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> no existe		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> no existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no existe		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo</b> Parroquia Alshi 9 de Octubre	<b>10.2 Distancia:</b> 1km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de conservación y/o Organización	8
<b>APOYO</b>	a) Acceso	5
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		50


**13. JERARQUIZACIÓN****Jerarquía II**

Se le asigna esta jerarquía en base a los parámetros de evaluación citados anteriormente ya que es un atractivo con algún rasgo llamativo, 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 continuos.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



## Ficha VI-2: Unión de los ríos Upano y Abanico

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Carmen Cecilia Merchán Heras	<b>1.2 Ficha N°</b> 002
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Daniela Castillo e Ing. Myriam Merino	<b>1.4 Fecha:</b> 15 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Unión de los ríos Upano y Abanico	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Rápidos o raudales	
	
<p><b>Figura VI-6:</b> Unión del río Upano y Abanico</p> <p><b>Nota:</b> Investigación de campo de la parroquia Ashi, año 2016</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Morona Santiago	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Morona
<b>2.3 Parroquia:</b> Alshi 9 de Octubre	
<b>2.4 Latitud:</b> 02°12'25.2''S	<b>2.5 Longitud:</b> 78°12'58.4''O
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Macas	<b>3.2 Distancia:</b> 26 km

<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>
<b>4.1 Altitud:</b> 1270 m.s.n.m
<b>4.2 Temperatura:</b> fluctúa entre 14 a 16°C
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 a 3000 mm/año
<p><b>4.3 Ubicación del Atractivo</b></p> <p>El atractivo se encuentra a aproximadamente a 3 km al noreste de la parroquia de Alshi 9 de Octubre, se debe ir en carro unos 10 minutos vía a Macas, se entra por el Mirador de la Loma del Tigrillo, luego caminar unos 45 minutos por un sendero de tierra.</p>
<p><b>4.4 Descripción del atractivo</b></p> <p>Este atractivo forma un hermoso paisaje, ya que se puede ver y está rodeado por montañas, lo cual forma en la unión un valle; también cuenta con playas y pequeñas islas intermedias entre los dos ríos, sus riberas están rodeadas por vegetación y varias especies de aves. Este espacio tiene unos 50 metros de ancho, sus aguas son verdes y medianamente profundas.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <p>La unión de los ríos Upano y Abanico, está conformado por varios atractivos individuales, uno de los más relevantes son las playas, en donde puede disfrutar de la arena y tomar el sol; además se puede apreciar de la flora y fauna que caracteriza este atractivo:</p> <p>Flora: laurel (<i>Laurus nobilis</i>), caña agria (<i>Costus argenteus</i>), achira (<i>Canna indica L</i>), huicundo (<i>Tillandsia complana</i>), Guarumo (<i>Cecropia obtusifolia</i>), helechos (<i>Dryopteris spp</i>), guadua (<i>Guadua angustifolia</i>), pambil (<i>Itiarte deltoidea</i>), cedro (<i>Cedrela odorata</i>), caucho (<i>Ficus elástica</i>), mata palo (<i>ficus benjamín</i>), copal (<i>Dacryodes peruviana</i>), guayaba (<i>psidium guajava</i>), arrayán (<i>Myrtus communis</i>), sangre de drago (<i>Croton urucurana</i>), sangre de gallina (<i>Virola flexuosa</i>), canelón (<i>Aniba canelilla</i>), nogal (<i>Juglans regia</i>), lora sangre (<i>Croton draco</i>), balsa (<i>Ocrhoma pyramidale</i>).</p> <p>Fauna: venado (<i>Mazama americana</i>), mono aullador (<i>Alouatta seniculus</i>), mono ardilla (<i>Saimiri aciureus</i>), zorro (<i>Lycalopex sechurae</i>), armadillo (<i>Dasytus novemcinctus</i>), guanta (<i>Cuniculus paca</i>), guatusa (<i>Dasyprocta fuliginosa</i>), tigrillo (<i>Leopardus pardalis</i>), tigrillo de cola larga (<i>Leopardus weideii</i>), jaguar (<i>Panthera onca</i>), conejo silvestre (<i>Sylvilagus brasiliensis</i>), oso perezoso (<i>Choloepus didactylus</i>), oso de anteojos (<i>Tremarctos ornatus</i>) y una gran variedad de aves.</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>No se requiere ningún permiso o pago para visitar el atractivo.</p>
<b>4.8 Usos</b>

<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
Estos ríos son usados principalmente para la pesca.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
El atractivo posee características idóneas para implementar actividades turísticas como la natación, deportes extremos, toma de fotografías, observación de flora y fauna, pesca deportiva, fútbol playero.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Realizar un sendero interpretativo.	
Colocar letreros orientativos que indiquen la ubicación del atractivo.	
Señalización y promoción adecuada del atractivo.	
Dotar de implementos necesarios para facilitar las actividades que se pueden realizar durante la visita.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
Incremento de la afluencia de turistas al atractivo y por ende a la parroquia.	
Incremento de ingresos económicos para la población de la parroquia y cercanas a la misma.	
Mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la parroquia.	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
Contaminación del río causada por turistas inconscientes.	
Alteración de entorno natural.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> conservado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Muy poca afluencia de turistas y los moradores de la parroquia poseen una conciencia ambiental.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> conservado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Por la ribera del río Upano hay una guardianía del Parque Nacional Sangay.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> sendero
<b>7.3 Estado del sendero:</b> regular	<b>7.4 Transporte:</b> a pie, caballo


<b>7.5 Frecuencias:</b> todos los días		<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística existente en la ciudad de Macas.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> no existe		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> no existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no existe		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Mirador Loma del Tigrillo	<b>10.2 Distancia:</b> 3 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	7
	d) Estado de conservación y/o Organización	9
<b>APOYO</b>	a) Acceso	5
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>

**13. JERARQUIZACIÓN****Jerarquía II**

Se le asignó esta jerarquía en base a los parámetros calificados anteriormente, lo cual sumado nos da una puntuación de 50, ya que es un atractivo con algún rasgo llamativo, 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 continuos

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## Ficha VI-3: Cueva del oso

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Carmen Cecilia Merchán Heras	1.2 Ficha N° 003
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Daniela Castillo e Ing. Myriam Merino	1.4 Fecha: 16 de febrero del 2016
1.5 Nombre del Atractivo: Cueva del Oso	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Fenómenos Espeleológicos	
1.8 Subtipo: Cueva	
	
<p><b>Figura VI-7:</b> Cueva del Oso</p> <p><b>Nota:</b> Investigación de campo de la parroquia Alshi, año 2016</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Morona Santiago	2.2 Ciudad y/o Cantón: Morona

<b>2.3 Parroquia:</b> Alshi 9 de Octubre	
<b>2.4 Latitud:</b> 02°16'38.4"S	<b>2.5 Longitud:</b> 78°08'41.9"O
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Macas	<b>3.2 Distancia:</b> 26,5 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 2116 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> fluctúa entre 13 a 15 °C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 a 3000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
El atractivo se encuentra a aproximadamente 2,5 al sureste de la parroquia Alshi, por la vía Macas-Riobamba, para llegar a este lugar se debe viajar en auto unos 5 minutos con dirección a Macas, seguido por un sendero se debe caminar una hora montaña arriba.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
Es una cueva de 5 metros de ancho que se encuentra en la cima de una montaña llena de vegetación y está compuesta casi en su totalidad de piedra. Los moradores comentan haber encontrado utensilios de piedra; como hachas, lanzas en la cueva; los cuales se han repartido entre ellos.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
Este atractivo se encuentra rodeado de una exuberante flora y fauna descritas a continuación: Flora: Cedro ( <i>Cedrela odorata</i> ), copal ( <i>Dacryodes peruviana</i> ) caucho ( <i>Ficus elástica</i> ), arrayán ( <i>Myrtus communis</i> ), canelón ( <i>Aniba canelilla</i> ), alcanfor ( <i>Cinnamomun camphora</i> ), mata palo ( <i>Ficus benjamin</i> ), sangre de drago ( <i>Croton urucurana</i> ), matico ( <i>Piper angustifolium</i> ), musgos ( <i>Rogodium spp.</i> ), laurel ( <i>Laurus nobilis</i> ), huicundo ( <i>Tillandsia complana</i> ), guarumo ( <i>Cecropia obtusifolia</i> ), pambil ( <i>Itiarte deltoidea</i> ), granadilla del monte ( <i>Passiflora adenopoda</i> ), camacho ( <i>Xanthosoma sagittifolium</i> ), achira ( <i>Canna indica L</i> ), chilco ( <i>Baccharis latifolia</i> ), ( <i>Costus argenteus</i> ), helechos ( <i>Dryopteris spp</i> ), guadua ( <i>Guadua angustifolia</i> ), sangre de gallina ( <i>Virola flexuosa</i> ) y muchas especies de orquídeas. Fauna: guatusa ( <i>Dasyprocta fuliginosa</i> ), guanta ( <i>Agouti paca</i> ), armadillo ( <i>Dasypus novemcinctus</i> ), cuchucho ( <i>Nasua nasua</i> ), cusumbo ( <i>Potos flavus</i> ), raposa de agua ( <i>Chironectes minimus</i> ), oso perezoso ( <i>Choloepus didactylus</i> ), oso de anteojos ( <i>Tremarctos ornatus</i> ), oso hormiguero ( <i>Cyclopes didactylus</i> ), mono aullador ( <i>Alouatta seniculus</i> ), cabeza mate ( <i>Eira barbara</i> ), zorro ( <i>Lycalopex sechurae</i> ), tigrillo ( <i>Leopardus pardalis</i> ), conejo silvestre ( <i>Sylvilagus brasiliensis</i> ) y una gran variedad de aves.	

<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>No se requiere de ningún permiso ni pago para visitar el atractivo.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>El atractivo no tiene un uso en específico en la actualidad, generalmente es visitada por pobladores de la zona y sus familiares.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <p>Este lugar posee características idóneas para implementar actividades turísticas como el senderismo, toma de fotografías del paisaje, acampar, avistamiento de aves y actividades científicas relacionadas con el estudio de flora y fauna del lugar.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <p>Realizar un sendero ecológico interpretativo.</p> <p>Capacitación de guías nativos.</p> <p>Señalización y promoción adecuada del atractivo.</p> <p>Dotar de implementos necesarios para facilitar las actividades que se puedan realizar durante la visita.</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Incremento de la afluencia de turistas.</p> <p>Incremento de ingresos económicos para los habitantes de la parroquia.</p> <p>Nuevas fuentes de trabajo.</p> <p>Mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <p>Alteración del entorno natural.</p> <p>Migración de especies propias de la zona debido a la presencia humana.</p>
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> no alterado</p>
<p><b>1.3 Causas:</b></p> <p>El atractivo es escasamente visitado.</p>
<p><b>6. ENTORNO</b></p>
<p><b>6.1 Entorno:</b> conservado</p>
<p><b>6.2 Causas:</b></p> <p>Las pocas personas que visitan el lugar lo hacen con fines de recreación.</p>



<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> sendero	
<b>7.3 Estado del sendero:</b> regular	<b>7.4 Transporte:</b> a pie.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura turística existente en la ciudad de Macas.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> no existe		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> no existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> no existe		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo</b> Parroquia Alshi 9 de Octubre	<b>10.2 Distancia:</b> 1 km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	7
	d) Estado de conservación y/o Organización	9
<b>APOYO</b>	a) Acceso	5
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		50


**13. JERARQUIZACIÓN****Jerarquía II**

De la misma manera se procedió a la sumatoria de los parámetros y se obtuvo la calificación de 50.

Atractivo con algún rasgo llamativo, 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 continuos.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

#### Ficha VI-4: Fiestas de la virgen de la Inmaculada Concepción

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Carmen Cecilia Merchán Heras	<b>1.2 Ficha N°</b> 004
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Daniela Castillo e Ing. Myriam Merino	<b>1.4 Fecha:</b> 20 de febrero del 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Fiestas de la virgen de la Inmaculada Concepción	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación Cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Acontecimientos programados	
<b>1.8 Subtipo:</b> Fiestas	
	
<p><b>Figura VI-8:</b> Iglesia Inmaculada Concepción</p> <p><b>Nota:</b> Investigación de campo de la parroquia Alshi, año 2016.</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Morona Santiago	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Morona
<b>2.3 Parroquia:</b> Alshi 9 de Octubre	
<b>2.4 Latitud:</b> 02°13'25.6"S	<b>2.5 Longitud:</b> 78°14'92.7"O
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Macas	<b>3.2 Distancia:</b> 27 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	

<b>4.1 Altitud:</b> 1631 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 12 a 18°C	
<b>4.4 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> Las fiestas de la Virgen de la Inmaculada Concepción se dan en el barrio central de la parroquia, en la Iglesia llamada por el mismo nombre.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> Las fiestas de la Virgen de la Inmaculada Concepción se llevan a cabo en el centro de la parroquia, donde está ubicada la iglesia del mismo nombre. Este festejo se celebra el 8 de diciembre de cada año, el mismo tiene la duración de 9 días, empezando por la novena a la Virgen. Entre los programas que se pueden disfrutar están: procesiones por las calles del centro de la parroquia, juegos, bazares, misa.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> Los atractivos individuales que se pueden nombrar junto a las festividades de la Virgen son principalmente, los platos típicos	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b> No se requiere ningún permiso para poder visitar Alshi 9 de Octubre en esta festividad.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> Las festividades de la Virgen son realizadas para homenajear y confirmar la fe de los creyentes católicos.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> no alterado	
<b>1.4 Causas:</b> Cada año los priostes, que son los organizadores, ponen mucho empeño para ejecutar esta festividad.	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> conservado	
<b>6.2 Causas:</b> Todos los pobladores de la parroquia Alshi 9 de Octubre participan enérgicamente durante toda esta festividad.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> asfaltado

<b>7.3 Estado del sendero:</b> bueno		<b>7.4 Transporte:</b> bus, auto, 4x4, caballo, a pie
<b>7.5 Frecuencias:</b> todos los días		<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Infraestructura existente en la parroquia y complementada en la ciudad de Macas.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> entubada		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> sistema interconectado		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> red pública		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> parroquia de Alshi 9 de Octubre		<b>10.2 Distancia:</b> 50 metros
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	1. Valor intrínseco	8
	2. Valor extrínseco	7
	d) Entorno	8
	e) Estado de conservación y/o Organización	7
<b>APOYO</b>	a) Acceso	8
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		50


**13. JERARQUIZACIÓN****Jerarquía II**

De la misma manera se procedió a la sumatoria de los parámetros y se obtuvo la calificación de 50.

Atractivo con algún rasgo llamativo, 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 continuos.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## Ficha VI-5: Mulo

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Carmen Cecilia Merchán Heras	<b>1.2 Ficha N°</b> 005
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Daniela Castillo e Ing. Myriam Merino	<b>1.4 Fecha:</b> 2015-07-16
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Mulo	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestación Cultural	
<b>1.7 Tipo:</b> Etnografía	
<b>1.8 Subtipo:</b> Comidas y Bebidas Típicas	
	
<p><b>Figura VI-9:</b> Mulo</p> <p><b>Nota:</b> Investigación de campo de la parroquia Alshi, año 2016.</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Morona Santiago	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Morona
<b>2.3 Parroquia:</b> Alshi 9 de Octubre	

<b>2.4 Latitud:</b> 02°18'03.8"S	<b>2.5 Longitud:</b> 78°07'16.7"O
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Macas	<b>3.2 Distancia:</b> 27 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1630 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 12 a 18°C	
<b>4.8 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 a 3000 mm/año	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> El atractivo se encuentra y lo preparan en el centro de la parroquia en el restaurante de la Sra. Pequita.	
<b>4.9 Descripción del atractivo</b> El mulo es un plato típico de la parroquia Alshi 9 de Octubre, que sus mayores lo preparan desde hace mucho tiempo atrás. En el restaurante de la Pequitas usted puede degustar de este delicioso plato.	
<b>4.10 Atractivos individuales que lo conforman:</b>  <b>ELABORACIÓN DEL MULO</b> <b>Recepción:</b> consiste en cuantificar la materia prima que entra al proceso, en este caso los choclos, se necesitan choclos no muy suaves, la cantidad dependerá de cuántos mulos se quiere obtener, en este caso lo hicimos con 10 choclos. <b>Preparación:</b> se desgrana el choclo, para posteriormente molerlo en el molino, después se le agrega tres cucharadas de mantequilla, sal y azúcar al gusto, cebolla picada; aparte se ralla queso. Finalmente se hace unas bolas ovaladas, agregando en la mitad una cucharada de queso. <b>Cocción:</b> ya que tenemos las bolas, se las pone sobre una parrilla a carbón para que se doren y semicocinen, por último para que terminen de cocinarse se le entierra con la ceniza del carbón, se espera de 20 a 30 minutos y está listo para servirse con una guayusa.	
<b>4.11 Permisos y Restricciones</b> Para poder degustar de este delicioso plato no necesita ningún permiso.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b> En la actualidad el Restaurante la Pequita sólo prepara este delicioso plato con pedidos.	



<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Que en el Restaurante de la Pequita y los otros que existen en Alshi 9 de Octubre se prepare este plato frecuentemente y se promocióne como el plato típico de la parroquia.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Capacitación a los servidores turísticos y a la población en general para que preparen y promociónen este plato. Promoción del plato típico.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
Incremento de la afluencia de turistas. Incremento de ingresos económicos para los propietarios de los restaurantes.	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
Ninguno.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
<b>5.1 Estado:</b> no alterado	
<b>6. ENTORNO</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> conservado	
<b>6.2 Causas:</b>	
La propietaria del Restaurante Pequitas, mantiene una limpieza constante, así mismo los otros restaurantes.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> asfaltado
<b>7.3 Estado de la vía:</b> bueno	<b>7.4 Transporte:</b> bus, auto, caballo a pie.
<b>7.5 Frecuencias:</b> todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Infraestructura existente en la parroquia y complementada en la ciudad de Macas.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA</b>	

<b>9.1 Agua:</b> entubada		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b> sistema interconectado		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> red pública		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo</b> Alshi 9 de Octubre	<b>10.2 Distancia:</b> 50 metros.	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de conservación y/o Organización	7
<b>APOYO</b>	a) Acceso	6
	b) Servicios	7
	c) Asociación con otros atractivos	2
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		48
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>Jerarquía II</b>		
De la misma manera se procedió a la sumatoria de los parámetros y se obtuvo la calificación de 50. Atractivo con algún rasgo llamativo, 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 continuos.		

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## b. Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta existente en la parroquia se recurrió a fuentes de información primaria y secundaria facilitadas por la Junta Parroquial Ashi 9 de Octubre; este componente está relacionado con los elementos del sistema turístico, es decir atractivos y actividades, infraestructura básica, planta turística, superestructura turística.

### 1) Oferta actual

#### a) Atracciones y actividades

A continuación se presentará un cuadro resumen de los atractivos turísticos de la parroquia.

**Cuadro:** Inventario de atractivos turísticos de la parroquia Alshi 9 de Octubre

N°	Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Cascada Salado Chico	Sitios naturales	Ríos	Cascadas	II
2	Unión de los ríos Upano y Abanico	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos o raudales	II
3	Río Abanico	Sitios naturales	Ríos	Ribera	II
4	Cueva del Oso	Sitios naturales	Fenómenos espeleológicos	Cueva	II
5	Mirador Loma del Tigrillo	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II
6	Parroquia 9 de Octubre	Manifestaciones Culturales	Etnografía		II
7	Fiestas de la Virgen de la Inmaculada Concepción	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II
8	Mulo	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas típicas	II

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2015.

Los atractivos naturales y culturales de la parroquia Alshi 9 de Octubre dieron como resultado, información de 8 atractivos de los cuales: el 62,5% corresponde a los atractivos naturales y el 37,5% restante constituye a los atractivos culturales.

En función de su tipología los atractivos naturales se clasifican de la siguiente manera: el 37,5% son ríos, el 12,5% son fenómenos espeleológicos y el 12,5% corresponde a montañas, en cuanto a los atractivos culturales: el 25% pertenece a etnografía y el 12,5% a acontecimientos programados.

En relación al estado de conservación de los atractivos en lo que va del año 2015: el 75% se encuentra conservado y el 25% está medianamente alterado; mientras que en el entorno de los mismos el 70% está no alterado y el 30% se encuentra alterado. La razón para que la mayoría de los atractivos estén conservados es porque en la parroquia no se ha desarrollado ni se ha impulsado el turismo, también se debe a que es una zona limítrofe con el Parque Nacional Sangay, lo cual ayuda a su conservación.

Las actividades turísticas que se podrían realizar en la parroquia Alshi 9 de Octubre son: caminatas, observación e interpretación de flora y fauna, observación de paisaje, baños en los cuerpos de agua, descanso, práctica de deportes extremos, fotografía, participación en actos culturales, observación, preparación y degustación de comidas y bebidas típicas.

En cuanto a la jerarquía de los atractivos naturales se han registrado 5 atractivos con jerarquía II mientras que en los atractivos culturales existen 3 atractivos con jerarquía II, obteniendo como resultado general que el 100% de los atractivos inventariados son de jerarquía II. Por lo tanto se concluye que los atractivos por si solos o en conjunto están en capacidad de interesar a visitantes del mercado interno, receptivo y en una menor proporción al mercado internacional.

Debido a que Alshi 9 de Octubre es una parroquia que no se encuentra desarrollada turísticamente aún, los atractivos han sido difundidos casi totalmente a nivel local, pero se espera y se proyecta que con la implementación de proyectos esta realidad cambie, ya que la parroquia posee un gran potencial para posicionarse como una parroquia turística.

### b) Infraestructura básica

El servicio básico que se encuentra mayoritariamente en la parroquia de Alshi 9 de Octubre es la energía eléctrica; en cuanto a la eliminación de aguas servidas solamente el área urbana (habiendo excepciones) de la parroquia cuenta con la red pública de alcantarillado, el área rural elimina sus desechos a través de pozos sépticos, ciegos.

La parroquia tiene agua entubada, aún no cuenta con el servicio de agua potable. El servicio de telefonía fija y móvil no existe en la parroquia, solamente poseen algunas familias el teléfono satelital.

### c) Planta turística

La parroquia Alshi 9 de Octubre no cuenta actualmente con una planta turística que satisfaga las necesidades y exigencias de posibles turistas que visiten la parroquia, los aspectos que se deberán mejorar para poder desarrollar el turismo son tanto cuantitativos como cualitativos; los establecimientos registrados por medio del siguiente estudio no están clasificados por categorías y se encuentran ubicados únicamente en la parroquia de Alshi 9 de Octubre (zona urbana) y suman en total 6 establecimientos prestadores de servicios turísticos; el 83,33% corresponde al servicio de alimentación, el 16,67% restante a esparcimiento o recreación.

**Cuadro:** Resumen de la planta turística de la parroquia

<b>Plazas disponibles en cuanto a planta turística de la parroquia Alshi</b>		
<b>Categoría</b>	<b>Establecimientos</b>	<b>Plazas</b>
Alimentación	5	95
Esparcimiento	1	20
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>115</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2015.

## ✚ Alimentación

**Cuadro:** Infraestructura de alimentos y bebidas

Nombre	Tipo	N° de plazas	Especialidad	Tipo de servicio
La Pequita	Restaurante	15	Desayunos, almuerzos y meriendas	Servicio a la mesa
Judith	Restaurante	20	Desayunos, almuerzos y meriendas	Servicio a la mesa
Sra. Hernestina	Restaurante	25	Desayunos, almuerzos y meriendas	Servicio a la mesa
Carolina Chimbolema	Restaurante	15	Desayunos, almuerzos y meriendas	Servicio a la mesa
Blanca Quezada	Restaurante	20	Desayunos, almuerzos y meriendas	Servicio a la mesa

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2015.

## ✚ Esparcimiento

**Cuadro:** Infraestructura de alimentos y bebidas (Esparcimiento)

Nombre	Plazas			Instalaciones
	Alojamiento	Alimentación	Esparcimiento	
Complejo turístico los Diamantes	8	25	10	Piscina en construcción, una cancha, comedor, bar
<b>Total plazas</b>	8	25	10	

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2015.

En general, la planta turística de la parroquia Alshi 9 de Octubre no se encuentra en las mejores condiciones ya que turísticamente no está desarrollada y la escasa inversión por parte de los propietarios de los mencionados establecimientos; a esto se debe agregar que se debe capacitar a las personas para que ofrezcan un servicio de calidad ya que no se encuentran capacitadas en el ámbito turístico ni tampoco en lo referente a la atención al cliente.

En esta localidad no existen agencias de viajes ni centros de turismo comunitario; lo cual debería ser tomado en cuenta a la hora de formular los programas y proyectos para desarrollar el turismo en la zona.

#### **d) Superestructura turística**

La entidad responsable de normar, regular y controlar el proceso nacional y promover al país a nivel internacional es el Ministerio de Turismo, sin embargo la parroquia no posee ninguna empresa privada que trabaje directamente en ejes relacionados al turismo, pero si se puede mencionar a una institución pública y a una asociación, interesadas en desarrollar el turismo:

- ✚ **Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Alshi 9 de Octubre.** Institución pública encargada de velar por el bienestar colectivo y el desarrollo parroquial, cuyos principales retos son: dotación de servicios básicos, promover el desarrollo local, así como el desarrollo del turismo ecológico en la zona.
- ✚ **Asociación los Olivos.** Asociación privada que lo conforman pequeños productores agropecuarios para mejorar la calidad de sus cultivos y lograr mayor cobertura en la comercialización de sus productos y también poder promocionar el agroturismo.

## 2) Análisis de la oferta sustitutiva

En la parroquia de Zuñac existen 4 atractivos naturales nombrados a continuación:

<b>ATRATIVOS DE LA PARROQUIA ZUÑAC</b>
Laguna Negra
Cascada de Cugusha
Cascadas de Zuñac
Cascada del río Playas

**Nota:** Inventario de atractivos turísticos de Morona Santiago, 2006.

En cuanto a planta turística en la parroquia solamente existe un restaurante con 10 plazas para los comensales.



### 3) Análisis de la oferta complementaria

La oferta complementaria se tomó en base al catastro turístico del 2014 del cantón Morona descrito a continuación:

**Cuadro:** Catastro turístico del cantón Morona del año 2014.

NOMBRE	TELEFONO	MAIL	DIRECCION	ACTIVIDAD TURISTICA	CANTÓN	PARROQUIA
ORIENTRAVEL	2700371	paojavi2@hotmail.com	10 DE AGOSTO Y SOASTI	AGENCIAS DE VIAJES	MORONA	MACAS
PLANETA TOURS S.A	2701328	planeta_ms@hotmail.com	DOMINGO Y COMIN Y SOASTI	AGENCIAS DE VIAJES	MORONA	MACAS
TSUIRIM VIAJES	2701681	leosalgado18@yahoo.com, leosalgado18@gmail.com	DON BOSCO Y SUCRE	AGENCIAS DE VIAJES	MORONA	MACAS
JHACRISMOL	2700265	jhacrismol@hotmail.com	9 DE OCTUBRE 1314 Y SUCRE	AGENCIAS DE VIAJES	MORONA	MACAS
REAL NATURE TRAVEL COMPANY	993300538	rhoannwallace@realnaturetravel.com	AV. LA CIUDAD - BARRIO LA BARRANCA	AGENCIAS DE VIAJES	MORONA	MACAS
SURITIAKNUA CIA.LTDA	083137733		DON BOSCO Y PASTAZA	AGENCIAS DE VIAJES	MORONA	MACAS
CASA BLANCA	2700195	jsamaniego_75@yahoo.com	SOASTI Y SUCRE	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
MANZANA REAL	2700191	hotelmanzanareal@hotmail.com	AV. CAPITÁN VILLANUEVA Y SOR MARÍA RIQUETI	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS

CABAÑAS DEL VALLE	072322393	cabanasdelvalle@gmail.com; hosteriadelvalle@yahoo.	29 DE MAYO Y PEDRO NOLASCO JARAMILLO	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
PEÑON DEL ORIENTE	2700124	radioshaloms@yahoo.com	DOMINO COMÍN Y AMAZONAS	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
SPLENDIT	2700120	hotelsplendit@hotmail.com	SOASTI Y BOLIVAR	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
LA LIRIA	2701922	hostal.laliria@hotmail.com	12 DE FEBRERO Y 1 DE MAYO	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
MACAS	2700254	luanvija0@gmail.com	24 DE MAYO Y SUCRE	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
SAN ANDRES	2708010	yolandatorres1006@hotmail.com; patronatomacas@hotmail.com	KM. 8 VÍA A SUCÚA	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
CALIFORNIA	2701237	greis.cr@hotmail.com	29 DE MAYO VIA A SUCUA	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
SOL DE ORIENTE	2702911	tiamervlz@hotmail.com	TARQUI Y SOASTI	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
HELICONIA	072700441	h_heliconia@hotmail.com	SOASTI Y 10 DE AGOSTO	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
CANELOS NO.1	072700113	comercialsoto2011@hotmail.com	SOASTI Y TARQUI	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
CANELOS NO. 2	2727942	comercialsoto2011@hotmail.com	SOASTI Y DOMINGO COMIN	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
ACAPULCO	2700713	oswaldo.toapanta@hotmail.com	AMAZONAS Y 10 DE AGOSTO	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
PLAZA	2701683	hostalplaza1@hotmail.com	10 DE AGOSTO ENTRE AMAZONAS Y SOASTI	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
LEVEL 5	2701240	difaro13@hotmail.com	JUAN DE LA	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS

			CRUZ Y SOASTI			
CASA UPANO	2702525	rhonnwallace@realnaturetravel.com	AVE. LA CIUDAD - SECTOR LA BARRANCA	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
ARRAYAN Y PIEDRA	073045949	arrayanp@hotmail.com	KM. 7 VÍA AL PUYO	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
EL FARALLON	072712014	hosteriafarallon@gmail.com	KM. 4 VIA MACAS - PUYO	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
MORZUA	2702275	omoralesscale.ec@hotmail.com	AVE. 29 DE MAYO Y AMAZONAS	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
LOS HELECHOS	2702964	hostalloshelechos@hotmail.com	TARQUI Y SOASTI	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
MILENIUM	2703757	mjaramillo_61@hotmail.com	AMAZONAS Y TARQUI	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
SANGAY	2700457	torres_luis_alejandro@hotmail.com	TARQUI Y SOASTI	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
JUDITH	072702176	wilsonsello1128@gmail.com	SOASTI Y CUENCA	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
IRANDUBA	072703220	maryheras7578@yahoo.com; maryheras@yahoo.com	AMAZONAS Y SUCRE	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
LOS COPALES	072704092	lilipo64_29@hotmail.com	AMAZONAS; ENTRE 10 DE AGOSTO Y DOMINGO COMÍN	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
ONIX-KALA	072701155	anitaerazo97@hotmail.com	DOMINGO COMÍN Y SOASTI	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
ANGELES	072770337	hotel_angeles@hotmail.com	24 DE MAYO Y TARQUI	ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
INTERNACIONAL MACAS	072700494	torresalejandro666@gmail.com		ALOJAMIENTO	MORONA	MACAS
RANCHO FATIMA	073045156	igej47663@hotmail.com	KM. 7 VIA MACAS - SAN	ALOJAMIENTO	MORONA	GENERAL PROAÑO

			ISIDRO			
JARDIN DEL UPANO	2703638		PROAÑO VIA PACCHA	ALOJAMIENTO	MORONA	GENERAL PROAÑO
TOLITAS LAS	3045210	jorgeav27@hotmail.com	KM. 7 VIA MACAS SAN ISIDRO	ALOJAMIENTO	MORONA	SAN ISIDRO
MANSIÓN DE LA AMAZONÍA	3045851	hotelmanzanareal@hotmail.com	KM. 9 VÍA MACAS-PUYO	ALOJAMIENTO	MORONA	SEVILLA DON BOSCO
CHARLOT	2700810	carlosvalro2011@gmail.com	SOASTI Y BOLÍVAR	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
POLLO RICO EL TURCO	2700643		10 DE AGOSTO Y SOASTI	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
RINCON DEL SABOR EL	2700533		BOLÍVAR 728 Y SOASTI	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
RINCON MANABITA	2702340	rmanabita_macas@hotmail.com	AMAZONAS Y TARQUI	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
CHELOS PARRILLADAS	2700671		SOASTI Y BOLIVAR	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
LA ITALIANA PIZZA	2702893		SOASTI Y SUCRE	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
CHIFA PAGODA CHINA	2700280		AMAZONAS Y DOMINGO COMIN	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
D'KCH	072704662	juan_gonzalo59@hotmail.com	JUAN DE LA CRUZ Y AMAZONAS	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
MARAVILLA LA	072700158	jumbumbe@hotmail.com	SOASTI Y SUCRE	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
LA NAPOLITANA	072700486	lanapolitanamacas@gmail.com	AV. 24 DE MAYO Y JUAN DE LA CRUZ	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS

EL SABOR DEL MAR	2700322		AMBROCIO ZABALA Y 9 DE OCTUBRE	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
NICE CREAM	02704198		TARQUI Y AMAZONAS	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
TIRO LOCO	072700055		SOASTI ENTRE TARQUI Y 10 DE AGOSTO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
COSITAS RICAS	2701065	chefgloria-ll@hotmail.com	RIOBAMBA Y AMAZONAS	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
LA GUARIDA DEL DELFIN	2702264	tiburontutu@hotmail.com	24 DE MAYO Y QUITO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
PUNTO G	2322059		AV. 29 DE MAYO Y AGUSTIN MEDINA	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
JENNYGEN	2701130	genarofederico@hotmail.com	SOASTI Y RIOBAMBA	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
EL MIRADOR	2700491	andrescr_18@hotmail.com	RANDIMPA, FRENTE AL PARQUE RECREACIONAL	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
YOGOS	986662593		SOASTI Y 10 DE AGOSTO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
D' ISABELLAS	072701756	marco_ryua86@hotmail.com	24 DE MAYO Y SUCRE	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
EL FOGÓN MACABEO	072700793		JUAN DE SALINAS Y AV. 29 DE MAYO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
DELIS SPECIAL	2700130	dlistparilladas@ymail.com	SOASTI Y 5 DE AGOSTO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
REVSEBUES	073043040		24 DE MAYO Y 5 DE AGOSTO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS

BAR SNACK	700267		CAPITAN VILLANUEVA Y SUASTI	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
LA COLONIA	072703728	hscordero@hotmail.com	CUENCA Y 24 DE MAYO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
CAFE CULTURAL NAN NERI	2701172	cedrick_uff@hotmail.com	GAVINO RIVADENEIRA Y 24 DE MAYO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
MALEGRÍA	2700697	cafemalegria@gmail.com	CAPITAN VILLANUEVA Y AMAZONAS	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
LA STACION	081897449	salchito1@hotmail.com	12 DE FERBRERO Y PEDRO VICENTE MALDONADO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
EL MEZÓN DEL SABOR	2702670	jalis_002@hotmail.com	DOMINGO COMÍN Y 24 DE MAYO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
CHEF LOBSTER	2701797	alonzogp@hotmail.com	GABINO RIVADENEIRA Y SOASTI	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
EL CAFETAL	2703742	monysil9@hotmail.com	SOASTI Y 5 DE AGOSTO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
BAMBOO	2700252	freddymanaba@hotmail.com	DON BOSCO Y CUENCA	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
HELADERIA CAFE SHANTAL	3046160	telmo_ordonez@outlook.com	24 DE MAYO Y SUCRE	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
SWEET & SALT	3045694		SOASTI Y BOLIVAR	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
ANTOJITOS LA TERRAZA	091604335	mijo_15@hotmail.com	PASAJE GENERAL PROAÑO Y 10 DE AGOSTO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS

TISHO'S PIZZERIA	072704663	tishos_cabrera@hotmail.com	TARQUI Y SOASTI	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
HUECA LA	072702980	karaokelahueca@hotmail.com	DON BOSCO Y PEDRO NOGUERA	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
FRESA & CEBADA	072704674	neg-pg@hotmail.com	CALLE DOMINGO COMIN Y SOASTI	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
RED CHILLI	095968110	aspirantejf@gmail.com	AV. 29 DE MAYO Y KIRUBA	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
FOGON DE NAZARETH EL	072701089	noyita1960@hotmail.com	AV. 24 DE MAYO Y 10 DE AGOSTO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
PRIMAVERA LA	099114042	nestoryanza59@hotmail.com	KIRUBA Y AMAZONAS	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
JUNGLAB	072702448	marlonguevera1011@gmail.com	CALLE BOLIVAR ENTRE GUAMOTE Y AMAZONAS	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
CHICKEN WINGS	2741305	Lizhidrovo@hotmail.com	CALLE AMAZONAS Y DOMINGO COMIN	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
GUAYUSA Y CANELA	072700690	marco-rivadeneira@hotmail.com	CALLE DON BOSCO ENTRE CUENCA Y SUCRE	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
LA FOGATA	072704600	bonitamacas@hotmail.com		COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
NANTU NUMI	072702641	ja_li4@hotmail.com	JUAN DE LA CRUZ Y SOASTI, ESQUINA	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
LAS VA RI PARRILLADAS	072306580	luzrivas1957@hotmail.com	AV. 13 DE ABRIL Y CLIMACO RIVADENEIRA	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS

POLLO PUNTO RICO	073046460	margaritajadan@hotmail.com	AV. SOASTI ENTRE SUCRE Y CUENCA	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
DON CAFE	072702247	male_1991_16@hotmail.com	CALLE TARQUI ENTRE SOASTI Y AMAZONAS	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
EL GUAYUSASO	992548892	waysky@outlook.es	GAVINO RIVADENEIRA y 24 DE MAYO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
BLANCO Y NEGRO FARRA BRAVA	984582928	mayagalarzaguerrero@hotmail.com	CALLE PASTAZA Y 24 DE MAYO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
DEJA VU MDB	072700410	noyabusta3@hotmail.com	CALLE JULIO ARTEAGA Y HORTENCIA GUEVARA	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
RIO RINCON	072702175	dj1000ram@hotmail.com	CALLE JUAN DE LA CRUZ Y AV. DE LA CIUDAD	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
EL CAFE DE LA 9	072700719	icapa62@gmail.com	CALLE 9 DE OCTUBRE ENTRE SUCRE Y CUENCA	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
HONDIPO	072705067	cecyta_138@hotmail.com	CALLE 24 DE MAYO Y ANTONIO SAMANIEGO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
CASA DEL CHAULAFAN LA	990996016	lex-cesarbombon@hotmail.com	10 DE AGOSTO Y SOASTI	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS
LISBETHCITA	939591721	rosaloja1968@hotmail.com	CALLE GUAMOTE ENTRE 10 DE AGOSTO Y TARQUI	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	MACAS



DON RICARDITO		libimaquito@hotmail.com	VIA MACAS PUYO, KM 11 1/2	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	SEVILLA DON BOSCO
PASO AL	073045745	nancyzhunio@hotmail.com	VÍA AL PUYO KM22	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	SINAI
HACIENDA MARUJITA	3045459	romulo.65@outlook.com	SECTOR TIMBIANA, PARROQUIA RIO BLANCO	COMIDAS Y BEBIDAS	MORONA	RIO BLANCO
BALCON DEL RIO	2702508		KM. 5 DE LA VIA MACAS-PUYO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	MORONA	MACAS
ALCATRAZ	091972286		AV. 29 DE MAYO KM 2 1/2 VIA A SUCUA	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	MORONA	MACAS
BALCON DEL RIO	3048190		KM. 5 DE LA VIA PUYO-MACAS	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	MORONA	MACAS
EL UNCHIPAL	089090680		JUAN DE LA CRUZ - SECTOR LA BARRANCA	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	MORONA	MACAS
DOÑA CARLOTA	2700269	dorissusana87@hotmail.com	QUITO Y DON BOSCO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	MORONA	MACAS
KSABONA	098978179	laitalianapizza2004@hotmail.com	AV. 29 DE MAYO, JUNTO A LA MAZDA	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	MORONA	MACAS
TUCOSTUMBRE	2306640	multicomerciodontuco@hotmail.com	PROAÑO- VIA SAN ISIDRO JUNTO A LA ENTRADA DEL ZOOLOGICO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	MORONA	GENERAL PROAÑO
BARBASCO	3045676	mivinori@hotmail.com	SECTOR SANTA ANA; 50 METROS	RECREACION, DIVERSION,	MORONA	SEVILLA DON BOSCO

			DE LA "Y" DE LA VÍA A SEVILLA	ESPARCIMIENTO		
ARCA DEL UPANO	2700739	rubenmacabeo1980@hotmail.com	KM. 5 VÍA MACAS -PUYO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	MORONA	SEVILLA DON BOSCO
LOS DOS PUENTES	3044230	bldp@live.com	VIA SUCUA-SECTOR ARAPICOS	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	MORONA	RIO BLANCO
CHARLIS DISCOTEC	072708014		RIO BLANCO KM8	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	MORONA	RIO BLANCO
TRANSERVITOU R. S. A.		monsitaruiz@yahoo.es	CALLE GAVINO RIVADENEIRA ENTRE SOASTI Y 24 DE MAYO	TRANSPORTE TURISTICO	MORONA	MACAS

**Nota:** Dirección provincial del Ministerio de Turismo de Morona Santiago, 2014

### 3. Caracterización de la demanda turística

#### a. Estudio de la demanda

##### 1) Análisis estadístico

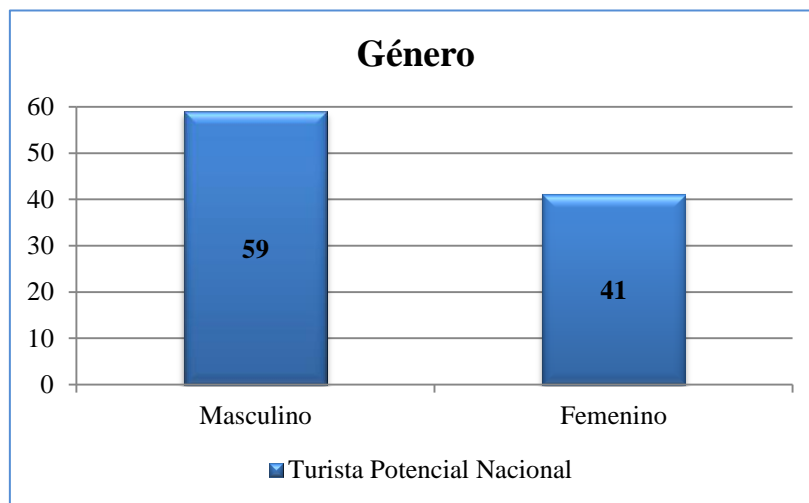
##### a) Demanda nacional

##### + Género

**Tabla VI-1:** Distribución de la demanda según el género

GÉNERO	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Masculino	70	59
Femenino	49	41

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-10:** Distribución de la demanda según el género

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

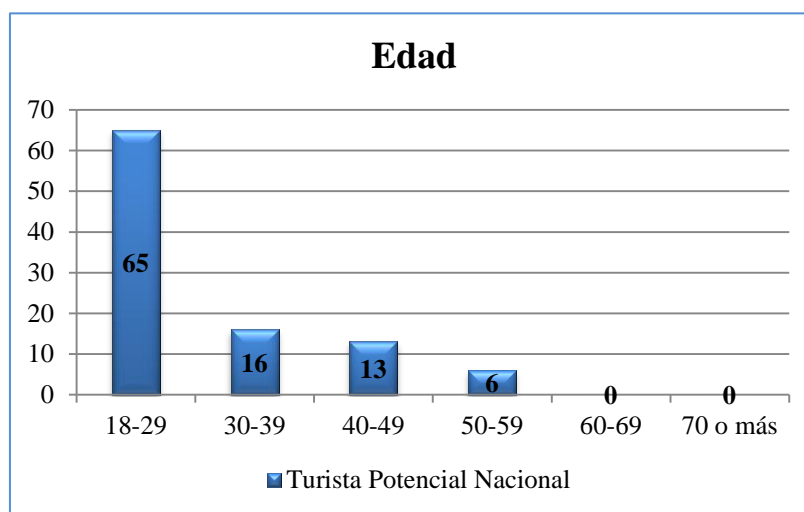
La demanda nacional está compuesta por el 59% que corresponde al género masculino y el 41% al género femenino. Por tanto se puede realizar proyectos turísticos tanto para hombres como para mujeres ya que la distribución del género es bastante homogénea.

## ✚ Edad

**Tabla VI-2:** Distribución de la demanda por la edad

EDAD	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
18-29	77	65
30-39	19	16
40-49	16	13
50-59	7	6
60-69	0	0
70 o más	0	0
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-11:** Distribución de la demanda por la edad

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

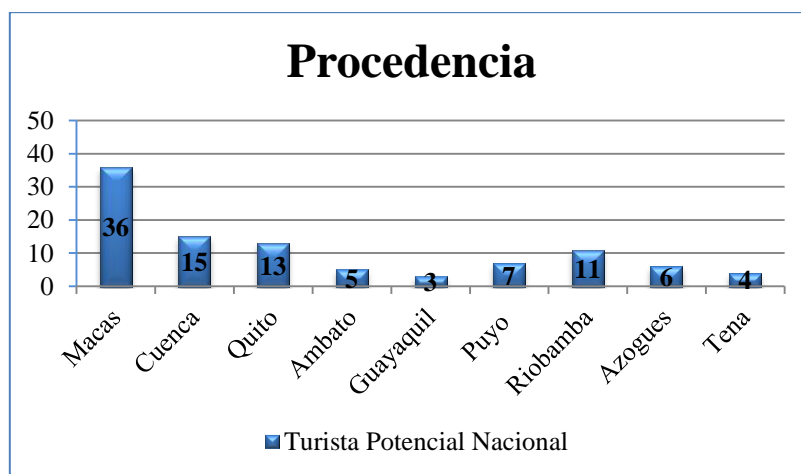
La demanda nacional posee edades entre 18-29 años, que corresponden al 65%; en un 16% de 30-39 años; en un 13% de 40-49 años; en un 6% de 50-59 años y en un 0% de 60-69. Por lo que se puede apreciar hay una diferencia marcada entre los diferentes intervalos de edad del visitante, en el cual sobresale el grupo de jóvenes de 18 a 29 años, por lo que se puede diseñar proyectos turísticos teniendo en cuenta las preferencias de este grupo.

## ✚ Procedencia

**Tabla VI-3:** Distribución de la demanda según su procedencia

PROVINCIA/CIUDAD	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Macas	43	36
Cuenca	18	15
Quito	15	13
Ambato	6	5
Guayaquil	4	3
Puyo	8	7
Riobamba	13	11
Azogues	7	6
Tena	5	4
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-12:** Distribución de la demanda según su procedencia

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

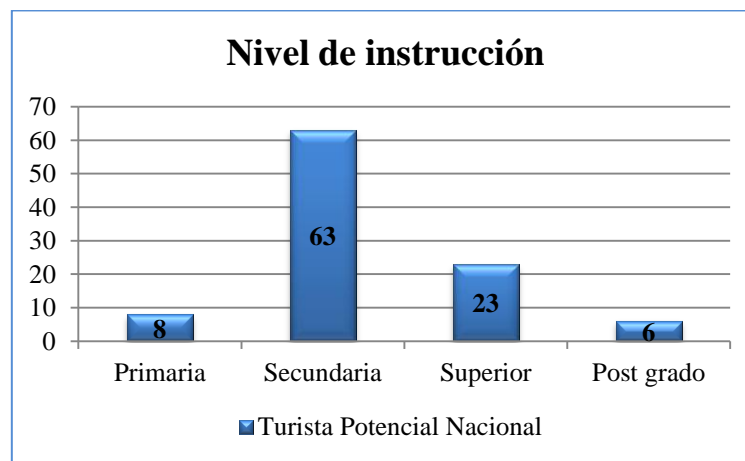
El lugar de procedencia corresponde el 36% a Macas, Cuenca con un porcentaje del 15%, Quito con un 13%, Riobamba con un 11%, Puyo con un porcentaje del 7%, Azogues con un 6 %, Ambato con el 5%, Tena con el 4% y por último Guayaquil con el 3%. Con estos datos es posible definir los principales mercados emisores de turismo para la parroquia así mismo se identifican los nuevos mercados por desarrollar.

## ✚ Nivel de instrucción

**Tabla VI-4:** Distribución de la demanda según el nivel de instrucción

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Primaria	10	8
Secundaria	75	63
Superior	27	23
Post grado	7	6
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-13:** Distribución de la demanda según el nivel de instrucción

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

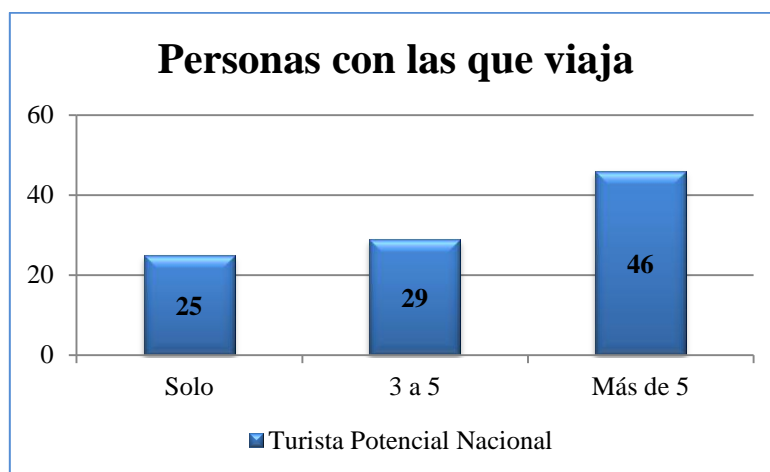
La demanda nacional, en relación al nivel de instrucción, el 63% tiene instrucción secundaria; el 23% posee instrucción superior; el 8% tiene instrucción primaria mientras que el 6% posee instrucción de post grado. Se puede identificar notoriamente que nuestro mercado objetivo corresponde a turistas con un nivel de educación media por ende las exigencias de los mismos no son muy altas, lo cual es una ventaja para la parroquia ya que turísticamente recién está despegando, y así puede empezar a desarrollar productos turísticos con estándares de calidad no tan altos y mejorar continuamente para que pueda competir con otros mercados.

## ✚ Con cuántas personas viaja

**Tabla VI-5:** Con cuántas personas viaja

NÚMERO DE PERSONAS	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Solo	30	25
3 a 5	35	29
Más de 5	54	46
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-14:** Con cuántas personas viaja

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

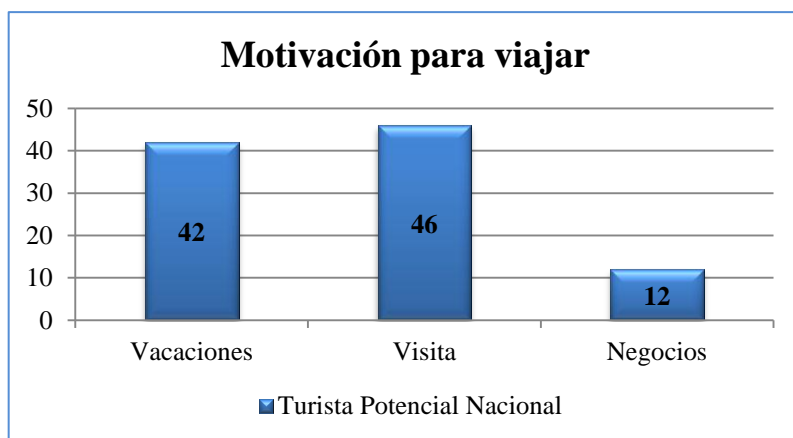
El 46% de la demanda nacional prefiere viajar con más de 5 personas, el 29% lo hace de 3 a 5 personas, y el 25% viaja solo. Por tanto nuestro mercado objetivo lo constituiría la familia y los amigos, los dos son grupos jóvenes lo cual concuerda con las preferencias de los turistas anteriormente mencionadas esto nos lleva a que la parroquia debe invertir en infraestructura turística teniendo en cuenta estas características.

## ✚ Motivación para viajar

**Tabla VI-6: Motivación para viajar**

MOTIVACIÓN PARA VIAJAR	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Vacaciones	50	42
Visita	55	46
Negocios	14	12
<b>Total</b>	119	100

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-15: Motivación para viajar**

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

La motivación para viajar de la demanda nacional lo constituye el 46% que viaja por visitar a familiares o amigos; el 42% viaja por vacaciones y el 12% viaja por negocios. Los datos nos reflejan claramente que la principal motivación para viajar de los turistas es por visita a familiares o amigos e indirectamente realizan actividades turísticas, pero también se puede observar que en un buen porcentaje viajan netamente por realizar actividades turísticas, lo cual demuestra que hay que trabajar en desarrollar el turismo en la parroquia.

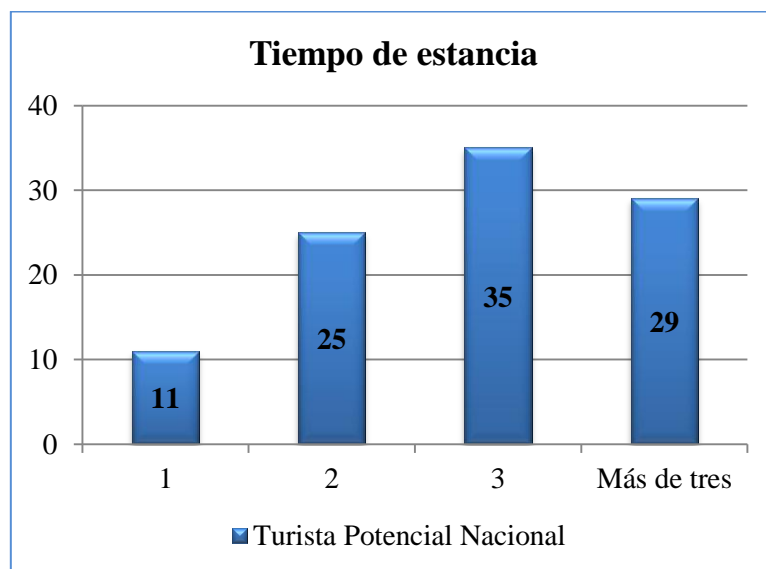


**✚ Tiempo de estancia**

**Tabla VI-7: Tiempo de estancia**

TIEMPO DE ESTANCIA	Frecuencia	
	absoluta	relativa
1	13	11
2	29	25
3	42	35
Más de tres	35	29
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

*Nota:* Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-16: Tiempo de estancia**

*Nota:* Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

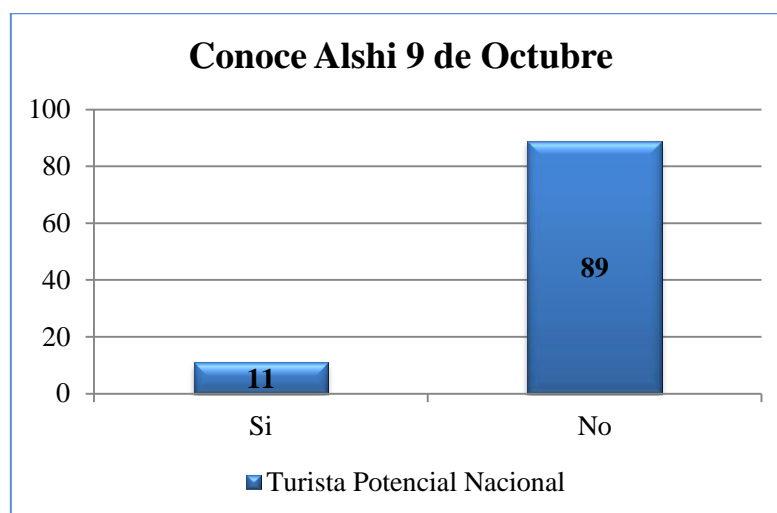
El 35% de la demanda nacional permanece tres días en un lugar; el 29% permanece por más de tres días, el 25% permanece dos días y el 11% solamente un día. Entonces los datos arrojan que los potenciales turistas si les gusta pasar como tres días promedio en otro lugar y por qué no en la parroquia, para captar a este mercado hay que seguir trabajando e insistir para que se invierta en turismo en la parroquia.

✚ ¿Conoce usted la parroquia Alshi 9 de Octubre?

**Tabla VI-8:** Conoce usted la parroquia Alshi 9 de Octubre

CONOCE LA PARROQUIA ALSHI 9 DE OCTUBRE	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	13	11
No	106	89
<b>Total</b>	119	100

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-17:** Conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

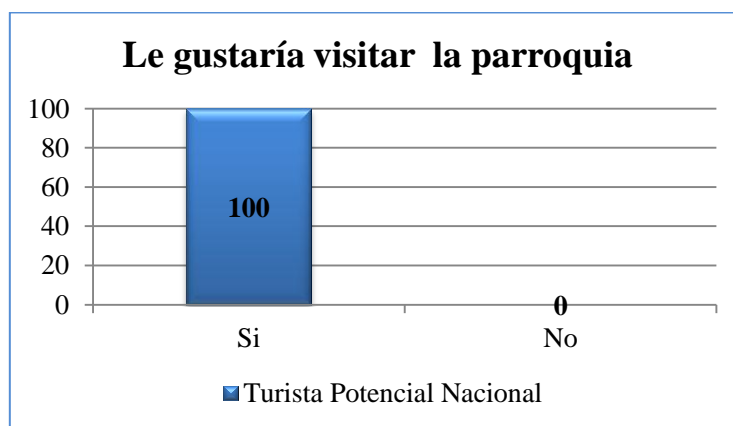
El 89% de la demanda nacional ha respondido que no conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre y el 11% expresa que si conoce la parroquia. Esto refleja que la mayoría de los potenciales turistas nacionales no conocen la parroquia, lo cual dificulta la promoción, difusión, de los lugares turísticos. Pero no es impedimento para desarrollar el turismo, ya que este estudio ayude a palpar los problemas que poseen la parroquia y las posibles soluciones.

✚ ¿Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre?

**Tabla VI-9:** Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre

LE GUSTARÍA VISITAR LA PARROQUIA ALSHI 9 DE OCTUBRE	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	119	100
No	0	0
<b>Total</b>	119	100

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-18:** Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

El 100% de la demanda nacional opina que si le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre.

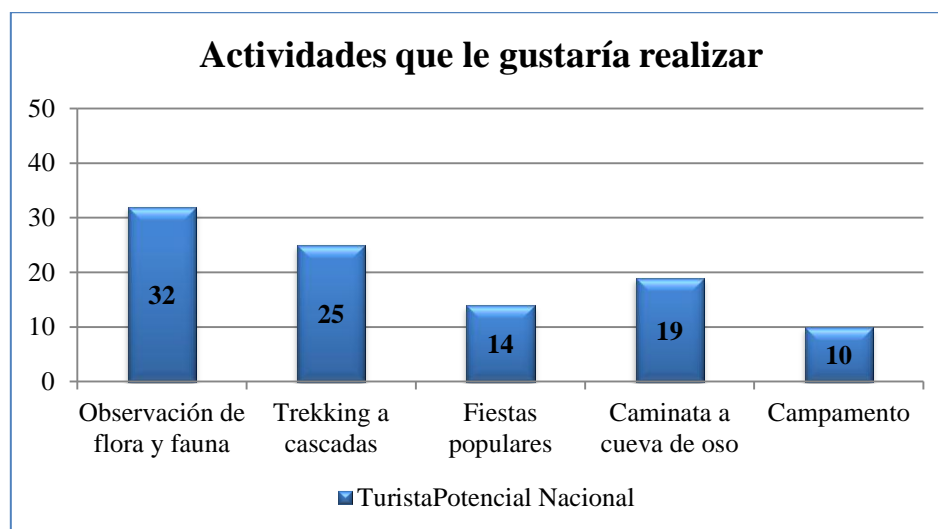
La totalidad de los potenciales turistas están dispuestos a conocer la parroquia, esto es fundamental para el desarrollo del turismo porque existe demanda, lo que faltaría sería la oferta para complementar.

## ✚ Actividades que le gustaría realizar en la parroquia

**Tabla VI-10:** Actividades que le gustaría realizar en la parroquia

ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA VISITAR	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Observación de flora y fauna	38	32
Trekking a cascadas	30	25
Fiestas populares	17	14
Caminata a cueva del oso	22	19
Campamento	12	10
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-19:** Actividades que le gustaría realizar

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

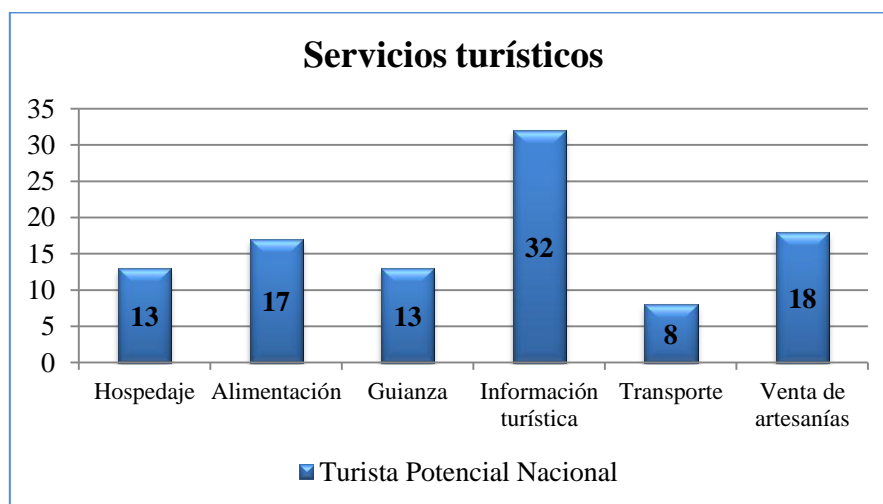
El 32% de la demanda local prefiere realizar observación de flora y fauna en Alshi 9 de Octubre; el 25% opta por el trekking a cascadas; el 19% prefiere caminatas a la cueva del oso; el 14% quiere disfrutar de las fiestas populares y el 10% opta por acampar. La preferencia de los turistas está en visitar atractivos naturales para esto hay que adecuar cada uno de ellos porque hace falta implementar planta e infraestructura turística para que sea accesible para los potenciales turistas locales.

## ✚ Servicios que le gustaría que preste la parroquia

**Tabla VI-11:** Servicios que le gustaría que preste la parroquia

SERVICIOS TURÍSTICOS	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Hospedaje	15	13
Alimentación	20	17
Guianza	15	13
Información turística	38	32
Transporte	9	8
Venta de artesanías	22	18
<b>Total</b>	119	100

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-20:** Servicios turísticos que presta la parroquia

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

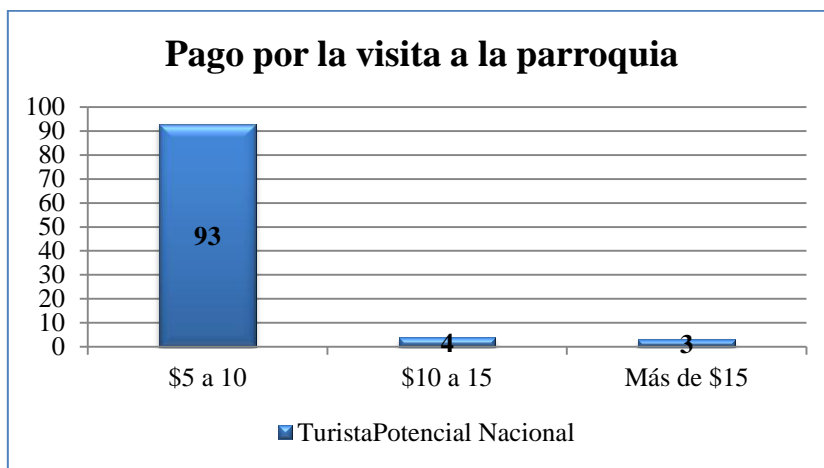
El 32% de la demanda nacional requiere de información turística; el 18% de la venta de artesanías; el 17% manifiesta que requiere el servicio de alimentación; el 13% menciona que se requiere el servicio de hospedaje; el 13% requiere el servicio de guianza y el 8% expresa que se requiere el servicio de transporte. Como se ha venido mencionando en la parroquia, cantón y provincia le falta mucho por desarrollar el turismo y esto se evidencia en esta investigación, por ende hay que trabajar en cada una de las problemáticas citadas, en lo que respecta a la información turística se podría empezar capacitando a los servidores turísticos para que hagan uso de las nuevas tecnologías.

**✚ Cuánto estaría dispuesto a pagar por la visita a la parroquia**

**Tabla VI-12:** Pago por la visita a la parroquia

TIPO DE ATRACTIVO	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$5 a 10	110	93
\$10 a 15	5	4
Más de \$15	4	3
<b>Total</b>	119	100

*Nota:* Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-21:** Pago por la visita a la parroquia

*Nota:* Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

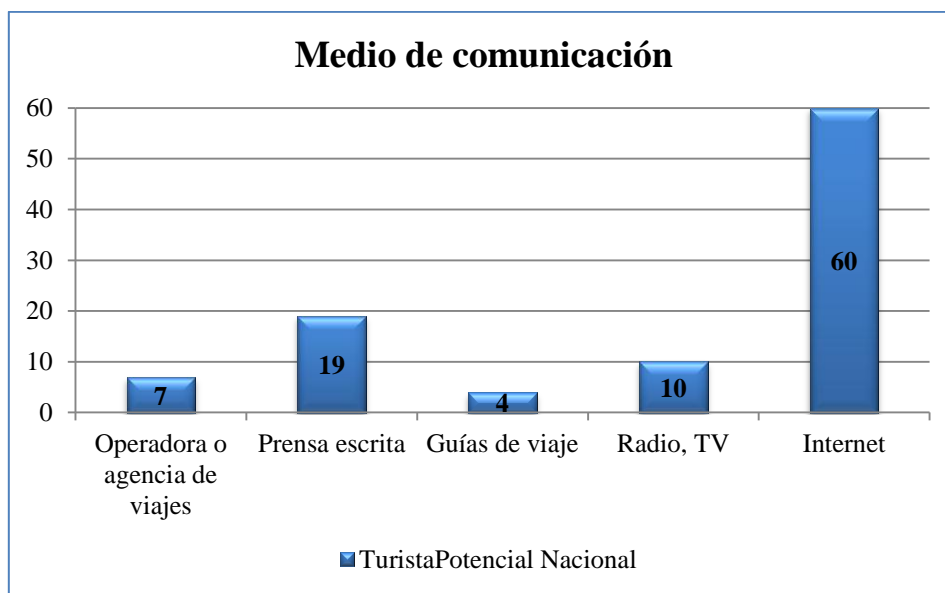
El 93% de la demanda nacional prefiere pagar de \$5 a 10 por visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre; el 4% escoge pagar de \$10 a 15 y el 3% quisiera pagar más de \$15. Los datos demuestran que la mayoría de la población si está dispuesta a pagar por visitar la parroquia, lo cual es muy bueno ya que sería una fuente de ingreso y para complementar este servicio se debe trabajar en mejorar la oferta de la parroquia.

## ✚ Medios de comunicación para obtener información turística

**Tabla VI-13:** Medios de comunicación para obtener información turística.

MEDIO DE COMUNICACIÓN	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Operadora o agencia de viajes	9	7
Prensa escrita	23	19
Guías de viaje	5	4
Radio, TV	12	10
Internet	71	60
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-22:** Medios de comunicación para obtener información turística

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

El 60% de la demanda nacional obtiene información turística a través del internet; el 19% lo hace a través de la prensa escrita; el 10% lo realiza a través de la radio o televisión; el 7% a través de guías de viaje y el 4% se informan a través de guías de viaje. La mayoría de los turistas se informan u obtienen información turística a través del internet, esto indica que se debe promocionar a la parroquia a través de redes sociales, páginas web, correos personalizados; para así llegar a la demanda objetivo.

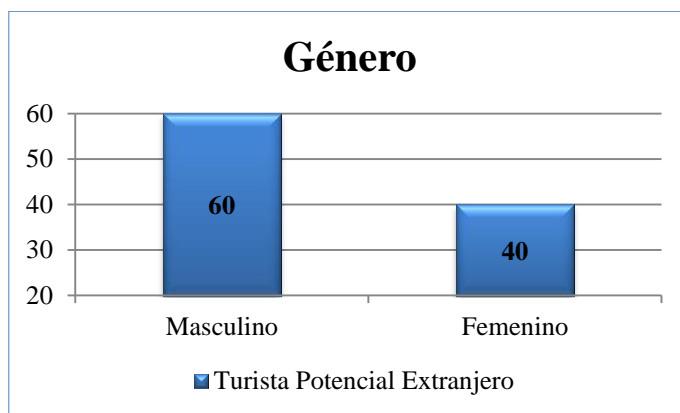
## b) Demanda internacional

### ✚ Género

**Tabla VI-14:** Distribución de la demanda según el género

<b>GÉNERO</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Masculino	64	60
Femenino	43	40
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-23:** Distribución de la demanda según el género

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

La demanda extranjera se compone por el 60% que corresponde al género masculino y el 40% pertenece al género femenino. Por tanto los productos turísticos se pueden diseñar tanto para hombres como para mujeres, ya que no varían mucho los porcentajes.

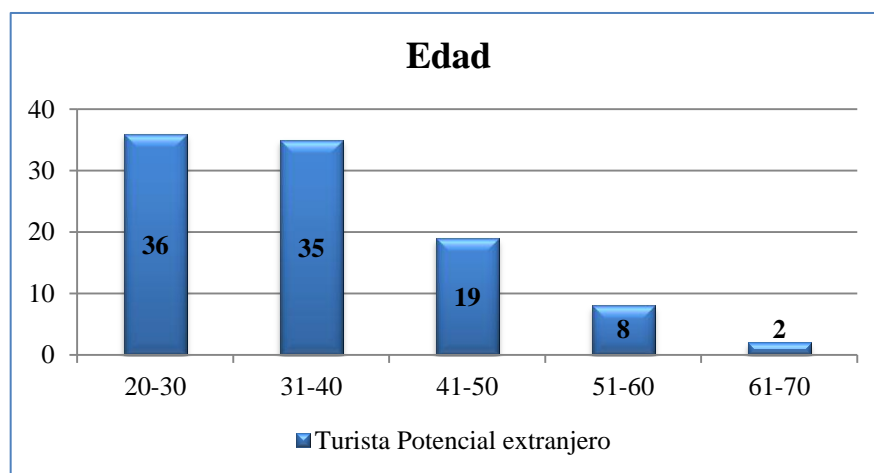


## ✚ Edad

**Tabla VI-15:** Distribución de la demanda por la edad

EDAD	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
20-30	39	36
31-40	37	35
41-50	20	19
51-60	9	8
61-70	2	2
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-24:** Distribución de la demanda por la edad

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

La demanda extranjera tiene edades entre 20-30 años que corresponden al 36%; en un 35% de 31-40 años; en un 19% de 41-50 años; en un 8% de 51-60 años y en un 2% de 61-70 años.

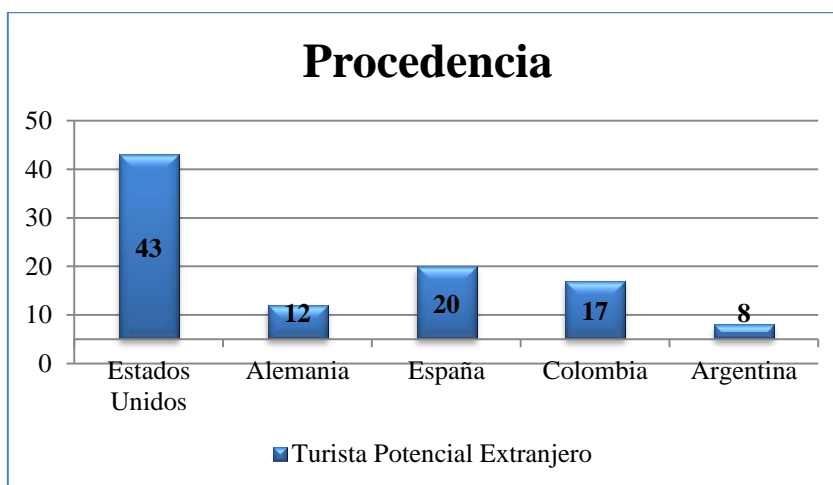
El grupo que sobresale está en las edades de 20-30 años, también se unen los de 31-40 años, por tanto lo que ofrece la parroquia debe adaptarse a las características y preferencias del potencial turista extranjero.

## ✚ Procedencia

**Tabla VI-16:** Distribución de la demanda según su procedencia.

PAÍS	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Estados Unidos	46	43
Alemania	13	12
España	21	20
Colombia	18	17
Argentina	9	8
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-25:** Distribución de la demanda según su procedencia

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

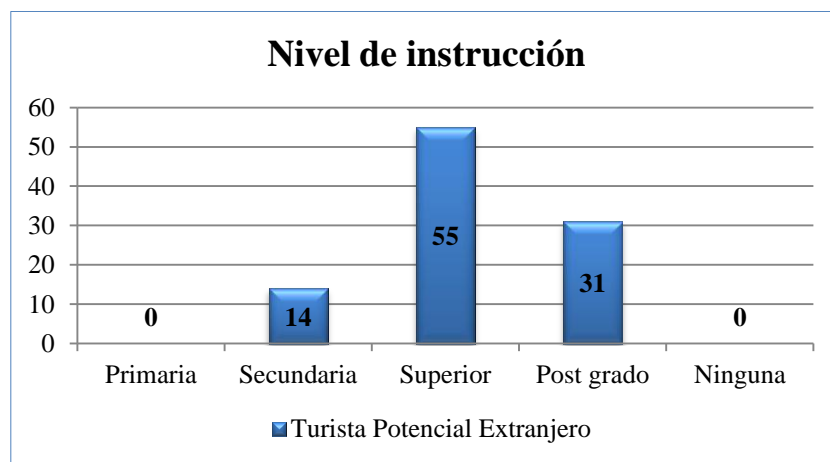
La mayor parte de la demanda extranjera proviene de Estados Unidos correspondiente al 43%; el 20% proviene de España; el 17% de Colombia; el 12% proviene de Alemania y el 8% restante de Argentina. El principal mercado emisor es Estados Unidos, seguido por Alemania razón por la cual se debe capacitar a las personas para la guianza y que hablen inglés.

## ✚ Nivel de instrucción

**Tabla VI-17:** Distribución de la demanda según el nivel de instrucción.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Primaria	0	0
Secundaria	15	14
Superior	59	55
Post grado	33	31
Ninguna	0	0
<b>Total</b>	107	100

**Nota:** Investigación de campo parroquia Alshi, año 2016.



**Figura VI-26:** Distribución de la demanda según el nivel de instrucción

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

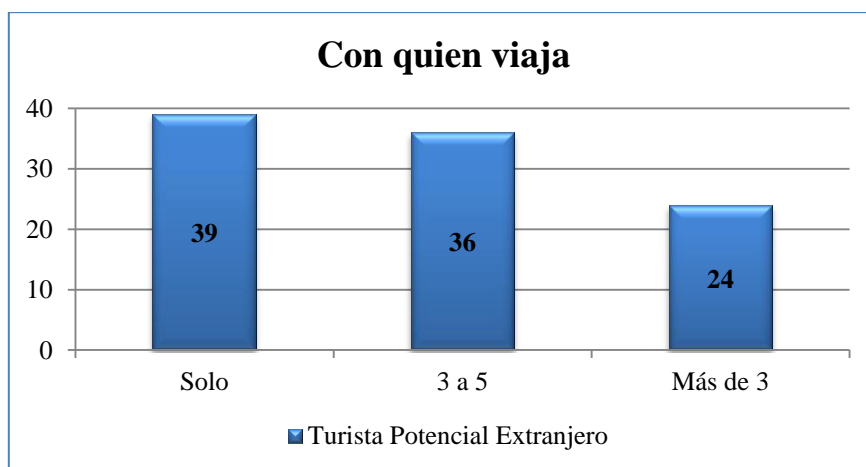
La demanda extranjera, en relación al nivel de instrucción, el 55% tiene instrucción superior; el 31% posee instrucción de post grado y el 14% tiene instrucción secundaria. Como se puede observar claramente la mayoría de los turistas extranjeros tienen educación superior, esto quiere decir que sus exigencias y expectativas son altas, por tanto las exigencias del turista nacional con el extranjero difieren y para lograr satisfacer las dos demandas se debe invertir y mejorar aceleradamente en los servicios turísticos.

## ✚ Con cuántas personas viaja

**Tabla VI-18:** Con cuántas personas viaja.

CON CUÁNTAS PERSONAS VIAJA	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Solo	42	39
3 a 5	39	36
Más de 5	26	24
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-27:** Con cuántas personas viaja

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

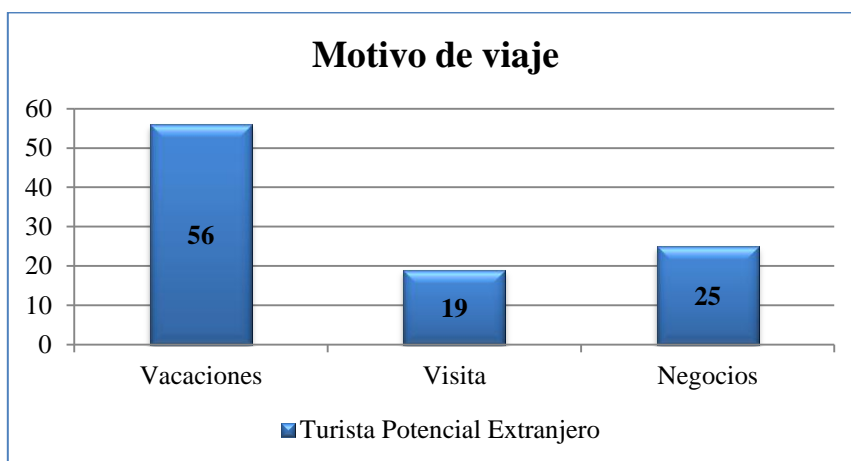
El 39% de la demanda extranjera prefiere viajar solo; el 36% lo hace con más de tres personas y el 24% viaja de tres a cinco personas. La mayoría de los turistas extranjeros viajan solos y en grupos de 3 a 5 personas, lo que denota que hay que desarrollar productos turísticos que satisfagan las necesidades de este mercado.

## ✚ Motivo de viaje

**Tabla VI-19:** Motivo de viaje

MOTIVO DE VIAJE	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Vacaciones	60	56
Visita	20	19
Negocios	27	25
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-28:** Motivo de viaje

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

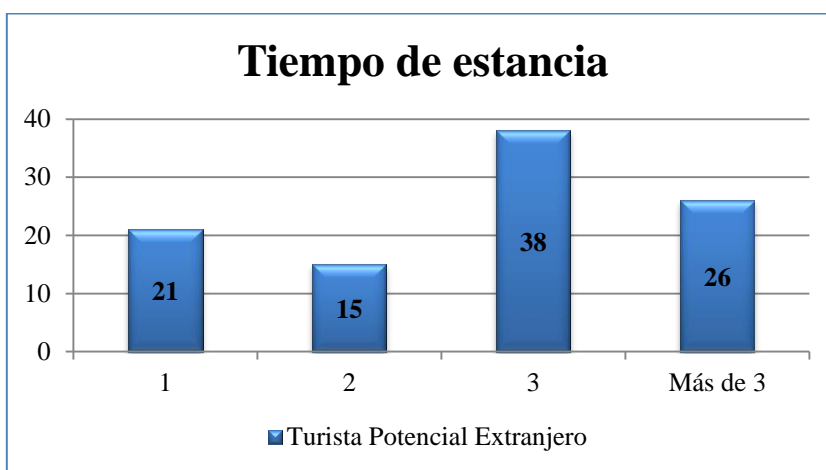
La motivación de la demanda extranjera para viajar lo constituye el 56% que viaja por vacaciones; el 25% viaja por realizar negocios y el 19% viaja por visitar a familiares y amigos. Entonces se puede deducir que la mayoría de los turistas extranjeros viajan por turismo principalmente, el cual constituye el mercado potencial para la parroquia.

## ✚ Tiempo de estancia

**Tabla VI-20:** Tiempo de estancia

TIEMPO DE ESTANCIA	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	22	21
2	16	15
3	41	38
Más de 3	28	26
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-29:** Tiempo de estancia

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

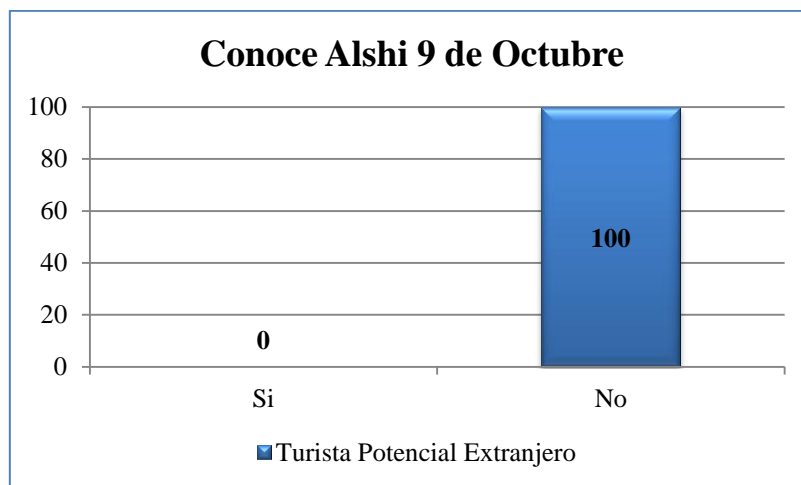
El 38% de la demanda extranjera permanece en un lugar por tres días; el 26% permanece más de tres días y el 21% un día. Por tanto el turista extranjero pernocta por tres días en algún lugar, también hay un porcentaje considerable que pernocta por más de tres días, lo cual indica que si se puede contar con ese segmento de mercado y que se debe mejorar los servicios para que ese porcentaje crezca.

### ✚ ¿Conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre?

**Tabla VI-21:** Conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre.

CONOCE LA PARROQUIA ALSHI 9 DE OCTUBRE	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	0	
No	107	100
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-30:** Conoce Alshi 9 de Octubre

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

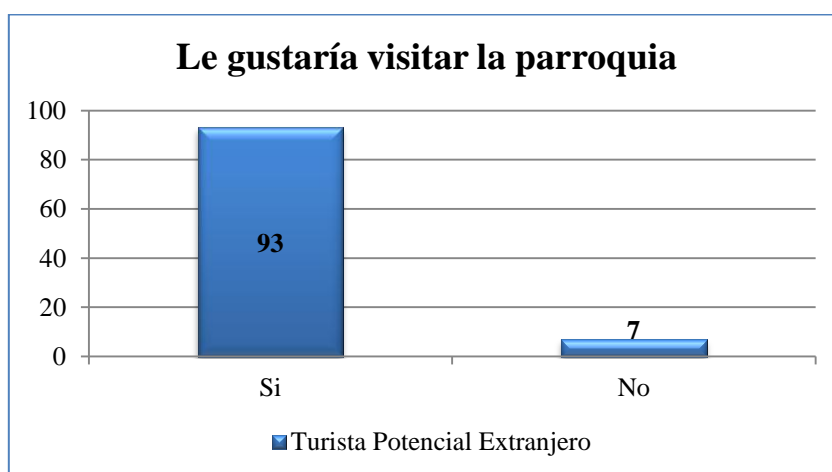
El 100% de la demanda extranjera ha respondido que no conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre. Esto indica que los turistas extranjeros en su totalidad respondieron que no conocen la parroquia y muy pocas personas que conocen es porque han visto a la parroquia de paso por la vía Macas-Riobamba; esto indica que se debe empezar a promocionar a la parroquia internacionalmente, utilizando el internet ya que es el medio que más utilizan para obtener información turística.

### ✚ Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre

**Tabla VI-22:** Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre

LE GUSTARÍA VISITAR PARROQUIA ALSHI 9 DE OCTUBRE	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	100	93
No	7	7
<b>Total</b>	107	100

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-31:** Le gustaría visitar la parroquia

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

El 93% de la demanda extranjera respondió que sí le gustaría visitar y el 7% restante manifestó que no le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre. Los turistas extranjeros en su mayoría mencionan que les encantaría conocer la parroquia, así que la parroquia tiene demanda potencial para desarrollarse turísticamente solamente le falta la oferta.

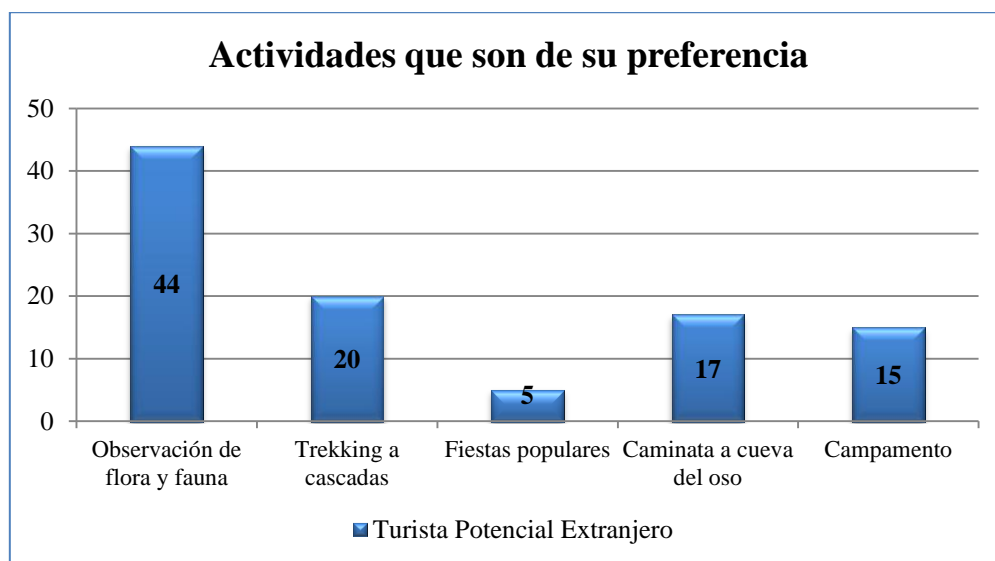


## ✚ Actividades que le gustaría realizar

**Tabla VI-23:** Actividades que le gustaría realizar

ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Observación de flora y fauna	47	44
Trekking a cascadas	21	20
Fiestas populares	5	5
Caminata a cueva del oso	18	17
Campamento	16	15
<b>Total</b>	107	100

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-32:** Actividades que son de su preferencia

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

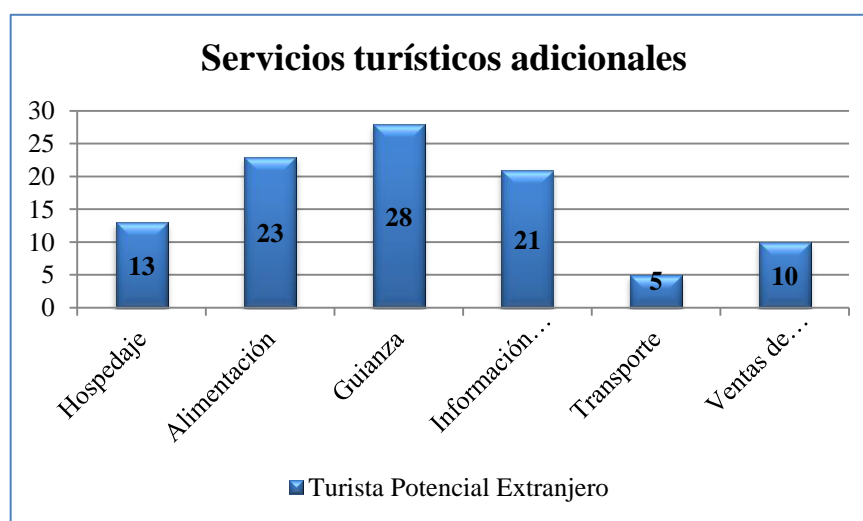
El 44% de la demanda extranjera manifiesta que le gustaría realizar actividades de observación de flora y fauna; el 20% prefiere realizar trekking a cascadas; el 17% prefiere la caminata a la cueva del oso; el 15% prefiere acampar y el 5% opta por las fiestas populares. Los porcentajes no varían mucho por eso cabe señalar que los turistas prefieren realizar actividades al aire libre y rodeado por la naturaleza y la parroquia es ideal para estas actividades.

## ✚ Servicios turísticos requeridos

**Tabla VI-24:** Servicios turísticos requeridos

SERVICIOS TURÍSTICOS REQUERIDOS	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Hospedaje	14	13
Alimentación	25	23
Guianza	30	28
Información turística	22	21
Transporte	5	5
Venta de artesanías	11	10
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-33:** Servicios turísticos requeridos

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

El 28% de la demanda extranjera requiere el servicio de guianza; el 23% de alimentación; el 21% del servicio de información turística; el 13% menciona que requiere del servicio de hospedaje; el 10% el servicio de venta de artesanías y el 5% manifiesta que requiere el servicio de transporte.

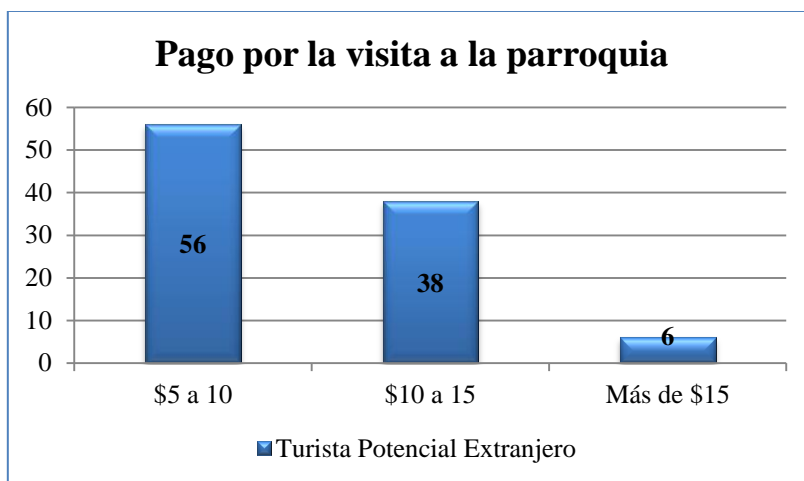
Estos datos reflejan que hay deficiencia de centros que brinden información turística y esto no es solamente en la parroquia sino que es a nivel provincial, el GAD Parroquial puede sugerir al municipio u otras entidades para gestionar un Itur (Información de turismo) que brinde información de todas las parroquias del cantón.

## ✚ Pago por la visita a la parroquia

**Tabla VI-25:** Pago por la visita a la parroquia

Pago por la visita a la parroquia	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$5 a 10	60	56
\$10 a 15	41	38
Más de \$15	7	6
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>100</b>

*Nota:* Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-34:** Pago por la visita a la parroquia

*Nota:* Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

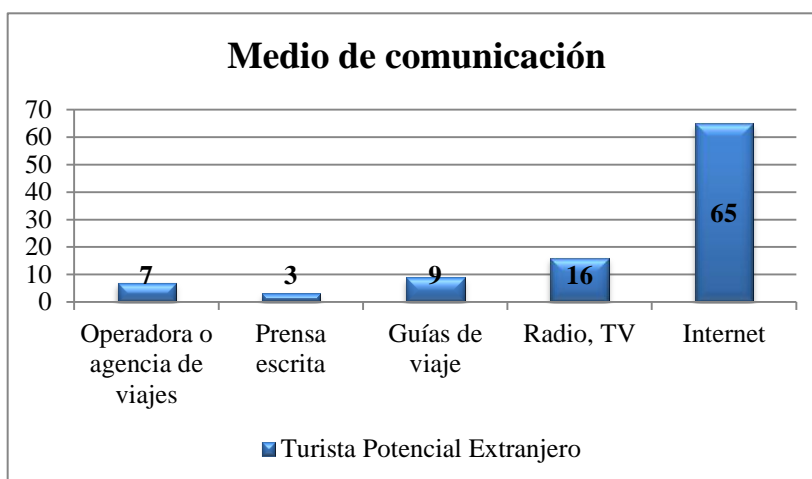
El 56% de la demanda extranjera está dispuesta a pagar de \$5 a 10 por visitar la parroquia; el 38% de \$10 a 15 y el 6% más de \$15. Estos datos reflejan que los turistas extranjeros están en condiciones de pagar más que la demanda nacional para visitar la parroquia, entonces la parroquia tendría una fuente más de ingresos y este dinero serviría para toda la comunidad.

## ✚ Medio de comunicación para obtener información turística

**Tabla VI-26:** Medio de comunicación para obtener información turística

MEDIO DE COMUNICACIÓN	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Operadora o agencia de viajes	8	7
Prensa escrita	3	3
Guías de viaje	10	9
Radio, TV	17	16
Internet	69	65
<b>Total</b>	107	100

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-35:** Medios de comunicación para obtener información turística

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

Las principales fuentes de información de la demanda extranjera, en un 65% lo constituye el internet; el 16% lo hace a través de radio o televisión; el 9% lo hace a través de guías de viaje; el 7% lo hace con la operadoras o agencias de viajes y el 3% lo hace a través de la prensa escrita. La mayoría de los extranjeros se informan por el internet en el momento de elegir un destino turístico es por esto que se debe empezar a utilizar esta herramienta útil para llegar a este mercado objetivo ya que es muy eficiente.

## 2) Perfil del potencial turista nacional

- ✚ **Género:** La mayoría de la demanda nacional son de género masculino, lo que corresponde a un 59% y el género femenino representado en un 41%.
- ✚ **Edad:** El 65% de la demanda nacional presenta edades entre 18-29 años, el 16% tiene edades de 30-39 años y el 13% de 40-49 años.
- ✚ **Procedencia:** El mercado objetivo para determinar el potencial turista nacional que podría visitar la parroquia, consiste en Macas con un 36%, como también Cuenca con el 15% y Quito con el 13%.
- ✚ **Nivel de instrucción:** El 63% tiene un nivel de educación secundaria y el 23% posee un título de tercer nivel.
- ✚ **Con cuántas personas viaja:** El 46% viaja con más de 5 personas y el 29% lo hace de tres a 5 personas.
- ✚ **Motivación para viajar:** El 46% de la demanda nacional viaja por visitar a sus familiares o amigos y el 42% viaja netamente por vacaciones.
- ✚ **Tiempo de estancia:** El 35% pernocta por un periodo de tres días, mientras que el 29% lo hace por más de tres días.
- ✚ **Conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre:** El 89% expresa que no conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre.
- ✚ **Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre:** El 100% manifiesta que si le gustaría visitar los atractivos que posee la parroquia.
- ✚ **Actividades que le gustaría realizar en la parroquia:** El 32% prefiere realizar observación de flora y fauna; el 25% opta por realizar trekking a cascadas y el 19% elige realizar caminata a la cueva del oso.

- ✚ **Servicios que le gustaría que preste la parroquia:** El 32% requiere de información turística; el 18% expresa que necesita del servicio de venta de artesanías y el 17% menciona que requiere del servicio de alimentación.
  
- ✚ **Cuánto estaría dispuesto a pagar por la visita a la parroquia:** el 93% de la demanda nacional expresa que estaría dispuesta a pagar de \$5 a 10 por visitar la parroquia y el 4% de \$10 a 15.
  
- ✚ **Medios de comunicación para obtener información turística:** El 60% expresa que su principal fuente de información turística es a través del internet y el 19% obtiene información a través de la prensa escrita.

### 3) Perfil del potencial turista extranjero

- ✚ **Género:** La mayoría de la demanda extranjera son de género masculino, lo cual corresponde al 60% y el género femenino está representado con el 40%.
- ✚ **Edad:** El 36% de la demanda extranjera presenta edades entre 20-30 años, el 35% tiene edades entre 31-40 años y el 19% de 41-50 años.
- ✚ **Procedencia:** El turista extranjero que más viaja a nuestra provincia proviene de Estados Unidos, el cual está representado por un 43%, seguido de España con el 20% y el 17% proviene de Colombia.
- ✚ **Nivel de instrucción:** El 55% de la demanda extranjera tiene un nivel de educación de tercer nivel; el 31% tiene un título de post grado y el 14% poseen educación secundaria.
- ✚ **Con cuántas personas viaja:** El 39% viaja solo; el 36% viaja de 3 a 5 personas y el 24% viaja con más de 5 personas.
- ✚ **Motivo de viaje:** El 56% de la demanda extranjera manifiesta que su motivación para viajar es por vacaciones y el 25% por realizar negocios.
- ✚ **Tiempo de estancia:** El 38% de la demanda extranjera pernocta por un periodo de tres días y el 26% lo hace por más de tres días.
- ✚ **Conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre:** El 100% de la demanda extranjera menciona que no conoce la parroquia Alshi 9 de Octubre.
- ✚ **Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre:** Al 93% de la demanda extranjera le gustaría visitar la parroquia.
- ✚ **Actividades que le gustaría realizar:** El 44% prefiere realizar actividades de observación de flora y fauna, el 20% opta por realizar trekking a cascadas y el 17% prefiere la caminata a la cueva del oso.

- ✚ **Servicios turísticos requeridos:** El 28% de la demanda extranjera requiere del servicio de guianza; el 23% del servicio de alimentación y el 21% requiere de información turística.
  
- ✚ **Pago por la visita a la parroquia:** el 56% de la demanda extranjera estaría dispuesta a pagar de \$5 a 10 por visitar la parroquia y el 38% de \$10 a 15.
  
- ✚ **Medio de comunicación para obtener información turística:** El 65% expresa que su principal fuente de información turística es por medio del internet y el 16% obtiene información lo hace a través de radio o televisión.



#### **4. Confrontación de oferta vs demanda**

##### **a. Calculo de la demanda potencial**

###### **1) Demanda potencial nacional**

Los turistas nacionales que podrían ir la parroquia Alshi 9 de Octubre, es de 15730, de los cuales el 100% manifiesta que estaría dispuesto a visitar la parroquia, es decir un total de 15730 serían los potenciales turistas.

###### **2) Demanda potencial extranjera**

El 90% de los turistas extranjeros desean visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre lo que corresponde

a:

$837 * 93\% = 778$  potenciales turistas extranjeros.

##### **b. Proyección de la demanda y la oferta**

###### **1) Proyección de la demanda potencial nacional**

Para la proyección de la demanda potencial nacional para los próximos 5 años se utilizó la fórmula del incremento compuesto, considerando una tasa de crecimiento del turismo del 6% en el año 2015 en la provincia de Morona Santiago según la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Morona Santiago.

Fórmula:

**Dónde:**  $Co = Cn (1 + i)^n$

Co = Año a proyectar (2015-2020)

Cn = Demanda actual (15730)

I = Incremento del turismo nacional e internacional (6%)

N = años a proyectar (1-5)

**Cuadro:** Proyección de la demanda potencial

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL</b>
2015 (0)	15730
2016 (1)	16674
2017 (2)	17674
2018 (3)	18735
2019 (4)	19859
2020 (5)	21050

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## 2) Proyección de la demanda potencial internacional

Para la proyección de la demanda potencial extranjera, de la misma manera que en la demanda nacional, se proyectó para los próximos 5 años utilizando la fórmula del incremento compuesto, considerando una tasa de crecimiento del turismo del 6% en el año 2015 según la Dirección Provincial del Ministerio de Turismo de Morona Santiago.

Fórmula:

**Dónde:**  $Co = Cn (1 + i)^n$

Co = Año a proyectar (2015-2020)

Cn = Demanda actual (778)

I = Incremento del turismo nacional e internacional (6%)

N = años a proyectar (1-5)

**Cuadro:** Proyección de la demanda potencial

AÑO	PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL
2015 (0)	778
2016 (1)	825
2017 (2)	874
2018 (3)	927
2019 (4)	982
2020 (5)	1041

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

### 3) Proyección de la oferta

De acuerdo a los datos obtenidos en la Dirección Provincial de Turismo de Morona Santiago el número de clientes que atiende anualmente la competencia, en este caso Morona, es de 8674 turistas nacionales y extranjeros que llegaron y que consumen los servicios turísticos en el cantón en el año 2015 (solamente feriados), utilizando este dato se proyecta la oferta futura para los próximos 5 años.

Se utilizó la fórmula del interés compuesto.

$$Co = Cn (1 + i)^n$$

**Cuadro:** Proyección de la oferta potencial

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN OFERTA POTENCIAL</b>
2015 (0)	8674
2016 (1)	9194
2017 (2)	9746
2018 (3)	10331
2019 (4)	10951
2020 (5)	11608

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

### c. Cálculo de la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se realizó una confrontación entre la oferta y la demanda potencial.

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA NACIONAL</b>	<b>DEMANDA EXTRANJERA</b>	<b>TOTAL DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2015 (0)	15730	778	16508	8674	7834
2016 (1)	16674	825	17499	9194	8305
2017 (2)	17674	874	18548	9746	8802
2018 (3)	18735	927	19662	10331	9331
2019 (4)	19859	982	20841	10951	9890
2020 (5)	21050	1041	22091	11608	10483

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## **B. FORMULACIÓN DEL PLANTEAMIENTO FILOSÓFICO Y ESTRATÉGICO DEL PLAN**

### **1. Análisis situacional para la zona**

#### **a. Matriz CPES (Causa, Problema, Efecto, Solución)**

Los problemas que impiden el desarrollo de la actividad turística en la parroquia Alshi 9 de Octubre son materia de análisis en la siguiente matriz en donde se puede observar los problemas acompañados por sus respectivas causas, efectos y soluciones a los mismos.

AMBITO DE INJERENCIA	CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN
Demanda turística	<p>No existe una base de datos que genere estadísticas del movimiento turístico en la parroquia.</p> <p>Falta de promoción de la riqueza natural y cultural de la parroquia.</p> <p>La oferta turística es limitada.</p>	Desconocimiento de la oferta y la demanda turística.	<p>Desconocimiento de capacidad instalada.</p> <p>Falta de diversificación de la oferta turística.</p> <p>Los ingresos económicos para los emprendedores se ven reducidos.</p>	<p>Comisión de Turismo provincial debe asignar personal para la generación, desarrollo y manejo de información turística y georreferenciada.</p> <p>Organizar con los prestadores de servicios turísticos de la parroquia para atención y registro de consumidores.</p> <p>Elaborar un Plan de Marketing turístico para la parroquia.</p>
Superestructura turística	<p>Desinterés por parte de los actores del sector turístico en conocer la legislación turística.</p> <p>Inexistencia de espacios que permitan la socialización y discusión de la legislación turística.</p>	Desconocimiento del marco legal turístico.	<p>Ocasionalmente los propietarios cometen infracciones.</p> <p>Pocos establecimientos turísticos aún no se han legalizado.</p>	<p>Desarrollo de un programa de socialización de marco legal turístico de la República del Ecuador.</p> <p>Asesoramiento técnico para la legalización de los establecimientos que se encuentran operando ilegalmente.</p>

Planta turística	<p>Actividades turísticas no generan gran dinámica económica.</p> <p>Limitado acceso a créditos para emprender en nuevos proyectos.</p> <p>Falta de promoción turística.</p>	Escasa planta turística.	Turistas no se motivan a visitar Alshi 9 de Octubre la cual se ha convertido en una parroquia de paso.	<p>Promocionar el potencial turístico de Alshi 9 de Octubre para motivar la visita.</p> <p>Capacitar a la población en emprendimientos y oportunidad de negocios turísticos y de acceso a créditos financieros para los mismos.</p>
Infraestructura turística (básica)	Reducido presupuesto del GAD Parroquial de Alshi.	Déficit en la dotación de servicios básicos.	<p>Servicios básicos no abastecen en su totalidad.</p> <p>Condicionadas facilidades para el visitante o turista.</p> <p>Demanda turística decreciente.</p>	Ejecutar proyectos de dotación de servicios de calidad para la parroquia.
Atracciones y	<p>Avance de la frontera agrícola.</p> <p>Minería ilegal en las cuencas del río Upano.</p>	Degradación de los atractivos naturales de la parroquia e inexistencia de riqueza cultural.	Reducción de la biodiversidad de flora y fauna, contaminación de los ríos. Pérdida de la identidad cultural	Ejecución de planes de manejo ambiental y planes de revitalización cultural.

actividades	Desconocimiento de su valor cultural.			
	Bajo presupuesto del GAD Parroquial.	Inexistencia de señalización y facilidades turísticas en la mayor parte de los atractivos.	Desorientación del turista al momento de dirigirse a un atractivo. Incomodidad e inseguridad al turista. Demanda turística decreciente	Plan de implementación de señalética y facilidades turísticas.



**b. Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>Ubicación geográfica cercana a Macas como centro de distribución turística y a Riobamba.</p> <p>Se cuenta con ocho atractivos, tres de ellos culturales y cinco naturales.</p> <p>Por su ubicación es una zona de transición entre Amazonía y Sierra.</p> <p>Vía en excelente condición.</p> <p>Según el PDOT 2011-2021 Alshi, el turismo es un eje de desarrollo de la parroquia.</p> <p>La Junta parroquial cuenta con autonomía administrativa, financiera y económica.</p> <p>La parroquia limita con el Parque Nacional Sangay.</p> <p>Existe una gran biodiversidad</p>	<p>PLANDETUR 2020, coordina esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible.</p> <p>PDOT's provincial, cantonal y parroquial impulsan actividad turística como eje dinamizador de la economía.</p> <p>Crecimiento de la demanda nacional e internacional para productos comunitarios estructurados.</p> <p>Establecimiento de mancomunidades en sectores estratégicos con parroquias vecinas.</p> <p>Asistencia técnica de instituciones de educación superior.</p> <p>Establecer alianzas con sitios turísticos cercanos como el PNS a</p>	<p>Servicios básicos no atendidos en su totalidad.</p> <p>No se cuenta con un plan de desarrollo de turismo para la parroquia.</p> <p>No se cuenta con un banco de convenios con instituciones para el fortalecimiento del turismo en la parroquia.</p> <p>Avance de la frontera agrícola y reducción de la zona de bosques.</p> <p>Minería ilegal.</p> <p>Limitado asesoramiento en temas de turismo cuidado al ambiente.</p> <p>Escasa planta e infraestructura turística.</p> <p>No hay horarios continuos en el sistema de transporte público.</p> <p>Migración de la población</p>	<p>Desastres naturales.</p> <p>Cambio climático.</p> <p>Inestabilidad política.</p> <p>Crisis económica mundial.</p> <p>Priorización de proyectos productivos en el ámbito agropecuario por parte de la población.</p> <p>Estancamiento de proyectos por parte de las instituciones públicas.</p>

de flora y fauna.	fin de aprovechar la publicidad y renombre del mismo. Apoyo técnico y de capacitación de la Dirección del Ministerio de Turismo Provincial.	joven.	
-------------------	--	--------	--

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## **2. Marco filosófico y estratégico del plan**

El planteamiento filosófico del plan nos permite establecer la misión, visión, objetivos, valores y estrategias que proporcionarían dirección a la presente propuesta.

### **a. Misión**

Impulsar el desarrollo turístico de la parroquia Alshi 9 de Octubre mediante el fortalecimiento en la gestión de los recursos naturales y culturales, promoviendo el desarrollo de actividades turísticas que fortalezcan la economía y el desarrollo local.

### **b. Visión**

Lograr que para el año 2021 la parroquia Alshi 9 de Octubre, con la realización de las líneas estratégicas propuestas en programas y proyectos, se consolide como un destino turístico a nivel provincial, priorizando el mejoramiento de la oferta turística, con inclusión social, enfatizando acciones para el desarrollo y fortalecimiento de infraestructura y facilidades turísticas, capacitación para quienes trabajan en este sector, con el afán de procurar la planificación del sector turístico y por supuesto mejorar la calidad de vida de la población, facilitar el desplazamiento y crear disfrute y satisfacción en quien lo visita.

### **c. Valores**

El presente plan ha sido elaborado bajo los siguientes preceptos:

- ✚ **Respeto:** reconocimiento, consideración y valorización de todos los recursos de la naturaleza y humanos.
- ✚ **Sostenibilidad:** capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las generaciones futuras.
- ✚ **Honestidad:** comportamiento justo, transparente e incluyente.
- ✚ **Transparencia:** acción que permite que las personas y las organizaciones se comporten de forma clara, precisa y veraz, a fin de que la ciudadanía ejerza sus derechos y obligaciones, principalmente la contraloría social.
- ✚ **Responsabilidad:** corresponsabilidad y conciencia de las acciones y efectos.
- ✚ **Pertinencia:** accionar prudente, conveniente y coherente.
- ✚ **Compromiso:** decisión auto convencida del beneficio común.
- ✚ **Lealtad:** confianza y defensa de los valores, principios y objetivos de la entidad, garantizando los derechos individuales y colectivos.
- ✚ **Solidaridad:** Acto de interesarse y responder a las necesidades de los demás.

#### d. Objetivos

##### Objetivo general

Fomentar la actividad productiva en la parroquia Alshi 9 de Octubre mediante la aplicación de un modelo de desarrollo sostenible de turismo con efectiva gestión ambiental y socio-cultural.

### **Objetivos específicos**

Utilizar responsablemente los recursos naturales y culturales para el desarrollo de la actividad turística en la parroquia.

Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible en la parroquia.

Impulsar el desarrollo de la planta turística con características de calidad y candidez, generando una imagen positiva en el visitante de la parroquia.

Gestionar la constante atención de los servicios básicos de la parroquia a fin de facilitar el desarrollo de turismo en la parroquia.

Proponer la necesidad de diseñar planes para la conservación de los recursos naturales, culturales y del entorno paisajístico como elementos base de la actividad turística de la parroquia.

Establecer convenios con entidades públicas, privadas y comunitarias en materia de asesoría técnica y financiamiento de proyectos.

Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes del sistema turístico.

Proponer la elaboración de un plan de marketing turístico para la parroquia Alshi 9 de Octubre.

**e. Políticas**

Las políticas del PLANDETUR 2020 se ajustan a las propuestas en el presente plan siendo sintetizadas de la siguiente manera:

El turismo sostenible es el modelo de desarrollo y eje dinamizador de la economía de la parroquia.

La gestión del turismo en la parroquia apunta al coordinado funcionamiento entre los actores público, privado y comunitario.

Se considera de interés colectivo la valorización y conservación del patrimonio turístico natural y cultural, sustentando en un desarrollo equilibrado del territorio.

Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.

Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar al desarrollo productivo, social y ambiental, mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas.

Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

**f. Estrategias**

Las estrategias del plan se basan en función al diagnóstico expresado en la matriz FODA y en absoluta concordancia articulada al PLANDETUR 2020.

## 1) Eje gobernanza

Articular el PDOT 2011-2021 Alshi 9 de Octubre con los PDOT cantonal y provincial en observancia a los parámetros establecidos en el PLANDETUR 2020 y el PIMTE 2014.

Rescatar el respectivo presupuesto que determina el PDOT 2011-2021 Alshi 9 de Octubre para materia turística y se emprende en los proyectos definidos.

Impulsar el establecimiento de mancomunidades para cuidado del ambiente y fomento a la actividad turística.

Establecer convenios con la Secretaría Nacional de Riesgos, Ministerio de Salud Pública y Ministerio del Interior para desarrollar planes integrales de seguridad en la parroquia.

Realizar convenios con el GAD de Morona y Ministerio del Ambiente para la conservación de los bosques y cuencas hídricas para reducir la degradación ambiental.

Establecer acuerdos interinstitucionales para el desarrollo y consolidación de los productos de turismo de la parroquia.

Impulsar la gestión política por parte de los cabildos y GAD parroquial hacia los organismos públicos y privados para dotación de obras de infraestructura y servicios básicos.

Elaborar convenios con instituciones para el fortalecimiento del turismo en la parroquia.

Establecer acuerdos con el Ministerio del Ambiente y Ministerio de Turismo para contar con asesoramiento en temas de ambiente, cambio climático y turismo.

## **2) Eje marketing y promoción turística**

Desarrollar un plan de marketing y productos acorde a las necesidades del mercado y evolución de la competencia según lineamientos del Plan Integral Marketing Turístico del Ecuador 2014.

Monitorear el desarrollo del turismo en destinos similares y emular las acciones de desarrollo que se están consolidando.

## **3) Eje formación y capacitación**

Establecer convenios de asistencia técnica con instituciones de educación superior con asesoramiento en temas de turismo y cuidado del ambiente.

Desarrollar nuevos productos en función al crecimiento de la demanda y el surgimiento de nuevos productos en destinos similares.

## **4) Eje fomento de inversiones y gestión financiera**

Impulsar el desarrollo de la planta e infraestructura turística para cubrir los requerimientos de la creciente demanda del turismo nacional e internacional.

Fomentar el desarrollo de emprendimientos comunitarios como servicios turísticos.

## **5) Eje medidas transversales de gestión sociocultural y ambiental**

Reducir el avance de la frontera agrícola en la zona de bosque montano húmedo y montano bajo y evitar la deforestación en pendientes para evitar desastres naturales y fomentar estableciendo áreas de exclusividad para proteger los páramos y contribuir a la reducción del cambio climático.



## C. ESTRUCTURACIÓN DE PROGRAMAS Y PROYECTOS PARA EL PLAN

### 1. Articulación de los programas y proyectos

El PLANDETUR 2020 elabora una propuesta programática de acciones estratégicas y concretas; este documento plantea seis grandes áreas temáticas funcionales de las cuales se derivan los programas y proyectos de acción.

**Cuadro:** Ejes del PLANDETUR

<b>ÁREAS TEMÁTICAS FUNCIONALES PLANDETUR 2020</b>
Gobernanza
Formación y capacitación de recursos humanos
Formación y capacitación de desarrollo turístico
Marketing y promoción turística
Desarrollo de destinos y facilitación turística
Fomento de inversiones y gestión financiera

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

Articulando las áreas temáticas del PLANDETUR 2020, con el análisis estratégico del turismo determinado en la fase filosófica del presente estudio, se han adecuado un total de 13 proyectos, los cuales encajan en 11 de los 22 programas del documento rector de la planificación del turismo del Ecuador.

Cabe mencionar que la nominación de los proyectos propuestos no pudiera coincidir con los señalados en el Plan Nacional de Turismo del Ecuador, pero la naturaleza de los mismos proporcionan el direccionamiento a cada uno de los ejes en función a las necesidades locales, extensión territorial, cobertura poblacional y mercado.

En el siguiente cuadro se exponen los programas y proyectos los cuales se clasifican según su eje de acción. Con ello se busca proporcionar una articulación local, provincial y nacional; además señalan la línea de proyecto al que pertenece en el caso de gestionar individual o colectivamente el financiamiento y ejecución de los mismos. Considerando que los planes de desarrollo turísticos provinciales y cantonales observan los lineamientos del PLANDETUR 2020, el presente plan se incorpora en la planificación turística inmediatamente superior.

**Cuadro:** Programas y proyectos articulados al PLANDETUR 2020

<b>PROGRAMAS Y PROYECTOS ARTICULADOS AL PLANDETUR 2020</b>		
<b>EJES DEL PLANDETUR</b>	<b>PROGRAMA</b>	<b>PROYECTOS</b>
GOBERNANZA	Coordinación interinstitucional para el turismo sostenible	Coordinación interinstitucional para la gestión del turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre.
	Desarrollo de Alshi 9 de Octubre como destino	Construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística.
	Sistema de información estratégica para el turismo del Ecuador.	Implementación de un sistema de registros estadísticos de turismo.
	Consolidación de la seguridad integra del turismo	Plan integral de seguridad para el turismo.
	Infraestructura turística	Evaluación y mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico.
	Desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario	Formación de líderes y promotores turísticos locales. Plan de negocios para productos comunitarios.
MARKETING Y PROMOCIÓN TURÍSTICA	Estructuración del marketing turístico	Plan de Marketing Turístico de la parroquia.

EDUCACIÓN CAPACITACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	Y DE	Desarrollo de capacidades de los recursos humanos para el turismo sostenible.	Capacitación para prestadores de servicios turísticos.
FOMENTO INVERSIONES Y GESTIÓN FINANCIERA	DE Y	Apoyo a la microempresa turística sostenible y cadenas de valor	Capacitación para acceso a fuentes de financiamiento para el sector turístico e inversión y organización empresarial.
MEDIDAS TRANSVERSALES DE GESTIÓN SOCIO- CULTURAL Y AMBIENTAL PARA EL TURISMO SOSTENIBLE	DE SOCIO- Y	Medidas transversales del turismo para la gestión socio-cultural. Medidas transversales del turismo en la gestión ambiental para la conservación y manejo sostenible del patrimonio natural.	Plan de revitalización cultural de la parroquia. Plan de manejo de bosque montano húmedo y bosque montano bajo.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## **2. Formulación de programas y proyectos**

### **Eje gobernanza**

#### **a. Programa: Coordinación interinstitucional para el Turismo Sostenible**

##### **1) Descripción y justificación del programa**

Según el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) son funciones de un gobierno descentralizado parroquial el fomento a la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.

La red institucional de la parroquia presenta un modelo de funcionamiento tradicional, tal como infiere de sus demandas y necesidades. Las iniciativas de gestión y el propio horizonte de trabajo son limitados.

Entonces para una gestión integral del turismo implica un coordinado trabajo con los diferentes organismos públicos, privados y comunitarios para así poder aprovechar las fortalezas y potencialidades de cada uno de los actores. El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre deberá asumir la responsabilidad y el compromiso de coordinación de la superestructura turística de la parroquia y proporcionar un direccionamiento concertado evitando la pérdida de esfuerzos y recursos.

## 2) Objetivos

- ✚ Fortalecer las relaciones interinstitucionales y establecer acuerdos de cooperación mutua.
- ✚ Identificar y componer la participación de los organismos que componen la superestructura turística de la parroquia.
- ✚ Elaborar cronogramas para monitorear las acciones comprometidas.

## 3) Metas

- ✚ Alcanzar un funcionamiento participativo y adecuado dentro de la parroquia, para el tercer trimestre del año 2017.
- ✚ Instituir reuniones semestrales de concertación del desarrollo turístico de la parroquia con los integrantes de la superestructura turística y demás actores del sector turístico en Alshi 9 de Octubre.

## 4) Proyecto

Coordinación interinstitucional para la gestión del turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre.

**5) Matriz de marco lógico del proyecto: Coordinación interinstitucional para la gestión del turismo sostenible**

<b>PROYECTO:</b> Coordinación interinstitucional para la gestión del turismo sostenible.			
<b>OBJETIVO:</b> Fortalecer la organización interinstitucional interna y externa del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Alshi como organismo competente del desarrollo del turismo sostenible.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<p><b>FIN</b></p> <p>Se fortalece la coordinación y comunicación entre el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial y los organismos que intervienen en el turismo de Alshi 9 de Octubre.</p>	<p>Al finalizar el 2017 se ha conseguido firmar acuerdos conjuntos e individuales que favorecen al desarrollo del turismo sostenible de la parroquia.</p>	<p>Informes.</p> <p>Actas de compromiso.</p> <p>Fotografías.</p>	<p>Todos los integrantes de la superestructura turística que intervienen en la parroquia Alshi 9 de Octubre, demuestran interés y corresponsabilidad en el desarrollo de actividades conjuntas que favorezcan el desarrollo del turismo en la parroquia.</p>
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>En la parroquia de Alshi 9 de Octubre se identifican a los organismos vinculados al turismo y establecen convenios/cartas</p>	<p>En el cuarto trimestre del 2017 se cuenta con un análisis de la situación turística de Alshi 9 de Octubre y se caracteriza a los organismos públicos, privados y</p>	<p>Informe técnico.</p> <p>Cartas de compromiso.</p> <p>Certificados de participación.</p> <p>Fotografías.</p>	<p>Actores de la superestructura se comprometen de acuerdo a su competencia y potencialidades a desarrollar el turismo en la</p>

compromiso de comunicación y corresponsabilidad.	comunitarios que intervienen en la actividad turística de Alshi 9 de Octubre (superestructura).		parroquia.
<b>COMPONENTES</b> <b>C1.</b> Actores del turismo de la parroquia se comprometen con el desarrollo del sector	A finales del 2020 se cuenta con la confirmación de asistencia del 100% de los invitados a las reuniones y mesas de trabajo extendidas a los actores de turismo de Alshi 9 de Octubre.	Número de oficios recibidos y confirmados. Cartas de compromiso.	Las convocatorias cuentan con aceptación de los integrantes de la superestructura turística y confirman asistencia.
<b>ACTIVIDADES</b>			<b>PRESUPUESTO</b>
<b>C1.A1:</b> En observancia a reglamento de CONAGOPARE, reestructurar las comisiones del GAD Parroquial a fin de proporcionar exclusiva responsabilidad de una comisión al turismo (Comisión de Turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, dejando de ser una comisión de responsabilidad compartida (Comisión de equidad de género y turismo).			100,00
<b>C1. A2:</b> Elaborar un informe técnico del análisis de la situación actual del turismo en la parroquia.			1500,00
<b>C1. A3:</b> Facilitar y gestionar el aparato logístico para las reuniones de trabajo de los actores del turismo de Alshi 9 de Octubre.			2800,00
<b>C1. A4:</b> Convocar a mesas de trabajo y reuniones a los actores del turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre.			700,00

<b>C1.A5:</b> Establecer acuerdos y convenios con las instituciones vinculadas al turismo de la parroquia.	700,00
<b>C1.A6:</b> Proporcionar el seguimiento a los acuerdos y convenios establecidos.	700,00
<b>C1.A7:</b> Instaurar la Comisión Parroquial de Turismo Sostenible de la parroquia Alshi 9 de Octubre.	2000,00
<b>TOTAL</b>	<b>8500,00</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento**

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 8500</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre, Superestructura turística de Alshi 9 de Octubre.	Ministerio de Turismo, GAD'S provincial, cantonal, parroquial.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**b. Programa: Desarrollo de Alshi 9 de Octubre como destino****1) Descripción y justificación del programa**

El programa tiene por finalidad potencializar los atractivos turísticos, mejorar y ampliar la oferta de servicios turísticos de la parroquia para fortalecer la imagen de la parroquia como destino turístico rural.

El presente programa se enfoca en la gestión tanto para la limpieza y construcción de senderos como para la implementación de señalética turística para los diferentes recursos turísticos que posee la parroquia.

En el momento en que se realizó el presente estudio se observó que los recursos turísticos carecen de las facilidades de acceso y de señalética. Y los pocos recursos turísticos que poseen facilidades de acceso y señalética; éstas se encuentran a la intemperie o se encuentran deterioradas, dificultando el acceso y a la información que poseen los mismos.

**2) Objetivos**

- ✚ Gestionar a los organismos competentes la implementación de la señalética turística para los atractivos turísticos de la parroquia.
- ✚ Diseñar y construir los senderos que conducen a los atractivos y proporcionar el respectivo mantenimiento a los que ya están construidos.
- ✚ Contribuir en la restauración de la señalética turística que se ha deteriorado.

### 3) Metas

- ✚ En el primer semestre del 2017 se implementa señalética en los sitios que no han sido intervenidos.
- ✚ A finales del 2017 el 100% de la señalética existente ha sido restaurada y restituida.
- ✚ Hasta finales del 2017 se diseña y construye los senderos que conducen a los atractivos turísticos.
- ✚ Cada año gestionar la restauración de los atractivos turísticos que se encuentran en estado de deterioro.

### 4) Proyecto

Construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística.

5) **Matriz de marco lógico del proyecto:** Construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística.

<b>PROYECTO:</b> Construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística.			
<b>OBJETIVO:</b> Proporcionar las facilidades turísticas de acceso e interpretación de los atractivos turísticos de la parroquia.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<p><b>FIN</b></p> <p>Se conservan y mantienen en buen estado las facilidades turísticas implementadas en los atractivos turísticos de la parroquia.</p>	<p>Desde el 2017 hasta el 2020, el 100% de los atractivos turísticos son monitoreados y se gestiona oportuna intervención de los mismos en caso de requerirlo.</p>	<p>Informes semestrales de la comisión de turismo de la parroquia conjuntamente con la ayuda de la Dirección Provincial de Turismo.</p> <p>Envío y recepción de informes a instituciones competentes.</p> <p>Fichas de inventarios turísticos.</p>	<p>Las instituciones responsables de la conservación del patrimonio natural y cultural intervienen inmediatamente en atención a los requerimientos de restauración y mantenimiento de atractivos y facilidades turísticas.</p>
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>Se cuenta con un cronograma establecido por los dirigentes de la parroquia para informar el avance de la construcción de los senderos e implementación de la señalética</p>	<p>Al finalizar el 2017, el 100% de los atractivos turísticos de la parroquia tienen senderos y señalética turística, en el transcurso del proyecto, los</p>	<p>Informes presentados a la comisión de turismo de la parroquia.</p>	<p>Los moradores de la parroquia colaboran con el cuidado y mantenimiento de sus atractivos.</p>

turística.	moradores de la parroquia reportaran mediante informes mensuales el avance del mismo.		
<p><b>COMPONENTES</b></p> <p><b>C1.</b> Construcción de los senderos turísticos que conducen a los atractivos de la parroquia e implementación de la señalética turística.</p> <p><b>C2.</b> Mantenimiento correctivo, mantenimiento preventivo de senderos turísticos.</p> <p><b>C3.</b> Mejoramiento de la calidad paisajística en el entorno inmediato de los atractivos.</p>	<p>A partir del segundo semestre del 2017 se gestiona el diseño y la construcción de los senderos turísticos como la implementación de la señalética turística.</p> <p>A partir del 2018 y con frecuencia semestral, se coordina con las entidades de turismo del cantón para la realización de acciones de mantenimiento en sus senderos y señalética.</p> <p>A partir del 2016 y con frecuencia anual se convocan a mesas de trabajo a los moradores, propietarios de atractivos turísticos y representantes de la parroquia para mejorar la calidad</p>	<p>Informes presentados por parte de los dirigentes de la parroquia.</p> <p>Informes presentados de la comisión de turismo de la parroquia e instituciones competentes.</p> <p>Listado de asistencia.</p> <p>Cartas de compromiso.</p> <p>Listado de asistencia.</p> <p>Cartas de compromiso.</p>	<p>Los atractivos turísticos cuentan con las facilidades turísticas y son atendidos inmediatamente al momento de reportar acciones de restauración, rescate o reconstrucción.</p> <p>Pobladores de los barrios de la parroquia colaboran de manera entusiasmada en el cuidado de mantenimiento de los atractivos turísticos y sus facilidades (señalética y senderos).</p> <p>Moradores, propietarios de atractivos turísticos y representantes de la parroquia se muestran de acuerdo a las acciones de mejoramiento del entorno inmediato a los atractivos</p>

	del paisaje del entorno.		turísticos.
<b>ACTIVIDADES</b>			<b>PRESUPUESTO</b>
<b>C1.A1:</b> Se realizan diagnósticos de las facilidades turísticas de los atractivos.			2500,00
<b>C1.A2:</b> Se gestiona la construcción de senderos y la implementación de la señalética turística en los atractivos turísticos de la parroquia.			15000,00
<b>C1.A3:</b> Se presentan informes a los organismos correspondientes del estado de conservación de los atractivos.			3000,00

<b>C2.A1:</b> Se ejecutan diagnósticos semestrales del estado de los senderos y señalética.	1200,00
<b>C2.A2:</b> Se informa a las instituciones pertinentes de los trabajos requeridos en senderos y señalética.	900,00
<b>C2.A3:</b> Se ejecutan trabajos de mantenimiento de los senderos y señalética.	5000,00
<b>C3.A1:</b> Se realizan diálogos con los propietarios de terrenos cercanos a los atractivos para comunicar la importancia de restituir la flora nativa de la parroquia.	1200,00
<b>C3.A2:</b> Se ejecutan trabajos de reforestación con especies nativas.	10000,00
<b>TOTAL</b>	<b>38800,00</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento**

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 38800,00</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre	Ministerio de Turismo, GAD'S provincial, cantonal, parroquial.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**c. Programa: Sistema de información estratégica para el turismo de Ecuador**

**1) Descripción y justificación del programa**

Uno de los grandes problemas al momento de emprender proyectos de desarrollo es la inexistencia de información específica. Al momento no existen cifras que señalen el número de visitas a los atractivos de la parroquia. El proyecto apunta a que se generen herramientas y el hábito de registro en todos los establecimientos que prestan los servicios turísticos en la parroquia. La información será compilada por la Comisión de Turismo de la parroquia, se registrará y procesará estadísticamente a fin de convertirse en una de las herramientas para el diagnóstico, gestión, investigación, monitoreo del turismo y toma de decisiones.

**2) Objetivos**

- ✚ Generar conciencia en los prestadores de servicios de la parroquia acerca de la importancia de registrar la información de los consumidores para poder contar con indicadores que faciliten la toma de decisiones.
- ✚ Crear la Comisión de Turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre.
- ✚ Equipar logísticamente a la comisión de turismo para el procesamiento y generación de información.

### 3) Metas

- ✚ En el 2018 la coordinación de la Comisión de Turismo se capacita en el manejo de herramientas estadísticas y generación de información.
- ✚ Al finalizar el 2018 la Comisión de Turismo cuenta con la logística necesaria para su operación.
- ✚ A partir del 2018 la Comisión de Turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre es una instancia integrante del GAD Alshi 9 de Octubre que proporciona información estadística para desarrollo de proyectos y toma de decisiones.

### 4) Proyecto

Implementación de un sistema de registros estadísticos del turismo.

5) **Matriz de marco lógico del proyecto:** Implementación de un sistema de registros estadísticos del turismo

<b>PROYECTO:</b> Implementación de un sistema de registros estadísticos del turismo.			
<b>OBJETIVO:</b> Implementar un sistema de estadísticas turísticas en la parroquia para la toma de decisiones.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<p><b>FIN</b></p> <p>La Comisión de Turismo de Alshi 9 de Octubre cuenta con información estadística de los atractivos, servicios turísticos y demanda.</p>	<p>Al finalizar el 2018 se cuenta con información referente a la tasa de variación de turistas y visitantes de Alshi 9 de Octubre, y mantiene actualizado el inventario de atractivos turísticos y el registro de servicios turísticos que se encuentran operativos.</p>	<p>Presentación de informes inmediatos y oportunos a los solicitantes.</p> <p>Provisión de información turística impresa a los solicitantes.</p>	<p>Los establecimientos turísticos de la parroquia Alshi 9 de Octubre contribuyen con la generación de información de la demanda que perciben.</p>
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>En la parroquia Alshi 9 de Octubre, la Comisión de Turismo procesa información estadística del comportamiento del turismo en la parroquia.</p>	<p>En el segundo semestre del 2018, el 100% de los establecimientos se hallan registrados y caracterizados en la base de datos de la comisión de turismo.</p>	<p>Informes mensuales de afluencia.</p> <p>Actas de recepción de información de visitantes y turistas.</p>	<p>La comisión de turismo a través de su delegado procesa exitosamente la información recibida.</p>

	A partir del 2018 se inicia con la recopilación de información y se cuenta con cifras referentes a la llegada de turistas y visitantes en Alshi 9 de Octubre.		
<b>COMPONENTES</b>			
<b>C1.</b> Registro, manejo y emisión de información turística en la parroquia.	A finales del 2017 los establecimientos prestadores de servicios turísticos son capacitados y reciben las herramientas para recopilar información de sus consumidores (demanda).	Proformas y facturas. Número de oficios recibidos y confirmados. Cartas de compromiso.	Se cuenta con el presupuesto para equipar a la comisión de turismo de la parroquia.
<b>C2.</b> Generación de información por parte de los servidores turísticos de la parroquia.		Registros de asistencia a capacitación. Acta entrega recepción de herramientas de registro de información.	Los prestadores de servicios turísticos de Alshi 9 de Octubre perciben la importancia de generar información del visitante.

ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
<b>C1.A1:</b> Adquirir mobiliarios y ambientes para la operación de la comisión de turismo parroquial.	1000,00
<b>C1. A2:</b> Adquirir equipo informáticos y georreferenciación. (Computador personal de escritorio, computador portátil, impresora, GPS)	2800,00
<b>C1. A3:</b> Adquirir software de procesamiento informático.	450,00
<b>C1. A4:</b> Capacitar a la coordinación de la comisión de turismo en el manejo de programas informáticos para el procesamiento y generación de información estadística y georreferenciada.	300,00
<b>C2.A1:</b> Convocar y realizar mesas de trabajo a prestadores de servicios turísticos de la parroquia para definir formatos y metodología de recopilación de información.	1120,00
<b>C2.A2:</b> Reproducción de herramientas de registro turístico de la parroquia. (Fotocopiadora)	1300,00
<b>C2.A3:</b> Proporcionar y compilar herramientas estadística entregadas a los prestadores de servicios turísticos.	700,00
<b>TOTAL</b>	<b>7670,00</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento**

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 7670</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre y prestadores de servicios turísticos de la parroquia.	Ministerio de Turismo, GAD'S provincial, cantonal, parroquial.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

#### **d. Programa: Consolidación de la seguridad integral del turismo**

##### **1) Descripción y justificación del programa**

Uno de los problemas en los principales destinos turísticos ecuatorianos es la seguridad, la cual genera un ambiente de desconfianza en el turista, imagen que es transmitida en ocasiones mucho más rápido que los beneficios de un sitio, y a su vez puede terminar por empañar una excelente experiencia previa y concluir con una propaganda negativa y gratuita al punto de no poder ser recomendado nuevamente como destino.

A pesar de no existir registros de lamentables incidentes sobre los turistas y visitantes que llegaron a conocer los atractivos de la parroquia, no se puede despreocupar el asunto de salvaguarda integral dado que la generación de una desfavorable reputación puede incidir sobremanera en los emprendimientos de turismo que se creen en el futuro.

A pesar que la Unidad de Policía Rural es la encargada de la protección de la vida de los pobladores de Alshi 9 de Octubre, es necesario expandir el cuidado al turista y prestadores de servicios en aspectos de salud, integridad física y económica a fin de conseguir una acción holística para prevenir y reaccionar con asertividad.

##### **2) Objetivos**

- ✚ Incrementar la seguridad en sitios y temporadas de mayor confluencia turística de la parroquia.
- ✚ Generar un ambiente de seguridad al visitante de la parroquia Alshi 9 de Octubre.
- ✚ Establecer mecanismos de reacción ante situaciones de amenaza y atención de emergencias.

### 3) Metas

- ✚ Al finalizar el 2018 se desarrolla el plan de seguridad para el turismo de la parroquia.
- ✚ A partir del 2018 y hasta el 2021, y con periodicidad anual se evalúa la efectividad de las acciones implementadas en materia de seguridad del turista.
- ✚ Al finalizar el 2021 se cuenta con reportes de acciones delictivas en contra de la parroquia y las emergencias se han atendido oportunamente y Alshi 9 de Octubre se consolida como un destino seguro.

### 4) Proyecto:

Plan integral de seguridad para el turismo.



## 5) Matriz de marco lógico del proyecto de seguridad para el turismo

<b>PROYECTO: Plan integral de seguridad para el turismo</b>			
<b>OBJETIVO:</b> Generar un ambiente de seguridad para los turistas y prestadores de servicios de Alshi 9 de Octubre.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<b>FIN</b> Se refuerza la seguridad en zonas turísticas de la parroquia Alshi 9 de Octubre.	Al finalizar el 2018 se ha conseguido obtener acuerdos conjuntos e individuales que favorecen al desarrollo del turismo sostenible de la parroquia.	Informes.  Actas de compromiso.  Certificados participación.  Banco fotográfico.	Todos los integrantes de la superestructura turística que intervienen en la parroquia Alshi 9 de Octubre, demuestran interés y corresponsabilidad en el desarrollo de actividades conjuntas que favorezcan el desarrollo del turismo en la parroquia.
<b>PROPÓSITO</b> En la parroquia Alshi 9 de Octubre no se registran incidentes delictivos y la respuesta a emergencias se cumple según loa	En el cuarto trimestre del 2018 se capacita a los operadores de turismo de la parroquia sobre acciones emergentes ante	Informe técnico.  Cartas compromiso.	Actores de la Superestructura se comprometen de acuerdo a su competencia y potencialidades a desarrollar el turismo en la

planificación de la UPR parroquial.	situaciones de riesgo a turistas.	Certificados participación.  Banco fotográfico.	parroquia.
<p><b>COMPONENTES</b></p> <p><b>C1.</b> Capacitación en Seguridad y Salud Ocupacional en establecimientos prestadores de servicios turísticos.</p> <p><b>C2.</b> Capacitaciones en buenas prácticas en la preparación de alimentos</p> <p><b>C3.</b> Patrullajes incrementados en sitios de concurrencia turística.</p> <p><b>C4.</b> Unidad de Policía Rural parroquial de Alshi incorpora acciones de seguridad del turista al POA.</p>	Desde el 2017 hasta el 2021 se cuenta con la confirmación de asistencia del 90% de las invitaciones las reuniones y mesas de trabajo extendidas a los actores de turismo de Alshi 9 de Octubre.	<p>Número de oficios recibidos y confirmados.</p> <p>Buzón y libros de quejas y sugerencias</p> <p>Cartas compromiso.</p> <p>Bitácoras de patrullajes.</p> <p>Informes de gestión de seguridad.</p>	<p>Las convocatorias cuentan con aceptación de los integrantes de la Superestructura y confirman asistencia.</p> <p>Los prestadores de servicios de alimentos y bebidas cumplen a cabalidad el manual de buenas prácticas en la preparación de alimentos.</p> <p>Se incorpora la seguridad del turista como aspecto fundamental para desarrollo del turismo Alshi.</p>

ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
<b>C1.A1:</b> Se convoca a los prestadores de servicios turísticos a capacitaciones anuales sobre Seguridad y Salud Ocupacional.	<b>500,00</b>
<b>C1.A2:</b> Se capacita anualmente a los prestadores de servicios sobre Seguridad y Salud Ocupacional.	<b>4500,00</b>
<b>C1.A3:</b> Se rotula los establecimientos en base a consideraciones técnicas de seguridad	<b>350,00</b>
<b>C1.A4:</b> Se realizan simulacros anuales de atención de emergencias en los establecimientos de prestación de servicios turísticos.	<b>1200,00</b>
<b>C2.A1:</b> Se capacita anualmente a los establecimientos de alimentos y bebidas en el manejo y preparación de alimentos.	<b>4500,00</b>
<b>C3.A1:</b> Elaboración conjunta con la Policía Nacional del Plan Integral de Seguridad Turística de la parroquia.	<b>5000,00</b>
<b>C4.A1:</b> La Comisión de Turismo participa activamente como miembro de la UPR parroquial.	<b>5000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>21050,00</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento**

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 21050,00</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre, Prestadores de Servicios turísticos de la parroquia, Secretaría de Gestión de Riesgos, Policía Nacional, Ministerio de Turismo.	Ministerio de Turismo, Ministerio del Interior, Ministerio de Salud, Secretaría de Gestión de Riesgos, GAD'S provincial, cantonal, parroquial.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## **e. Programa: Infraestructura básica**

### **1) Descripción y justificación del programa**

Un aspecto importante en la conformación y funcionalidad del sistema turístico de la parroquia constituye el abastecimiento total de los servicios básicos y servicios de telecomunicación, esta condición debe acoplarse a una campaña de reflexión conjuntamente con la población para el cuidado y mantenimiento de los mismos, de tal forma que se promueva una política de buen uso de la infraestructura básica entre los beneficiarios y los prestadores de los servicios.

### **2) Objetivos**

- ✚ Mejorar la dotación de servicios básicos en los sectores rurales y cabecera parroquial, especialmente en aquellas donde se realizan actividades turísticas a fin de generar una imagen positiva de la comunidad al turista.

### **3) Metas**

- ✚ Al finalizar el 2021 toda la parroquia debe tener acceso a servicios básicos de calidad, agua potable, alcantarillado, energía y saneamiento ambiental.

#### **4) Proyecto**

Evaluación para el mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico.

5) **Matriz de marco lógico del proyecto:** Evaluación para el mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico.

<b>PROYECTO: Evaluación para el mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico.</b>			
<b>OBJETIVO:</b> Mejorar y ampliar la cobertura de servicios básicos en los sectores rurales y la parroquia.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<p><b>FIN</b></p> <p>Mejorar la condición de los servicios básicos en la parroquia para consolidar la imagen del destino turístico.</p>	<p>En el 2021, todos los sectores rurales y la parroquia que prestan servicios de turismo cuentan con una cobertura del 100% de agua de consumo con tratamiento técnico, se ha una implementado la red de alcantarillado</p>	<p>Reporte de medidores de caudal.</p> <p>Número de usuarios registrados en junta agua potable y aportes por el servicio.</p> <p>Número de viviendas que disponen sistema alcantarillado</p>	<p>Todas las gestiones realizadas han sido atendidas por las instituciones competentes y ejecutadas en tiempo planificado</p>
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>Se cuenta con la logística (plantas de tratamiento, sistemas de alcantarillado y agua de consumo).</p>	<p>Para el 2021 se cuenta con el 100% de cobertura de alcantarillado en los sectores rurales y parroquia que realizan actividades de turismo.</p>	<p>Entrega de obras de alcantarillado.</p>	<p>Las obras de implementación reciben asignación de recursos y su ejecución es oportuna.</p>

	Hasta el 2019 se mejoran los procesos de tratamiento de agua de consumo.	Entrega de obras del sistema de tratamiento de agua de consumo.	
<b>COMPONENTES</b>			
<b>C1.</b> Desechos sólidos se tratan eficientemente	En el 2018 se contrata equipo para realizar plan de manejo de desechos sólidos en la parroquia.	Contratos para estudios técnicos (manejo de desechos, mejoramiento del agua de consumo, ampliación red de alcantarillado).	Se cuenta con recursos para contratación de estudios técnicos para el tratamiento de los desechos sólidos.
<b>C2.</b> Tratamiento de agua de consumo humano	En el 2018 y 2019 se capacita en talleres al 100% del sector rural y de la parroquia, acerca de la eliminación responsable de desechos.	Registros de asistencia.	Se firma convenio entre GAD municipal y parroquial para contratación de estudios técnicos de agua de consumo y alcantarillado.
<b>C3.</b> Se amplía la red de alcantarillado	Se contratan los estudios para mejoramiento del sistema de dotación de agua tratada e implementación de sistemas de alcantarillado. Contratación	Convenios con el GAD parroquial y cantonal.	



ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
<b>C1.A1:</b> Estudio técnico para ejecutar un plan de manejo de desechos sólidos en la parroquia.	<b>2000,00</b>
<b>C1.A2:</b> Se capacita a la población en el tratamiento de desechos sólidos y líquidos.	<b>900,00</b>
<b>C2.A1:</b> Estudio técnico para implementar sistemas de tratamiento de agua de consumo en el sector rural.	<b>9000,00</b>
<b>C3.A1:</b> Estudio técnico y gestión para ampliar e implementar red de alcantarillado en sector rural y cabecera parroquial.	<b>50000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61900,00</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento**

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 61900,00</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre, Ministerio de Turismo, Ministerio de Obras públicas, GAD'S provincial, cantonal.	Ministerio de Turismo, Ministerio de Obras públicas, GAD'S provincial, cantonal, parroquial.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## **f. Programa: Desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario**

### **1) Descripción y justificación del programa**

El turismo comunitario está ganando espacio dentro en la oferta nacional e internacional, la convivencia con la comunidad genera una estrecha relación entre el turista, el anfitrión (comunidad) y los elementos de la naturaleza con su patrimonio los cuales son valorados significativamente.

La aptitud turística de la parroquia Alshi 9 de Octubre (Turismo Comunitario, Vivencial) debe impulsar la unificación de esfuerzos a fin de vincular los otros atractivos que dispone la parroquia.

El fortalecimiento del turismo comunitario es un componente de gran importancia a fin de proteger la identidad cultural y natural generando la dinamización de su economía. Los emprendimientos productivos comunitarios se vinculan directamente a esta modalidad de turismo, y generan un valor agregado adicional a la experiencia social-cultural que busca el turista.

### **2) Objetivos**

- ✚ Fortalecer los emprendimientos de turismo consolidados y los que se hallan en proceso de consolidación de la parroquia.
  
- ✚ Incentivar las futuras iniciativas de emprendimientos turísticos a fin de fortalecer la imagen turística cultural de la parroquia.
  
- ✚ Generar promotores del turismo sostenible en la parroquia a fin de identificar nuevas oportunidades de negocios o fortalecer los existentes.

### 3) Metas

- ✚ A partir del 2017 hasta el 2022, en cada año se generan un promotor turístico por cada barrio y sector rural de la parroquia.
  
- ✚ A partir del 2017 el GAD de Alshi 9 de Octubre considera al turismo comunitario como fortaleza estratégica de desarrollo y gestiona asignación oportuna de recursos para desarrollo.

### 4) Proyecto

Formación de líderes y promotores turísticos locales.

5) **Matriz de marco lógico del proyecto:** Formación de líderes y promotores turísticos locales.

<b>PROYECTO: Formación de líderes y promotores turísticos locales.</b>			
<b>OBJETIVO:</b> Fomentar la participación de los pobladores de la parroquia como miembros dinámicos, proactivos y emprendedores de la actividad turística en la parroquia fortaleciendo el crecimiento personal, organizativo y comunitario.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<p><b>FIN</b></p> <p>En todos los barrios y sectores rurales de la parroquia Alshi 9 de Octubre se cuenta con promotores del turismo y líderes.</p>	<p>Al 2021, cada barrio y sector rural de la parroquia Alshi 9 de Octubre cuentan con al menos 2 promotores de turismo.</p>	<p>Certificados de asistencia a cursos de capacitación.</p> <p>Actas de constitución para la creación de asociación de promotores de turismo de Alshi 9 de Octubre.</p>	<p>Los promotores formados inciden activamente en el desarrollo del turismo en la parroquia Alshi 9 de Octubre.</p>
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>Se forman anualmente al menos 5 líderes y promotores de turismo en la parroquia Alshi 9 de Octubre.</p>	<p>A partir del 2017 hasta el 2021 se capacitan al menos 25 promotores turísticos.</p>	<p>Convenios con instituciones de capacitación.</p> <p>Listado de postulantes.</p>	<p>Se cuenta con la capacitación de instituciones públicas, privadas y comunitarias con reconocimiento.</p>

		Registros de asistencia. Facturas de materiales de apoyo y refrigerios.	
<b>COMPONENTES</b>			
<b>C1.</b> Capacitación para la formación de líderes y promotores comunitarios	A partir del 2017 y hasta el 2021 se realiza un curso anual para la formación de líderes y promotores turísticos.	Convenios con instituciones de capacitación. Listado de postulantes. Registros de asistencia. Facturas de materiales de apoyo y refrigerios.	Los barrios y sector rural envían al menos un delegado a las capacitaciones anuales que se realizan.
<b>ACTIVIDADES</b>			<b>PRESUPUESTO</b>
<b>C1.A1:</b> Se socializa plan anual de capacitación de líderes y promotores de turismo en la parroquia.			<b>5000,00</b>
<b>C1.A2:</b> Gestiona cooperación con entidad capacitadora.			<b>700,00</b>
<b>C1.A3:</b> Se asigna cupo y envía invitaciones a barrios y a sectores rurales a inscribir a sus delegados.			<b>500,00</b>
<b>C1.A4:</b> Dotación de material a postulantes.			<b>1000,00</b>
<b>C1.A5:</b> Se proporciona logística requerida para impartición de cursos.			<b>1000,00</b>
<b>C1.A6:</b> Dotación de refrigerios.			<b>1000,00</b>
<b>C1.A7:</b> Elaboración y entrega de certificados.			<b>280,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>9480,00</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## 6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 9480,00</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre, Ministerio de Turismo, GAD'S provincial, cantonal, ESPOCH.	Ministerio de Turismo, GAD'S provincial, cantonal, parroquial, ESPOCH. CORDTUCH, Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE).

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## **Eje: Marketing y promoción turística**

### **a. Programa: Estructuración del marketing turístico**

#### **1) Descripción y justificación del programa**

La elaboración y ejecución de un plan de marketing para la parroquia Alshi 9 de Octubre permitirá integrar los productos y atractivos turísticos a fin ubicarlos efectivamente en el mercado. Definirá las estrategias del mix del marketing para el producto turístico de la parroquia coordinando los esfuerzos del sector público, privado y comunitario.

La elaboración del marketing del producto turístico de la parroquia permitirá consolidar los productos que se están operando en la actualidad y determinar las nuevas tendencias del mercado para poder generar nuevos productos y crear una diferencia competitiva frente a los destinos que ofertan productos similares.

#### **2) Objetivos**

- ✚ Elaborar un plan de marketing turístico para la parroquia Alshi 9 de Octubre.
- ✚ Contar con personal técnico que vigile el cumplimiento del plan de marketing y proyectos paralelos del programa.
- ✚ Posicionar en la provincia y región a la parroquia Alshi 9 de Octubre como referente del turismo comunitario.
- ✚ Ampliar la oferta de servicios y productos turísticos en Alshi 9 de Octubre mediante estrategias de marketing y comercialización.



### 3) Metas

- ✚ A inicios del 2017 se encuentra elaborado y en ejecución el plan de marketing de la parroquia Alshi 9 de Octubre.
- ✚ A finales del 2017 el plan de marketing de la parroquia Alshi 9 de Octubre se encuentra en ejecución.
- ✚ En 2021 el producto turístico de Alshi 9 de Octubre se encuentra consolidado y se convierte en un referente del turismo comunitario de la región

### 4) Proyecto

Plan de Marketing Turístico de la parroquia.

5) **Matriz de marco lógico del proyecto:** Formulación del Plan de Marketing Turístico de la parroquia

<b>PROYECTO: Formulación del Plan de Marketing de la parroquia</b>			
<b>OBJETIVO:</b> Posicionar el producto turístico de la parroquia Alshi 9 de Octubre como un referente del turismo comunitario de la región.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<p><b>FIN</b></p> <p>El plan de marketing de Alshi 9 de Octubre orienta la gestión, desarrollo y competitividad del producto turístico de la parroquia en el mercado.</p>	<p>Desde el 2017 hasta el 2021 se ejecuta el plan según su programación.</p> <p>Hasta el 2021 el personal técnico ha cumplido el 100% de los objetivos del plan.</p>	<p>Facturas medios de comunicación.</p> <p>Facturas material promoción.</p> <p>Productos comunitarios de Alshi 9 de Octubre recomendados en sitios web.</p>	<p>El plan de marketing turístico se cumple en su totalidad hasta el 2022 mediante la gestión de GAD parroquial e instituciones ligadas al turismo de la parroquia.</p>
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>Se cuenta con un plan guía que define los objetivos, programas y proyectos para conseguir productos con aceptación y preferencia de la demanda.</p>	<p>En el segundo semestre del año 2017 se ejecuta el plan de marketing de la parroquia Alshi.</p>	<p>Acta entrega del plan de marketing.</p>	<p>Se gestiona y cuenta con el presupuesto para desarrollo de la programación del plan de marketing turístico</p>

<p><b>COMPONENTES</b></p> <p><b>C1.</b> Se diseña el plan de marketing y se cuenta con personal técnico para desarrollo y seguimiento.</p>	<p>En Enero del 2017 se contrata personal para el diseño del plan.</p> <p>En el segundo semestre del 2017 se contrata un técnico para ejecución del plan quién será el coordinador de la Oficina de Turismo</p>	<p>Firma de contratos.</p>	<p>Se cuenta con presupuesto para contratar el estudio para la realización del plan de marketing.</p> <p>Se cuenta con presupuesto para contratar un técnico en marketing y turismo por cinco años</p>
<b>ACTIVIDADES</b>			<b>PRESUPUESTO</b>
<p><b>C1.A1:</b> Contratación de equipo técnico para elaborar plan de marketing turístico de la parroquia.</p>			<b>6000,00</b>
<p><b>C1.A2:</b> Contratación técnico en turismo para ejecutar y monitorear del plan de marketing y demás proyectos. (Técnico de Oficina de Gestión del Turismo de la parroquia).</p>			<b>41760,00</b>
<p><b>C1.A3:</b> Socializar el plan de marketing turístico de la parroquia.</p>			<b>600,00</b>
<p><b>C1.A4:</b> Ejecución del plan de marketing de Alshi.</p>			<b>35000,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>83360,00</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento**

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 83360,00</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre, Ministerio de Turismo, establecimientos de educación superior.	Ministerio de Turismo, GAD'S provincial, cantonal, parroquial.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## **Eje: Educación y capacitación de recursos humanos**

### **a. Programa: Desarrollo de capacidades de los recursos humanos para el turismo sostenible.**

#### **1) Descripción y justificación del programa**

La satisfacción de un turista depende del nivel de atención recibido, el grado de especialización y personalización de los servicios prestados. La falta de pericia del personal de servicios turísticos repercute en la pérdida de calidad.

En el programa de capacitación para el desarrollo de capacidades de recursos humanos, se priorizará la administración empresarial (para administradores) y capacitación técnica (personal operativo) tales como: Atención al cliente, turismo sostenible, técnicas de guiar, idioma inglés, manipulación de alimentos y preparación de bebidas. Se busca demostrar un alto grado de eficiencia en la prestación de servicios tanto en los de naturaleza comunitaria como en los privados.

#### **2) Objetivos**

- ✚ Tecnicificar al personal de las empresas que prestan servicios turísticos en la parroquia.
- ✚ Definir las necesidades de capacitación que requiere la demanda actual y potencial.
- ✚ Generar indicadores de satisfacción al cliente a través de las herramientas de compilación de información de la demanda.

### 3) Metas

- ✚ A partir del 2017 y hasta el 2022, con una frecuencia semestral se definirá la temática e impartirá de los cursos requeridos por los prestadores de servicios turísticos de la parroquia.
- ✚ A finales del 2017 se cuentan con índices de satisfacción de los servicios ofertados.
- ✚ Con la determinación de cifras de consumidores e índices de satisfacción de los servicios turísticos se establecerán las capacitaciones prioritarias para el desarrollo de las actividades turísticas en la parroquia.

### 4) Proyecto

Capacitación para prestadores de servicios turísticos.

5) Matriz de marco de marco lógico del proyecto: Capacitación para prestadores de servicios turísticos.

<b>PROYECTO: Capacitación para prestadores de servicios turísticos</b>			
<b>OBJETIVO:</b> Establecer jornadas de capacitación al personal administrativo y operativo de los establecimientos prestadores de servicios turísticos a fin de mejorar sus procesos de gestión y calidad del producto o servicio.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<p><b>FIN</b></p> <p>Capacitar a los administradores y personal que labora en las empresas dedicadas en áreas claves de operación.</p>	<p>A partir del 2018 se cuenta con índices de calidad de servicios turísticos de la parroquia.</p> <p>Hasta el 2021, al menos dos productos turísticos aplican para la obtención de certificaciones ISO o eco etiquetas de buenas prácticas del turismo sostenible</p>	<p>Informes presentados por la comisión de turismo de la parroquia.</p> <p>Solicitudes a empresas certificadoras ISO o buenas prácticas del turismo sostenible a auditar procesos y procedimientos.</p>	<p>Los reportes señalan altas valoraciones en la calidad del servicio turístico prestado.</p> <p>El GAD parroquial y comunidades gestionan y obtienen financiamiento para obtener certificaciones y eco etiquetas de turismo sostenible.</p>
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>El personal que labora en las empresas u organizaciones prestadoras de servicios turísticos es capacitado semestralmente con temáticas inherentes a la buena</p>	<p>A partir del 2018 y hasta el 2021 se realizan dos capacitaciones semestrales en temas de fortalecimiento administrativo y operativo.</p>	<p>Certificados entregados.</p> <p>Lista de participantes que aprobaron los cursos.</p>	<p>El personal administrativo y operativo de las organizaciones y empresas turísticas de la parroquia reciben capacitación en áreas estratégicas de desarrollo.</p>

atención al turista y producción de bienes y servicios turísticos.			
<b>COMPONENTES</b>			
<b>C1.</b> Se capacita a los administradores y empleados de las empresas y organizaciones prestadoras de servicios turísticos en las siguientes áreas: Atención al cliente, idioma inglés, administración empresarial, turismo sostenible y otras requeridas.	A partir del 2018 y hasta el 2021 se ejecutan reuniones participativas anuales con los actores del turismo para determinar el plan de capacitaciones necesarias.	Elaboración del plan de capacitaciones (participativa).  Listado de asistentes	Se elabora participativamente un plan de capacitaciones basados en áreas críticas de desarrollo y se retroalimentan con los indicadores que reporta la comisión de turismo de la parroquia.
<b>ACTIVIDADES</b>			<b>PRESUPUESTO</b>
<b>C1.A1:</b> Gestión interinstitucional para contar con facilitadores en áreas temáticas.			<b>700,00</b>
<b>C1.A2:</b> Dotación de material a administradores y empleados de empresas turísticas que asisten a capacitaciones.			<b>1000,00</b>
<b>C1.A3:</b> Se proporciona logística requerida para impartición de cursos.			<b>2900,00</b>
<b>C1.A4:</b> Dotación de refrigerios.			<b>1300,00</b>
<b>C1.A5:</b> Elaboración y entrega de certificados.			<b>350,00</b>
<b>C1.A6:</b> Gestión interinstitucional para la obtención de recursos económicos para cubrir costos de certificación u obtención de eco etiquetas de turismo sostenible a productos comunitarios que demuestre.			<b>3000,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>9250,00</b>

Nota: Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016



**6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento**

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 9250,00</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre, Ministerio de Turismo, GAD'S provincial, cantonal, SECAP.	Ministerio de Turismo, GAD'S provincial, cantonal, parroquial, Ministerio de Salud, ONG's.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## **Eje: Inversiones y gestión financiera**

### **a. Programa: Apoyo a la microempresa turística sostenible y cadenas de valor**

#### **1) Descripción y justificación del programa**

El desconocimiento y creencia de dificultad de acceso a créditos se constituyen en los factores determinantes que limitan el crecimiento de las empresas y organizaciones dedicadas al turismo en la parroquia, factores que limitan el despliegue de planes de ampliación de infraestructura o planta turística y puesta en marcha de nuevos emprendimientos.

Este programa está diseñado con el objeto de capacitar a la población de la parroquia, en especial a los emprendimientos comunitarios acerca de la modalidad de acceso a créditos que permite la actividad turística. Las capacitaciones también están abiertas para aquellas otras áreas que pueden articularse en la cadena productiva o quienes requieren financiamiento para inversiones de proyectos privados vinculados al turismo sostenible de la parroquia.

#### **2) Objetivos**

- ✚ Capacitar a las empresas y organizaciones de turismo de la parroquia acerca de las modalidades de acceso a crédito.
- ✚ Impulsar la ejecución de nuevos proyectos e iniciativas relacionadas con la implementación de empresas y servicios turísticos mediante la capacitación de acceso a crédito dirigido a emprendedores.
- ✚ Conseguir de las instituciones crediticias el asesoramiento técnico para los nuevos emprendimientos en materia de turismo.

### 3) Metas

- ✚ En el 2021 se han capacitado a todos los establecimientos de servicios turísticos, de los cuales el 50% de ellos han accedido a créditos financiero.
- ✚ Al 2021 se ha incrementado el 100% la capacidad operativa de servicios turísticos de la parroquia, debido a la ejecución de nuevos proyectos e incremento de la capacidad instalada de los existentes.
- ✚ Aprovechar acceso a créditos financieros preferenciales que gozan los proyectos que se alinean al Plan Nacional del Buen Vivir.

### 4) Proyecto

Capacitación para acceso a fuentes de financiamientos para el sector turístico e inversión y organización empresarial.

5) **Matriz de marco lógico del proyecto:** Capacitación para acceso a fuentes de financiamiento para el sector turístico e inversión y organización empresarial.

<b>PROYECTO: Capacitación para acceso a fuentes de financiamientos para el sector turístico e inversión y organización empresarial.</b>			
<b>OBJETIVO:</b> Poner en conocimiento de las empresas privadas de turismo y emprendedores de la parroquia Alshi 9 de Octubre los mecanismos de acceso a créditos encaminados al fomento turístico.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<p><b>FIN</b></p> <p>Los servicios turísticos de la parroquia son de calidad y se han incrementado el número de empresas y organizaciones.</p>	<p>Hasta el 2021 la capacidad instalada de los establecimientos es incrementada en un 100%. Surgen y se consolidan de nuevas empresas, productos y servicios turísticos son registrados en la por la comisión de turismo de la parroquia.</p>	<p>Registros actualizados de los establecimientos turísticos de la parroquia.</p> <p>Catastro turístico de Morona.</p>	<p>Mediante el acceso a créditos las empresas turísticas de la parroquia han incrementado su capacidad instalada, abasteciendo así al creciente número de visitantes y turistas.</p>
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>Los pobladores de la parroquia, organizaciones comunitarias, emprendedores, identifican las cadenas de crédito por actividad y</p>	<p>El 100% de las empresas y organizaciones de turismo solicitan asistencia técnica a la oficina de gestión turística de la</p>	<p>Solicitudes de asistencia técnica a Comisión de turismo, Promotores de turismo, Ministerio de turismo, instituciones crediticias.</p>	<p>Se sustenta técnicamente los proyectos y se acceden a créditos preferenciales para su ejecución. Los inversionistas se muestran</p>

alcances de las entidades crediticias.	parroquia a fin de desarrollar y ejecutar proyectos de inversión.	Solicitudes a entidad crediticia revisión de proyectos y acceso a créditos.	optimistas respecto al acceso a créditos
<b>COMPONENTES</b>			
<b>C1.</b> Capacitación de acceso a fuentes de crédito.	A partir del 2017 hasta el 2021 se realizan capacitaciones trimestrales con temas de acceso a créditos financieros enfocados al turismo y se proporciona asistencia técnica a los proyectos presentados en los cursos de capacitación.	Listado de asistencia a curso.  Listado de participantes que aprobaron el curso.  Número de proyectos presentados en cursos.	Se consigue continua capacitación para impartición de curso en la parroquia.
<b>C2.</b> Asistencia técnica a los proyectos que requieren impulso económico para su ejecución.	Número de perfiles de proyecto asesorados de parte de la Comisión de Turismo/ Oficina de gestión de turismo para las empresas privadas y comunitarias con interés de desarrollar sus negocios	Número de proyectos asesorados.	
<b>ACTIVIDADES</b>			<b>PRESUPUESTO</b>
<b>C1.A1:</b> Gestión interinstitucional para contar con facilitadores en acceso a créditos.			<b>2000,00</b>
<b>C2.A1:</b> Se proporciona logística requerida para impartición de capacitaciones.			<b>4000,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>6000,00</b>

**6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento**

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 6000,00</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre, Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, GAD'S provincial, cantonal, CFN	Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, GAD'S provincial, cantonal, parroquial, Ministerio de inclusión económica y social CFN

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

## **Eje: Medidas transversales de gestión socio-cultural y ambiental para el turismo sostenible**





### **a. Programa: Medidas transversales de turismo para la gestión socio-cultural.**

#### **1) Descripción y justificación del programa**

El componente cultural de la parroquia es de gran importancia, la oferta turística actual de la parroquia basa su estructuración en las prácticas tradicionales de la población. La gestión de acciones a nivel multisectorial busca rescatar y difundir el conocimiento de sus habitantes. Involucra el levantamiento de información, documentación y ejecución de acciones para valorizar las manifestaciones culturales desde una perspectiva de la práctica cotidiana, ancestral.

Programa tiene por objeto integrar al turismo sostenible con el patrimonio cultural de la comunidad mediante un proyecto de revitalización cultural que permitirá rememorar la riqueza histórica y tradicional del pueblo de Alshi 9 de Octubre fortaleciendo así su identidad cultural.

#### **2) Objetivos**

-  Fomentar la memoria histórica y colectiva de los habitantes de la parroquia Alshi 9 de Octubre.
-  Vincular a los establecimientos de educación formal en la importancia de la valorización cultural en la enseñanza.
-  Documentar los elementos que conforman la identidad patrimonial de la parroquia.
-  Revalorizar los saberes ancestrales y establecer mecanismos de transmisión de conocimientos.

### 3) Metas

- ✚ Hasta Diciembre del 2018 se socializa con los sectores rurales la realización de un plan de revitalización cultural.
- ✚ En el segundo semestre del 2018 se ejecuta el plan revitalización cultural de la parroquia.
- ✚ En el 2021 Alshi es un pueblo que valoriza sus elementos culturales, potencializando su imagen como un destino cultural de la provincia de Morona Santiago.

### 4) Proyecto

Plan de revitalización cultural de la parroquia.



5) **Matriz de marco lógico del proyecto:** Plan de revitalización cultural.

<b>PROYECTO: Plan de revitalización cultural.</b>			
<b>OBJETIVO:</b> Documentar, transmitir y valorar los saberes ancestrales de las comunidades a fin de rescatar el patrimonio cultural de la parroquia.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<p><b>FIN</b></p> <p>La identidad y expresiones ancestrales se revitalizan impulsando la valorización local y externa de su cultura</p>	<p>Al finalizar el 2021 se han ejecutado el 100% de los proyectos del plan de revitalización cultural.</p>	<p>Material publicitario.</p> <p>Informes técnicos del seguimiento del proyecto.</p> <p>Número de eventos programados que destacan la cultura</p> <p>Número de turistas y visitantes que destacan los productos que resaltan el patrimonio cultural de la parroquia.</p> <p>Número de proyectos realizados para el rescate de manifestaciones</p>	<p>En la parroquia Alshi 9 de Octubre se ejecutan los proyectos propuestos por el plan de revitalización cultural.</p>

		y bienes culturales.	
<b>PROPÓSITO</b> El plan revitalización permite documentar la riqueza cultural y determina acciones para conservarla y difundirla como elemento base del producto turístico de la parroquia.	En Diciembre del 2019 se cuenta con un banco de proyectos, diseñados para el fortalecimiento de la cultura de la parroquia.	Registro y seguimiento de actividades.  Informes técnicos de los avances del proyecto.	El plan se entrega en el tiempo estipulado y se ejecuta inmediatamente debido a la oportuna gestión de recursos económicos.
<b>COMPONENTES</b> <b>C1.</b> Estudio técnico cuenta con la participación de los pobladores de la parroquia.	En el segundo semestre del 2018 se cuenta con el personal técnico que ejecute el plan de revitalización cultural de la parroquia.	Firma de contrato Factura servicios profesionales. Acta entrega recepción.	La población de la parroquia colabora ampliamente con la elaboración del plan de revitalización cultural.
<b>ACTIVIDADES</b>			<b>PRESUPUESTO</b>
<b>C1.A1:</b> Socializar la realización del plan de revitalización cultural y su importancia.			<b>1500,00</b>
<b>C1.A2:</b> Contratación equipo técnico para elaborar un plan integral de revitalización cultural de la parroquia de Alshi 9 de Octubre.			<b>7000,00</b>
<b>C1.A3:</b> Se socializa el plan de revitalización cultural			<b>1500,00</b>
<b>C1.A4:</b> Operación del plan propuesto.			<b>30000,00</b>
<b>C1.A5:</b> Promoción y Difusión Cultural.			<b>7500,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>47500,00</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento**

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 47500,00</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre, Ministerio de Turismo, GAD'S provincial, cantonal, Ministerio coordinador del Patrimonio Cultural, Casa de la cultura.	Ministerio de Turismo, GAD'S provincial, cantonal, parroquial, Ministerio coordinador del Patrimonio Cultural, Casa de la cultura.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**b. Programa: Medidas transversales del turismo en la gestión ambiental para la conservación y el manejo sostenible del patrimonio.**

**1) Descripción y justificación del programa**

El avance de la frontera agrícola y el calentamiento global han permitido la adaptación de especies agrícolas que van ganando espacio a la vegetación nativa propia del bosque montano húmedo y bosque montano bajo.

Con el plan de manejo ambiental se cuenta con una herramienta que planifica la gestión ambiental mediante acciones a corto y mediano plazo, a fin de coordinar las acciones productivas pertinentes a este tipo de ecosistema.

**2) Objetivos**

- ✚ Conservar la funcionalidad del área de bosque montano húmedo y bosque montano bajo de la parroquia y utilizarlo como un recurso para uso turístico sostenible.
- ✚ Mejorar la calidad paisajística de las comunidades mediante la protección y restauración ecológica del páramo de la parroquia.
- ✚ Impulsar la participación comunitaria en el manejo responsable del bosque montano húmedo y bosque montano bajo, a fin de contar con un importante elemento en la prestación de beneficios ambientales y aptitud para ejecutar acciones de desarrollo turístico.

### 3) Metas

- ✚ A partir de enero del 2018 y hasta mayo del mismo año se ejecutan actividades concernientes al proceso de socialización y elaboración del plan de manejo de bosque montano húmedo y montano bajo de la parroquia Alshi 9 de Octubre.
- ✚ A partir de Junio del 2019 se ejecuta el plan de manejo de bosques en la parroquia.
- ✚ En el 2021 la parroquia cuenta con la ejecución del 100% del plan de manejo de bosque y los sectores rurales que cuentan con áreas de bosque manejan responsablemente el recurso.

### 4) Proyecto

Plan de manejo de bosques de la parroquia.

5) **Matriz de marco lógico del proyecto:** Plan de manejo de bosques de la parroquia.

<b>PROYECTO: Plan de manejo de bosques de la parroquia</b>			
<b>OBJETIVO:</b> Proteger, recuperar y utilizar sosteniblemente el ecosistema de páramo de la parroquia Alshi 9 de Octubre.			
<b>RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS</b>	<b>INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>SUPUESTOS</b>
<p><b>FIN</b></p> <p>En áreas naturales de bosque montano húmedo y bosque montano bajo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, se realizan actividades de conservación y se desarrollan actividades de turismo sostenible.</p>	<p>En el 2021 se han protegido el 100% de las áreas de bosque montano húmedo y bosque montano bajo, con enfoque de conservación y uso sostenible.</p>	<p>Actualización cartográfica de usos de suelo.</p>	<p>El turismo sostenible utiliza el ecosistema de bosque montano húmedo y bosque montano bajo como un recurso vivo de interpretación y de conservación primordial.</p>
<p><b>PROPÓSITO</b></p> <p>Las áreas de bosque montano húmedo y bosque montano bajo se conservan y se aplican acciones de recuperación mediante el establecimiento de zonas de amortiguamiento, impulso actividades sostenibles en el área</p>	<p>En el 2019 el 100% de las áreas de protección del bosque montano húmedo y montano bajo son intervenidas.</p> <p>El 100% de los proyectos turísticos que utilizan el</p>	<p>Informes de seguimiento al plan de manejo de bosques.</p> <p>Informes de los productos turísticos que utilizan las zonas de bosque montano húmedo y montano bajo.</p>	<p>Las áreas naturales de bosques no han sido reducidas y se recupera la vegetación de bosque montano húmedo y montano bajo hacia las zonas de amortiguamiento.</p>

como son el turismo y reforestación.	ecosistema como recurso turístico.	Estudio de capacidad de carga turística en los bosques de Alshi.	
<b>COMPONENTES</b>			
<b>C1.</b> Ejecución del Plan de Manejo de bosques en Alshi 9 de Octubre para protección de las cuencas de agua, forestación con especies nativas y aprovechamiento sostenible de los bosques.	A mediados del 2018 se cuenta con un plan técnico de manejo del ecosistema de bosque montano húmedo y bosque montano bajo.	Firma de contrato. Acta entrega recepción del proyecto. Firmas de asistente a socialización.	Los pobladores de la parroquia que cuentan con este tipo de ecosistemas participan activamente en la elaboración del plan de manejo de bosques de la parroquia.
<b>ACTIVIDADES</b>			<b>PRESUPUESTO</b>
<b>C1.A1:</b> Socializar la realización del plan de manejo de bosques.			<b>1500,00</b>
<b>C1. A2:</b> Contratación equipo técnico para elaborar un plan de manejo de bosques de Alshi 9 de Octubre.			<b>7000,00</b>
<b>C1. A3:</b> Se socializa el plan de manejo de bosques.			<b>1500,00</b>
<b>C1. A4:</b> Operación del plan propuesto.			<b>30000,00</b>
<b>C1.A5:</b> Seguimiento y monitoreo del plan.			<b>5000,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>45000,00</b>

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**6) Presupuesto y posibles fuentes de financiamiento**

<b>COSTO APROXIMADO DEL PROGRAMA: \$ 45000,00</b>	
<b>ACTORES PRINCIPALES DE IMPLEMENTACIÓN</b>	<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO POSIBLES</b>
GAD parroquial Alshi 9 de Octubre, Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, GAD'S provincial	Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, GAD'S provincial, cantonal, parroquial.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



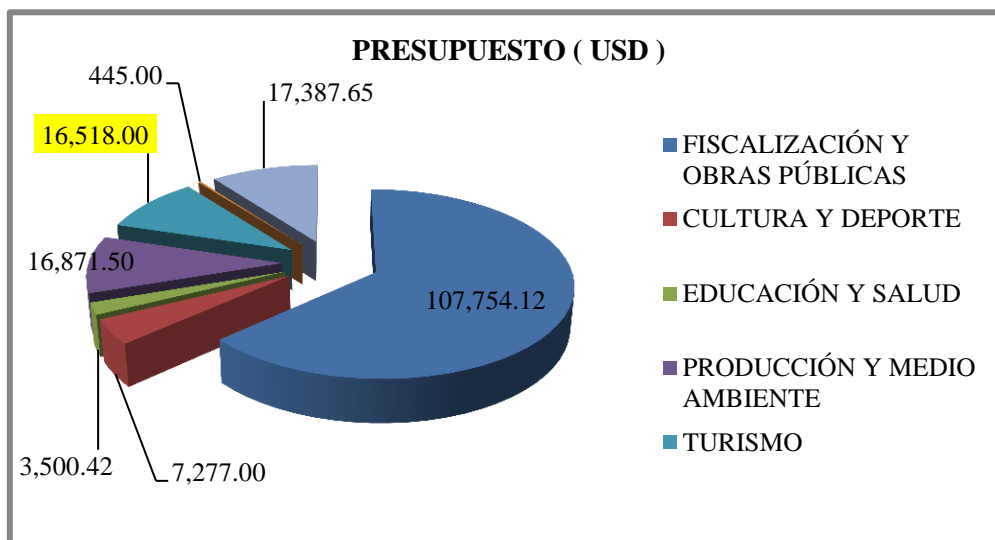
### 3. Análisis del presupuesto asignado a los programas y proyectos

La Junta Parroquial posee un presupuesto anual de \$169753,69 (sujeto a variaciones) el cual lo distribuyen de la siguiente manera y en el que se ha considerado al turismo para el año 2017:

**Cuadro:** Programas presupuestarios de la Junta Parroquial Alshi 9 de Octubre

PROGRAMAS PRESUPUESTARIOS	PRESUPUESTO ( USD )
Fiscalización y obras públicas	107.754,12
Cultura y deporte	7.277,00
Educación y salud	3.500,42
Producción y medio ambiente	16.871,50
Turismo	16.518,00
Grupos de atención prioritaria	445,00
Político institucional	17.387,65

**Nota:** Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Alshi 9 de Octubre.



**Figura VI-36:** Programas presupuestados de la Junta Parroquial Alshi 9 de Octubre.

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial a lo largo de la ejecución del plan (5 años) aportará con \$ 31450,00 de un total de \$338.510,00 que es lo que se necesita para el cumplimiento del plan, sin embargo será el ente encargado de gestionar las fuentes de financiamiento para los diferentes programas y proyectos estipulados, valga la redundancia, en el plan. Lo cual se detalla y representa a continuación:

**a. Coordinación interinstitucional para la gestión del turismo**

**Cuadro:** Presupuesto para la coordinación interinstitucional para la gestión del turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre

<b>PROYECTO</b>	<b>GAD Parroquial</b>	<b>Ministerio de Turismo</b>
Coordinación interinstitucional para la gestión del turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre.	7.800,00	700,00

*Nota:* Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-37:** Presupuesto para la coordinación interinstitucional para la gestión del turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre.

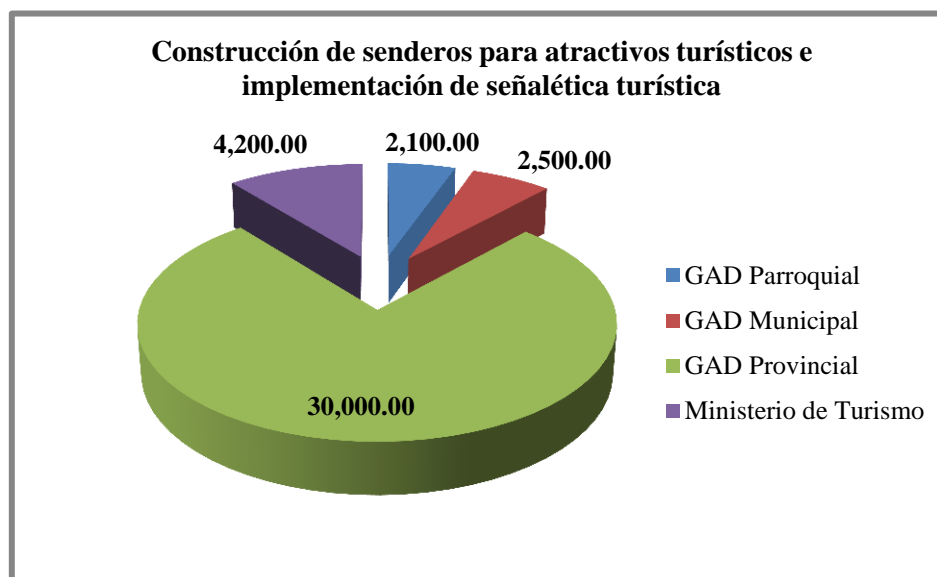
*Nota:* Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**b. Construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística**

**Cuadro:** Presupuesto para la construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística

PROYECTO	GAD Parroquial	GAD Municipal	GAD Provincial	Ministerio de Turismo
Construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística.	2.100,00	2.500,00	30.000,00	4.200,00

*Nota:* Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-38:** Presupuesto para la construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística

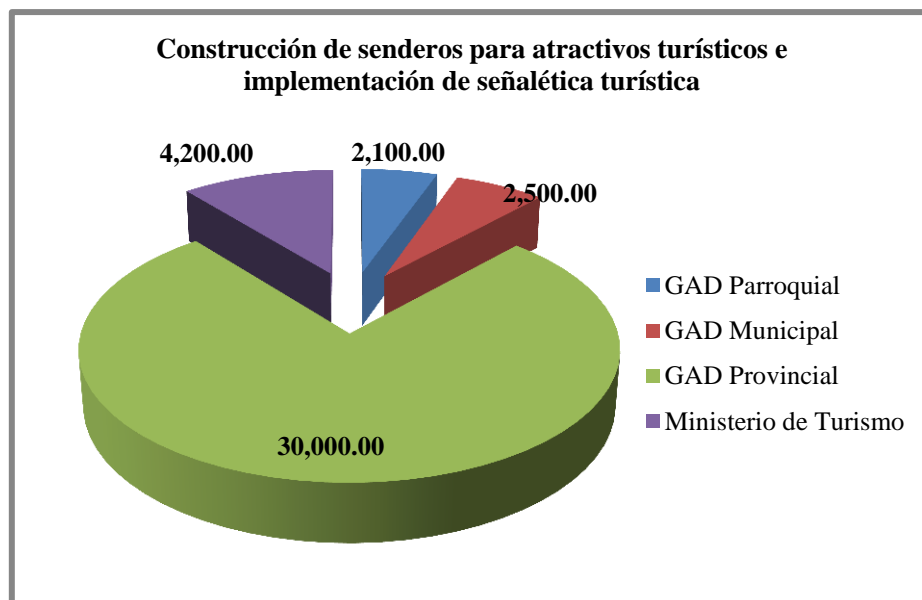
Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**c. Construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística**

**Cuadro:** Presupuesto para la construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística

<b>PROYECTO</b>	<b>GAD Parroquial</b>	<b>GAD Municipal</b>	<b>GAD Provincial</b>	<b>Ministerio de Turismo</b>
Construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística.	2.100,00	2.500,00	30.000,00	4.200,00

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-39:** Presupuesto para la construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística

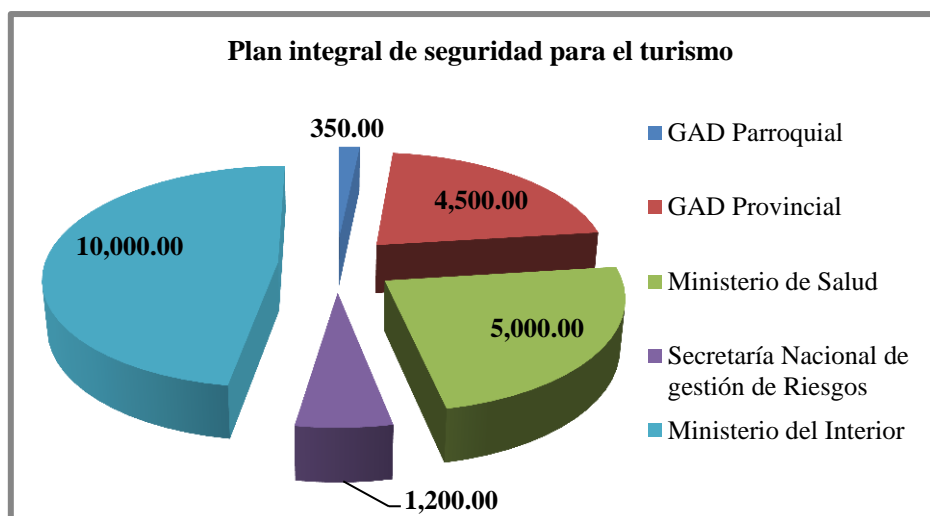
Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

d. Plan integral de seguridad para el turismo

**Cuadro:** Presupuesto para el plan integral de seguridad para el turismo

PROYECTO	GAD Parroquial	GAD Provincial	Ministerio de Salud	Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos	Ministerio del Interior
Plan integral de seguridad para el turismo	350,00	4.500,00	5.000,00	1.200,00	10.000,00

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-40:** Presupuesto para el plan integral de seguridad para el turismo

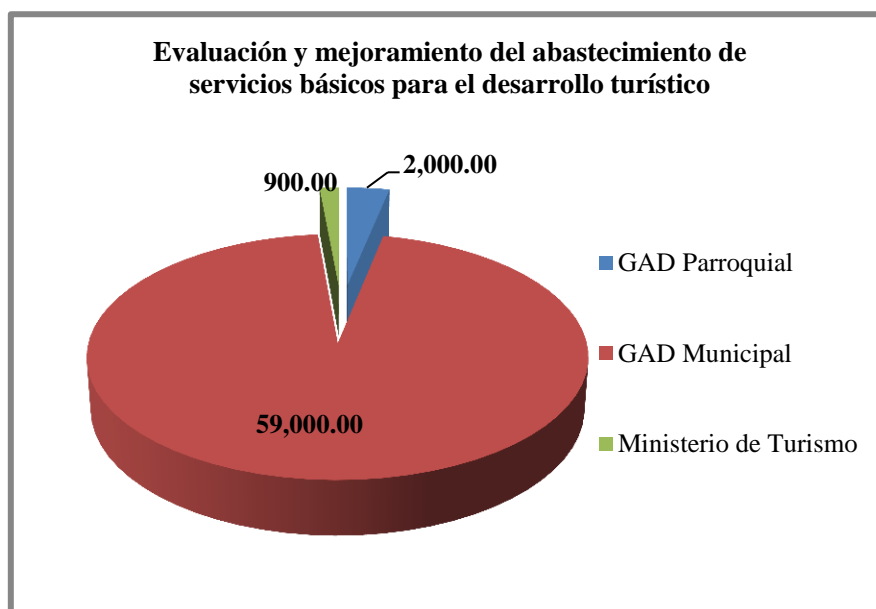
Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

e. **Evaluación y mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico**

**Cuadro:** Presupuesto para la evaluación y mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico

<b>PROYECTO</b>	<b>GAD Parroquial</b>	<b>GAD Municipal</b>	<b>Ministerio de Turismo</b>
Evaluación y mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico	2.000,00	59.000,00	900,00

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-41:** Presupuesto para la evaluación y mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico

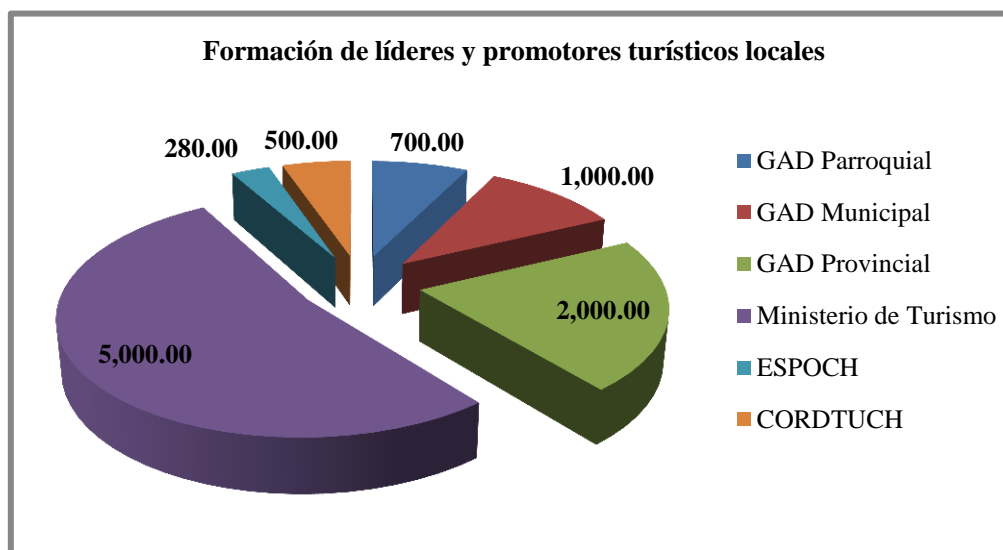
Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**f. Formación de líderes y promotores turísticos locales**

**Cuadro:** Presupuesto para la formación de líderes y promotores turísticos locales

PROYECTO	GAD Parroquial	GAD Municipal	GAD Provincial	Ministerio de Turismo	ESPOCH	CORDTUCH
Formación de líderes y promotores turísticos locales	700,00	1.000,00	2.000,00	5.000,00	280,00	500,00

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-42:** Presupuesto para la formación de líderes y promotores turísticos locales

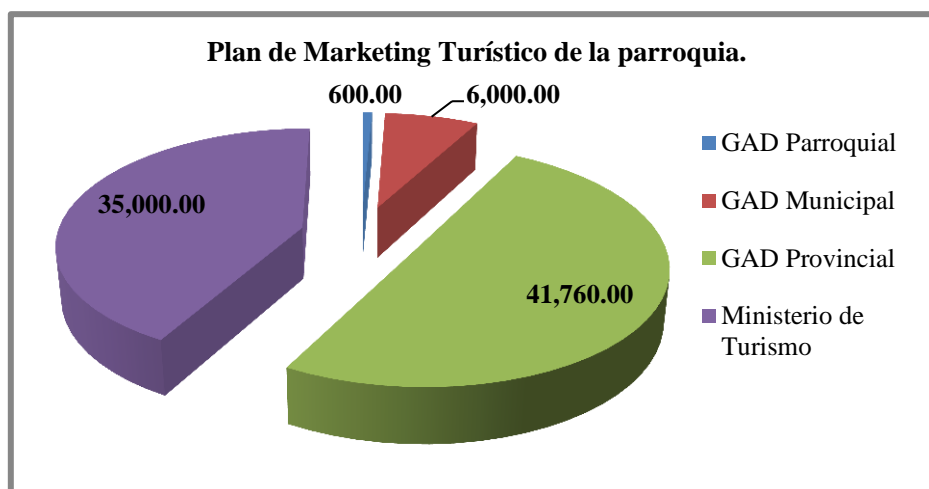
Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**g. Plan de marketing turístico de la parroquia**

**Cuadro:** Presupuesto para el plan de marketing turístico de la parroquia

PROYECTO	GAD Parroquial	GAD Municipal	GAD Provincial	Ministerio de Turismo
Plan de Marketing Turístico de la parroquia	600,00	6.000,00	41.760,00	35.000,00

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-43:** Presupuesto para el plan de marketing turístico de la parroquia

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

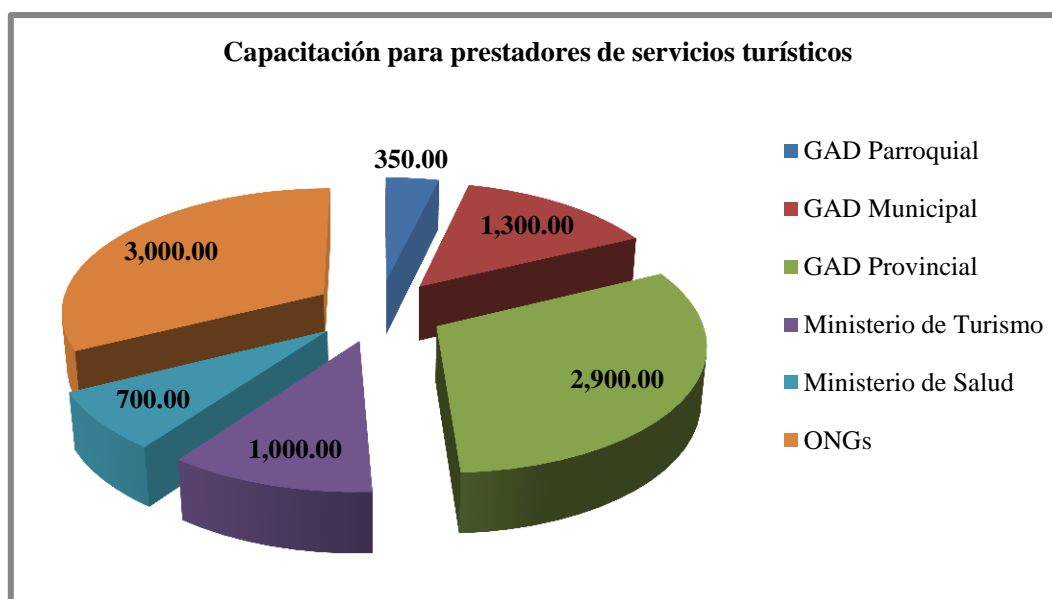


## h. Capacitación para prestadores de servicios turísticos

**Cuadro:** Presupuesto para la capacitación para prestadores de servicios turísticos

PROYECTO	GAD Parroquial	GAD Municipal	GAD Provincial	Ministerio de Turismo	Ministerio de Salud	ONGs
Capacitación para prestadores de servicios turísticos	350,00	1.300,00	2.900,00	1.000,00	700,00	3.000,00

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-44:** Presupuesto para la capacitación para prestadores de servicios turísticos

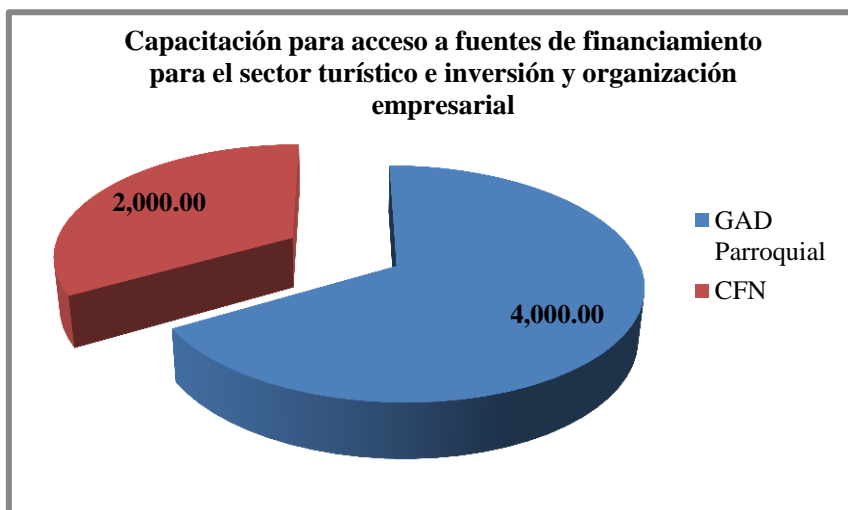
Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**i. Capacitación para acceso a fuentes de financiamiento para el sector turístico e inversión y organización empresarial**

**Cuadro:** Presupuesto para la capacitación para acceso a fuentes de financiamiento para el sector turístico e inversión y organización empresarial

<b>PROYECTO</b>	<b>GAD Parroquial</b>	<b>CFN</b>
Capacitación para acceso a fuentes de financiamiento para el sector turístico e inversión y organización empresarial	4.000,00	2.000,00

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-45:** Presupuesto para la capacitación para acceso a fuentes de financiamiento para el sector turístico e inversión y organización empresarial

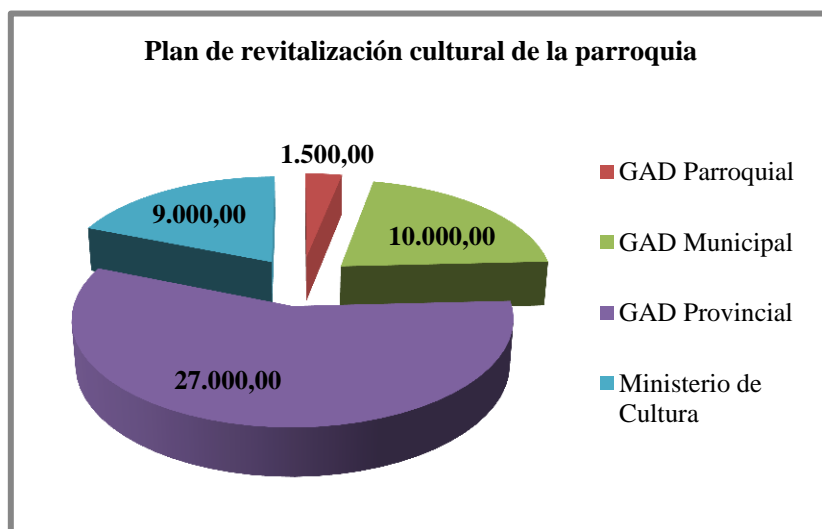
Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**j. Plan de revitalización cultural de la parroquia**

**Cuadro:** Presupuesto para el plan de revitalización cultural de la parroquia

<b>PROYECTO</b>	<b>GAD Parroquial</b>	<b>GAD Municipal</b>	<b>GAD Provincial</b>	<b>Ministerio de Cultura</b>
Plan de revitalización cultural de la parroquia	1.500,00	10.000,00	27.000,00	9.000,00

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-46:** Presupuesto para el plan de revitalización cultural de la parroquia

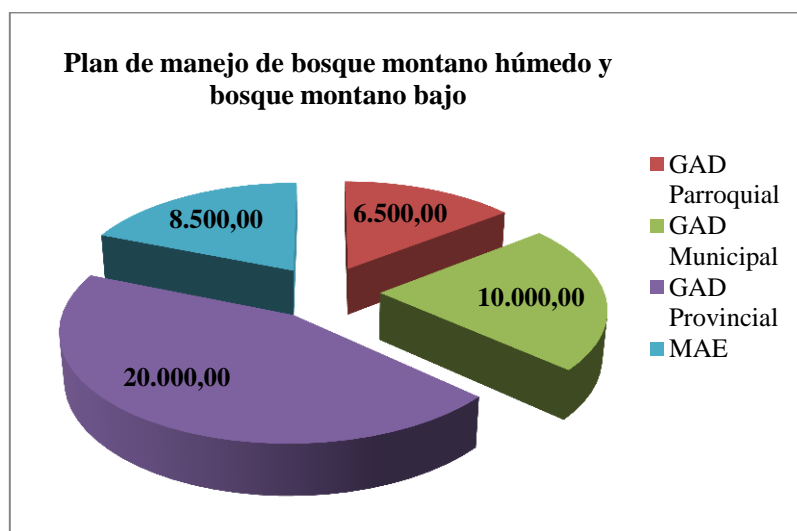
Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

**k. Plan de manejo de bosque montano húmedo y bosque montano bajo**

**Cuadro:** Presupuesto para el plan de manejo de bosque montano húmedo y bosque montano bajo

PROYECTO	GAD Parroquial	GAD Municipal	GAD Provincial	MAE
Plan de manejo de bosque montano húmedo y bosque montano bajo	6.500,00	10.000,00	20.000,00	8.500,00

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.



**Figura VI-47:** Presupuesto para el plan de manejo de bosque montano húmedo y bosque montano bajo

Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.

4. Resumen de programas, proyectos y presupuesto del plan de desarrollo

EJE	PROGRAMA	PROYECTO	FINANCIAMIENTO		
			INSTITUCIÓN	PRESUPUESTO DEL PROYECTO	PRESUPUESTO DEL PROGRAMA
GOBERNANZA	Coordinación interinstitucional para el turismo sostenible.	Coordinación interinstitucional para la gestión del turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre.	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de turismo	8500.00	8500.00
	Desarrollo de Alshi 9 de Octubre como destino.	Construcción de senderos para atractivos turísticos e implementación de señalética turística.	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de turismo	38800.00	38800.00

<b>Sistema de información estratégica para el turismo de Ecuador.</b>	Implementación de un sistema de registros estadísticos del turismo.	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de turismo	7670.00	7670.00
<b>Consolidación de la seguridad integra del turismo.</b>	Plan integral de seguridad para el turismo.	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de turismo Ministerio del Interior Ministerio de Salud Secretaría de Gestión de Riesgos	21050.00	21050.00

<b>MARKETING Y PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>	<b>Infraestructura básica.</b>	Evaluación para el mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico.	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de Turismo Ministerio de Obras Públicas	61900.00	61900.00
	<b>Desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario.</b>	Formación de líderes y promotores turísticos locales.	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de Turismo ESPOCH CORDUTCH FEPTCE	9480.00	9480.00
	<b>Estructuración del marketing turístico.</b>	Formulación del Plan de Marketing de la parroquia.	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de Turismo	83360.00	83360.00

<b>EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN DE RECURSOS HUMANOS</b>	<b>Desarrollo de capacidades de los recursos humanos para el turismo sostenible.</b>	Capacitación para prestadores de servicios turísticos	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de Turismo Ministerio de Salud ONG'S	9250.00	9250.00
<b>INVERSIONES Y GESTIÓN FINANCIERA</b>	<b>Apoyo a la microempresa turística sostenible y cadenas de valor.</b>	Capacitación para acceso a fuentes de financiamientos para el sector turístico e inversión y organización empresarial.	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de Turismo Ministerio del Ambiente Ministerio de Inclusión Económica y Social Corporación Financiera Nacional	6000.00	6000.00



<b>MEDIDAS TRANSVERSALES DE GESTIÓN SOCIO-CULTURAL Y AMBIENTAL PARA EL TURISMO SOSTENIBLE</b>					
<b>Medidas transversales del turismo en la gestión ambiental para la conservación y el manejo sostenible del patrimonio.</b>	<b>Medidas transversales de turismo para la gestión socio-cultural.</b>	Plan de revitalización cultural.	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de Turismo Ministerio Coordinador del Patrimonio Cultural Casa de la Cultura	47500.00	47500.00
		Plan de manejo de bosques de la parroquia.	GAD Provincial GAD Cantonal GAD Parroquial Ministerio de Turismo Ministerio de Ambiente	45000.00	45000.00

**Nota:** Investigación de campo de la parroquia Alshi 9 de Octubre, año 2016.









		<p><b>C3.A1:</b> Elaboración conjunta con la Policía Nacional del Plan Integral de Seguridad Turística de la parroquia.</p>		
		<p><b>C4.A1:</b> La Comisión de Turismo participa activamente como miembro de la UPR parroquial.</p>		
<p style="text-align: center;"><b>Gobernanza</b></p>	<p style="text-align: center;">Evaluación para el mejoramiento del abastecimiento de servicios básicos para el desarrollo turístico.</p>	<p><b>C1.A1:</b> Estudio técnico para ejecutar un plan de manejo de desechos sólidos en la parroquia.</p>	<p><b>Interno:</b> GAD Parroquial</p>	
		<p><b>C1.A2:</b> Se capacita a la población en el tratamiento de desechos sólidos y líquidos.</p>	<p><b>Externos:</b> Ministerio de Turismo Ministerio de Obras Públicas</p>	
		<p><b>C2.A1:</b> Estudio técnico para implementar sistemas de tratamiento de agua de consumo en el sector rural.</p>	<p>GAD Provincial GAD cantonal</p>	
		<p><b>C3.A1:</b> Estudio técnico y gestión para ampliar e implementar red de alcantarillado en sector rural y cabecera parroquial.</p>		
<p style="text-align: center;"><b>Gobernanza</b></p>	<p style="text-align: center;">Formación de líderes y promotores turísticos locales.</p>	<p><b>C1.A1:</b> Se socializa plan anual de capacitación de líderes y promotores de turismo en la parroquia.</p>	<p><b>Interno:</b> GAD Parroquial</p>	
		<p><b>C1.A2:</b> Gestiona cooperación con entidad capacitadora.</p>	<p><b>Externo:</b> Ministerio de Turismo</p>	
		<p><b>C1.A3:</b> Se asigna cupo y envía invitaciones a barrios y sectores rurales a inscribir a sus delegados.</p>	<p>ESPOCH CORDDTUCH</p>	











Los programas y proyectos son una planificación ordenada, coherente y secuencial del plan, puesto que fueron elaborados de acuerdo a las estrategias de cambio identificados para mitigar o reducir las amenazas o debilidades de acuerdo a los ejes del PLANDETUR 2020 (Gobernanza, Marketing y Promoción Turística, Educación y Capacitación de Recursos Humanos, Fomento de Inversiones y Gestión Financiera y Medidas Transversales de Gestión Socio Cultural y Ambiental para el Turismo Sostenible) que causan un impacto negativo para el desarrollo sostenible de la parroquia; a esto hay que sumarle que fueron tomadas en cuenta las opiniones de la Junta Parroquial, servidores turísticos, moradores de la parroquia mediante talleres, asambleas, entrevistas.

Por tal motivo el propósito de los programas y proyectos es identificar actividades concretas interrelacionadas y coordinadas entre sí, con el fin de satisfacer las necesidades o resolver problemas en beneficio de la población local.

## VII. CONCLUSIONES

- ✚ Se identificaron deficiencias que impiden el desarrollo turístico en los componentes que oferta la parroquia tales como: atractivos y actividades, infraestructura básica y planta turística, lo cual impide el desarrollo sostenible de la parroquia, por tal motivo la identificación de las líneas estratégicas de cambio, son necesarias para que la parroquia pueda encaminarse en la actividad turística y mejorar su calidad de vida.
  
- ✚ La parroquia Alshi 9 de Octubre cuenta con potencial turístico ya que por su situación geográfica privilegiada y siendo una zona de transición entre la Amazonía y Sierra; presenta ocho atractivos turísticos que corresponden a la jerarquía II, los cuales por si solos o en conjunto están en capacidad de interesar a visitantes del mercado interno, receptivo y en una menor proporción al mercado internacional.

La demanda potencial están interesados en conocer la parroquia sus atractivos y actividades que oferta, ya que al realizar el estudio de mercado se determinó que existe un nivel de aceptación con un porcentaje de 82.5%.

- ✚ Las políticas, objetivos y estrategias propuestas en el plan estratégico, genera una nueva mirada del turismo que no prioriza solo lo económico sino que promueve oportunidades con inclusión que conduzcan a la sostenibilidad y desarrollo local.
  
- ✚ El proyecto más importante, sin desmerecer la importancia de los demás, se consideró el de coordinación interinstitucional para la gestión del turismo de la parroquia Alshi 9 de Octubre y así ayudar a que se ejecuten todos los programas y proyectos, logrando mejorar el desarrollo del turismo en la parroquia, bajo un esquema de sostenibilidad, que elevan el nivel de competitividad de la oferta turística en el mediano plazo con el objetivo de generar beneficios económicos que se verán reflejados en mejorar la calidad de vida de la población. Los programas y proyectos van articulados dentro de los objetivos del Plan de turismo 2020, los planes de ordenamiento territorial tanto cantonal como parroquial, los planes operativos de la parroquia, lo cual va a garantizar que la hipótesis planteada se cumpla.

## VIII. RECOMENDACIONES

- ✚ Mediante la intervención de organismos e instituciones involucradas con la actividad turística implementar, mantener y evaluar facilidades e infraestructura, para así poder fortalecer la oferta parroquial que permitan la planificación y desarrollo mediante el uso racional de los recursos existentes para la estructuración de productos turísticos, de esta manera los turistas podrán disfrutar con mayor comodidad de los servicios, y por ende los servidores tendrán mayor posibilidad de potencializar su actividad.
- ✚ Crear interés en la población local para ponerlos en conocimientos que existen programas de negocios turísticos productivos propuestos por el Ministerio de Turismo en los que pueden participar en proyectos de emprendimientos micro empresariales, que buscan dar a los inversionistas las facilidades necesarias para que accedan a los créditos de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales, los mismos que tiene un seguimiento y se potencializan y fortalecen a través de capacitaciones permanentes y asesorías adecuadas.
- ✚ Se recomienda la ejecución del Plan de Desarrollo, ya que da paso a la dinamización de las actividades de la población local, al mejoramiento de las condiciones de vida, al aprovechamiento y conservación de los recursos culturales y sobre todo al posicionamiento de la imagen turística de la parroquia, involucrando a las diferentes las instituciones encargadas, con el fin de solventar los problemas que impiden el desarrollo equilibrado del territorio.
- ✚ Se recomienda que durante la ejecución del plan se realice una evaluación y seguimiento periódico del cumplimiento de las actividades para identificar los beneficio y avances en torno a lo planificado.
- ✚ Es recomendable la contratación de un técnico especializado en el área de turismo, que se responsabilice del monitoreo y ejecución de los procesos establecidos desarrollados en el plan, para garantizar su correcta implementación.

**IX. RESUMEN**

*L. Guadalupe*

**RESUMEN.**

La presente investigación propone: elaborar un plan de desarrollo de turismo sostenible para la parroquia Alshi 9 de Octubre, cantón Morona, provincia de Morona Santiago; mediante la utilización de técnicas de investigación bibliográfica, salidas de campo y trabajo de gabinete. El estudio cuenta de cuatro etapas: la primera, corresponde al diagnóstico de las características generales de la parroquia identificando vías de acceso, historia, servicios básicos, vivienda, salud, condiciones ambientales, flora fauna, hidrología y el análisis del turismo como sistema, en este último destaca la determinación del potencial turístico y el estudio de mercado. La segunda, construye el marco filosófico y estratégico del plan estableciéndose la filosofía (misión, visión, objetivos, políticas y estrategias) y los ejes de desarrollo. En la tercera se estructura la fase programática del plan para lo cual se ha propuesto un total de 11 proyectos, que encajan en 11 programas del PLANDETUR 2020, siendo su inversión total de \$ 338.510. En la cuarta se establece la planificación operativa para la implementación del plan, que consta de actividades que se realizaran en cada proyecto hasta el 2021. Finalmente se pretende contribuir al desarrollo de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir y PLANDETUR 2020 en un periodo de cinco años, con el objetivo de mejorar el desarrollo del turismo en la parroquia, bajo un esquema de sostenibilidad, que elevan el nivel de competitividad de la oferta turística en el mediano plazo con el objetivo de generar beneficios económicos que se verán reflejados en mejorar la calidad de vida de los habitantes.

**Palabras Claves:** desarrollo de turismo, turismo sostenible, oferta turística, potencial turístico.

**Por:** Cecilia Merchán



*P. P. SAGUO*  
*09 agosto 2016*  
*C. Merchán*

## X. SUMARY

### ABSTRACT

This research proposed: Develop a plan for sustainable tourism development for the parish of "Alshi 9 de Octube", Morona Canton, Province of Morona Santiago; by utilizing bibliographic techniques research, field and office work. The study has four stages: the first, it corresponds to the diagnosis of the general characteristics of the parish identifying access routes, history, basic services, housing, health, environmental conditions, flora and wildlife, hydrology and analysis of tourism as a system, and market research. The second, builds the philosophical framework and strategic philosophy of settling down (mission, vision, goals, policies and strategies) and the axes of development plan. In the third phase of the programmatic structure plan which has been proposed a total of 11 projects, which fit in 11 programs PLANDETUR 2020, with total investment \$ 338,510. In the fourth operational planning for the implementation of the plan is established, consisting of activities to be undertaken in each project until 2021. Finally it is to contribute to the development of the objectives of the National Plan for Good Living and PLANDETUR 2020 over a period of five years, with the aim of improving the development of tourism in the parish, under a framework of sustainability. That raise the level of competitiveness of the tourist offer in the medium term with the aim of generating economic benefits that will be reflected in improving the quality of life of the inhabitants.

**Key Words:** development of tourism, sustainable tourism, tourist offer, tourist potential.



## XI. BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. Á. (1999). *Turismo*. (Trillas, Ed.) Recuperado el 12 de marzo de 2015, de <http://www.fusda.org>: <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>
- Arboleda, G. (1998). *Formulación, evaluación y control* (2da ed.). Cali - Colombia: Cargraphics.
- Asociación de Monitores Medioambientales Almijara. (2008). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 22 de septiembre de 2015, de Definición de Turismo Sostenible: <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). *Crecimiento del Turismo Internacional*. Recuperado el 01 de Julio de 2016, de Banco Interamericano de Desarrollo: <http://www.iadb.org/es/temas/turismo/crecimiento-de-la-actividad-turistica-en-america-latina-y-el-caribe,3853.html>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2009). *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño*. Recuperado el 18 de septiembre de 2015, de [www.cepal.org](http://www.cepal.org): [http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual\\_planificacion\\_estrategica.pdf](http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estrategica.pdf)
- Fortalecimiento Integral de Turismo de Peru. (2008). *Conceptos Fundamentales de Turismo*. Recuperado el 24 de septiembre de 2015, de Guía Amazonas: [http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto\\_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Cantonal de Morona. (2015). *Plan de ordenamiento territorial cantonal de Morona*. Recuperado el 12 de 01 de 2016, de [www.morona.gob.ec](http://www.morona.gob.ec): [www.morona.gob.ec](http://www.morona.gob.ec)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Alshi 9 de Octubre. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial 2012-2021*. Recuperado el 21 de septiembre de 2015, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial 2012-2021: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1460016530001/PDyOT/01082013\\_170108\\_Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Orden.%20Territ.%20Alashi%209%20de%20Octub.%202011%202021.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1460016530001/PDyOT/01082013_170108_Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Orden.%20Territ.%20Alashi%209%20de%20Octub.%202011%202021.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Morona Santiago. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Morona Santiago* (Vol. I). Macas, Morona Santiago - Ecuador.
- Hernández, H. (2007). *Matriz de Causa y Efecto*. Recuperado el 24 de Octubre de 2015, de [www.icicm.com/files/MATRIZ\\_CAUSA\\_EFECTO.doc](http://www.icicm.com/files/MATRIZ_CAUSA_EFECTO.doc)



- Hidro Warm. (2014). *Estudio de Impacto y Plan de Manejo Ambiental* (Vol. I). Alshi 9 de Octubre, Morona Santiago, Ecuador.
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (Noviembre de 2012). *Análisis Sectorial de Turismo*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2015, de [www.proecuador.gob.ec: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC\\_AS2012\\_TURISMO.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf)
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2008). *Guía para la Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un Territorio*. Recuperado el 18 de septiembre de 2015, de [www.territorioscentroamericanos.org](http://www.territorioscentroamericanos.org): <http://www.territorioscentroamericanos.org/turismorural/Documentos%20compartidos/Gu%C3%ADa%20para%20elaborar%20el%20plan%20de%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20de%20un%20territorio.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Recuperado el 18 de 05 de 2015, de [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec): <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/sistema-integrado-de-consultas-redatam/>
- Instituto Nacional de Aprendizaje Núcleo de Turismo. (Mayo de 2002). *Material Didáctico*. (F. Berúdez, Ed.) Recuperado el 19 de septiembre de 2015, de <http://www.ina.ac.cr>: [http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo\\_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf](http://www.ina.ac.cr/documentos/turismo_aventura/GENERALIDADES%20DEL%20TURISMO.pdf)
- Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología. (2008). *Servicio Meteorológico*. Recuperado el 20 de 05 de 2015, de [www.serviciometeorologico.gob.ec](http://www.serviciometeorologico.gob.ec): <http://www.serviciometeorologico.gob.ec/programas-y-servicios/>
- Jáuregui, A. (2002). *Planeación de Mercadeo*. Recuperado el 10 de octubre de 2015, de Elementos básicos: <http://www.gestiopolis.com/planeacion-mercadeo/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (8va ed.). (P. Guerrero, B. Gutiérrez, Edits., & P. Education, Trad.) México - México: Pearson Education.
- Ley Orgánica de las Juntas Parroquiales Rurales. (2001). *Ley Orgánica de las Juntas Parroquiales Rurales*. Recuperado el 17 de Mayo de 2015, de Junta Parroquial Reglamento: <http://es.scribd.com/doc/49481515/regLAMENTO-DE-ley-organica-de-juntas-parroquiales#scribd>
- López, J. A., & Tamariz, N. (2009). *Participación Comunitaria para el Desarrollo*. (A. Simancas, Editor) Recuperado el 13 de octubre de 2015, de Participación Comunitaria para el Desarrollo: <http://www.sancristobal-tachira.gob.ve/files/files/CIUDAD%20PARTICIPATIVA/Gu+%C2%A1a%20DPC%20FINAL%20COR.pdf>

- Madrazo, L. M. (febrero de 2011). *La Gestión de la Demanda Turística como Concepto*. Recuperado el 15 de octubre de 2015, de La Gestión de la Demanda Turística como Concepto: <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/rmpc.pdf>
- Meza, R., Morales, C., & León, J. (2003). *Programa de Apoyo a la Implementación de Proyectos*. Recuperado el 25 de Octubre de 2015, de unpan1.un.org: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan033080.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2004). *Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos*. Recuperado el 20 de septiembre de 2015, de Gerencia Nacional de Recursos Turísticos: <https://es.scribd.com/doc/56382986/Metodologia-de-Inventario>
- Molina, S. (2013). *Administración de Empresas Turísticas*. Recuperado el 16 de octubre de 2015, de <http://administracion.realmexico.info>: <http://administracion.realmexico.info/2013/10/que-es-un-sistema-turistico.html>
- Morejón, K. (05 de Mayo de 2015). *Ecuador es el destino de mayor crecimiento de turismo de Sudamérica*. Recuperado el 02 de Julio de 2016, de <http://www.elciudadano.gob.ec>: <http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-es-el-destino-de-mayor-crecimiento-de-turismo-de-sudamerica/>
- Najera, E. (2007). *Diagnóstico Situacional*. Recuperado el 17 de octubre de 2015, de es.slideshare.net: <http://es.slideshare.net/kheiron/diagnostico-situacional>
- Observatorio de Europa. (1996). *Evaluar el Potencial Turístico de un Territorio*. Recuperado el 18 de septiembre de 2015, de [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu): <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/touris/metho.pdf>
- Organización de Naciones Unidas. (2003). *Congreso Interamericano de Turismo*. Recuperado el 06 de junio de 2016, Obtenido de <https://www.google.com.ec>: [https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBwQFjAA&url=https%3A%2F%2Fwww.oas.org%2Fes%2Fesre%2Fdai%2Fsociedad\\_civil%2FDocs%2FDocumento%2520conceptual%2520del%2520XIX%2520Congreso%2520Interamericano%2520de%2520Tu](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBwQFjAA&url=https%3A%2F%2Fwww.oas.org%2Fes%2Fesre%2Fdai%2Fsociedad_civil%2FDocs%2FDocumento%2520conceptual%2520del%2520XIX%2520Congreso%2520Interamericano%2520de%2520Tu)
- Organización Mundial de Turismo. (2014). *Turismo*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2015, de <http://www2.unwto.org>: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Ponce, H. (2007). *La Matriz FODA*. Recuperado el 19 de octubre de 2015, de [cneip.org](http://cneip.org): [http://cneip.org/documentos/revista/CNEIP\\_12-1/Ponce\\_Talancon.pdf](http://cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf)
- Rodríguez, J. (2007). *Guía de Elaboración de Diagnósticos*. Recuperado el 20 de octubre de 2015, de [www.cauqueva.org.a](http://www.cauqueva.org.a): <http://www.cauqueva.org.ar/archivos/gu%C3%ADa-de-diagn%C3%B3stico.pdf>
- Rojas, C. (2012). *Estudio de Mercado*. Recuperado el 21 de octubre de 2015, de [dspace.ups.edu.ec](http://dspace.ups.edu.ec): <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1387/4/CAPITULO%203.pdf>






Tapia, G. (2006). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 23 de octubre de 2015, de Introducción y Marco Financiero: file:///C:/Users/user/Downloads/585-1656-1-PB.pdf

Universidad de las Américas Puebla. (2008). *Mercado Turístico*. Recuperado el 20 de septiembre de 2015, de catarina.udlap.mx: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/morayta\\_r\\_m/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/morayta_r_m/capitulo2.pdf)


Universidad José Carlos Mariátegui. (2006). *Definición de Plan, Programa y Proyecto*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2015, de [www.bv.ujcm.edu.pe](http://www.bv.ujcm.edu.pe): [http://bv.ujcm.edu.pe/links/cur\\_AdmMarke/FormuProye-01.pdf](http://bv.ujcm.edu.pe/links/cur_AdmMarke/FormuProye-01.pdf)

## **XII. ANEXOS**

### **Anexo 1. Entrevista a los adultos mayores de la parroquia**

ENTREVISTA	
	Origen de la palabra Alshi
	Historia de la virgen de la Inmaculada Concepción
	Comida típica
	Plato representativo de la parroquia y su preparación
	Abastecimiento de productos

**Anexo 2.** Lista de personas adultas mayores visitadas (entrevistas)

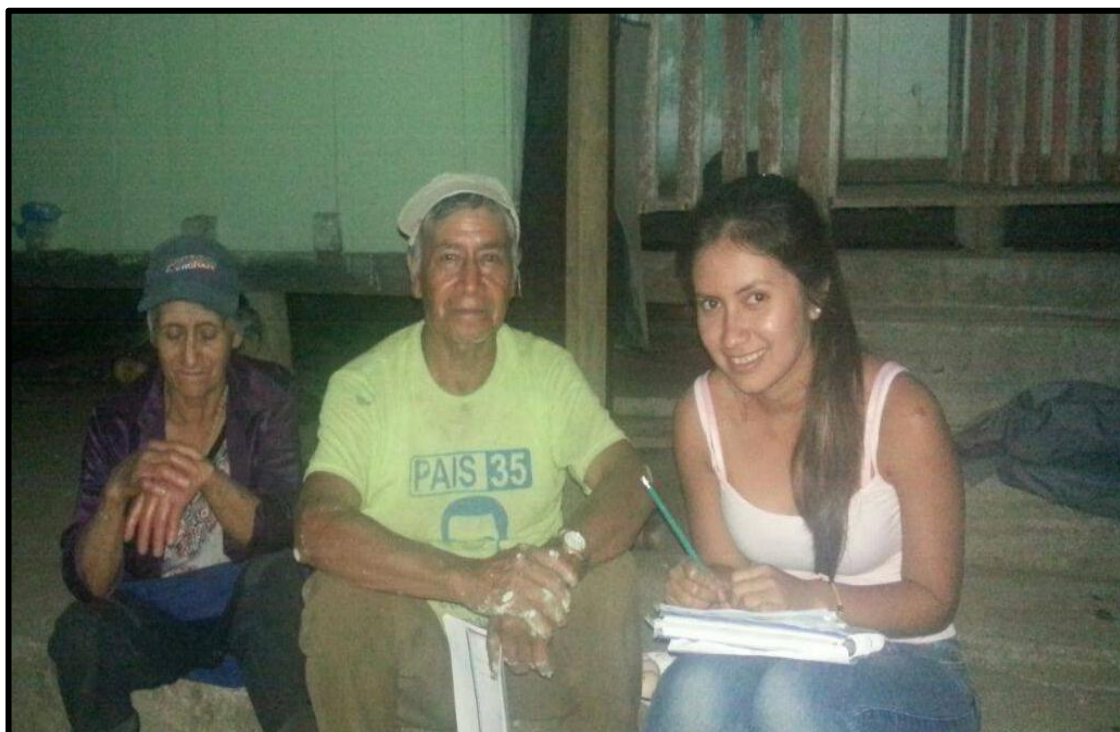

**GOBIERNO AUTONOMO  
DESCENTRALIZADO PARROQUIAL DE  
ALSHI 9 DE OCTUBRE**  
 Registro oficial N° 66 del 26 de enero de 1962.  
 RUC: 1460016530001

**ADULTOS MAYORES DE LA PARROQUIA**

ITEM	NOMBRE Y APELLIDO
1	Esther Vinza
2	Pablo Chacha
3	Dioselina Chacha
4	Juan Chucay
5	Ana vinza
6	Luis Felipe Artega
7	Elva Targelia Barba
8	Pablo Vinza
9	Ofelia Chacha
10	Valentin Chacha
11	Aida Chacha
12	Julia Hualpa
13	Miguel Vinza
14	Enriqueta Vinza
15	Elias Naula
16	Elias Chacha
17	Eloisa Chacha
18	Ermelinda Chacha Chamorro
19	Antonio Chacha
20	Teresa Paguay
21	Carmen Arteaga
22	Leonardo Vinza

Adultos visitados para las  
 entrevistas (recolectar información,  
 sobre el diagnóstico)


**Anexo 3.** Entrevista a personas adultas mayores.




**Anexo 4.** Taller con los actores principales para saber la problemática de la parroquia



**Anexo 5.** Modelo de cuestionario para turistas nacionales



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



Estimado. El objetivo del presente cuestionario es para conocer su interés en desarrollo turístico de la parroquia Alshi 9 de Octubre, cantón Morona, provincia de Morona Santiago, país Ecuador. La información proporcionada es confidencial y anónima.

**DATOS GENERALES**

1. Género                      Masculino \_\_\_\_\_                      Femenino \_\_\_\_\_

2. Edad \_\_\_\_\_

3. Lugar de procedencia/ ciudad \_\_\_\_\_

4. Nivel de Instrucción

Primaria \_\_\_\_\_                      Secundaria \_\_\_\_\_                      Superior \_\_\_\_\_                      Post grado \_\_\_\_\_

Ninguna \_\_\_\_\_

**ASPECTOS TURÍSTICOS**

5. ¿Con cuántas personas realiza sus viajes?

Solo \_\_\_\_\_                      3 a 5 \_\_\_\_\_                      Más de 5 \_\_\_\_\_

6. ¿Cuál es su motivación para realizar sus viajes?

Vacaciones \_\_\_\_\_                      Visita \_\_\_\_\_                      Negocio \_\_\_\_\_

7. ¿Cuántos días permanece en el lugar visitado?

1 \_\_\_\_\_                      2 \_\_\_\_\_                      3 \_\_\_\_\_                      Más de 3 \_\_\_\_\_

8. ¿Conoce usted la parroquia Alshi 9 de Octubre que cuenta con varios atractivos turísticos ubicado en el cantón Morona?

Sí \_\_\_\_\_                      No \_\_\_\_\_

9. ¿Le gustaría visitar la parroquia Alshi 9 de Octubre?

Sí \_\_\_\_\_                      No \_\_\_\_\_

10. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en la parroquia Alshi 9 de Octubre?

Observación de flora y fauna \_\_\_\_\_                      Trekking a cascadas \_\_\_\_\_                      Fiestas populares \_\_\_\_\_

Caminata a cueva del oso \_\_\_\_\_                      Campamento \_\_\_\_\_

11. ¿Qué servicios le gustaría que preste la parroquia de Alshi 9 de Octubre?

Hospedaje \_\_\_\_\_                      Alimentación \_\_\_\_\_                      Guianza \_\_\_\_\_                      Información turística \_\_\_\_\_

Transporte \_\_\_\_\_                      Venta de artesanías \_\_\_\_\_

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la visita a la parroquia Alshi 9 de Octubre?


\$5 a 10 \_\_\_\_\_                      \$10 a 15 \_\_\_\_\_                      Más de \$15 \_\_\_\_\_

13. ¿Qué medios de comunicación utiliza para obtener información turística?


Operadora o agencia de viajes \_\_\_\_\_                      Prensa escrita \_\_\_\_\_                      Guías de viaje \_\_\_\_\_                      Radio, TV \_\_\_\_\_                      Internet \_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**





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



**Dear!** The objective of this questionnaire is to gauge their interest in tourism development in the Alshi 9 de Octubre parish, Macas city, province of Morona Santiago, Ecuador country. The information provided is confidential and anonymous.

**GENERAL DATA**

- Gender**  
Male \_\_\_\_\_ Female \_\_\_\_\_
- Age** \_\_\_\_\_
- Place of origin / country** \_\_\_\_\_
- Level of Instruction**  
School \_\_\_\_\_ High school \_\_\_\_\_ University \_\_\_\_\_ Postgraduate \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**TOURIST ASPECTS**

- How many people make your travels?**  
Only \_\_\_\_\_ 3 to 5 \_\_\_\_\_ More of 5 \_\_\_\_\_
- What is your motivation for their trips?**  
Vacation \_\_\_\_\_ Visiting \_\_\_\_\_ Business \_\_\_\_\_
- How many days remain in the place visited?**  
1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ More of 3 \_\_\_\_\_
- Do you know the Alshi 9 de Octubre parish that has several tourist attractions located in the canton Morona?**  
Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- Would you like to visit the parish Alshi 9 de Octubre?**  
Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- What type of activities would you like to do in the parish Alshi 9 de Octubre?**  
Flora and fauna \_\_\_\_\_ Trekking to waterfall \_\_\_\_\_ Popular festivals \_\_\_\_\_  
Trek to the cave bear \_\_\_\_\_ Camp \_\_\_\_\_
- What services would you like to pay Parish Alshi 9 de Octubre?**  
Lodging \_\_\_\_\_ Food \_\_\_\_\_ Guidance \_\_\_\_\_ Tourist information \_\_\_\_\_  
Transport \_\_\_\_\_ Sale of handicrafts \_\_\_\_\_
- How much would you pay for a visit to the parish Alshi 9 de Octubre?**  
\$ 5-10 \_\_\_\_\_ \$ 10-15 \_\_\_\_\_ More of \$ 15 \_\_\_\_\_
- What media used to obtain tourist information?**  
Operator or travel agency \_\_\_\_\_ Print media \_\_\_\_\_ Guides \_\_\_\_\_ Radio, TV \_\_\_\_\_ Internet \_\_\_\_\_

**¡THANKS FOR YOUR HELP!**

Anexo 7. Ficha de inventario turístico MINTUR

**1. DATOS GENERALES**

<b>1.1 Encuestador:</b>	<b>1.2 Ficha N°</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b>
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b>	
<b>1.6 Categoría:</b>	
<b>1.7 Tipo:</b>	
<b>1.8 Subtipo:</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b>	<b>2.1 Provincia:</b>
<b>2.3 Parroquia:</b>	
<b>2.4 Latitud:</b>	<b>2.5 Latitud:</b>
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b>	
<b>4.2 Temperatura:</b>	
<b>4.12 Precipitación Pluviométrica:</b>	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
<b>4.8 Descripción del atractivo.</b>	
<b>4.9 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<b>4.10 Permisos y Restricciones</b>	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	

<b>5.1 Estado:</b>		
<b>1.5 Causas:</b>		
<b>6. ENTORNO</b>		
<b>6.1 Entorno:</b>		
<b>6.2 Causas:</b>		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b>	<b>7.2 Subtipo:</b>	
<b>7.3 Estado del sendero:</b>	<b>7.4 Transporte:</b>	
<b>7.5 Frecuencias:</b>	<b>7.6 Temporalidad d acceso:</b>	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
<b>9. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b>		
<b>9.2 Energía eléctrica:</b>		
<b>9.3 Alcantarillado:</b>		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>11.1 Difusión:</b>		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	e) Valor intrínseco	
	f) Valor extrínseco	
	g) Entorno	
	h) Estado de conservación y/o Organización	
<b>APOYO</b>	d) Acceso	
	e) Servicios	
	f) Asociación con otros atractivos	
<b>SIGNIFICADO</b>	e) Local	

	f) Provincial	
	g) Nacional	
	h) Internacional	
<b>TOTAL</b>		
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		