



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADOS
MAESTRÍA EN ECOTURISMO Y MANEJO DE ÁREAS NATURALES

TRABAJO DE GRADO

Análisis de la incidencia del turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, durante el período 2009-2014

**Tema de Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al
Grado de Magíster en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales**

Autor

PABLO RAÚL MANZANO INSUASTI

Director

Ing. Hernández Cevallos Remigio Edmundo, MAG

Quito, marzo del 2015

CERTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE DE AUTORÍA DE TRABAJO

Yo, Pablo Raúl Manzano Insuasti, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido presentado para ningún grado o calificación profesional.

Además y de acuerdo a la Ley de Propiedad Intelectual, el presente Trabajo de Investigación pertenecen todos los derechos a la Universidad Tecnológica Equinoccial, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente

Pablo Raúl Manzano Insuasti

C.I. 060329782-1

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el señor Pablo Raúl Manzano Insuasti previo a la obtención del Grado de Magíster en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales, considero que dicho Trabajo reúne todos los requisitos y disposiciones emitidas por la Universidad Tecnológica Equinoccial por medio de la Dirección General de Posgrados para ser sometido a la evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, a los 26 días del mes de marzo del 2015

Hernández Cevallos Remigio Edmundo, MAG

C.I

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi eterno guía en el fortuito caminar del tiempo.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial por nuevamente abrirme sus puertas.

Al Ing. Remigio Hernández, por su amistad y conocimiento ofrecido.

A la parroquia San Juan, mi tierra, mis raíces.

DEDICATORIA

A mi esposa, amiga y compañera, Angélica González. Una meta más cumplida!

A mis padres María, Raúl, Héctor y Rocío, para ustedes este logro.

A ti abuelita Flor, por nuevamente nunca dejarme solo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE DE AUTORÍA DE TRABAJO.....	ii
APROBACIÓN DEL DIRECTOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xviii
RESUMEN	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN	1
CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
JUSTIFICACIÓN.....	6
IDEA A DEFENDER	7
MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	8
Técnicas e Instrumentos	8
Fuentes primarias.....	8
Fuentes Secundarias	9
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10
El turismo comunitario: bases conceptuales	10
Desarrollo comunitario sostenible en base al turismo: una ventaja competitiva?..	13
CAPÍTULO I.....	16
1.Diagnóstico territorial de la parroquia San Juan.....	16
1.1 Condición socio-económica	16
1.1.1 Ubicación y extensión.....	16
1.1.1 Límites.....	17

1.1.2	Población.....	18
1.1.3	Salud	21
1.1.4	Vialidad.....	22
1.1.5	Servicios Básicos.....	24
1.1.6	Energía Eléctrica	25
1.1.7	Comunicaciones	26
1.1.8	Participación social	26
1.1.9	Participación de la mujer	27
1.2	Condición ecológico-ambiental	28
1.2.1	Características físicas del suelo	28
1.2.2	Hidrografía.....	30
1.2.3	Especies de flora	31
1.3	Condición político - Administrativa	34
1.3.1	Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Juan	34
CAPÍTULO II.....		36
2.Diagnóstico situacional turístico de la parroquia rural de San Juan.....		36
2.1	Análisis de oferta y actores turísticos.....	36
2.1.1	Atractivos turísticos.....	36
2.1.2	Planta Turística.....	37
2.1.3	Actores territoriales	38
2.2	Planificación.....	40
2.3	Matriz turística (FODA)	40
CAPÍTULO III.....		48
3.1	Emprendimientos turísticos durante el período 2009-2015.....	48
3.2	La junta parroquial y la inversión turística	51
3.3	Actores de la actividad turística	52
3.4	Encuesta a turistas nacionales (Anexo No. 1)	56
3.5	Encuestas a turistas extranjeros (Anexo No. 2)	73
3.7	Entrevistas	103
CAPÍTULO IV.....		105
4.1	Propuesta de planificación turística	105
4.2	Líneas de productos turísticos para la parroquia rural de San Juan	106
4.3	Misión	107

4.4	Visión	108
4.5	Líneas estratégicas de acción.....	108
4.5.1	Descripción de los componentes de las líneas de acción.....	108
4.5.2	Definición de proyectos incurrentes en las líneas de acción	110
4.5.2.1	Línea de acción No. 1: Fortalecimiento Organizacional	110
4.5.2.2	Línea de Acción 2: Fortalecimiento Cultural	118
4.5.2.3	Línea de Acción 3: Coordinación Institucional.....	128
4.5.2.4	Línea de Acción 4: Equidad de Género.....	132
4.5.2.5	Línea de Acción 5: Conservación Ambiental	138
4.5.2.6	Línea de Acción 6: Fortalecimiento del Sistema Turístico	150
4.3	Cronograma de ejecución	164
4.4	Presupuesto total	167
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	168
	CONCLUSIONES.....	168
	RECOMENDACIONES	170
	BIBLIOGRAFÍA	171
	ANEXOS.....	174

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1	17
Límites.....	17
Tabla 1.2	18
Población Económicamente Activa por segmentos de ocupación	18
Tabla 1.3	20
Composición étnica de la parroquia	20
Tabla 1.4	21
Comunidades parroquia San Juan	21
Tabla 1.5	21
Servicios de Salud.....	21
Tabla 1.6	23
Medios de transporte.....	23
Tabla 1.7	24
Servicios básicos.....	24
Tabla 1.8	25
Servicio de energía eléctrica	25
Tabla 1.9	26
Sistema de comunicaciones.....	26
Tabla 1.10	30
Zonas de Vida	30
Tabla 1.11	31
Flora	31
Tabla 1.12	33
Especies de Fauna.....	33
Tabla 1.13	35
Autoridades GADPR San Juan	35
Tabla 2.1	36
Ficha resumen de atractivos naturales y manifestaciones culturales.....	36
Tabla 2.2	37
Estrella del Chimborazo <i>Mountain Lodge</i>	37
Tabla 2.3	38
Unión de organizaciones campesinas de la parroquia San Juan (UCASAJ)	38

Tabla 2.4	38
Restaurant La Tertulia	38
Tabla 2.5	39
Matriz de actores	39
Tabla 2.6	41
Matriz FODA.....	41
Tabla 2.7	42
Matriz de valores de ponderación	42
Tabla 2.8	42
MATRIZ DE IMPACTO (Fortalezas).....	42
Tabla 2.9	43
MATRIZ DE IMPACTO (oportunidades).....	43
Tabla 2.10	43
MATRIZ DE IMPACTO (debilidades)	43
Tabla 2.11	44
MATRIZ DE IMPACTO (amenazas).....	44
Tabla 2.12	45
MATRIZ DE ACCIÓN (FOFA DODA), análisis Fortalezas/Oportunidades	45
Tabla 2.13	46
MATRIZ DE ACCIÓN (FOFA DODA), análisis Debilidades/Amenazas	46
Tabla 2.14	47
MATRIZ RESUMEN	47
Tabla 3.1	48
Especificaciones técnicas	48
Tabla 3.2	51
Inversión turística GAD parroquia San Juan,	51
Tabla 3.3	52
Población.....	52
Tabla 3.4	52
Universos	52
Tabla 3.5	53
Especificación muestral.....	53
Tabla 3.6	53

Turistas nacionales que visitan la RPFCH	53
Tabla 3.7	54
Turistas extranjeros que visitan la RPFCH.....	54
Tabla 3.8	56
Género	56
Tabla 3. 9	57
Edad.....	57
Tabla 3.10	58
Lugar de Procedencia	58
Tabla 3.11	59
Pregunta No. 1	59
Tabla 3.12	60
Pregunta No. 2	60
Tabla 3.13	61
Pregunta No. 3	61
Tabla 3.14	62
Pregunta No. 4	62
Tabla 3.15	63
Pregunta No. 5.....	63
Tabla 3.16	64
Pregunta No. 6.....	64
Tabla 3.17	65
Pregunta No. 7	65
Tabla 3.18	66
Pregunta No. 8	66
Tabla 3.19	67
Pregunta No. 9	67
Tabla 3.20	68
Pregunta No. 9	68
Tabla 3.21	69
Pregunta No. 9	69
Tabla 3.22	70
Pregunta No. 9	70

Tabla 3.23	71
Pregunta No. 10	71
Tabla 3.24	72
Pregunta No. 11	72
Tabla 3.25	73
Gender	73
Tabla 3.26	74
Age	74
Tabla 3.27	75
Country.....	75
Tabla 3.28	76
Question No. 1	76
Tabla 3.29	77
Question No. 2	77
Tabla 3.30	78
Question No. 3	78
Tabla 3.31	79
Question No. 4	79
Tabla 3.32	80
Question No. 5	80
Tabla 3.33	81
Question No. 6	81
Tabla 3.34	82
Question No. 7	82
Tabla 3.35	83
Question No. 8	83
Tabla 3.36	84
Question No. 9	84
Tabla 3.37	85
Question No. 9	85
Tabla 3.38	86
Question No. 9	86
Tabla 3.39	87

Question No. 9	87
Tabla 3.40	88
Question No. 10	88
Tabla 3.41	89
Question No. 11	89
Tabla 3.42	90
Género	90
Tabla 3.43	91
Edad	91
Tabla 3.44	92
Pregunta No. 1	92
Tabla 3.45	93
Pregunta No. 2	93
Tabla 3.46	94
Pregunta No. 3	94
Tabla 3.47	95
Pregunta No. 4	95
Tabla 3.48	96
Pregunta No. 5	96
Tabla 3.49	97
Pregunta No. 6	97
Tabla 3.50	98
Pregunta No. 7	98
Tabla 3.51	99
Pregunta No. 8	99
Tabla 3.52	100
Pregunta No. 9	100
Tabla 3.53	101
Pregunta No. 10	101
Tabla 3.54	102
Pregunta No. 11	102
Tabla 4.1	107
Productos turísticos aplicables en la parroquia de San Juan	107

Tabla 4.2	109
Componentes de líneas de acción	109
Tabla 4.3	110
Proyecto 1: Socializaciones de la actividad turística a nivel comunitario	110
Tabla 4.4	112
Proyecto 2: Elaboración de reglamentos para el fortalecimiento de las actividades turísticas	112
Tabla 4.5	114
Proyecto: Legalización de emprendimientos de turismo comunitario	114
Tabla 4.6	116
Proyecto: Talleres de capacitación comunitaria	116
Tabla 4.7	118
Proyecto: Construcción de un centro cultural	118
Tabla 4.8	120
Proyecto: Fortalecimiento de la Cadena Productiva. Enfoque artesanías	120
Tabla 4.9	122
Proyecto: Revitalización cultural	122
Tabla 4.10	124
Proyecto: Rescate de Juegos tradicionales	124
Tabla 4.11	126
Proyecto: Talleres de capacitación	126
Tabla 4.12	128
Proyecto: Coordinación y Alianzas Público Privadas	128
Tabla 4.13	130
Proyecto: Talleres de capacitación	130
Tabla 4.14	132
Proyecto: género y masculinidades	132
Tabla 4.15	134
Proyecto: Participación de las mujeres	134
Tabla 4.16	136
Proyecto: Investigación e indicadores sociales de la mujer	136
Tabla 4.17	138

Proyecto: Políticas, códigos de conducta y manual de buenas prácticas ambientales	138
Tabla 4.18	140
Proyecto: Campañas de sensibilización de los recursos naturales	140
Tabla 4.19	142
Proyecto: Estudio de la diversidad en flora y fauna.....	142
Tabla 4.20	144
Proyecto: Talleres de capacitación en temas ambientales.....	144
Tabla 4.21	146
Proyecto: Uso de energía renovable	146
Tabla 4.22	148
Proyecto: Viveros Comunitarios	148
Tabla 4.23	150
Proyecto: Actualización del inventario de atractivos turísticos	150
Tabla 4.24	152
Proyecto: Formación de promotores turísticos	152
Tabla 4.25	154
Proyecto: Mapa turismo comunitario (Anexo No. 6)	154
Tabla 4.26	156
Proyecto: Adecuación de espacios públicos	156
Tabla 4.27	158
Proyecto: Brigada de primeros auxilios.	158
Tabla 4.28	160
Proyecto: Plan de Marketing	160
Tabla 4.29	162
Proyecto: Señalización Turística (Anexo No. 7)	162
Tabla 4.30	164
Primer año.....	164
Tabla 4.31	165
Segundo año.....	165
Tabla 4.32	166
Tercer año.....	166
Tabla 4.33	167

Presupuesto	167
-------------------	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: Ubicación y extensión	17
Figura 1.2: Límites parroquia rural San Juan	18
Figura 1.3: Población Económicamente Activa por segmentos de ocupación	19
Figura 1.4: Población degradada por sexo y grupos de edad	19
Figura 1.5: Composición étnica de la parroquia	20
Figura 1.7: Vialidad	23
Figura 1.8: Servicios Básicos	24
Figura 1.9: Servicio de energía eléctrica	25
Figura 1.10: Tipología de suelos	29
Figura 1.11: Hidrografía.....	30
Figura 1.12: Estructura Orgánico Funcional del GADPR San Juan	35
Figura 3.1: Inversión turística	51
Figura 3.2 Género	56
Figura 3.3 Edad.....	57
Figura 3.4 Lugar de Procedencia	58
Figura 3.5 Pregunta No. 1	59
Figura 3.6 Pregunta No. 2	60
Figura 3.7 Pregunta No. 3.....	61
Figura 3.9 Pregunta No. 4	62
Figura 3.10 Pregunta No. 5	63
Figura 3.11 Pregunta No. 6	64
Figura 3.12 Pregunta No. 7	65
Figura 3.13 Pregunta No. 8	66
Figura 3.14 Pregunta No. 9	67
Figura 3.15 Pregunta No. 9.....	68
Figura 3.16 Pregunta No. 9	69
Figura 3.17 Pregunta No. 9.....	70
Figura 3.18 Pregunta No. 10	71

Figura 3.19 Pregunta No. 11	72
Figura 3.20 Gender	73
Figura 3.21 Age.....	74
Figura 3.22 Country.....	75
Figura 3.23 Question No. 1	76
Figura 3.24 Question No. 2	77
Figura 3.25 Question No. 3	78
Figura 3.26 Question No. 4	79
Figura 3.27 Question No. 5	80
Figura 3.28 Question No. 6	81
Figura 3.29 Question No. 7	82
Figura 3.30 Question No. 8	83
Figura 3.31 Question No. 9	84
Figura 3.32 Question No. 9	85
Figura 3.33 Question No. 9	86
Figura 3.34 Question No. 9	87
Figura 3.35 Question No. 10	88
Figura 3.36 Question No. 11	89
Figura 3.37 Género	90
Figura 3.38 Edad.....	91
Figura 3.39 Pregunta No. 1	92
Figura 3.40 Pregunta No. 2	93
Figura 3.41 Pregunta No. 3	94
Figura 3.42 Pregunta No. 4	95
Figura 3.43 Pregunta No. 5	96
Figura 3.44 Pregunta No. 6	97
Figura 3.45 Pregunta No. 7	98
Figura 3.46 Pregunta No. 8	99
Figura 3.47 Pregunta No. 9	100
Figura 3.48 Pregunta No. 10	101
Figura 3.49 Pregunta No. 11	102
Figura 4.1: Líneas de acción del Plan de Desarrollo de Turismo comunitario.....	108

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.1: Subcentro de Salud.....	22
Ilustración No. 1.2: Energía Eléctrica (zona Guabug)	25
Ilustración No. 1.3: Infocentro.....	26
Ilustración No.1.4: Talleres de inclusión social de la mujer	28
Ilustración 1.5:Flora (chuquirahua) Ilustración 1.6: Producción de papa ..	32
Ilustración 1.7: Fauna (alpacas)	33
Ilustración 1.8: Fauna (lobo de páramo, zona Reserva de Fauna Chimborazo) ...	34
Ilustración 1.9: Sede Junta Parroquial.....	35
Ilustración No. 3.1: Habitaciones Hostería Dream Garden Lodge.....	50

RESUMEN

La necesidad de involucramiento social, ha motivado a cada ente humano a investigar varias formas de relacionarse con los demás de su especie, donde el contacto con la naturaleza permita ser una conexión viable en su proceso; ante esto, la actividad turística resulta ser idónea y atractiva, por cuanto utiliza los elementos localizados en el entorno ambiental evitando su alteración, tomando en consideración adicional que el desarrollo turístico se efectúa por medio de la participación de varios actores, siempre y cuando ésta sea coherentemente administrada, exclusivamente participativa y estructuralmente planificada.

El presente proceso investigativo que involucra una propuesta y desarrollo de proyectos turístico-sostenibles, se ha efectuado por medio de un trabajo cohesionando al sector privado, público, comunidad y turistas, quienes, a través de su participación activa, permitieron establecer lineamientos para que la parroquia rural de San Juan se dé a conocer como un referente turístico en la zona centro del país, donde se pueda vivir experiencias comunitarias, complementadas con la belleza escénica de un entorno andino.

Cada una de las ideas se originaron a través de un análisis situacional previo, las mismas que dieron como efecto el planteamiento de líneas de acción, programas y proyectos que, esquematizados en un plan de desarrollo de turismo comunitario, permiten orientar un adecuado desarrollo de la actividad turística en la parroquia, imperando en el nivel participativo de cada uno de sus habitantes, amparados en el cuidado del recurso natural, y potenciar la esencia cultural Puruhá, lo cual, se enmarca en términos de sostenibilidad bajo la premisa del Buen Vivir.

Palabras clave: análisis, turismo, plan, comunitario

ABSTRACT

The need for social involvement, has motivated every human being to investigate various ways of relating to others of its kind, where contact with nature could be a viable connection process; at this, tourism appears to be suitable and attractive, because uses the elements located in the nature, avoiding any alteration, taking into additional consideration that tourism development is carried out through the participation of several actors, provided it is coherently managed exclusively participatory and structurally planned.

This investigative process involving a proposal and development of sustainable tourism-projects have been effected by means of a cohesive work to private, public, community and tourists, who, through their active participation allowed to establish guidelines for the rural parish of *San Juan* itself known as a tourist landmark in the center of the country, where they can live community experiences, supplemented by the scenic beauty of an Andean environment.

Each of the ideas originated by a previous situation analysis, the same that gave the effect of approach lines of action, programs and projects that schematized in a development plan of community-based tourism guide allow proper development of the tourism in the parish, to prevail in the participatory level of each of its inhabitants, covered in the care of natural resources, and enhance the cultural essence Puruhá, which is framed in terms of sustainability under the premise of Good Living.

Key words: development, community-based tourism,

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la alternatividad que presenta la actividad turística en relación a su variada oferta permite cubrir todo tipo de expectativas, donde, implícitamente, se desea impulsar a un turismo consciente y amigable con el ambiente, el cual se adecúe de forma planificada e inclusiva.

Ésta planificación permite generar una oferta competitiva en ciudades y sitios que contemplen al turismo como una fuente potencial de ingresos, por cuanto, las necesidades y exigencias del mercado son cada vez más altas, es por ello que la recurrencia de encontrar sitios de práctica de turismo alternativo y social, se contempla en una estrategia óptima para dinamizar la actividad, lo cual, a través de un adecuado manejo, el turista podrá recomendar las experiencias vividas y las amistades generadas.

Consecuentemente, el desarrollo de la presente investigación se contextualiza en la parroquia rural de San Juan, un entorno de características altoandinas, ubicada en la zona noroccidental de la provincia de Chimborazo (Gobierno Autónomo descentralizado de la parroquia San Juan, 2011), con el objeto de analizar la situación histórica de la evolución de la actividad turística en la zona, a fin de generar una herramienta que permita contemplar al turismo como un ente dinamizador de la economía local.. El trabajo investigativo se estructura de la siguiente forma:

El primer capítulo proporciona un diagnóstico territorial de la parroquia rural de San Juan, en base a tres condicionantes: socio-económico, ecológico-ambiental y político-administrativo, lo cual, genera una idea global referente a esta zona.

El segundo capítulo presenta un diagnóstico relacionado al proceso evolutivo de la actividad turística desarrollada en la parroquia, sus actores, presencia en el mercado a través de oferta y demanda, analizada en el período 2009-2014, así como un estudio participativo referente a la identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, propuestas a través de

talleres y mesas de concertación, de lo cual, se generan estrategias para delinear alternativas de planificación turística de San Juan.

En el tercer capítulo se analiza los gustos y preferencias de turistas nacionales y extranjeros que, potencialmente, optarán por adquirir servicios en la parroquia; así como el proceso de gestión turística que ha efectuado el gobierno parroquial en su jurisdicción.

El cuarto capítulo corresponde a la estructuración de una propuesta de planificación turística, la misma que, bajo términos de sostenibilidad y enmarcada en el Buen Vivir, se compuso de seis líneas de acción con sus respectivos proyectos, los mismos que, de acuerdo al nivel de prioridad, serán ejecutados con la ayuda del GAD parroquial, la empresa privada, y, direccionado a lograr un beneficio general para los habitantes de San Juan.

Finalmente se establecen conclusiones y recomendaciones del caso, las mismas que permitirán sugerir nuevos estudios y continuar dinamizando la actividad turística en la parroquia rural de San Juan.

CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

La parroquia rural de San Juan se encuentra ubicada en la zona altoandina de la región noroeste del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, con un rango altitudinal oscilante entre los 2980 a 3010 msnm; posee un clima frío relacionado directamente con el ecosistema de páramo, presentándose un nivel considerable de pluviosidad entre los meses de Octubre a Marzo. (Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Juan [GAD San Juan], 2011, p.25).

El GAD San Juan asignó a la zona el *slogan* de “Guardiana del Chimborazo”, por cuanto su medio natural y escenográfico realzan zonas de impacto potencial turístico; montes como el Shobol Urku, Yana Urku, junto al imponente Chimborazo, la forma de vida de los sanjuaneños y puruháes, identificada por su forma de producción orgánica, y tradición andina, definen de este lugar como un eje central para el desarrollo de actividades turísticas alternativas, centrando al turismo comunitario, agroturismo, y turismo rural como potenciales alternativas que dinamicen la economía de la zona y sean atractivas formas de atraer demanda.

En la jurisdicción de la parroquia, no han existido estudios previos que refieran al turismo como un eje potencial de dinamización económica de la zona, por cuanto, al ser una actividad subvalorada y no estimada, ha sido relegada durante el transcurso del tiempo sin tener trascendencia alguna. En el año 2011, el GAD de San Juan, bajo la dirección del Sr. Tobías Ati, presidente de la junta parroquial, considera la inclusión del turismo como eje potencial de producción para la parroquia, aún así, la desvalorización de estudios inherentes al tema, ha generado un olvido y desestimación de ésta actividad frente a la producción agrícola, ganadera y láctea, que, actualmente, son la fuente económica de la zona.

De acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia San Juan (2011), las causas por las que el turismo es desestimado en la parroquia se centra en la limitada gestión y funcionamiento del actual sistema turístico que

además se contempla como una actividad productiva de la parroquia. El inadecuado manejo de un sistema de gestión turístico tiene consecuencias en distintos niveles, lo cual se refleja en la realidad de San Juan: a nivel nacional retrasa la promoción de atractivos naturales y culturales que tiene el entorno, limita el reconocimiento de la planta turística dispuesta a ser ofertada en la población y genera una ineficiente calidad relacionada a la atención al cliente y a nivel interno, referido a la gestión del gobierno parroquial de San Juan, uso de recursos destinados para la gestión del turismo en otras áreas, así como la escasa capacitación para generar programas y proyectos relacionados con el este sector.

Actualmente, la actividad del turismo se ha visto limitada por un trabajo segmentado únicamente por la Unión de Comunidades Campesinas de la Parroquia San Juan (UCASAJ), quienes en un grupo de 12 familias, realizan esta actividad de manera intermitente, por cuanto, no poseen un nivel técnico adecuado para la prestación de servicios.

Tomando en consideración a UCASAJ y su delimitado flujo de turistas, la parroquia rural de San Juan adicionalmente, posee 4 comunidades que contemplan al turismo como actividad alternativa para sus ingresos (Cantarilla, Calera Shobol Pamba, San Pablo Pulingui y Chorrera Mirador), las mismas que se ven envueltas en la limitada difusión y masificación de su oferta ante mercados potencialmente atractivos que desean optar por nuevas formas de conocer un país, vivir su cultura y compartir sus experiencias.

De acuerdo a esta contextualización, se estima recurrente formular la siguiente interrogante: ¿Es la escasa capacidad técnica, provocada por el desconocimiento del GAD y de la población de la parroquia rural de San Juan en temas de planificación turística, lo que conllevó a una desvalorización del turismo como potencial fuente de dinamización sostenible durante el período 2009-2014?, a su vez, se considera ramificar tres preguntas que permiten dimensionar la existencia de la problemática a solucionar:

¿Cómo la limitada oferta de servicios turísticos de la parroquia rural de San Juan generó desinterés de visita por parte de turistas nacionales y extranjeros?

¿Qué acciones realizó el GAD de la parroquia San Juan para fomentar el desarrollo económico y turístico en su zona de influencia?

¿Cuáles son las características que identifican a la parroquia rural de San Juan como un potencial eje dinamizador de la actividad turística?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Analizar la incidencia del turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan, cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, durante el período 2009 - 2014

Objetivos específicos

- a) Elaborar un diagnóstico histórico, durante el período 2009-2014, sobre los procesos de planificación turística que ha desarrollado el GAD parroquial en beneficio de sus habitantes.
- b) Identificar el impacto generado en los habitantes de la parroquia rural de San Juan con relación a la actividad turística y su nivel de inserción en la economía local.
- c) Diseñar un instrumento de planificación que sirva como herramienta para el establecimiento de líneas estratégicas de gestión turística para la parroquia rural de San Juan.

JUSTIFICACIÓN

Por su estratégica ubicación, la parroquia rural de San Juan es considerada como una zona potencial de desarrollo turístico, comprendiéndose como tal, a las actividades que en ella se pueden realizar, como son: ecoturismo, turismo comunitario, agroturismo, agroecoturismo, entre otras, lo cual, han generado un interés participativo de actores quienes desean insertarse en estas modalidades de emprendimientos bajo términos sustentables; asimismo, esta zona de la provincia de Chimborazo posee características únicas que complementan una potencial oferta turística: paso obligado hacia el Nevado Chimborazo y los atractivos culturales que lo rodean, fiestas y manifestaciones culturales de la nacionalidad Puruhá, presencia de extensos pastizales destacados por una variedad de colores y la posibilidad de realizar una variedad de actividades comprendidas dentro del turismo de aventura (*biking, trekking, montañismo*).

En los últimos 5 años, la considerable desestimación y no planificación del turismo ha motivado que los habitantes de la parroquia posean desinterés en generar emprendimientos inherentes al tema, y a su vez al Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia, en invertir recursos para potencializar otras fuentes de ingreso como la agricultura y ganadería especialmente.

Es por ello que la presente investigación pretende profundizar un análisis centrado entre los años 2009 y 2014, que determine las causales por las que el gobierno parroquial, la población y empresa privada han desestimado al turismo como fuente generadora de recursos sostenibles en la zona, lo cual, conlleve a un planteamiento de lineamientos estratégicos sobre los cuales, el turismo sea visualizado como una estructura generadora de programas y proyectos, basado en un nivel de planificación inclusivo con beneficios directamente relacionados para la parroquia, permitiendo proyectar a la misma como un destino turístico clave de la provincia de Chimborazo.

Por ser ésta una investigación pionera en la zona noroeste del cantón Riobamba, existe un interés latente por parte del GAD parroquial ya que al

diseñar una propuesta de planificación del turismo, se amalgaman objetivos establecidos en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (POT) para que éstos sean ejecutados a través de la activa participación de los pobladores, quienes serán los principales beneficiarios y los promotores de una actividad que se encuentra en constante crecimiento en el país.

El aporte de la presente investigación pretende centrar su importancia en tres ejes primordiales: la inclusión social y trabajo mancomunado entre actores públicos y privados; la estimación del turismo como eje dinamizador de la economía local; y la generación de procesos de capacitación, direccionados para los pobladores de la parroquia, quienes serán los directos beneficiarios de los resultados de la presente investigación, permitiendo incrementar el volumen de visitas a la zona y organizando la actividad turística de forma sistemática. Asimismo, el proceso investigativo se desarrollará bajo estándares de sostenibilidad, impulsando a concienciar la conservación ambiental, a socializar, respetar y compactar ideas entre los diferentes involucrados con respecto al desarrollo del turismo en la zona y a motivar al planteamiento y ejecución de proyectos inclusivos turísticos, que permitan identificar a ésta actividad como una potencial fuente generadora de recursos y dinamizadora de la economía.

IDEA A DEFENDER

El análisis de la incidencia del turismo en la parroquia rural de San Juan durante el período 2009-2014, establecerá lineamientos estratégicos de gestión lo cual incentive al GAD y a sus habitantes al desarrollo de proyectos turísticos sostenibles.

MÉTODOLÓGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo se tomará en consideración las siguientes modalidades investigativas:

Documental.- Se realizará un análisis de información escrita relacionada con el tema, a través del uso de libros, estadísticas, documentos, informes que otorguen datos a emplear en el desarrollo del trabajo.

Descriptiva.- Se identificarán características de la población de la parroquia San Juan, sus cualidades, atributos y medios de vida.

Estudio de caso.- Se analizará al universo de la población económicamente activa de la parroquia rural de San Juan en base a aspectos socioeconómicos, donde se diagnostique al turismo comunitario como una potencial fuente generadora de recursos.

Técnicas e Instrumentos

Para el desarrollo investigativo, se contempla utilizar el levantamiento de información primaria y secundaria, detallada a continuación:

Tabla 1
Fuentes primarias

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Entrevista	Cuestionario estructurado
Observación	Libreta de campo
Encuesta	Cuestionario estructurado

Fuente: Pablo Manzano

Tabla 2
Fuentes Secundarias

Técnicas	Instrumentos
<p>Relacionadas con la investigación estadística:</p> <p>a) Estadística referente a la población económicamente activa de la parroquia rural de San Juan, efectuada en el censo realizado el año 2011.</p> <p>b) Estadísticas de los último 5 años referentes a la demanda turística que visitó la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo (2009-2014), obtenida a través de la Dirección Provincial del Ambiente de Chimborazo (MAE Chimborazo).</p>	<p>a) <i>Entrevista</i>.- efectuada a: Representantes del gobierno parroquial Empresarios privados turísticos</p> <p>b) <i>Encuesta</i>.- realizada a tres segmentos:</p> <p><i>Turistas nacionales</i>.- para conocer su nivel de satisfacción, gusto y preferencias relacionados a los prestadores de servicios turísticos comunitarios a nivel nacional y los anhelados en la parroquia.</p> <p><i>Turistas extranjeros</i>.- identificar la clase de servicios a recibir en la parroquia, así como los medios predilectos de promoción.</p> <p><i>Población económicamente activa</i>.- conocer su nivel de expectativa al momento de incluirse en actividades de turismo comunitario en la parroquia, a su vez, indagar sobre el nivel de interés que posee el GAD parroquial en relación a la realización de proyectos turísticos en el área.</p>

Fuente: Pablo Manzano

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Con objeto de sustentar en bases teóricas la presente investigación, se ha contemplado enunciar ciertas teorías y criterios de autores y textos así como su interpretación por parte del investigador:

El turismo comunitario: bases conceptuales

Existen varias conceptualizaciones referentes a la idea de concebir al turismo comunitario. Murphy (1985) es quien adopta en una primera instancia el concepto de turismo comunitario, en su trabajo relacionado con empresas de negocios y organizaciones de turismo, descubrió que existe una voluntad latente de estos grupos con la comunidad en general, con el fin de lograr un tipo de comunidad y calidad de vida que puede ser disfrutada por todos. Asimismo, “la participación de la comunidad en iniciativas de turismo es central para todas las definiciones, desde negocios individuales o cooperativos hasta alianzas conjuntas empresariales entre la comunidad y el sector privado” (García & Font, 2013).

De acuerdo a la *World Wide Fund for Nature* (WWF, 2001), el turismo comunitario corresponde a una subclasificación del ecoturismo, la cual se especializa en conservar ambientes naturales a largo plazo, manteniéndose la biodiversidad y la diversidad cultural de los destinos, motivando a su control y manejo a través de las poblaciones locales. A su vez, el desarrollo del turismo comunitario se propone dentro del contexto del desarrollo sustentable” (World Tourism Organization [UNWTO], 2008), en efecto, Taleb Rifai, Secretario General de la UNWTO manifestó que:

El turismo sólo puede prosperar si se dedica a la población local, contribuyendo a los valores sociales como la participación, la educación y la gobernanza local mejorada. Al mismo tiempo, no puede haber un desarrollo turístico real si tal desarrollo daña los valores y la cultura de las comunidades de acogida o si los beneficios socioeconómicos generados por el sector turístico no se alcancen a nivel de la comunidad.

The Mountain Institute (2000), define al *community – based tourism* (CTB) como: “el describir una variedad de actividades que animan y apoyan una amplia gama de objetivos en materia de desarrollo económico, social y de conservación”, estimando ya la concepción de tres ejes, los cuales generan el principio de sostenibilidad.

Otro concepto manejado por la *Responsible Ecological Social Tours Project* (REST) (2003), refiere al CBT como:

...el turismo hace hincapié en la sostenibilidad del medio ambiente y la sociedad. Las decisiones se toman por la comunidad y los programas son gestionados por la comunidad y para la comunidad, para que ellas mismas sean las dueñas de los programas y tengan derechos sobre la forma en que se los gestiona, con el propósito de fomentar la sostenibilidad y que permita el aprendizaje de los visitantes en las comunidades. (REST, 2003)

En el Ecuador, la idea de turismo comunitario nace con la creación de la “*Ley de turismo No. 97*” (2002), donde estipula y reconoce las operaciones turísticas comunitarias y a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como su interlocutor colectivo. (Ruiz & Solis, 2012), aún así, su definición no se encuentra completamente clara.

La mencionada tipología del turismo se encuentra en desarrollo paulatino; de acuerdo a la FEPTCE (2007), el concepto de turismo comunitario implica la relación comunitaria con los visitantes, enfocada bajo una visión intercultural para la estructuración de viajes organizados. El fomento de la actividad turística bajo el respaldo de ésta organización, ha implicado el desarrollo de al menos 100 proyectos turísticos comunitarios en zonas de vulnerabilidad prioritaria, así, se menciona a Guarguallá y Pulinguí San Pablo en la provincia de Chimborazo, Salinas de Tomabela en Bolívar, Yunguilla en Pichincha, entre otros, las mismas que sirven de evidencia fehaciente en el compromiso de impulsar la difusión

cultural desde una perspectiva turística sostenible (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario [FEPTCE], 2002).

En efecto, Ramos refiere al turismo y su relación con la comunidad como:

...las organizaciones que efectúan actividades relacionadas con el turismo y sus ramificaciones, consideran al mismo como un eje dinamizador de la economía comunitaria, enmarcado en términos de sostenibilidad y desarrollo. (Ramos, 2012, p. 113).

Evidentemente se aprecia que los elementos recurrentes en parámetros sostenibles deben ser necesariamente estimados al momento de efectuar una actividad turística, la misma que no debe optar por una selección individual de beneficios particulares.

Asimismo, Ramos (2012), estima que: “el aumento del costo de vida, la dependencia económica, la deslealtad competitiva y la exclusión social, son las consecuencias de impactos económicos negativos relacionados a la actividad turística.”

Ante esta situación Zárate (2007) manifiesta que los procesos de capacitación a las comunidades en áreas relacionadas con el turismo deben ser formativos y no informativos, lo cual genere un sentido de pertenencia y motive a una masiva participación de los actores directos beneficiados de ésta actividad, estructurando metodológicamente las características distintivas de un escenario intervenido, ya que la necesidad de atención debe ser equitativamente repartidas de forma general con la misma especificidad que en zonas particulares.

Adicionalmente, Montero (2007), estima a la participación comunitaria como un ente colectivo, incluyente, libre y organizado, con actores que poseen responsabilidades y son quienes se amparan en valores, compromiso y objetivos comunes para generar transformaciones a nivel individual y comunitario. Este concepto se complementa con lo referido por Viñals (2002) quien señala que el desarrollo de un sitio se da por el bienestar que genera la actividad turística y no

por su nivel de afluencia, adicionado a los intereses que, las generaciones futuras, puedan disfrutar. (Slee et al., 1997) estima que un desarrollo turístico enfocado al crecimiento económico local, permitirá generar un mayor nivel de ingresos, con un efecto multiplicador por unidad de gasto del turista.

Desarrollo comunitario sostenible en base al turismo: una ventaja competitiva?

Para hablar de desarrollo comunitario sostenible, es recurrente estimar una conceptualización acerca del desarrollo sostenible, de acuerdo a la *World Commission of Environment and Development*) (1987), se estimó la creación de un primer concepto de desarrollo sostenible plasmado en el informe de la comisión encabezada por la doctora Gro Harlem Brundtland, el cual estimó a este concepto como: “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (Brundtland, 1987)., así, este concepto ha tomado una connotación mundial referida a varios ámbitos (social, económico, comercio, ambiental y turístico).

A su vez, “el desarrollo comunitario se enfoca a mejorar las condiciones de vida de la población”, esta conclusión la obtuvo Zárate (2007) en el año 1950 en sus aplicaciones en Asia y África, considerando de igual forma que el proceso de desarrollo comunitario en aquel tiempo se enfocó a idealizar condiciones adecuadas de progreso económico y social para todos los habitantes, impulsando a su activa participación y motivando a creer firmemente en sus iniciativas, estimando de esta forma, que la conceptualización del desarrollo comunitario se basa en la constante participación social, lo cual satisfaga las necesidades comunitarias y que permita delinear estrategias de acción con miras al crecimiento y prosperidad.

El desarrollo comunitario tiene una relación directamente proporcional a término sostenible. Para Sancho (1998), la sostenibilidad se compone de tres elementos como la continuidad, la calidad y el equilibrio, lo cual impulse al

mejoramiento de la calidad de vida de una población, preservar la calidad del medio ambiente, incentivar al incremento de expectativas de calidad del turista, beneficiar a la inversión de empresarios turísticos y aumentar la generación de divisas para los residentes locales. Permitiendo denotar el interés por cubrir varios aspectos, sobretodo, el minimizar impactos negativos al ambiente y dinamizar la economía local.

Joje (1996) considera que los esfuerzos para hacer del turismo una actividad sostenible se han centrado en un enfoque de desarrollo comunitario, aún así, al diagnosticar las diferencias entre el desarrollo económico de las comunidades y el desarrollo del turismo comunitario, muestra notablemente que el turismo se encuentra impulsado por niveles gubernamentales en lugar de los intereses comunitarios, lo cual denota aún las debilidades que los pueblos poseen para dinamizar una potencial actividad de beneficio directo.

Como ejemplo, se sugiere los criterios de los autores Mitchell & Muckosky (2008), quienes estiman que la creación y estructuración de proyectos de turismo comunitario en Sudamérica han fracasado, siendo una de sus principales causas la carencia de financiamiento, por cuanto, no se puede concebir la ejecución de este tipo de iniciativas al considerar que las comunidades no incurren en un costo.

En efecto, los autores refirieron un estudio efectuado por *Rainforest Alliance and Conservation International*, en donde se identificaron 200 proyectos de CBT en toda América, los cuales dieron a conocer que muchos de ellos, que brindaban servicios de alojamiento, tenía el 5% de ocupación, lo cual denota que, a raíz de la culminación del trabajo de organizaciones no gubernamentales (ONG's) en zonas rurales para el desarrollo de la actividad turística comunitaria, las iniciativas de turismo no tienen un proceso de sostenibilidad.

Esta realidad se complementa con lo referido por Goodwin & Santilli (2009), quienes concluyeron que los estudios que determinan una contribución real de proyectos de CBT para un desarrollo económico y conservación, son muy pocos, a pesar que se tiene el hecho que poseen claramente un beneficio verificable, son

difíciles de evidenciar, sin embargo, el concepto el sí es atractivo, permitiendo ser considerado como una herramienta potencial y real de dinamización sostenible.

Lo referido se complementa con lo que Jones y Mayara (2007) estiman que la actividad turística comunitaria implica un mejoramiento del desarrollo socioeconómico de una población local, adicional de fomentar la conservación de la cultura y naturaleza local.

Para que un destino comunitario sea adecuadamente aprovechado y todos sus recursos correctamente empleados, es necesario establecer una planificación de cada una de los programas y proyectos que el mismo incurra para su gestión, esta realidad permite visualizar a la planificación como una herramienta idónea para posicionar a una zona, poblado o territorio como un enclave turístico que sea motivo de visita y permita la generación de fuentes económicas, bajo el cuidado ambiental, lo que conlleve al manejo sostenible del entorno.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico territorial de la parroquia San Juan

Para efectos de la presente investigación, se contempla en dividir el diagnóstico territorial de la parroquia rural de San Juan, en tres parámetros, los cuales se detallan a continuación:

- Condición socio – económica: estima en su análisis a la caracterización demográfica poblacional, el nivel de productividad de la zona y su infraestructura de servicios.
- Condición ecológica – ambiental: contempla un análisis del entorno ambiental (flora, fauna), así como rasgos geográficos que caracterizan a la parroquia.
- Condición político - administrativa: se analiza la estructuración del gobierno parroquial y si nivel administrativo vigente en la parroquia.

1.1 Condición socio-económica

1.1.1 Ubicación y extensión

La septentrional parroquia de San Juan, se localiza en jurisdicción del cantón Riobamba, concerniente a la provincia de Chimborazo, con una extensión total de 21.071 Has (hectáreas).



Figura 1.1: Ubicación y extensión

Fuente: Pablo Manzano

1.1.1 Límites

Políticamente la parroquia rural de San Juan se encuentra limitada por la siguiente forma:

Tabla 1.1

Límites

Límite	Parroquia	Cantón	Provincia
Norte	San Andrés	Guano	Chimborazo
Sur	Villa La Unión	Colta	Chimborazo
Este	Calpi	Riobamba	Chimborazo
Oeste			Bolívar

Fuente: GAD parroquia San Juan

Elaborado por: Pablo Manzano

LÍMITES DE LA PARROQUIA SAN JUAN



Figura 1.2: Límites parroquia rural San Juan

Fuente: Pablo Manzano

1.1.2 Población

Según el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), (2010), se contempla a la población económicamente activa de la parroquia rural de San Juan en un número de 2388 habitantes, información presentada a continuación en porcentajes de acuerdo a su fuente de ingresos:

Tabla 1.2

Población Económicamente Activa por segmentos de ocupación

Ocupación	Porcentaje
Actividades agrícolas	37,80%
Actividades de construcción	13,40%
Empleados en el sector público	13,40%
Empleados en el sector privado	15,90%
Actividades pecuarias	8,50%
Actividades artesanales	7,30%
Actividades comerciales	3,70%
TOTAL	100,00%

Fuente: GAD parroquia San Juan

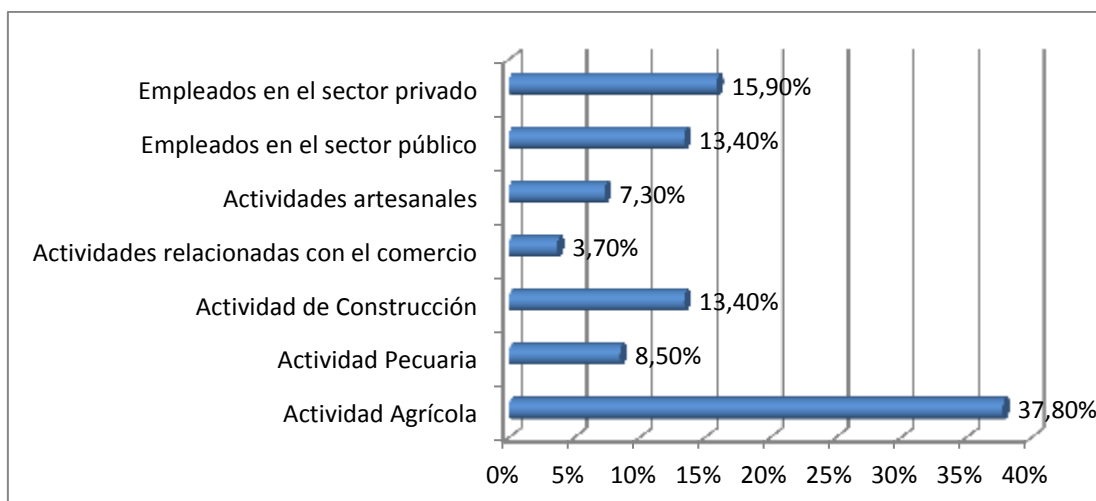


Figura 1.3: Población Económicamente Activa por segmentos de ocupación

Fuente: GAD parroquia San Juan

En los datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) (2010), la parroquia rural de San Juan posee una población total de 7370 personas, donde se visualiza una tendencia destacada de población joven, de donde el 59,40% personas tienen hasta 29 años de edad, y el 23,60% se encuentra entre los 5 y 14 años.

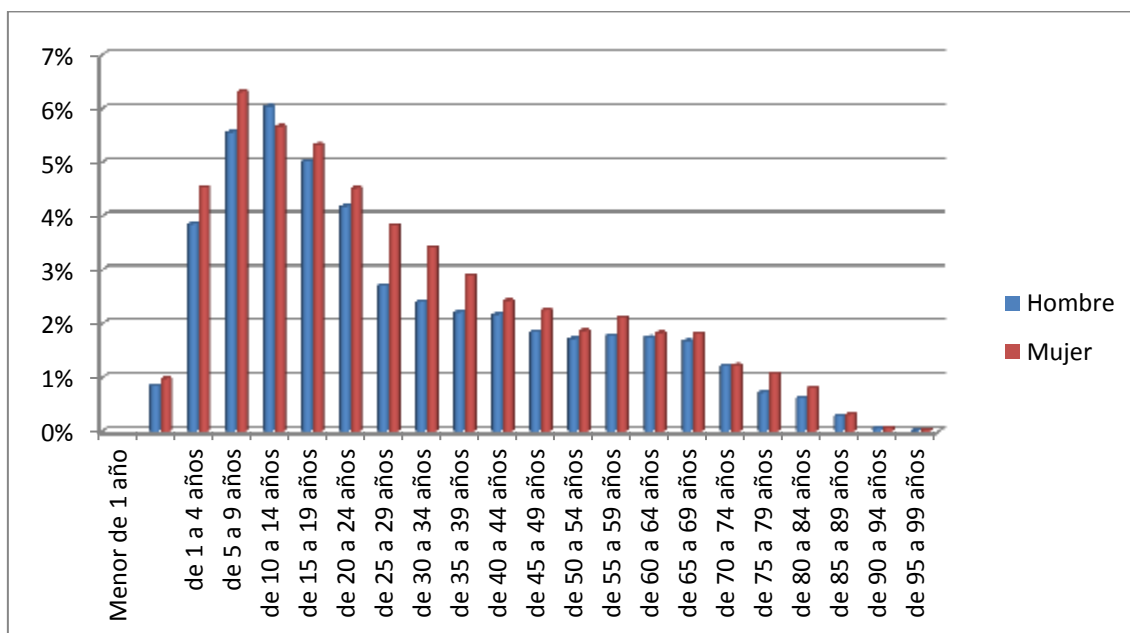


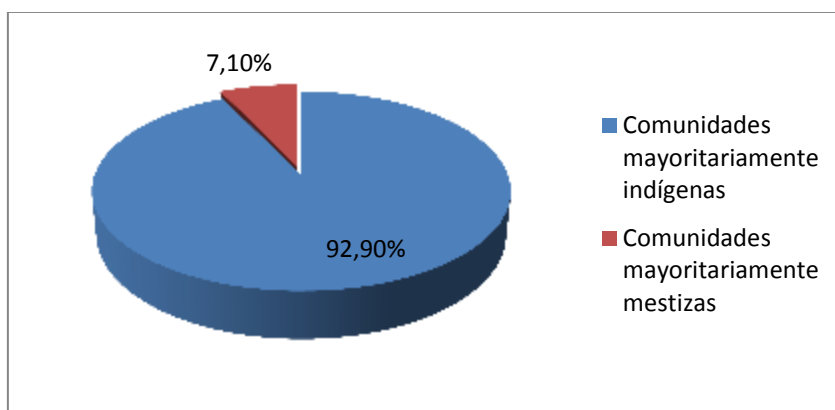
Figura 1.4: Población degradada por sexo y grupos de edad

Fuente: Pablo Manzano

Tabla 1.3

Composición étnica de la parroquia

Etnicidad	Número de comunidades	Porcentaje
Comunidades indígenas	26	92,9%
Población mestiza	2	7,1%
TOTAL	28	100%

Fuente: GAD Parroquia San Juan**Figura 1.5:** Composición étnica de la parroquia**Fuente:** Pablo Manzano

Se pueden visualizar que el 93% de los habitantes de la parroquia se autodefinen como indígenas, mientras que el 7% son mestizos.

Estructura comunitaria

Para una mejor comprensión de la estructura demográfica de la parroquia rural de San Juan, se la ha dividido en las siguientes zonas: baja, media, alta y zona 1 (la misma que se ubica en el sector sur-occidental y abastece a la cuenca del río Convetillo).

Tabla 1.4

Comunidades parroquia San Juan

Zonas	Barrios	Comunidades
Alta	Central	Larca Loma
	Santa Marianita	Pisicaz Bajo
	Cantarilla	Pisicaz Alto
	San Vicente	Capilla Loma
	San Francisco	Ballagán
	Rumipamba	
Media		Calera Grande Pomaló
		Calera Yumi
		Calerita Santa Rosa
		Caler Shobolpamba
		Guabug
		Shobol-Llinllín
		Calerita Baja
		Chaupi - Pomaló
		Chinigua
		Tambohuasha
Baja		Chimborazo
		Pulinguí San Pablo
		Guadalupe
		Santa Teresita
		La Delicia
	Chorrera Mirador	

Fuente: GAD parroquia San Juan**Elaborado por:** Pablo Manzano

1.1.3 Salud

La parroquia rural de San Juan posee tres instituciones públicas que ofrecen el servicio de atención médica, localizadas en las siguientes localidades:

Tabla 1.5

Servicios de Salud

Comunidad	Nombre institución	Administración	Tipo institución
Santa Marianita	Subcentro San Juan	Pública (MSP)	Subcentro de salud
Calera Shobolpamba	Seguro campesino	IESS	Dispensario público
Guabug	Seguro campesino	IESS	Dispensario público

Fuente: Pablo Manzano



Ilustración 1.1: Subcentro de Salud

Fuente: Pablo Manzano

1.1.4 Vialidad

La parroquia posee vías de primer y segundo orden, de acuerdo a la ubicación de cada población. El “*Plan de Ordenamiento Territorial*” (2011), refiere a que las carreteras con mayor frecuencia son:

San Juan – Chimborazo – Guaranda

San Juan – Gallo Rumi – Guaranda

Éstas son de acceso a través de medios públicos y privados de transporte. Para comunidades no ubicadas en la cercanía a la vía principal (San Juan – Guaranda), es necesario emplear camionetas y únicamente vehículos particulares. El servicio de línea pública se lo realiza por medio de las empresas “Alianza San Juan” y “2 de Octubre”, las mismas que originan su ruta desde el terminal interparroquial de la ciudad de Riobamba.

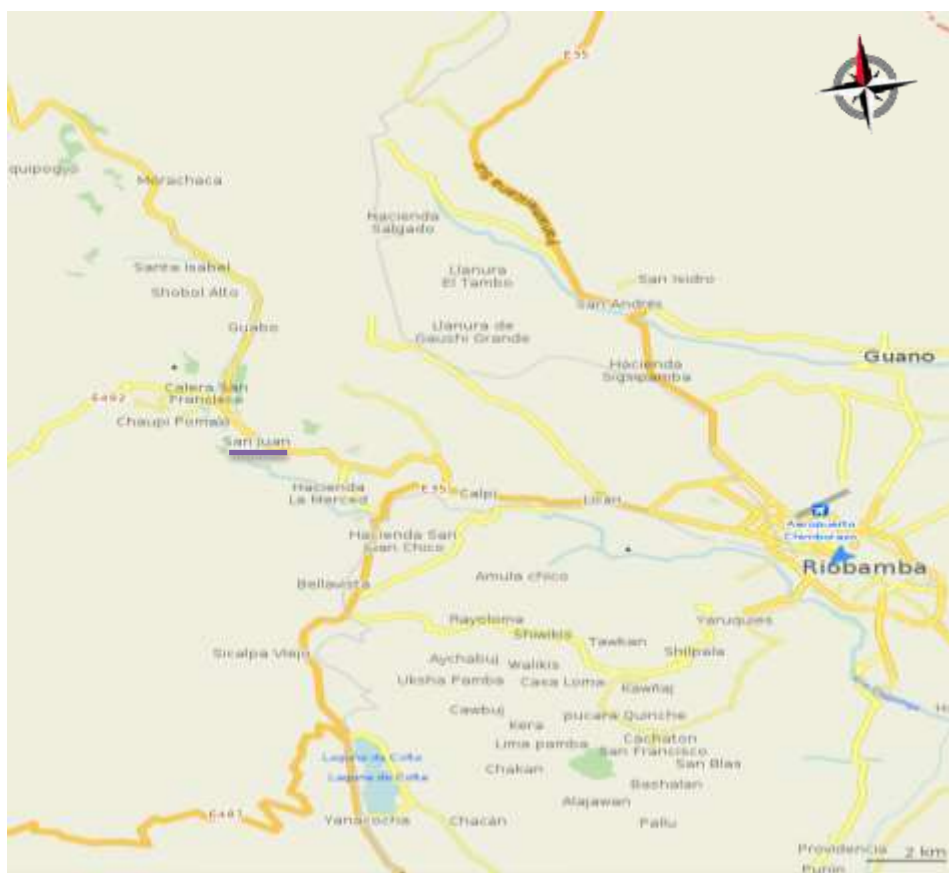


Figura 1.7: Vialidad
Fuente: Pablo Manzano

Tabla 1.6

Medios de transporte

Comunidad	Medio transporte	Cooperativas	Itinerario
Guabug	Bus		Cada 30 minutos (partiendo del terminal interparroquial de Riobamba)
Chimborazo		2 de Octubre	
Calerita Baja			
Gallo Rumi			
Cantarilla		Alianza San Juan	
Santa Isabel			
Shobolpamba			

Fuente: GAD San Juan
Elaborado: Pablo Manzano

1.1.5 Servicios Básicos

El agua potable es de total acceso para toda la parroquia, a través de tubería, así como el fácil acceso al servicio de energía eléctrica.

En relación al servicio de alcantarillado, éste existe en la cabecera parroquial y de igual forma en Pisciaz, Llinllín, Shobolpamba y La Calera, el cual es catalogado como ineficiente, de acuerdo a sus pobladores.

La recolección de basura se efectúa una vez por semana en toda la parroquia, siempre y cuando sus habitantes la ubiquen en la carretera principal.

Tabla 1.7

Servicios básicos

Resumen de servicios básicos	Comunidades de la parroquia	Porcentaje
Agua potable	31	100%
Alcantarillado	8	26%
Energía eléctrica	30	62,5%
Recolección de basura	0	0%

Fuente: GAD parroquia San Juan

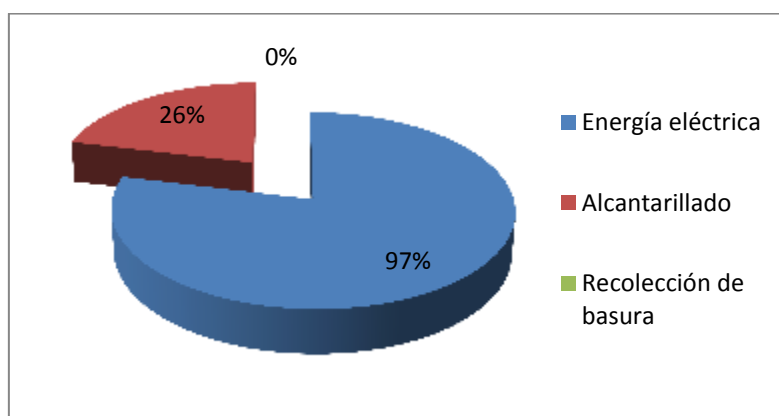


Figura 1.8: Servicios Básicos

Fuente: Pablo Manzano

1.1.6 Energía Eléctrica

El acceso a este servicio es mayoritario en toda la parroquia, representado en un 62,5%, siendo Chinigua la única comunidad la cual no posee este servicio.

Tabla 1.8

Servicio de energía eléctrica

Procedencia	Porcentaje
Red empresa eléctrica	63,0%
Planta eléctrica	1,0%
No tiene	36,0%

Fuente: INEC, Censo, 2010.

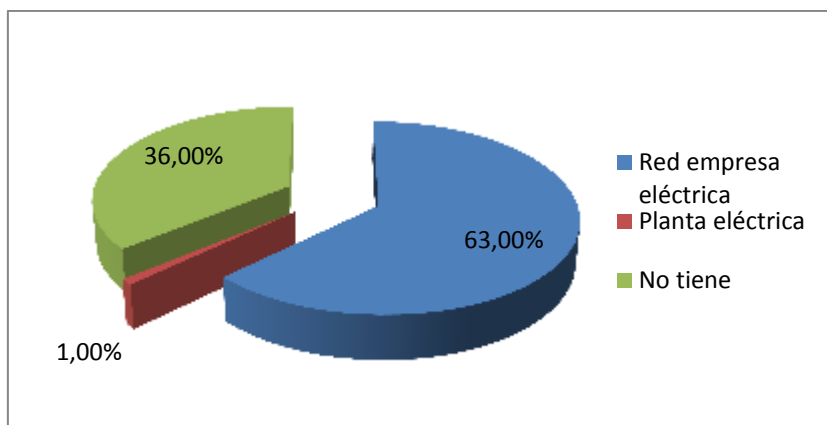


Figura 1.9: Servicio de energía eléctrica

Fuente: Pablo Manzano



Ilustración No. 1.2: Energía Eléctrica (zona Guabug)

Fuente: Pablo Manzano

1.1.7 Comunicaciones

La parroquia posee el siguiente sistema de comunicaciones:

Tabla 1.9

Sistema de comunicaciones

Servicio	Localización
INFOCENTRO ¹	Cabecera parroquial
Telefonía fija	12 comunidades
Telefonía móvil (MOVISTAR – CLARO)	13 comunidades

Fuente: Pablo Manzano



Ilustración No. 1.3: Infocentro

Fuente: Pablo Manzano

1.1.8 Participación social

Los pobladores de la parroquia rural de San Juan están representados por el Gobierno Parroquial, a través de su presidente y vocales, de igual forma en cada comunidad existe un comité de barrio y directivas comunitarias.

Cada organización posee estamentos sujetos a leyes democráticas las mismas que se sustentan en base a los derechos constitucionales del país. Este proceso organizativo ha permitido establecer mecanismos de diálogo para que cada barrio pueda generar propuestas y proyectos de desarrollo en conjunto con

¹ INFOCENTRO: áreas destinadas para la fácil accesibilidad a la información tecnológica y de comunicación, de forma gratuita para el público en general.

las entidades gubernamentales quienes representan la voluntad popular. Cabe mencionar que cada proceso participativo en la parroquia, se lo efectúa a través de asambleas.

Este proceso organizativo delinea una adecuada estructuración de la actividad turística, sin embargo, los pobladores identifican que ésta actividad ha sido subvalorada, principalmente por el ineficiente nivel organizativo a nivel comunitario, estancando los procesos de gestión para asignar recursos necesarios en el desarrollo del turismo con autoridades o instituciones del ramo.

Un diagnóstico efectuado, identifica que los pobladores de la parroquia visualizan al turismo como una alternativa fuente generadora de economía, por cuanto, pueden demostrar su cultura, tradiciones y costumbres, conjugados con la conservación del entorno natural de su zona geográfica. Adicional, existe el latente interés en poder enlazar su tradicional forma de agricultura, a través de la prestación de servicios (alojamiento y alimentación), para el potencial disfrute del turista, reconociendo de igual forma que poseen un limitado conocimiento relacionado a la prestación de servicios con calidad total.

1.1.9 Participación de la mujer

De acuerdo a María del Rocío Cruz Díaz, en el artículo “Hacia la igualdad de las mujeres: De la Tradición a la Coeducación”, (2000) menciona que:

La actividad laboral de las mujeres ha sido silenciada durante muchos años y, sin embargo, ellas han sido las encargadas de mantener la unidad doméstica con su dedicación y capacidades. La fabricación del vestido, la recogida de leña, el mantenimiento del fuego, el cuidado de los animales, la elaboración de alimentos, el cuidado de personas, la limpieza del entorno... han sido y siguen siendo fundamentales para la reproducción y la calidad de vida.(p.56)

Así, en los diferentes talleres participativos desarrollados referentes al diagnóstico territorial de la parroquia, autoridades y pobladores reconocen que existe un número considerable de mujeres que - en los últimos 5 años- se han

involucrado en varias gestiones comunitarias como mingas, festividades y asambleas, así como su activa participación en el gobierno local.

Con relación al turismo, las mujeres han denotado su presencia a través de la elaboración de artesanías, presentaciones culturales y danzas tradicionales, así como su interés en capacitarse en temáticas relacionadas al servicio e interpretación turística.



Ilustración No.1.4: Talleres de inclusión social de la mujer

Fuente: Roberto Tapia

1.2 Condición ecológico-ambiental

1.2.1 Características físicas del suelo

Geográficamente, la parroquia rural de San Juan posee una topografía ondulada y quebrada, con cierto nivel de erosión alto. La vegetación encontrada es arbustiva, que alcanza hasta los 4200 msnm, en zonas con mayor altura, presenta un panorama árido, seco y arenoso.

Sierra (1999), menciona que la parroquia de San Juan, posee dos clases de suelos.

- Suelos franco-arenosos.- poseen poca retención de la humedad, no actúan como agentes retenedores de nutrientes.
- Suelos alofánicos.- poseen un nivel mayor de retención de humedad, con una coloración negra.



Figura 1.10: Tipología de suelos

Fuente: Pablo Manzano

De igual forma se contemplan las siguientes zonas de vida que describen ecológicamente a la parroquia rural de San Juan. Según Sierra (1999), éstas son:

Tabla 1.10

Zonas de Vida

Zonas de vida	Rango altitudinal (msnm)	Nivel de precipitación	Temperatura
Páramo	2800 - 3900	817 mm anuales	Prom: 12 °C
Bosque seco montano bajo	2900 - 3200	460 - 600 mm anuales	
Bosque húmedo montano bajo	3200 - 3600	600 - 1200 mm anuales	

Fuente: Pablo Manzano

1.2.2 Hidrografía

Existen 3 principales afluentes que riegan a la parroquia San Juan: el río Chimborazo, Río Cachisagua y río Chibunga; asimismo, existen 21 afluentes entre ríos, vertientes y quebradas, permitiendo la construcción de 27 canales de riego.

Se destacan las vertientes de: Resgón, Cari Quishuar, Ahpa Chaca, Guergra, por mencionar algunas.

**Figura 1.11:** Hidrografía**Fuente:** Pablo Manzano

1.2.3 Especies de flora

A continuación se presenta un listado de especies de flora encontradas en la parroquia rural de San Juan:

Tabla 1.11

Flora

Zona de páramo			
Nombre común	Nombre científico	Vegetación	Uso
Falso mortiño	<i>Pernetia prostrata</i>	Arbustiva	Alimento animales
Cacho venado	<i>Halenia mendeliana</i>	Herbácea	Alimento animales
Barbas de piedra	<i>liquen</i>	Arbustiva	Artesanal
Achicoria de páramo	<i>Hypochaeris sessifolia</i>	Arbustiva	Ninguno
Amor sacha	<i>Gentianella spp.</i>	Herbácea	Ninguno
Pajonal	<i>Agrotis nigritella</i>	Arbustiva	Alimento animales
Quishuar	<i>Buddleja incana</i>	Arbustiva	Leña
Orejas de conejo	<i>Senecio Canecens</i>	Herbácea	Ninguno
Almohadilla	<i>Azorela pedunculata</i>	Herbácea	Ninguno
Chuquirahua	<i>Chuquirahua jussaiaei</i>	Arbustiva	Alimento animales
Romerillo	<i>Hypericum Junipernium</i>	Arbustiva	Alimento animales
Valeriana	<i>Valeriana rígida</i>	Herbácea	Medicinal
Zona de Bosque			
Nombre común	Nombre científico	Vegetación	Uso
Hongos		Herbácea	Ninguno
Trinitaria	<i>Othobolium mexicanum</i>	Herbácea	Medicinal
Musgo		Herbácea	Ninguno
Paja	<i>Stipa ichu</i>	Arbustiva	Artesanal
Eucalipto	<i>Eucalyptus urograndis</i>	Arbórea	Leña
Pino	<i>Pinus radiata</i>	Arbórea	Leña
Tzélec		Herbácea	Medicinal
Yahual	<i>Polilepys incana</i>	Arbórea	Leña
Calaguala	<i>Polypodium calaguala</i>	Herbácea	Medicinal
Zona de ríos y quebradas			
Nombre común	Nombre científico	Vegetación	Uso
Diente de león	<i>Taraxacum Officinallis</i>	Herbácea	Medicinal
Pantza	<i>Popilepys incana</i>	Arbórea	Ninguno
Mortiño	<i>Vaccinium floribundum</i>	Arbustiva	Alimentación humana
Menta	<i>Mentha comun</i>	Herbácea	Medicinal
Sigse	<i>Cortaderia spp.</i>	Arbustiva	Alimento de animales
Helechos	<i>Blechum spp.</i>	Herbácea	Ornamental
Falsa zanahoria	<i>Pterocarpus</i>	Herbácea	Ninguno
Orquídea	<i>Oncidium</i>	Herbácea	Ornamental
Ashpa chocho	<i>Lupinus spp</i>	Arbustiva	Ninguno
Huicundo	<i>Tilandsia spp.</i>	Arbustiva	Ninguno
Mora andina	<i>Rubus adenotrichus</i>	Arbustiva	Alimentación humana
Santa María	<i>Pyrethrum parthnium</i>	Herbácea	Medicinal
Achupallas	<i>Puya spp.</i>	Arbustiva	Ninguno

Cola de caballo	<i>Equisetum spp.</i>	Herbácea	Medicinal
Arrayán	<i>Eugenia spp.</i>	Arbustiva	Medicinal
Lirio	<i>Werneria nubigena</i>	Arbustiva	Ninguno
Hierba Mora	<i>Slanum nigrescens</i>	Arbustiva	Ninguno
Malva	<i>Fransera artemisioides</i>	Arbustiva	Medicinal
Ortiga blanca	<i>Urtica dioica</i>	Arbustiva	Medicinal
Llinllín	<i>Cassia canessens</i>	Arbórea	Leña
Zapatitos	<i>Calceolaria ericoides</i>	Arbustiva	Ninguno
Berro	<i>Cardamine nasturtioides</i>	Herbácea	Alimentación humana
Llantén	<i>Plantagon major</i>	Herbácea	Medicinal

Zona de producción			
Nombre común	Nombre científico	Vegetación	Uso
Mashua	<i>Tropaeolum tuberosum</i>	Arbustiva	Alimentación humana
Oca	<i>Oxalis Tuberosa</i>	Arbustiva	Alimentación humana
Melloco	<i>Ullucus</i>	Arbustiva	Alimentación humana
Ruda	<i>Rata graveolens</i>	Arbustiva	Medicinal
Marco	<i>Fraseria artemisioides</i>	Arbustiva	Medicinal
Papa	<i>Solaum tuberosum</i>	Arbustiva	Alimentación humana
Manzanilla	<i>Matricaria chamimila</i>	Herbácea	Medicinal
Cebada	<i>Ordeum vulgare</i>	Arbustiva	Alimentación humana
Trébol	<i>Troifolium rubens</i>	Herbácea	Alimento de animales
Alfalfa	<i>Medicago sativa</i>	Arbustiva	Alimentación humana
Pasto azul	<i>Poa annua</i>	Herbácea	Alimento de animales
Quinua	<i>Chenopodium spp.</i>	Arbustiva	Alimentación humana
Haba	<i>Vicia faba</i>	Arbustiva	Alimentación humana

Fuente: Manzano, 2013



Ilustración 1.5:Flora (chuquirahua)

Fuente: Pablo Manzano



Ilustración 1.6: Producción de papa

Fuente: Pablo Manzano

Adicional, se representa las especies de fauna existentes en la parroquia:

Tabla 1.12

Especies de Fauna

Nombre común	Nombre científico	Tipo
Raposa	<i>Marmosa robinsoni</i>	Mamífero
Venado	<i>Odocoileus virginianus</i>	Mamífero
Lobo	<i>Pseudalopex culpaeus</i>	Mamífero
Curiquingue	<i>Phlacoboenus carunculatus</i>	Ave
Gligle	<i>Vanellus resplendesns</i>	Ave
Sapo de páramo	<i>Electherodactylus curtipes</i>	Anfibio
Alpaca	<i>Lama pacos</i>	Mamífero
Guarro	<i>Falco sparverius</i>	Ave
Picaflor	<i>Oreotrochilus Chuimborazo</i>	Ave
Tórtola	<i>Zenaida auriculata</i>	Ave
Llama	<i>Lama glama</i>	Mamífero
Vicuña	<i>Vicugna vicugna</i>	Mamífero
Conejo	<i>Silvylagus brasiliensis</i>	Mamífero

Fuente: Manzano, 2013



Ilustración 1.7: Fauna (alpacas)

Fuente: Pablo Manzano



Ilustración 1.8: Fauna (lobo de páramo, zona Reserva de Fauna Chimborazo)

Fuente: Pablo Manzano

1.3 Condición político - Administrativa

1.3.1 Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Juan

La parroquia rural de San Juan se encuentra administrada políticamente por la personería jurídica denominada Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural (GADPR), siendo ésta organización política la más cercana para su contacto con comunidades y barrios de la parroquia. Éste ente se conforma de ciudadanos elegidos por votación popular y son quienes representan la voz de su pueblo.

Su forma de administración se basa en el Código Orgánico Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), el mismo que auspicia la autonomía política, administrativa y financiera de la jurisdicción correspondiente, lo cual, afirma el compromiso de un desarrollo solidario, sustentable y equitativo del territorio, la participación ciudadana e incremento de su nivel económico.

A continuación se presenta el esquema jerárquico que conforma al GADPR de la parroquia rural de San Juan:

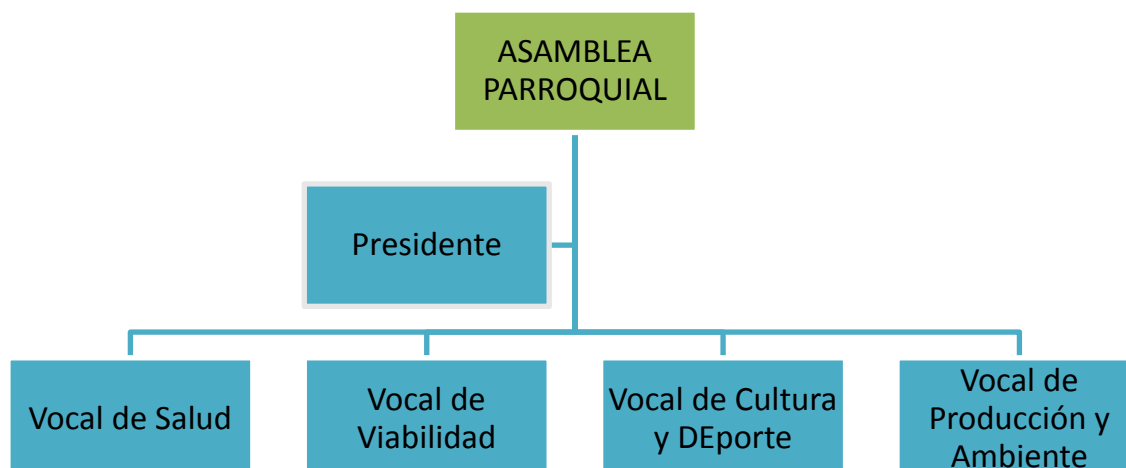


Figura 1.12: Estructura Orgánico Funcional del GADPR San Juan

Fuente: GAD parroquia San Juan

De acuerdo al último proceso electoral (febrero 2014), las autoridades electas por votación popular para representar al GADPR San Juan son:

Tabla 1.13

Autoridades GADPR San Juan

Dignidad	Nombre
Presidente	TOBIAS ATI
Vicepresidente	CÉSAR GAVIN
Vocal 1	BALTAZAR ASADOBAY
Vocal 2	SEGUNDO GUAMÁN
Vocal 3	MARCO SINALUISA
Secretario - Tesorero	JOSÉ MANZANO

Fuente: Pablo Manzano



Ilustración 1.9: Sede Junta Parroquial

Fuente: Pablo Manzano

CAPÍTULO II

2. Diagnóstico situacional turístico de la parroquia rural de San Juan

2.1 Análisis de oferta y actores turísticos

2.1.1 Atractivos turísticos

Con el fin de identificar los diferentes atractivos naturales y manifestaciones culturales encontrados en la parroquia rural de San Juan, se ha generado una matriz resumen de los mismos, basado en la ficha de inventarios de atractivos turísticos, desarrollada por el Ministerio de Turismo en el año 2004. La mencionada matriz se detalla a continuación:

Tabla 2.1

Ficha resumen de atractivos naturales y manifestaciones culturales

Categoría	Tipo	Subtipo	Nombre	Jerarquía	
Sitios naturales	Montaña	Volcán	Chimborazo	III	
		Colina	Shobolurcu	I	
			Larca Loma	I	
		Mirador	Pucuna	I	
		Glaciar	Chimborazo	III	
	Planicie	Llanura	San Juan	II	
	Ambiente lacustre	Vertientes	Chacaloma	I	
			Muchequera	I	
			Guegra	I	
	Ríos	Manantial o fuente	Santa Lucía	I	
		Riachuelo o arroyo	Chimborazo	I	
		Desfiladero	Ruellapogio grande	I	
			Mablug	I	
	Bosques	Páramo	Calera grande	I	
		Seco montano bajo	Larca Loma	I	
		Húmedo montano bajo	Pasguazo Zambrano	I	
	Fenómenos espeleológicos	Cuevas	Templo Machay	II	
	SNAP	Reserva de producción de fauna	Chimborazo	III	
	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura	Iglesia San Juan	II
			Zonas Históricas	Ruinas cuartel del Inca	II

Etnografía	Grupos étnicos	Puruhá	II
	Artesanía	Alpaca	II
Acontecimientos programados	Comidas y bebidas típicas	Pan de quinua	II
		Vino de mashua	II
	Fiestas	Patronales: San Juan Bautista	I
		San Antonio	I

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Pablo Manzano

2.1.2 Planta Turística

La parroquia cuenta con una limitada planta turística, enfocada exclusivamente en el establecimiento de sitios de hospedaje y alimentación, contemplados en el catastro de establecimientos turísticos del cantón Riobamba, los cuales se detallan a continuación:

Hospedaje

Estrella del Chimborazo.- cuyo propietario es el reconocido montañista Marco Cruz, se ubica su sitio de hospedaje en la zona de amortiguamiento de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, a 4000 msnm. Posee las siguientes características:

Tabla 2.2

Estrella del Chimborazo Mountain Lodge

Capacidad	servicios	Ubicación	Tarifas	Administración
25 pax	Alojamiento Alimentación Guianza	Valle de totorillas	De USD 40,00 a 60,00 por pax	Privada

Fuente: Pablo Manzano

UCASAJ.- de administración comunitaria, se ubica en la cabecera parroquial. Ésta organización se conforma de 23 comunidades indígenas puruháes, quienes han desarrollado la actividad turística comunitaria por un tiempo de 6 años. Los servicios que oferta son:

Tabla 2.3

Unión de organizaciones campesinas de la parroquia San Juan (UCASAJ)

Capacidad	servicios	Ubicación	Tarifas	Administración
18 pax	Alojamiento Alimentación Guianza	Barrio Santa Marianita (cabecera parroquial)	De USD 5,00 a 16,00 por pax	Comunitaria

Fuente: Pablo Manzano

Alimentación

Restaurante La Tertulia: de propiedad privada, oferta el servicio de alimentación, ubicado en el barrio San Marianita.

Tabla 2.4

Restaurant La Tertulia

Capacidad	servicios	Ubicación	Tarifas	Administración
45 pax	Alimentación	Barrio Santa Marianita (cabecera parroquial)	De USD 3,00 a 7,00 por pax	Privada

Fuente: Pablo Manzano

2.1.3 Actores territoriales

Las personas, instituciones u organizaciones que se encuentran vinculadas a la actividad turística, adicional a los principales beneficiarios, son quienes forman parte directamente de su dinamización, a quienes se los denomina actores.

Durante el proceso investigativo se efectuó un diagnóstico de quienes forman parte de la actividad turística en la parroquia rural de San Juan, de donde se estimó su rol participativo, intereses principales, expectativas, riesgos y la relación que poseerán con el plan. A continuación se presenta un compendio de los resultados obtenido a raíz del análisis de actores en la parroquia rural de San Juan, inherente a su desarrollo turístico:

Tabla 2.6

Matriz de actores

ACTOR	CARACTERÍSTICAS	INTERESES	TEMORES	RELACIÓN CON EL PROYECTO
Investigador	Persona que efectuará una propuesta de planificación turística	Obtener información	Limitado acceso a la información	Ejecutor
GAD parroquia San Juan	Ente rector de la gestión turística de la parroquia	Desarrollar la actividad turística en la zona		Auspiciantes
Turistas nacionales	Potencial demanda para la parroquia	Tener oferta de servicios	Mala calidad de la oferta recibida	Objeto de estudio
Turistas extranjeros	Potencial demanda para la parroquia	Tener oferta de servicios	Mala calidad de la oferta recibida	Objeto de estudio
PEA de la parroquia	Personas que habitan en la cabecera parroquial o comunidades aledañas	Ser incluidos en el plan de desarrollo turístico	A lograr cubrir las expectativas de la demanda	Colaboradores
Empresarios turísticos	Experiencia en la oferta de servicios	Incremento de ingresos y promoción de sus empresas	que la investigación no sea práctica	Auspiciantes

Fuente: Pablo Manzano

2.2 Planificación

Para identificar un adecuado proceso de planificación, se estima el considerar ciertos procesos generados en el país, así como una reglamentación estructurada, lo cual permite ser un sustento para delinear proyectos y/o actividades a desarrollar dentro del plan de desarrollo de turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan (Referencia, separata No. 1)

2.3 Matriz turística (FODA)

Un adecuado proceso investigativo incurre en efectuar procesos de socialización para efectuar un diagnóstico general sobre el desarrollo de la actividad turística en la parroquia, para lo cual, es recurrente indentificar cuáles son sus fortalezas y debilidades con el fin de contrastar con las oportunidades y amenazas externas encontradas en el mercado, a través de criterios de cada uno de los actores, quienes, con sus comentarios y observaciones, permiten la creación de una línea base, sobre la cual se sustentará el plan de desarrollo de turismo comunitario.

El proceso analítico de basó en la identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, sistematizado en una matriz FODA, presenta a continuación:

Tabla 2.7

Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Parroquia más cercana a la ciudad de Riobamba	Creciente interés del mercado turístico por actividades comunitarias
Forma parte de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	Aprendizaje de un idioma extranjero para su pobladores
Posee una amplia producción agrícola y ganadera	Generación de fuentes de empleo en base al área turística
Posee una planta turística bastante aceptable	Generación de negocios productivos turísticos comunitarios
Acceso a un alto porcentaje de servicios básicos	Inclusión de la mujer en la actividad turística
Posee un adecuado nivel de seguridad.	Desarrollo de proyectos de índole turístico
Mantiene la cultura kichwa Puruhá, con costumbres y tradiciones, sobre todo la población adulta.	
Posee accesos a recursos tecnológicos (infocentro)	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Pobladores sin conocimiento de temáticas turísticas	Inestabilidad política en el GAD parroquial
Incipiente organización comunitaria en temas relacionados al turismo.	Descoordinación en políticas gubernamentales
Inexistencia de un Itur en la parroquia.	Migración
Accesos en mal estado, sobre todo a comunidades fuera de la cabecera parroquial.	Cambio constante de la legislación interna del GAD en relación a temas de turismo
Servicio médico intermitente (subcentro de salud).	Desastres naturales
La nuevas generaciones desconocen la identidad puruhá de sus ancestros.	
Presencia de basura e inadecuado manejo de desechos sólidos.	
Manejo inadecuado de aguas servidas	

Fuente: Pablo Manzano

El diagnóstico efectuado a su vez, se somete a una evaluación y selección de los elementos más representativos que poseen dentro de cada Fortaleza, Oportunidad, Debilidad o Amenaza encontrada en la parroquia, para lo cual, se contempla el diseño de matrices de impacto referente a cada elemento. A su vez se determina los criterios de ponderación y su valor numérico:

Tabla 2.8

Matriz de valores de ponderación

Valor	Significado
5	Alto impacto (denotado como positivo, el cual se estima dentro de las fortalezas de la parroquia)
3	Mediano impacto (denotado como neutro, el cual se estima como fortaleza pero de importancia menor de la parroquia)
1	Bajo impacto (denotado como negativo, el cual se estima como debilidad de la parroquia)

Fuente: Pablo Manzano

Tabla 2.9

MATRIZ DE IMPACTO (Fortalezas)

FORTALEZAS	PONDERACION		
	5	3	1
Parroquia más cercana a la ciudad de Riobamba	x		
Forma parte de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	x		
Posee una basta producción agrícola y ganadera	x		
Posee una planta turística bastante aceptable			x
Acceso a un alto porcentaje de servicios básicos		x	
Posee un adecuado nivel de seguridad			x
Mantiene la cultura kichwa Puruhá, con costumbres y tradiciones, sobre todo la población adulta		x	
Posee accesos a recursos tecnológicos (infocentro)			x

Fuente: Pablo Manzano

Tabla 2.10**MATRIZ DE IMPACTO (oportunidades)**

OPORTUNIDADES	PONDERACION		
	5	3	1
Creciente interés del mercado turístico por actividades comunitarias	x		
Aprendizaje de un idioma extranjero para su pobladores		x	
Generación de fuentes de empleo en base al área turística	x		
Generación de negocios productivos turísticos comunitarios	x		
Inclusión de la mujer en la actividad turística	x		
Desarrollo de proyectos de índole turístico		x	

Fuente: Pablo Manzano**Tabla 2.11****MATRIZ DE IMPACTO (debilidades)**

DEBILIDADES	PONDERACIÓN		
	5	3	1
Pobladores sin conocimiento de temáticas turísticas	x		
Incipiente organización comunitaria en temas relacionados al turismo	x		
Inexistencia de un Itur en la parroquia			x
Accesos en mal estado, sobre todo a comunidades fuera de la cabecera parroquial	x		
Servicio médico intermitente (subcentro de salud)		x	
Las nuevas generaciones desconocen la identidad puruhá de sus ancestros		x	
Presencia de basura e inadecuado manejo de desechos sólidos	x		
Manejo inadecuado de aguas servidas	x		

Fuente: Pablo Manzano

Tabla 2.12**MATRIZ DE IMPACTO (amenazas)**

AMENAZAS	PONDERACIÓN		
	5	3	1
Inestabilidad política en el GAD parroquial	x		
Descoordinación en políticas gubernamentales		x	
Migración	x		
Cambio constante de la legislación interna del GAD en relación a temas de turismo			x
Desastres naturales			x
Desvío de fondos destinados para la gestión del turismo en la parroquia, hacia otros fines	x		

Fuente: Pablo Manzano

Contemplando los mayores valores estimados en las matrices de impacto, a continuación se efectuará la interacción denominada Matriz FOFA DODA (Fortalezas-Oportunidades; Fortalezas-Amenazas) y (Debilidades-Oportunidades; Debilidades-Amenazas), para lo cual se demuestra a continuación los resultados obtenidos, permitiendo concluir con el planteamiento de estrategias para el desarrollo de la propuesta investigativa:

Tabla 2.13

MATRIZ DE ACCIÓN (FOFA DODA), análisis Fortalezas/Oportunidades

OPORTUNIDADES					
	Creciente interés del mercado turístico por actividades comunitarias	Generación de fuentes de empleo en base al área turística	Generación de negocios productivos turísticos comunitarios	Inclusión de la mujer en la actividad turística	TOTAL FORTALEZAS
FORTALEZAS					
Parroquia más cercana a la ciudad de Riobamba	3	5	5	3	16
Forma parte de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	5	3	3	5	14
Posee una basta producción agrícola y ganadera	5	5	5	5	18
TOTAL OPORTUNIDADES	13	13	13	13	48

Fuente: Pablo Manzano**Valores promedio:**a) FORTALEZAS: $48/3 = 16$ b) OPORTUNIDADES: $48/4 = 12$

Tabla 2.14

MATRIZ DE ACCIÓN (FOFA DODA), análisis Debilidades/Amenazas

	AMENAZAS			TOTAL DEBILIDADES
	Inestabilidad política en el GAD parroquial	Migración	Desvío de fondos destinados para la gestión del turismo en la parroquia, hacia otros fines	
DEBILIDADES				
Pobladores sin conocimiento de temáticas turísticas de índole comunitario	3	5	1	9
Incipiente organización comunitaria relacionada a la actividad turística	5	5	3	13
Presencia de basura e inadecuado manejo de desechos sólidos	1	1	3	3
Manejo inadecuado de aguas servidas	1	1	3	3
TOTAL AMENAZAS	10	12	10	28

Fuente: Pablo Manzano**Valores promedio:**a) DEBILIDADES: $28/3 = 9,3$ b) AMENAZAS: $28/3 = 9,3$

Los datos obtenidos, a continuación se someten a una matriz resumen, donde se contempla estimar los valores que posean el mismo o superior valor al del promedio general, determinando de esta forma, ciertas estrategias para la planificación de la actividad turística comunitaria en la parroquia rural de San Juan.

Tabla 2.15

MATRIZ RESUMEN

FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	Parroquia más cercana a la ciudad de Riobamba	Posee una basta producción agrícola y ganadera	Inclusión de la mujer en actividades turísticas	Pobladores sin conocimiento de temáticas turísticas	Incipiente organización comunitaria en temas relacionados al turismo
OPORTUNIDADES					
	Creciente interés del mercado turístico por actividades comunitarias				
	Generación de fuentes de empleo en base al área turística	Creación de una planificación turística sostenible, centrada en el desarrollo de microempresas comunitarias donde su eje transversal se enfoque a la equidad de género e igualdad de oportunidades de trabajo		Desarrollo de talleres lúdico - participativos, donde los pobladores adquieran conocimientos para desarrollar emprendimientos turísticos comunitarios, y, a su vez, se traten temáticas de organización, planes de negocios y asociatividad	
	Generación de negocios productivos turísticos comunitarios				
AMENAZAS					
	Inestabilidad política en el GAD parroquial				
	Migración	Fiscalización en las actividades que el GAD parroquial efectúa, sobre todo en el destino de los recursos a cada actividad, así como la creación de fuentes de empleo en base al agroturismo		Efectuar reuniones de rendición de cuentas, así incentivos para dinamizar negocios productivos (facilidades de crédito, financiamiento de equipos), lo cual denote un nivel organizativo más cohesionado y estable	
	Desvío de fondos destinados para la gestión del turismo en la parroquia, hacia otros fines				

Fuente: Pablo Manzano

CAPÍTULO III

3.1 Emprendimientos turísticos durante el período 2009-2015

En la parroquia de San Juan, se han desarrollado 1 emprendimiento de carácter turístico durante el período 2009-2015, el cual se detallan a continuación:

Nombre del proyecto: Hostería Dream Garden Lodge

Representante Legal: Ing. Raúl Manzano.

Tabla 3.1

Especificaciones técnicas

Habitaciones	Número	Plazas	Capacidad
Dobles	8	16	16
Triples	1	3	3
Cuádruples	2	8	8
Suite Matrimonial	1	2	2

Fuente: Pablo Manzano

Capacidad regular: 37 pax

Capacidad Máxima: 64 pax (2 pax usando una cama de dos plazas)

Servicios:

- Habitaciones matrimoniales, dobles, triples y cuádruples.
- Una suite
- Restaurant
- Jardines internos
- Wireless en todas sus instalaciones
- Tv Satelital
- Teléfono
- Guías naturalistas

Tarifas:

- **Capacidad regular:** USD. 30,00 por persona + IVA (incluye desayuno self service)
- **Capacidad máxima:** USD. 25,00 por persona + IVA (incluye desayuno self service)

Alimentación:

Se oferta el desayuno tipo *self service* el cual consta de:

Café	Té	Leche	Pan	Mermelada	Yogurt
Granola	Mantequilla	Variedad de frutas	Jugo Natural	Huevos	

Restaurant “Chuquirahua”

Dream Garden Lodge se caracteriza por la exclusividad gastronómica, utilizado productos orgánicos y directamente adquiridos de los fructíferos campos agrícolas de la parroquia de San Juan, las tarifas por este servicio se detallan a continuación:

Almuerzos o cenas estilo Ecuatoriano: (Tarifa por persona: USD. 7,99 + IVA)

Actividades complementarias:

Agroecoturismo.- la hostería permite brindar opciones varias de actividades por realizar en la zona, mencionándose las siguientes:: cultivos orgánicos, ordeño natural, lo cual permite tener un contacto con su gente, cultura y naturaleza.

Biking.- para quienes desean estar en contacto con la naturaleza, Dream Garden Lodge le brindará información acerca de las distintas rutas y senderos donde se podrá practicar el deporte del cicloturismo.

Guianza.- la cultura musical que caracteriza a San Juan, se plasma en conocimiento de sus saberes ancestrales, los cuales pueden ser descubiertos a través del relato de anécdotas, historia y tradiciones de ésta parroquia por medio de sus habitantes.

Caminata nocturna.- en los alrededores de la parroquia, la hostería ofrece este tipo de servicios, acompañados de guías locales, donde se recorre el entorno natural y arquitectónico del poblado, conociendo su historia, leyendas y tradiciones, amparados junto al nevado Chimborazo.



Ilustración No. 3.1: Habitaciones Hostería Dream Garden Lodge

Fuente: Pablo Manzano

3.2 La junta parroquial y la inversión turística

De acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia, efectuado en el año 2011, la junta ha destinado una limitada fuente de recursos para la actividad turística, por cuanto las prioridades contempladas dentro del documento, visualizan a la agricultura y ganadería como las principales fuentes de ingresos y dinamización económica de la zona.

Asimismo, en base al sistema marco lógico utilizado para la sistematización de los diferentes proyectos alineados al sector turístico, se contempla el desarrollo de 3 proyectos como referentes para una estructuración de oferta, los mismos que poseen el siguiente presupuesto:

Tabla 3.2

Inversión turística GAD parroquia San Juan,

Componentes (proyectos)	Año de ejecución y presupuesto (USD)									
	2012	2015	2015	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Capacitación para la prestación de servicios turísticos	0	0	0	0	0	2.331	0	0	0	5.210
Mejoramiento de senderos turísticos	0	0	0	0	0	2.331	0	0	2.533	0
Señalética turística parroquial y comunitaria	0	0	0	0	0	2.331	0	0	2.533	0

Fuente: GAD parroquia San Juan

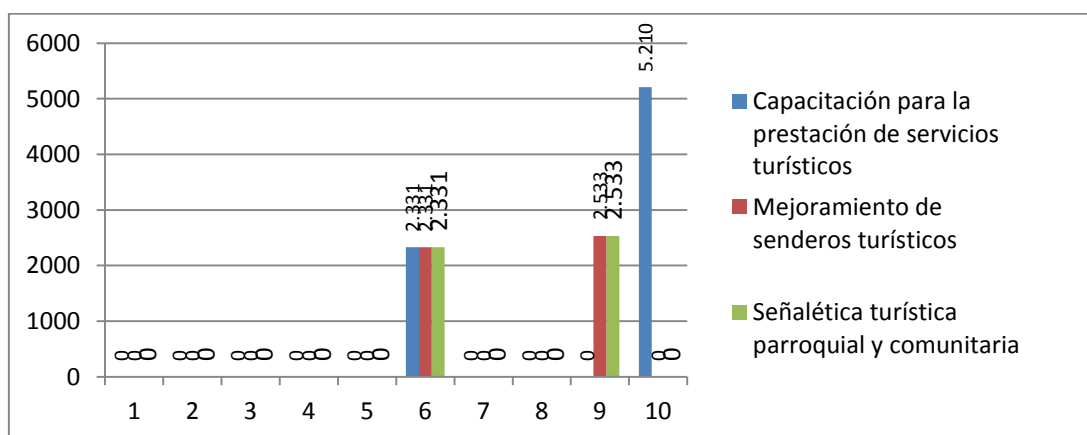


Figura 3.1: Inversión turística

Fuente: GAD parroquia San Juan

De acuerdo al gráfico señalado, se determina que la inversión para el sector turístico sufre variaciones considerables en relación a períodos de tiempo anuales, sin existir evidencias justificables que ratifiquen las causales por las que, estas inversiones, deben efectuarse en los tiempos señalados.

3.3 Actores de la actividad turística

Población

Para efectos de la presente investigación, se procedió a efectuar un estudio de campo destinado a tres poblaciones o universos, con el fin de conocer los siguientes aspectos:

Tabla 3.3

Población

Universo	Aspectos a investigar
Turistas nacionales	Tipo de oferta, actividades a realizar, estándares comerciales, <i>web marketing</i>
Turistas extranjeros	Tipo de oferta, actividades a realizar, estándares comerciales, <i>web marketing</i>
Población económicamente activa (PEA), de la parroquia San Juan	Aceptación de la actividad turística como fuente de ingresos, áreas para capacitarse

Fuente: Pablo Manzano

La segmentación destinada para los mencionados universos tuvo como referencia los se los siguientes parámetros:

Tabla 3.4

Universos

Universos	Año	Número	Lugar
Turistas Nacionales	2014	53969	Reserva de Fauna Chimborazo
Turistas extranjeros	2014	9634	Reserva de Fauna Chimborazo
PEA San Juan	2012	5935	Comunidades y cabecera parroquial

Fuente: Ministerio del Ambiente (MAE), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Se diferencian los mencionados grupos en base a sus gustos y preferencias.

Estimación muestral

El cálculo de la muestra se contempló el estimar la tipología denominada como muestreo probabilístico estratificado, tomándose a la población de manera excluyente e independiente, en relación a turistas extranjeros y nacionales que visitan la Reserva de Fauna Chimborazo por ser el atractivo con mayor jerarquía ubicado dentro de la parroquia; de igual manera, se contempla a la población económicamente activa (PEA), de quienes se obtendrá opiniones, criterios y sugerencias para la dinamización turística de la parroquia, siendo éste grupo el eje transversal para desarrollar un planificado proceso de turismo comunitario.

Se aplicó la siguiente fórmula de cálculo de la muestra para poblaciones finitas:

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

Tabla 3.5

Especificación muestral

Especificación	Significado
n	tamaño de la muestra
N	tamaño de la población
E	error máximo aceptable (0,05)
p	probabilidad de ocurrencia de un fenómeno (0,90)
q	probabilidad de no ocurrencia de un fenómeno (0,10)
z	nivel de confianza (1,96)

Fuente: Manzano, 2013

Aplicación:

Tabla 3.6

Turistas nacionales que visitan la RPFCH

Turistas	Año 2014
Nacionales	53969

Fuente: MAE, 2014

N= 53969

a) Turistas Nacionales

$$n = \frac{(1,64)^2(0,90)(0,10)(53969)}{(53969)(0,05)^2 + (1,64)^2(0,90)(0,10)} \quad n = \frac{13063,95}{135,23} \quad n = 95,60$$

$n \approx 96$ encuestas

El número obtenido refiere a las encuestas efectuadas a turistas nacionales que visiten la Reserva Chimborazo.

Tabla 3.7

Turistas extranjeros que visiten la RPFCH

Turistas	Año 2014
Extranjeros	9634

Fuente: MAE, 2014

b) Turistas extranjeros

N=9634

$$n = \frac{(1,64)^2(0,90)(0,10)(9634)}{(9634)(0,05)^2 + (1,64)^2(0,90)(0,10)} \quad n_5 = \frac{2332,04}{24,33} \quad n_5 = 96,85$$

$n \approx 97$ encuestas

El número obtenido refiere a las encuestas efectuadas a turistas extranjeros que visiten la Reserva Chimborazo.

c) Población económicamente activa de la parroquia de San Juan

N=5935

$$n = \frac{(1,64)^2(0,90)(0,10)(2268)}{(2268)(0,05)^2 + (1,64)^2(0,90)(0,10)} \quad n = \frac{548,86}{5,91} \quad n = 92,86 \quad n \approx 93$$

93 encuestas

El número obtenido refiere a las encuestas efectuadas a la población económicamente activa de la parroquia rural de San Juan.

Procesamiento de información

La información presentada fue sustentada en base a preguntas en la escala de Lickert, efectuadas durante el feriado de carnaval del 2015, los cuales posteriormente fueron sistematizados y analizados.

De igual forma, se empleó una encuesta destinada para la población económicamente activa de la parroquia rural San Juan en el mes de Enero del 2015, empleando la información para generar un diagnóstico y criterio sobre la gestión del turismo en la zona y su manejo por parte del GAD parroquial.

De igual forma, se contempló la ejecución de entrevistas estructuradas ante actores acerca del desarrollo de actividades de turismo comunitario, interpretando sus respuestas con el fin de validar datos y generar una propuesta de mejoramiento turístico.

3.4 Encuesta a turistas nacionales (Anexo No. 1)

Datos Informativos:

Tabla 3.8

Género

Género	RESPUESTA	PORCENTAJE
Masculino	52	54%
Femenino	44	46%
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

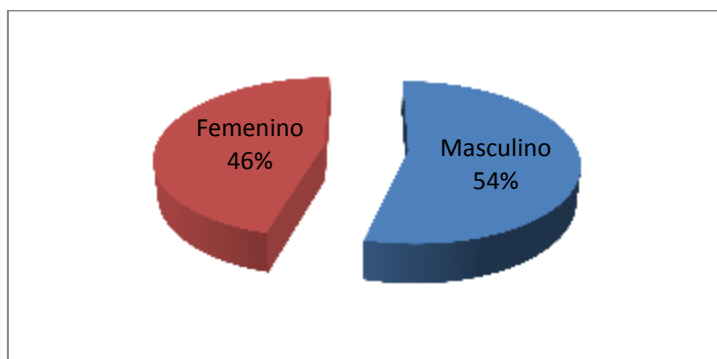


Figura 3.2 Género

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

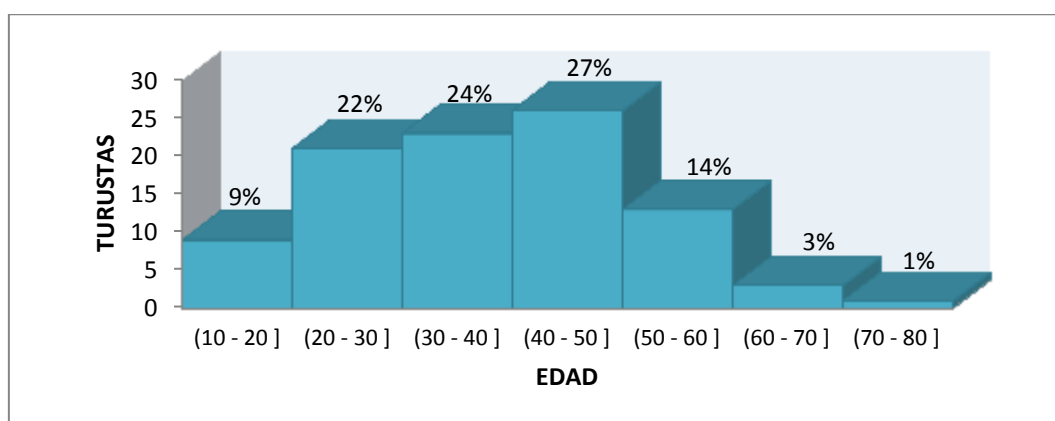
De acuerdo al estudio realizado la segunda y tercera semana del mes de febrero del 2015, el 54% de personas son hombres y el 46% son mujeres.

La preferencia de visitas que se observó en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, fue mayoritariamente por los hombres, por consiguiente se debe incentivar la participación de las mujeres en realizar actividades de montaña.

Tabla 3. 9

Edad

EDAD	PUNTO MEDIO	TURISTAS	PORCENTAJE
(10 - 20]	15	9	9%
(20 - 30]	25	21	22%
(30 - 40]	35	23	24%
(40 - 50]	45	26	27%
(50 - 60]	55	13	14%
(60 - 70]	65	3	3%
(70 - 80]	75	1	1%
TOTAL		96	100%

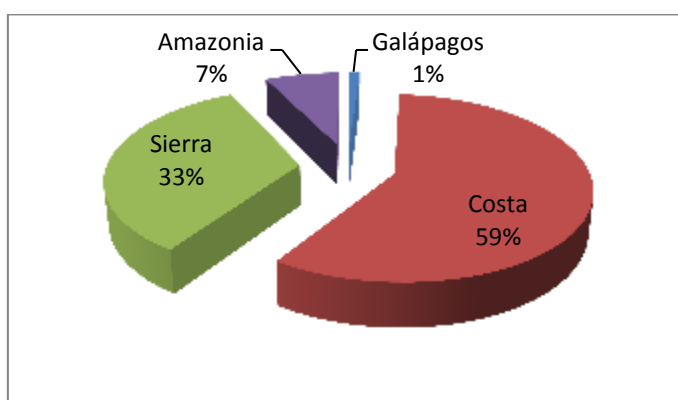
Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015**Figura 3.3** Edad**Fuente:** Pablo Manzano**Análisis:**

De acuerdo a la tabla No. 3.6 Se identificó que el 27% de turistas nacionales tiene la edad entre 40 50 años de edad; el 24% oscila entre 30 a 40 años; mientras que el 22% se encontró entre 20 a 30 años; en menor porcentaje se encontró con los grupos de 10 a 20 años de edad, quienes representan el 9%, así también personas entre 50 a 60 años que representan el 14% y entre 60 a 80 años que representan el 4%. Los datos obtenidos reflejan que más del 50% de los turistas encuestados oscilan entre 20 a 40 años, ubicándose en la población económicamente activa, y siendo un mercado atrayente debe destinaran estrategias que incentiven realizar actividades alternativas de recreación en conjunto con la comunidad de la parroquia rural San Juan

Tabla 3.10

Lugar de Procedencia

PROCEDENCIA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Galápagos	1	1%
Costa	56	58%
Sierra	32	33%
Amazonia	7	7%
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015**Figura 3.4** Lugar de Procedencia**Fuente:** Pablo Manzano**Análisis:**

De acuerdo los 96 turistas encuestados, se obtuvo que el 59% de los turistas nacionales proviene de la región costa, en cambio el 33% de turistas que visitaron la parroquia rural de San Juan proviene de la región Sierra; el 7% de la Amazonia y el 1% de Galápagos; de acuerdo al mayor porcentaje analizado se identificó que las personas provienen de las provincias de Guayas y Manabí, por cuanto el feriado les permite recorrer hasta la presente zona de estudio, con la finalidad de conocer el gran volcán Chimborazo.

Cuestionario:

1. ¿Ha realizado alguna vez, actividad relacionada con turismo comunitario (convivencia familiar en comunidades, disfrute del entorno ambiental, aprendizaje de la cultura) en Ecuador?

Tabla 3.11

Pregunta No. 1

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
SI	25	26%
NO	71	74%
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

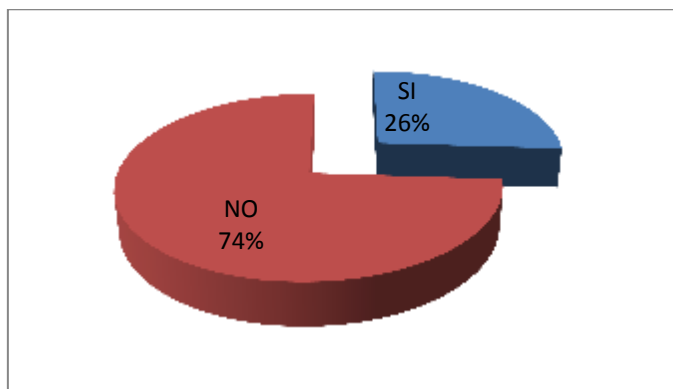


Figura 3.5 Pregunta No. 1

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Según los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales, se identificó que el 74% no ha realizado ninguna actividad de turismo comunitario en el Ecuador, mientras que el 26% mencionó si lo ha realizado.

El desconocimiento por parte de los ecuatorianos en realizar actividades de turismo comunitario, es necesario y urgente cambiar este pensamiento, por cuanto la práctica de esta actividad tiene efectos positivos para el ofertante y su demanda.

2. Entre las siguientes regiones del Ecuador, en donde ha realizado turismo comunitario?

Tabla 3.12

Pregunta No. 2

PROCEDENCIA	RESPUESTA	PORCENTAJE
Galápagos	1	4%
Costa	4	16%
Sierra	16	64%
Amazonia	4	16%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

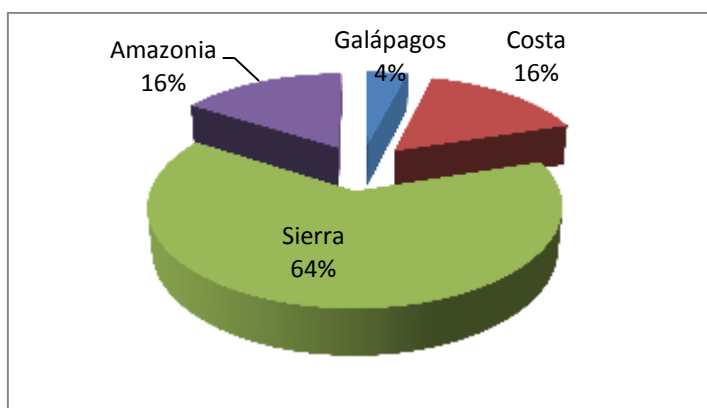


Figura 3.6 Pregunta No. 2

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

De las 25 personas que si han realizado turismo comunitario, se identifica que el 64% ha realizado dichas actividades en la región sierra; el 16% en la Amazonia, al igual que en la costa; y en menor porcentaje, es decir el 4% en Galápagos.

Ante estos resultados se identifica que la región interandina es la zona que presenta un alto índice de receptividad para realizar actividades comunitarias, y que por ende es beneficioso para la parroquia rural de San Juan por estar ubicada en esta región natura y cerca del nevado más alto del Ecuador.

3. De los siguientes servicios enunciados, cuál de ellos se relaciona con la actividad de turismo comunitario?

Tabla 3.13

Pregunta No. 3

RESPUESTAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Transporte	0	0%
Comida tradicional	8	32%
Guianza Nativa	4	16%
Alojamiento en cabañas	6	24%
Baile ancestral	2	8%
Artesanías	3	12%
Otros	2	8%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

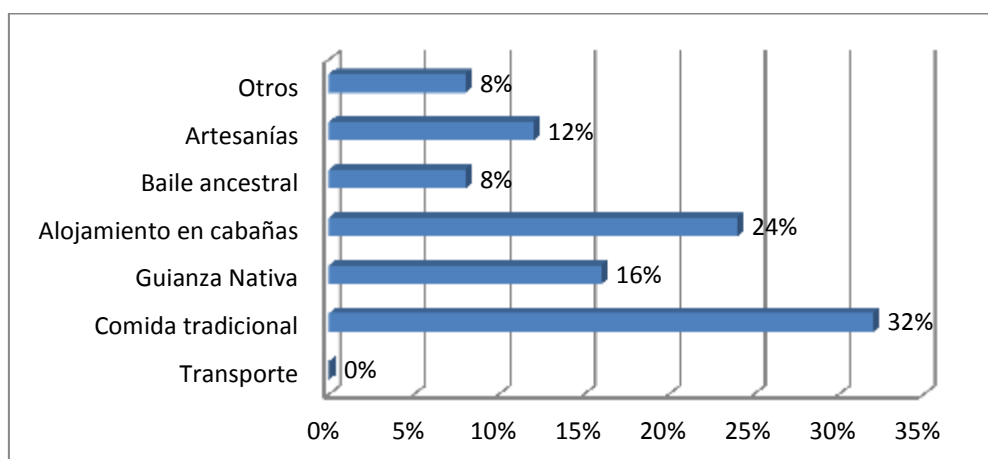


Figura 3.7 Pregunta No. 3

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

De acuerdo a los resultados, se obtuvo que el 32% de turistas encuestados relacionan a la comida tradicional con la práctica de turismo comunitario; mientras que el 24% indicó que se relaciona con el alojamiento en cabañas; el 16% dijo que con guianza nativa; el 12% con artesanías; el 8% con bailes ancestrales.

Ante los resultados presentados, la gastronomía representa un servicio incondicional de la actividad comunitaria, y que a su vez debe tomarse en cuenta en las estrategias a plantearse.

4. De las siguientes características, cuál cree usted que limita el desarrollo de la actividad de turismo comunitario?

Tabla 3.14

Pregunta No. 4

RESPUESTAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Accesibilidad	3	12%
Servicio deficiente	5	20%
Pobreza	2	8%
Escasa limpieza	3	12%
Senderos sucios	1	4%
Desorganización	6	24%
Impuntualidad	4	16%
Desconocimiento del inglés	1	4%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

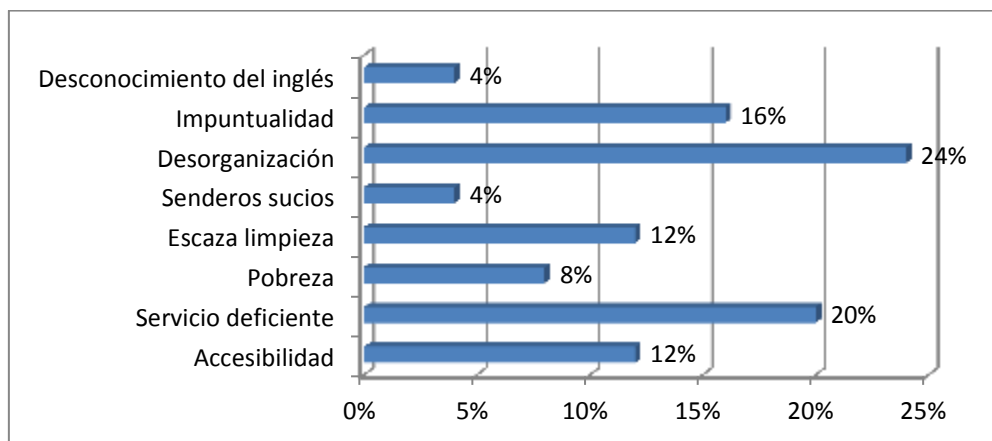


Figura 3.9 Pregunta No. 4

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Los límites que han detenido al desarrollo de la actividad de turismo comunitario de acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas, manifiestan que: el 24% se debe a la desorganización de las comunidades; el 20% por un servicio deficiente; el 16% por la impuntualidad; el 12% por la escasa limpieza al igual que la dificultad en el acceso a los atractivos; el 8% presencia de pobreza; el 4% indica que por la suciedad en los senderos y el desconocimiento en el idioma inglés. Antecedentes que deben considerarse al determinar las estrategias de plan.

5. Ha visitado usted la parroquia rural de San Juan de Riobamba?

Tabla 3.15

Pregunta No. 5

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
SI	26	27%
NO	70	73%
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

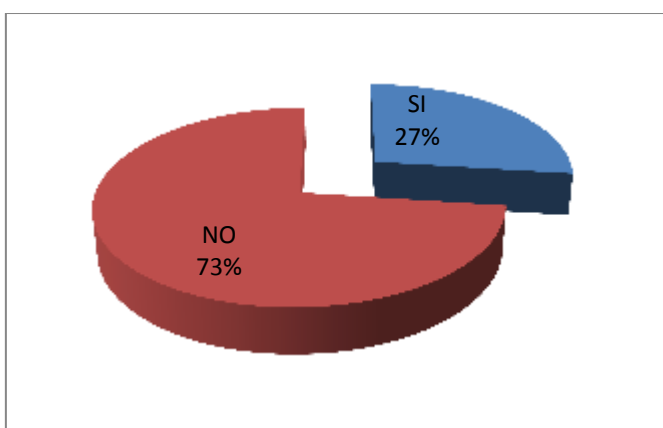


Figura 3.10 Pregunta No. 5

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Se identifica que el 73% de los turistas encuestados aun no visitado la parroquia rural de San Juan; mientras que el 27% si lo ha realizado.

Las 70 personas encuestadas que desconocen sobre la parroquia rural de San Juan significa que es una debilidad para el fomento del turismo comunitario; pero que sin embargo debe buscarse plantear estrategias de promoción y marketing para mejorar la difusión de la parroquia y por ende mejorar el nivel de visitas.

6. ¿Sabía usted que en la parroquia rural de San Juan de Riobamba se realiza turismo comunitario?

Tabla 3.16

Pregunta No. 6

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
SI	14	15%
NO	82	85%
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

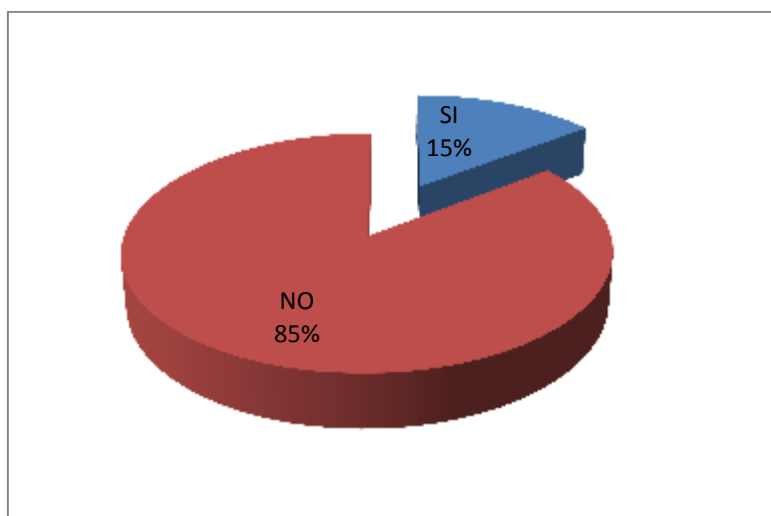


Figura 3.11 Pregunta No. 6

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

De acuerdo a los resultados, se refleja que el 85% de las personas encuestadas no conocen que en la parroquia rural de San Juan de Riobamba se realiza turismo comunitario; mientras que el 15% afirma que si sabe sobre esta actividad en la parroquia. Por tanto, se debe considerar estos resultados al momento de establecer las estrategias de la planificación.

7. Si la parroquia rural de San Juan de Riobamba ofrece actividades de turismo comunitario, le gustaría a usted practicarlo? (Si contestó que SI pase a la siguiente pregunta, caso contrario pase a la pregunta 11)

Tabla 3.17

Pregunta No. 7

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
SI	74	77%
NO	22	23%
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

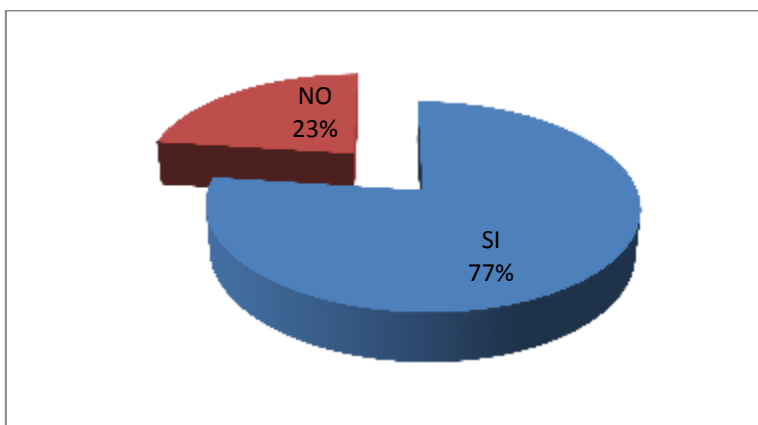


Figura 3.12 Pregunta No. 7

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Se identificó que el 77% de turistas encuestados si le gustaría realizar actividades de turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan; mientras que el 23% no se encontró interesado en realizar estas actividades; por tanto es importante considerar estos resultados para buscar estrategias que atraigan la atención de todos los turistas que llegan a la parroquia y cantón.

8. ¿Cuál de las siguientes opciones, le gustaría realizar como turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan de Riobamba?

Tabla 3.18

Pregunta No. 8

RESPUESTAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Cultura Puruhá	18	24%
Gastronomía ancestral	21	28%
Participación en artesanías	9	12%
Senderos Ecológicos	3	4%
Arquitectura Vernácula	21	28%
Otros	2	3%
TOTAL	74	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

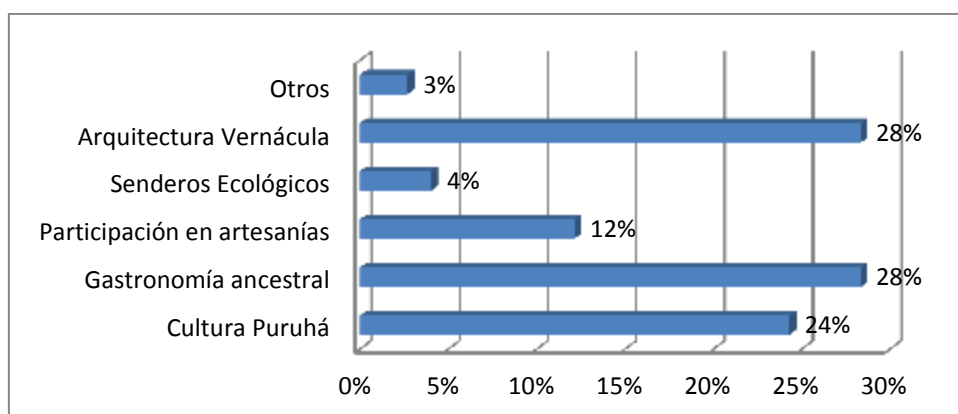


Figura 3.13 Pregunta No. 8

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas se identificó que el 28% le gustaría degustar de la gastronomía ancestral de la zona, al igual que otro 28% indicó que prefiere visitar arquitectura vernácula; mientras que el 24% saber más sobre la cultura Puruhá; por otra parte el 12% participar de la elaboración de artesanías y el 4% recorrer senderos ecológicos.

Ante estos resultados, es necesario fortalecer el conocimiento en los pobladores de la parroquia de San Juan sobre la gastronomía ancestral de la localidad; al igual que la preservación de la naturaleza que los rodea.

9. De acuerdo a los siguientes servicios; cuanto estaría usted dispuesto a invertir en actividades recreativa que involucren la comunidad de la parroquia rural de San Juan de Riobamba “llamado turismo comunitario”

Tabla 3.19

Pregunta No. 9

ALOJAMIENTO	RESPUESTA	PORCENTAJE
De 10 a 20 dólares	39	53%
De 21 a 30 dólares	22	30%
De 31 a 40 dólares	10	14%
De 40 dólares a más	3	4%
TOTAL	74	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

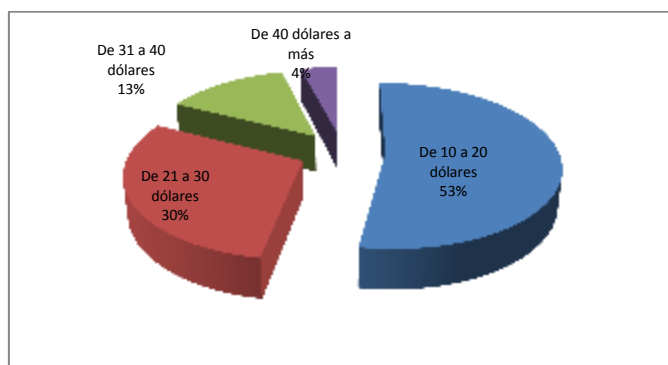


Figura 3.14 Pregunta No. 9

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

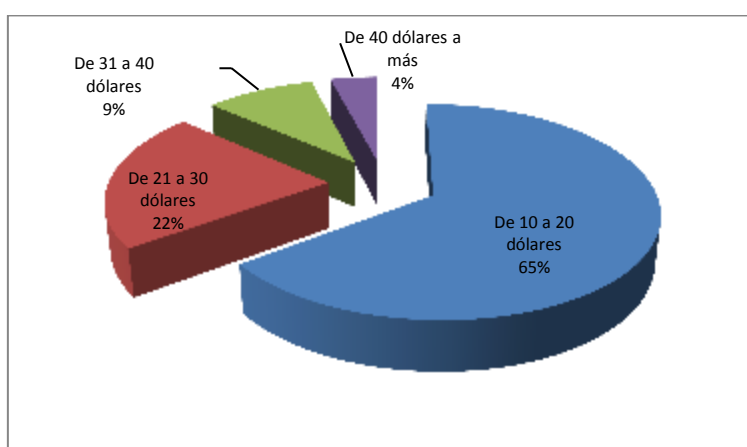
En base a los resultados obtenidos se identificó que para el servicio de alojamiento el 53% de turistas encuestados estaría dispuesto a pagar entre 10 a 20 dólares; en cambio el 30% pagaría entre 21 a 30 dólares; el 14% de 31 a 40 dólares y el 4% de encuestados mencionó que pagaría de 40 dólares a más.

Con estos resultados se puede identificar que el alojamiento comunitario en la parroquia San Juan no debe superar los 40 dólares de promedio.

Tabla 3.20

Pregunta No. 9

ALIMENTACIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
De 10 a 20 dólares	48	65%
De 21 a 30 dólares	16	22%
De 31 a 40 dólares	7	9%
De 40 dólares a más	3	4%
TOTAL	74	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015**Figura 3.15** Pregunta No. 9**Fuente:** Pablo Manzano**Análisis**

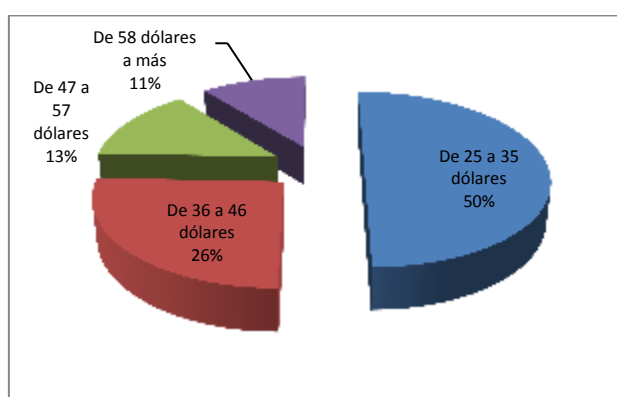
De las personas encuestadas, el 65% mencionó que pagarían por el servicio de alimentación complementario de las actividades comunitarias en la parroquia San Juan, entre 10 a 20 dólares; el 22% de 21 a 30 dólares; el 9% de 31 a 40 dólares y el 4% mencionó que pagaría más de 40 dólares.

En relación a estos antecedentes el servicio de alimentación que se provee en la parroquia San Juan debe oscilar entre 10 a 20 dólares, considerando que debe rescatarse la gastronomía ancestral.

Tabla 3.21

Pregunta No. 9

GUIANZA	RESPUESTA	PORCENTAJE
De 25 a 35 dólares	37	50%
De 36 a 46 dólares	19	26%
De 47 a 57 dólares	10	14%
De 58 dólares a más	8	11%
TOTAL	74	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015**Figura 3.16** Pregunta No. 9**Fuente:** Pablo Manzano**Análisis:**

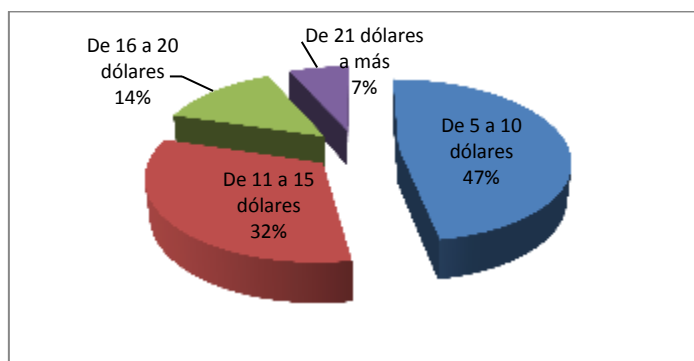
En relación a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, el 50% mencionó que le estaría apta para pagar entre 25 a 35 dólares por el servicio de guianza en la parroquia de San Juan, siendo una actividad complementaria al turismo comunitario de la zona; a su vez, el 23% de encuestados dijeron que pagaría entre 36 a 46 dólares; el 14% de 47 a 57 dólares y el 11% indicó que pagaría más de 58 dólares.

Considerando estos resultados, la guianza por la parroquia rural de San Juan debe ser con calidad y calidez, realizando el trabajo comunitario de la localidad.

Tabla 3.22

Pregunta No. 9

ARTESANÍA	RESPUESTA	PORCENTAJE
De 5 a 10 dólares	35	47%
De 11 a 15 dólares	24	32%
De 16 a 20 dólares	10	14%
De 21 dólares a más	5	7%
TOTAL	74	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015**Figura 3.17** Pregunta No. 9**Fuente:** Pablo Manzano**Análisis**

En base a los resultados de las encuestas aplicadas, el 47% de personas pagarían de 5 a 10 dólares por artesanías elaboradas en la zona, mientras que el 32% pagaría entre 11 a 15 dólares; el 14% de 16 a 20 dólares, y el 7% pagaría de 21 dólares a más.

Considerando estos resultados debe tomarse en cuenta que estas actividades recreativas permiten el involucran con la comunidad de la parroquia rural de San Juan de Riobamba logrando el verdadero significado de turismo comunitario.

10. De las siguientes opción, que medio de comunicación usted utilizaría para obtener información sobre el turismo que se practica en la parroquia rural de San Juan de Riobamba?

Tabla 3.23

Pregunta No. 10

RESPUESTAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Internet (Buscadores)	20	27%
Prensa Escrita	7	9%
Facebook – Tuwiter	26	35%
Radio Local	4	5%
Recomendaciones de familiares	9	12%
Revistas de turismo	8	11%
TOTAL	74	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

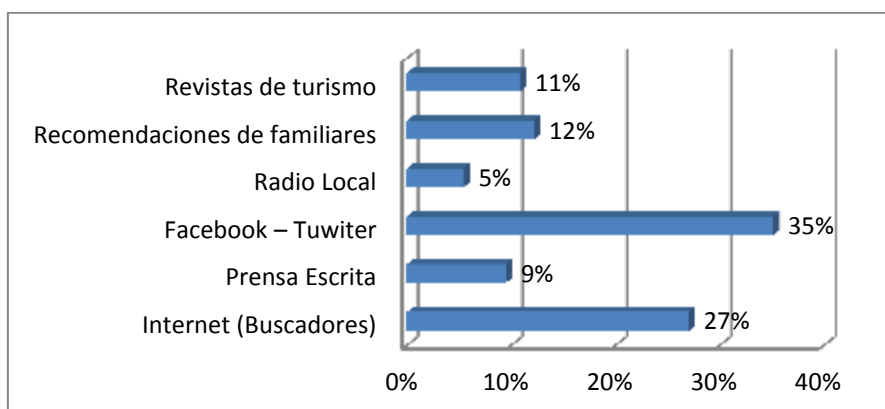


Figura 3.18 Pregunta No. 10

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

La información permite verificar que el 35% de personas utilizan las redes sociales como el facebook y tuwiter para obtener información sobre el turismo que se practica en la parroquia rural de San Juan; mientras que el 27% dijo que prefiere utilizar los buscadores de internet, el 12% en cambio optó por las recomendaciones de familiares y amigos; no obstante el 11% escogió las revistas de turismo; y el 9% la prensa escrita.

11. Si existiese una mejor planificación de turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan, cree usted cree se incrementaría el nivel de visitas?

Tabla 3.24

Pregunta No. 11

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
SI	81	84%
NO	15	16%
TOTAL	96	100%

Fuente: Encuesta a turistas nacionales. Febrero 2015

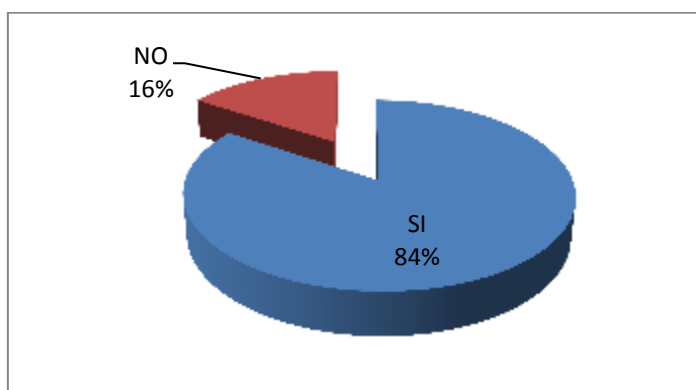


Figura 3.19 Pregunta No. 11

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

De las respuestas obtenidas, se identificó que el 84% afirma que si incrementaría el nivel de visitas al contar con una mejor planificación de turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan; mientras que el 16% considera que no depende el nivel de turistas en un lugar si cuenta o no una planificación de turismo.

Ante las respuestas emitidas y a razón de la propuesta del GAD parroquia de San Juan es importante considerar que el desarrollo del turismo en la localidad es necesario contar con una planificación.

3.5 Encuestas a turistas extranjeros (Anexo No. 2)

Datos Informativos:

Tabla 3.25

Gender

GENDER	PEOPLE	PERCENTAGE
Masculino	54	56%
Femenino	43	44%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

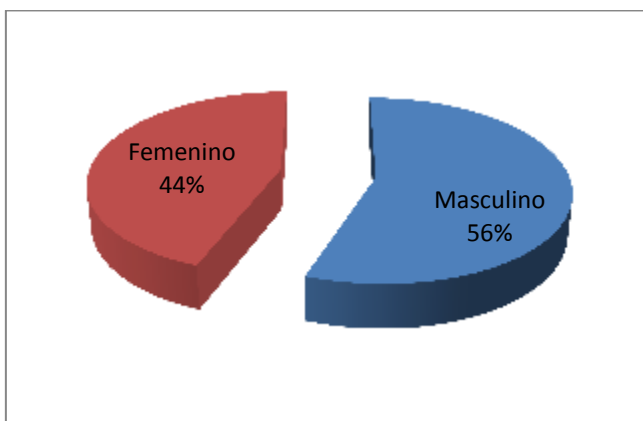


Figura 3.20 Gender

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Entre los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas extranjeros, se identificó que 56% pertenecen al género masculino; mientras que el 44% al género femenino.

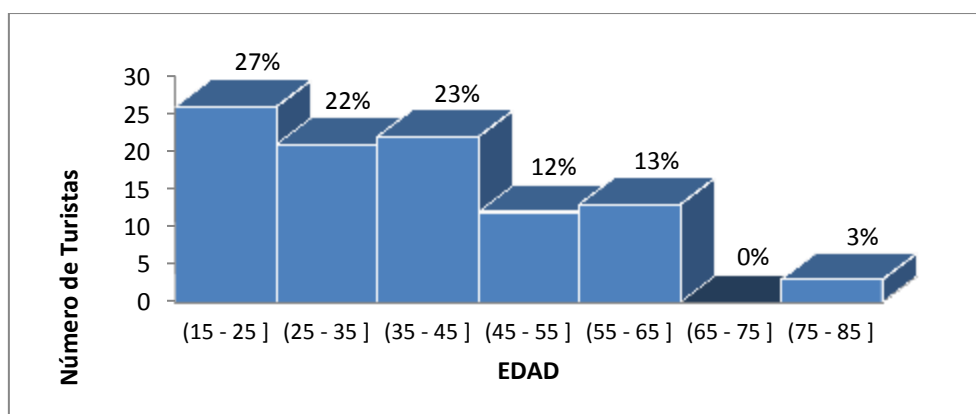
De acuerdo a estos datos, se puede visualizar que es muy contrario a los resultados obtenidos de los turistas nacionales; razón por la cual es necesario considerar las características del segmento de mercado en relación a las estrategia a plantearse.

Tabla 3.26

Age

AGE	PUNTO MEDIO	PEOPLE	PERCENTAGE
(15 - 25]	20	26	27%
(25 - 35]	30	21	22%
(35 - 45]	40	22	23%
(45 - 55]	50	12	12%
(55 - 65]	60	13	13%
(65 - 75]	70	0	0%
(75 - 85]	80	3	3%
TOTAL		97	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

**Figura 3.21** Age

Fuente: Pablo Manzano

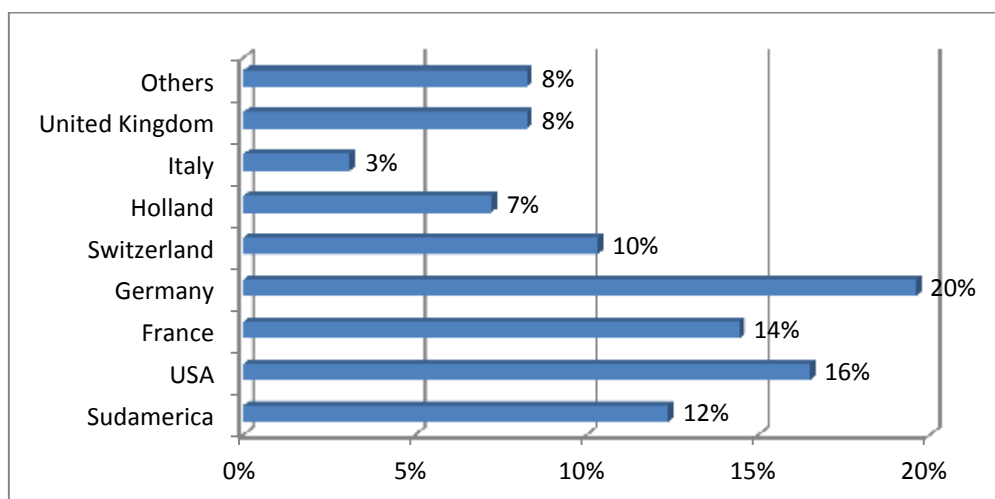
Análisis:

Los resultados obtenidos permiten identificar que la mayor parte del segmento encuestado es joven, logrando visualizar que las estrategias a utilizarse por la oferta deben considerarse para este grupo de demanda.

Tabla 3.27

Country

COUNTRY	PEOPLE	PERCENTAGE
Sudamérica	12	12%
USA	16	16%
France	14	14%
Germany	19	20%
Switzerland	10	10%
Holland	7	7%
Italy	3	3%
United Kingdom	8	8%
Others	8	8%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015**Figura 3.22** Country**Fuente:** Pablo Manzano**Análisis:**

De acuerdo a los resultados, se visualizó que el 20% de encuestados que visitaron la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, fueron de Alemania, el 16% de Estados Unidos; el 14% de Francia; 12% de Sudamérica; el 8% del Reino Unido; el 7% de Holanda; el 3% de Italia y finalmente el 8% representa la suma de otros países.

Son los turistas de Alemania y Estados Unidos quienes más visitan la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, y por ende posibles visitantes para la parroquia de San Juan, localidad que forma parte de esta área protegida.

1. ¿Ha realizado alguna vez, actividad relacionada con turismo comunitario (convivencia familiar en comunidades, disfrute del entorno ambiental, aprendizaje de la cultura) en Ecuador?

Tabla 3.28

Question No. 1

QUESTION 1	PEOPLE	PERCENTAGE
YES	31	32%
NO	66	68%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

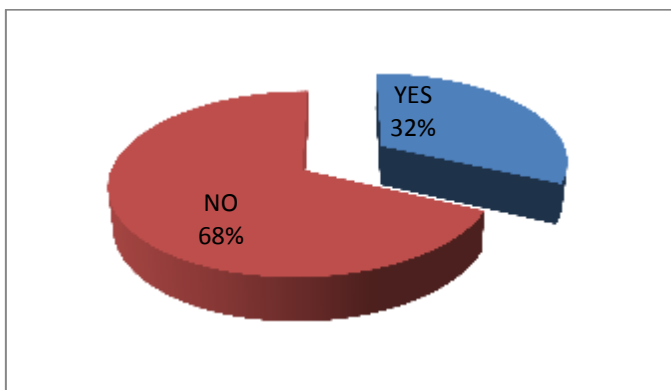


Figura 3.23 Question No. 1

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

Se concluye que el 68% de las personas encuestadas no han realizado actividades vinculadas con el turismo comunitario en Ecuador; mientras que el 32% mencionó que si ha realizado estas actividades en este país.

De acuerdo a las respuestas positivas, se puede visualizar que el turismo comunitario se encuentra en una etapa de crecimiento, y que ante este antecedente se debe trabajar con mayor esfuerzo para que la parroquia San Juan pueda formar parte de los sitios reconocidos en esta actividad.

2. Entre las siguientes regiones del Ecuador, en donde ha realizado turismo comunitario?

Tabla 3.29

Question No. 2

QUESTION 2	PEOPLE	PERCENTAGE
Galápagos	0	0%
Coast	14	45%
Higlands	15	48%
Jungle	2	6%
TOTAL	31	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

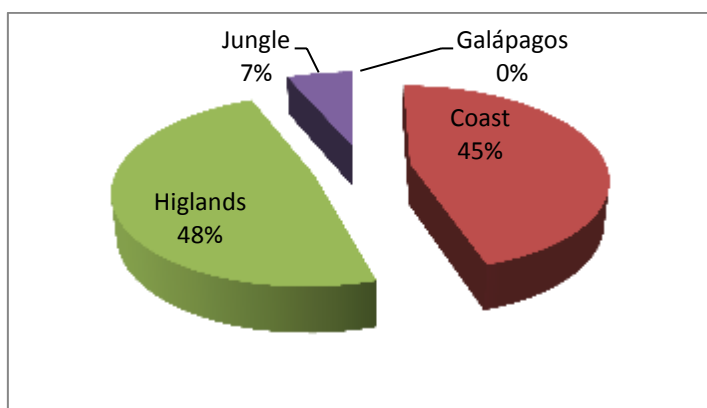


Figura 3.24 Question No. 2

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

De acuerdo a los turistas extranjeros encuestados que ha mencionado que si han realizado turismo comunitario, el 48% han indicado que estas actividades lo han realizado en la región interandina; mientras que el 45% en la Costa; y el 7% en la Amazonia; lográndose identificar que en la sierra existen mayor demanda de este servicio llamado turismo comunitario, y que a su vez, debe identificarse las características de la competencia directa e indirecta para la parroquia San Juan.

3. De los siguientes servicios enunciados, cuál de ellos se relaciona con la actividad de turismo comunitario?

Tabla 3.30

Question No. 3

QUESTION 3	PEOPLE	PERCENTAGE
Transportation	1	3%
Typical Food	6	19%
Native guidance	3	10%
Lodging in cabins	11	35%
Folk dance	3	10%
Handycrafts	3	10%
Other	4	13%
TOTAL	31	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

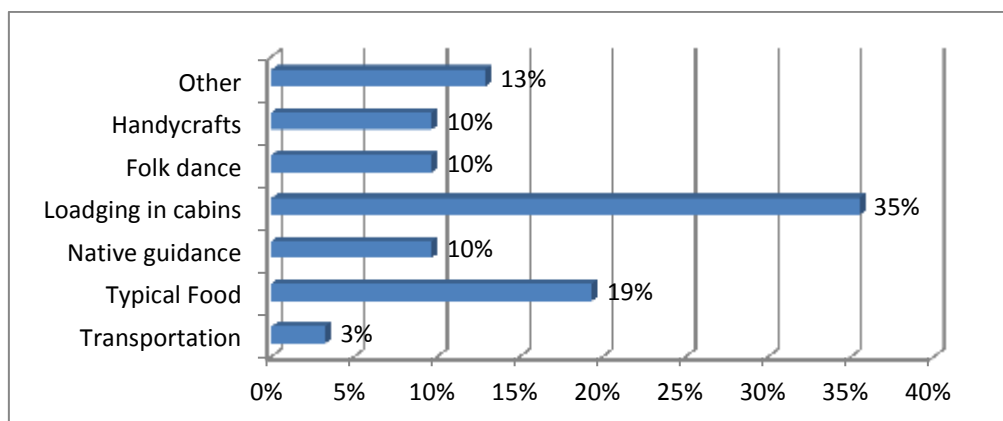


Figura 3.25 Question No. 3

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

En relación a los resultados de los 31 turistas extranjeros; el 35% menciono que el servicio recibido dentro de la actividad de turismo comunitario fue un alojamiento en cabañas; mientras que el 19% indicó que recibió comida típica de la zona; el 30% dividido en tres partes iguales recibió: guía de la zona por parte de personas nativas, observó una danza tradicional y adquirió artesanías representativas; mientras que el 13% realizó deportes extremos, shamanismo y aviturismo. Ante estos resultados se puede identificar que los servicios de alimentación tradicional y alojamientos relacionados con el entorno son la base del turismo comunitario.

4. De las siguientes características, cuál cree usted que limita el desarrollo de la actividad de turismo comunitario?

Tabla 3.31

Question No. 4

QUESTION 4	PEOPLE	PERCENTAGE
Difficulty Access	3	10%
Bad service	7	23%
Poverty	1	3%
Lack of washing device	4	13%
Dirty trails	3	10%
Lack of organization	7	23%
Unpunctuality	2	6%
Not speaking English	4	13%
TOTAL	31	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

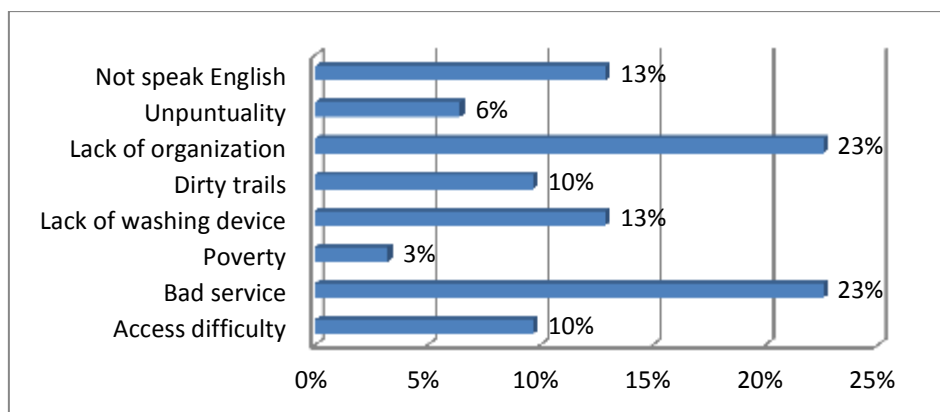


Figura 3.26 Question No. 4

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos, se identificó que el 23% de encuestados consideró que es la escasa organización de la autoridades que ha limitado el desarrollo de la actividad de turismo comunitario en la parroquia; así también otro 23% indicó que esto se debe al mal servicio recibido por la oferta aledaña; en cambio el 13% indico que esto se debe a que la población no habla otro idioma como el inglés, así también por el desaseo que presenta la localidad; el 10% indicó que es por los la escasa limpieza de los senderos; el 6% mencionó que por la impuntualidad; y el 3% de encuestados indicó que se debe a la pobreza. Considerando que la escasa organización es una característica que ha limitado el desarrollo del turismo comunitario, es necesario plantear estrategias en pro mejora de este antecedente.

5. Ha visitado usted la parroquia rural de San Juan en la provincia de Chimborazo?

Tabla 3.32

Question No. 5

QUESTION 5	PEOPLE	PERCENTAGE
YES	13	13%
NO	84	87%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

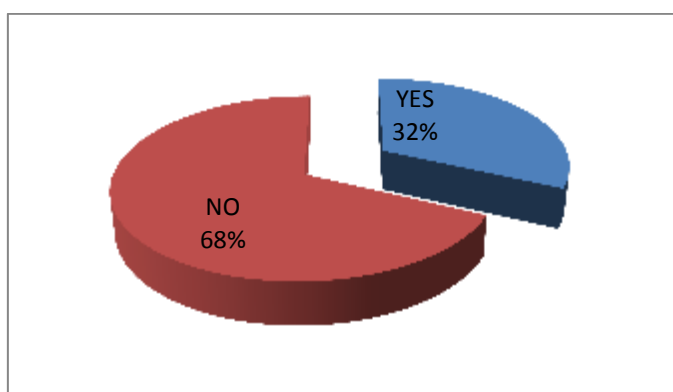


Figura 3.27 Question No. 5

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

El 68% de encuestados mencionó que desconoce de la parroquia rural de San Juan; sin embargo el 32% afirma que si conoce de esta localidad.

Ante este resultado es necesario plantear estrategias que promocionen turísticamente a la parroquia y de esta manera impulsar el crecimiento del número de visitas y concienciación del lugar.

6. ¿Sabía usted que en la parroquia rural de San Juan se realiza turismo comunitario?

Tabla 3.33

Question No. 6

QUESTION 6	PEOPLE	PERCENTAGE
YES	17	18%
NO	80	82%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

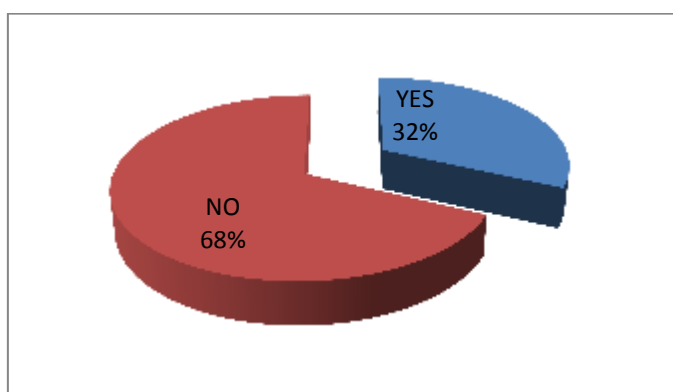


Figura 3.28 Question No. 6

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

De los resultados obtenidos, se identificó que el 68% desconoce que en la parroquia rural de San Juan se realiza turismo comunitario; en cambio el 32% indicó que si conoce que en la parroquia mencionada se realiza esta actividad.

De acuerdo a los antecedentes mencionados, se puede visualizar que existe un buen porcentaje de turistas que si conoce de las actividades de turismo comunitario que se realiza en la parroquia de San Juan.

7. Si la parroquia rural de San Juan ofrece actividades de turismo comunitario, le gustaría practicarlo? (Si contestó que SI pase a la siguiente pregunta, caso contrario pase a la pregunta 11)

Tabla 3.34

Question No. 7

QUESTION 7	PEOPLE	PERCENTAGE
YES	66	68%
NO	31	32%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

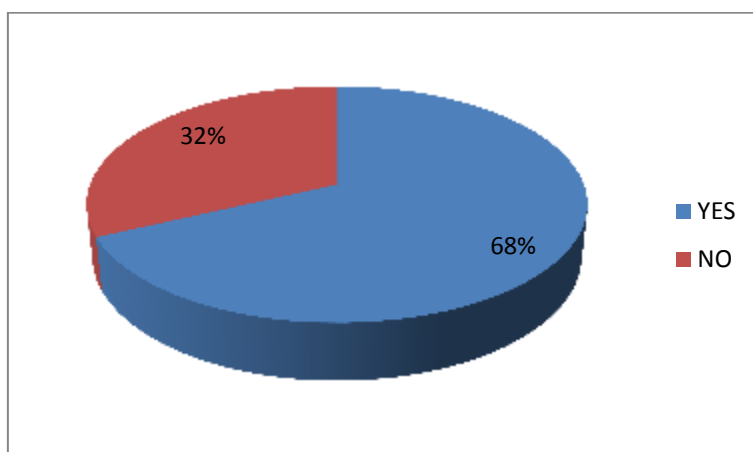


Figura 3.29 Question No. 7

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

Se verifica que un 68% de los encuestados realizarían actividades turísticas comunitarias en la parroquia, mientras que el 32% no lo harían.

De igual forma se contempla la existencia de demanda potencial extranjera que desearía interactuar con la localidad de San Juan, efectuando actividades relacionadas con su cultura y naturaleza.

8. ¿Cuál de las siguientes opciones, le gustaría realizar como turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan?

Tabla 3.35

Question No. 8

OPTIONS	PEOPLE	PERCENTAGE
Eco-trails	24	36%
Cultural tours	2	3%
Making handicrafts	12	18%
Trying local gastronomy	16	16%
Living in typical houses	9	14%
Other	3	5%
TOTAL	66	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

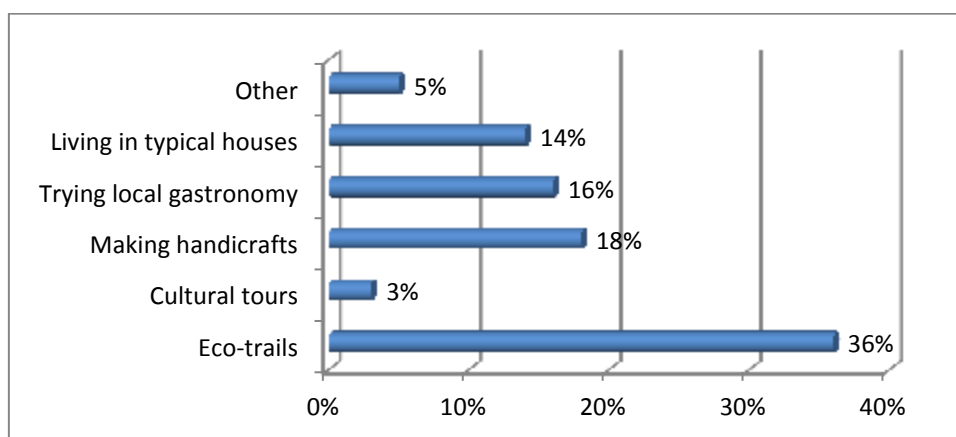


Figura 3.30 Question No. 8

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

En base a los resultados, se puede visualizar que el 36% de encuestados les gustaría recorrer senderos ecológicos, siendo una actividad complementaria al turismo comunitario; mientras que el 24% optó por degustar de la gastronomía típica; el 18% por involucrarse en realizar y comprar artesanías; el 14% por conocer más sobre la cultura Puruhá; el 3% por visualizar la arquitectura vernácula; y finalmente el 5% de encuestados indicó que prefieren conocer sobre los procesos de agricultura y/o ganadería, siendo esto una actividad primordial en la vida de los comuneros. Ante estos resultados se identificó a la relación con el medio ambiente la variable de mayor importancia y que debe ser considerada en las estrategias de planificación turística

9. De acuerdo a los siguientes servicios; cuanto estaría usted dispuesto a invertir en actividades recreativas en la comunidad de la parroquia rural de San Juan?

Tabla 3.36

Question No. 9

LODGING (USD)	PEOPLE	PERCENTAGE
10 to 20	11	17%
21 to 30	17	26%
31 to 40	26	39%
40 or more	12	18%
TOTAL	66	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

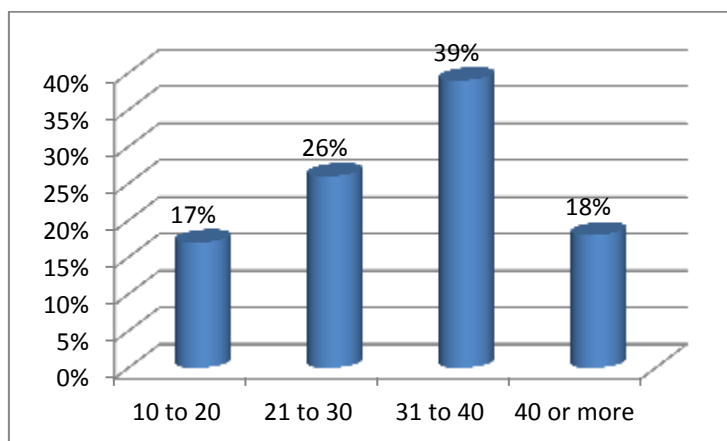


Figura 3.31 Question No. 9

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

En base a los resultados obtenidos se identificó que para el servicio de alojamiento el 39% de turistas encuestados estaría dispuesto a pagar entre 34 a 40 dólares; en cambio el 26% pagaría entre 21 a 30 dólares; el 17% de 31 a 40 dólares y el 18% de encuestados mencionó que pagaría de 40 dólares a más.

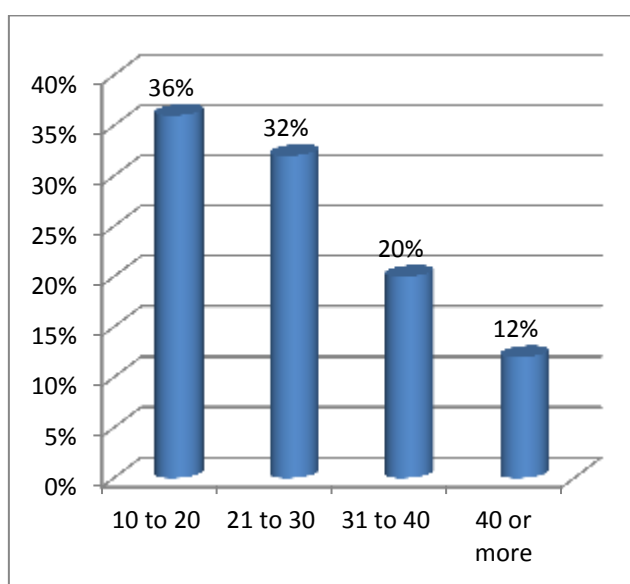
Con estos resultados se puede identificar que el alojamiento comunitario en la parroquia San Juan no debe superar los 40 dólares de promedio.

Tabla 3.37

Question No. 9

MEALS	PEOPLE	PERCENTAGE
10 to 20	24	36%
21 to 30	21	32%
31 to 40	13	20%
40 or more	8	12%
TOTAL	66	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

**Figura 3.32** Question No. 9

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

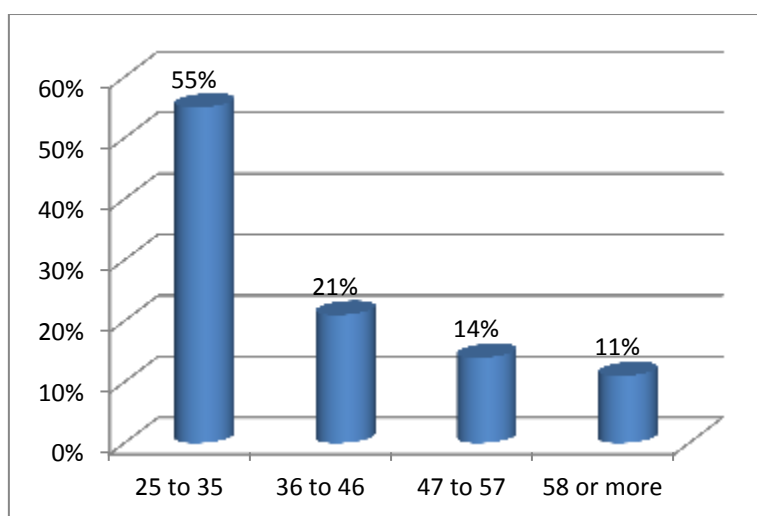
De las personas encuestadas, el 36% mencionó que pagarían por el servicio de alimentación complementario de las actividades comunitarias en la parroquia San Juan, entre 10 a 20 dólares; el 32% de 21 a 30 dólares; el 20% de 31 a 40 dólares y el 12% mencionó que pagaría más de 40 dólares.

En relación a estos antecedentes el servicio de alimentación que se provee en la parroquia San Juan debe oscilar entre 10 a 20 dólares, considerando que debe rescatarse la gastronomía ancestral.

Tabla 3.38

Question No. 9

NATIVE GUIDANCE (USD)	PEOPLE	PERCENTAGE
25 to 35	36	55%
36 to 46	14	21%
47 to 57	9	14%
58 or more	7	11%
TOTAL	66	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015**Figura 3.33** Question No. 9**Fuente:** Pablo Manzano**Análisis**

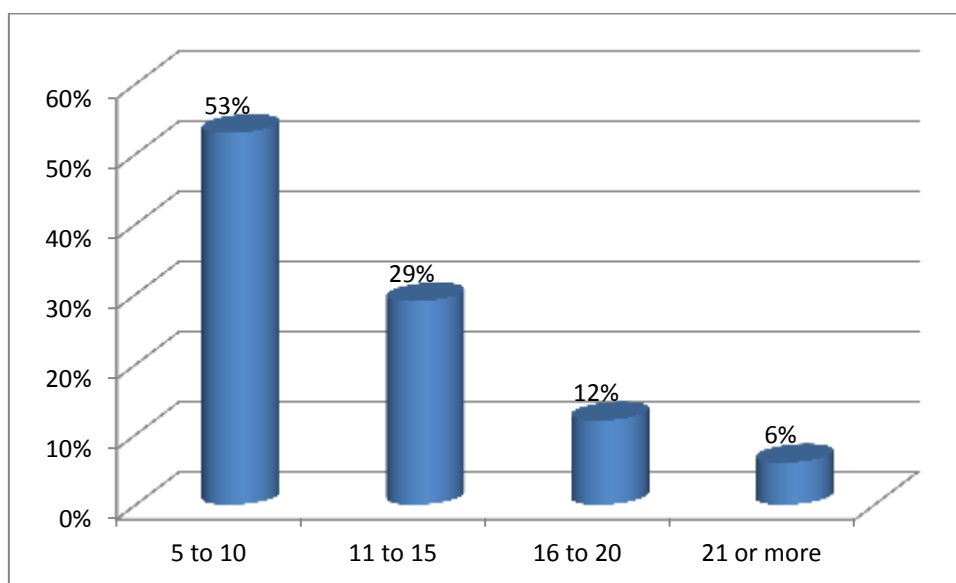
En relación a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, el 55% mencionó que le estaría apta para pagar entre 25 a 35 dólares por el servicio de guianza en la parroquia de San Juan, siendo una actividad complementaria al turismo comunitario de la zona; a su vez, el 21% de encuestados dijeron que pagaría entre 36 a 46 dólares; el 14% de 47 a 57 dólares y el 11% indicó que pagaría más de 58 dólares.

Considerando estos resultados, la guianza por la parroquia rural de San Juan debe involucrara a los jóvenes de la localidad y lograr un verdadero trabajo comunitario.

Tabla 3.39

Question No. 9

HANDICRAFTS	PEOPLE	PERCENTAGE
5 to 10	35	53%
11 to 15	19	29%
16 to 20	8	12%
21 or more	4	6%
TOTAL	66	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015**Figura 3.34** Question No. 9**Fuente:** Pablo Manzano**Análisis**

Los datos obtenidos estiman que el 53% de extranjeros pagarían entre USD 5,00 a USD 10,00 por artesanías que representen a la localidad, mientras que el 29% pagaría entre USD 11,00 a USD 15,00; el 12% de USD 16,00 a USD 20,00, y el 6% pagaría de USD 21,00 o más.

Considerando estos resultados debe tomarse en cuenta que estas actividades recreativas permiten el involucran con la comunidad de la parroquia rural de San Juan de Riobamba logrando el verdadero significado de turismo comunitario.

10. De las siguientes opciones, qué medio de comunicación usted utilizaría para obtener información sobre el turismo que se practica en la parroquia rural de San Juan?

Tabla 3.40

Question No. 10

QUESTION 10	PEOPLE	PERCENTAGE
Internet	41	42%
Newspaper	0	0%
Tour Guides	9	9%
Facebook – Twitter	37	38%
Radio	0	0%
Personal recomendations	8	8%
Tourism magazines	2	2%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

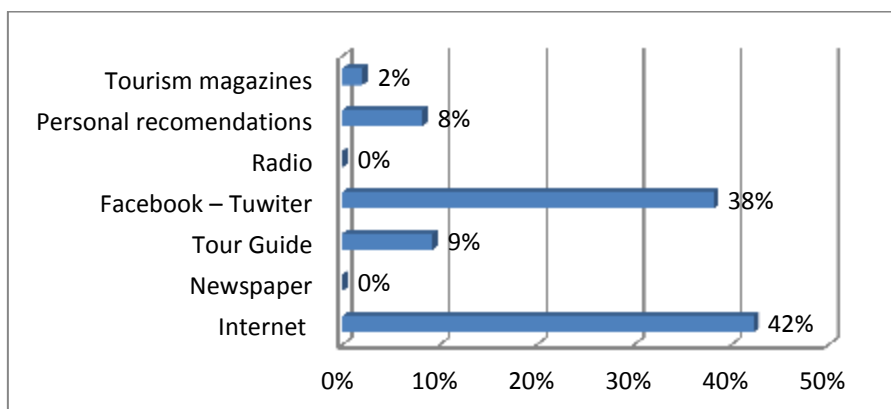


Figura 3.35 Question No. 10

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

En base a los resultados obtenidos, se identificó que el 38% de los turistas extranjeros encuestados utilizan con mayor frecuencia las redes sociales como el facebook y twitter para obtener información sobre el turismo que se practica en la parroquia rural de San Juan; mientras que el 42% dijo que prefiere utilizar los buscadores de internet, el 9% en cambio optó por las recomendaciones del tour leader; no obstante el 8% por recomendaciones de amigos o familiares; y el 2% escogió las revistas de turismo.

11. Si existiese una mejor planificación de turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan, cree usted cree se incrementaría el nivel de visitas?

Tabla 3.41

Question No. 11

QUESTION 11	PEOPLE	PERCENTAGE
YES	77	79%
NO	20	21%
TOTAL	97	100%

Fuente: Encuesta a turistas extranjeros. Febrero 2015

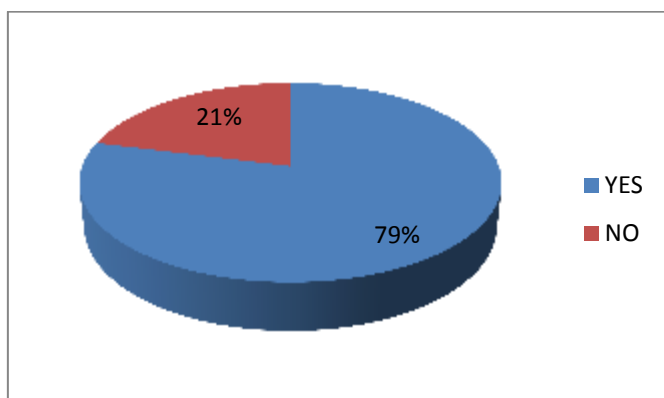


Figura 3.36 Question No. 11

Fuente: Pablo Manzano

Análisis

En base a los resultados obtenidos, se identificó que el 79% considera que una adecuada planificación es la estrategia de mejora turística en la parroquia, mientras que el 21% estima que existen otros mecanismos como alianzas estratégicas con operadores turísticos internacionales.

En relación a estas respuestas emitidas es importante considerar que el desarrollo del turismo en la localidad es necesario contar con una planificación; y de esta manera satisfacer las necesidades y tendencias del mercado extranjero.

3.6 Encuestas a la población económicamente activa (PEA) (Anexo No. 3)

Datos Informativos:

Tabla 3.42

Género

Género	TURISTAS	PORCENTAJE
Masculino	34	37%
Femenino	59	63%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

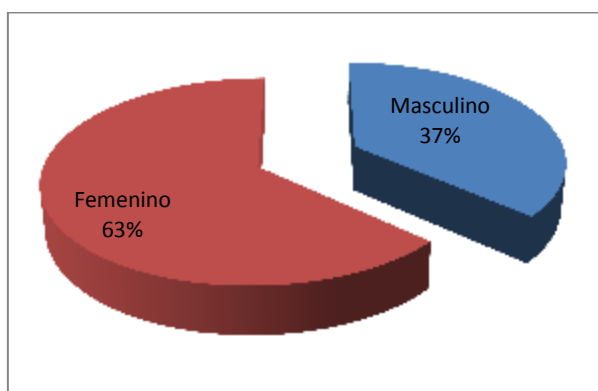


Figura 3.37 Género

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Se identificó que el 63% de habitantes de la parroquia, que conforman su población económicamente activa, son mujeres y el 46% son hombres.

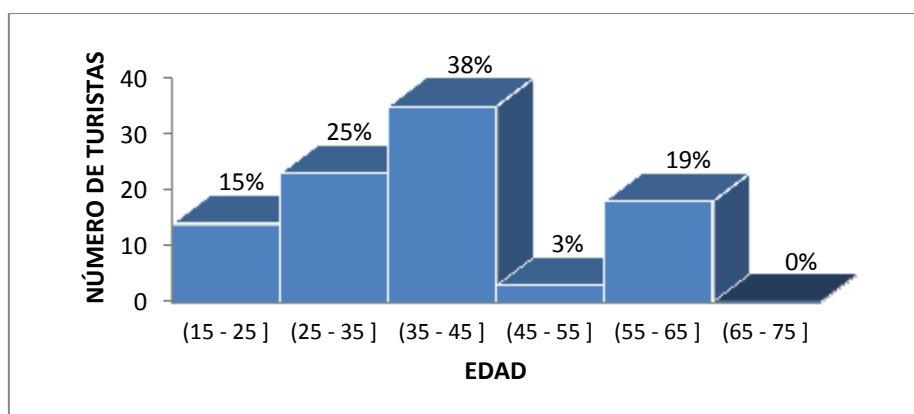
Ante estos resultados se puede impulsar el involucramiento del trabajo de la mujer en actividades del turismo comunitario, lo que permite generar la equidad de género.

Tabla 3.43

Edad

EDAD	PUNTO MEDIO	TURISTAS	PORCENTAJE
(15 - 25]	20	14	15%
(25 - 35]	30	23	25%
(35 - 45]	40	35	38%
(45 - 55]	50	3	3%
(55 - 65]	60	18	19%
(65 - 75]	70	0	0%
TOTAL		93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

**Figura 3.38** Edad

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Se verifica que el rango más relevante de población se ubica entre 35 a 45 años, con un 38% de representatividad, seguido del grupo de 25 a 35 años con un 25%; de 55 a 65 años con un 19%; de 15 a 25 años con un 15% y finalmente de 45 a 55 años con un 3%.

Este análisis permite contextualizar la generación de proyectos relacionados con el turismo para personas que se encuentran en su vida activa de trabajo, pues son quienes impulsarán de forma dinámica ésta actividad.

Cuestionario:

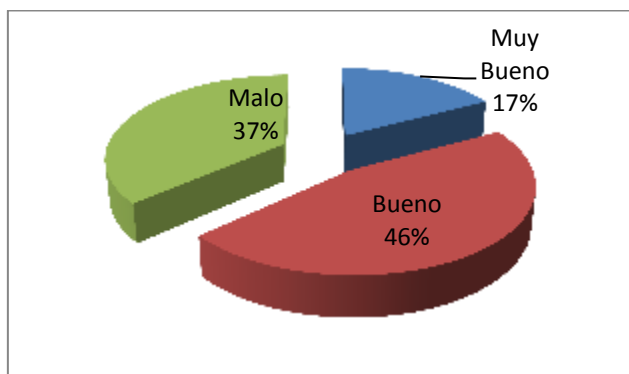
1. ¿Cómo califica usted los servicios básicos de la parroquia rural de San Juan?

Tabla 3.44

Pregunta No. 1

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
Muy Bueno	16	17%
Bueno	43	46%
Malo	34	37%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

**Figura 3.39** Pregunta No. 1

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Entre los resultados que arrojó la encuesta realizada al PEA de la parroquia rural de San Juan, el 46% calificó los servicios básicos como buenos; el 37% en malos; y el 17% muy buenos.

En relación a estos resultados se puede observar la realidad de los servicios básicos de la parroquia; lo que denota que existe un buen servicio y que a su vez esta infraestructura de apoyo fortalece la actividad de turismo comunitario en la propuesta de su planificación.

2. Cree usted que en la parroquia rural San Juan se han perdido las costumbres y tradiciones?

Tabla 3.45

Pregunta No. 2

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
SI	31	33%
NO	62	67%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

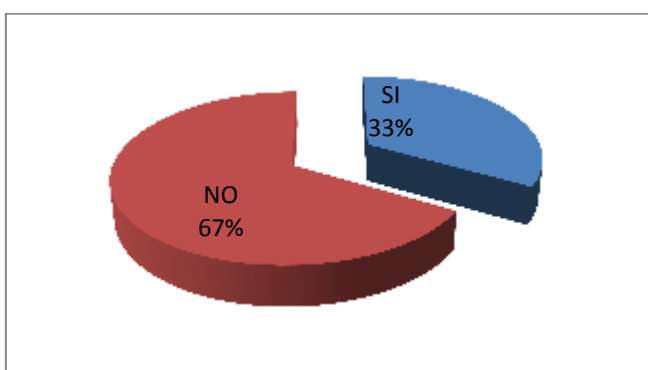


Figura 3.40 Pregunta No. 2

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, se obtuvo que el 67% de la población no ha perdido las costumbres y tradiciones de la parroquia de San Juan; mientras que el 33% afirmó que si se han perdido, sobre todo los jóvenes quienes ya no conocen sobre estos hechos que marcan la cultura de San Juan.

De acuerdo a estos resultados es importante ejecutar estrategias que permitan concienciar y empoderar sobre las tradiciones y costumbres de la parroquia, permitiendo preservar esta cultural

3. Conoce usted sobre los trabajos que el GAD de la parroquia San Juan realiza en beneficio del turismo comunitario?

Tabla 3.46

Pregunta No. 3

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
SI	14	15%
NO	79	85%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

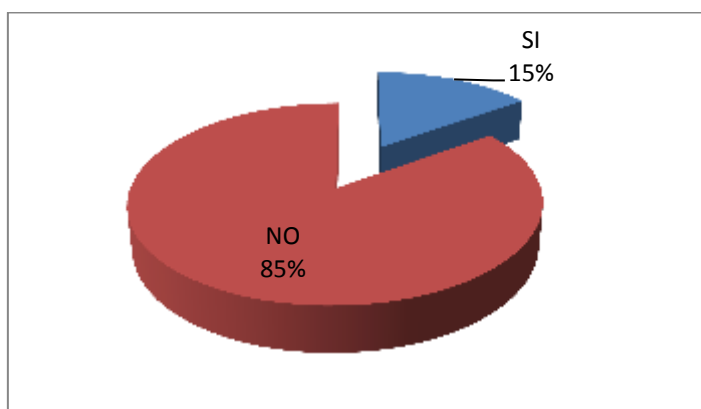


Figura 3.41 Pregunta No. 3

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Los datos obtenidos denotan que el 15% de los pobladores de San Juan tiene algún conocimiento relacionado con el GAD parroquial en beneficio del turismo comunitario, mientras que el 85% no tiene conocimiento alguno.

El trabajo de GAD parroquial en beneficio del turismo comunitario no ha sido dado a conocer casi en su totalidad, generando una desmotivación por parte de sus habitantes en incursionarse en actividades relacionadas a este tema, ya que, no saben cómo efectuarlo ni el tipo de asesoría que deben tener.

4. Cuál de las siguientes opciones, cree usted que es un problema que limita el desarrollo del turismo comunitario en la parroquia rural San Juan?

Tabla 3.47

Pregunta No. 4

RESPUESTAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Contaminación ambiental	13	14%
Empirismo en la atención al cliente	30	32%
Poca promoción turística	23	25%
Desvalorización de la cultura e identidad	17	18%
Escasa participación de la mujer	4	4%
Deslealtad de las autoridades	6	6%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

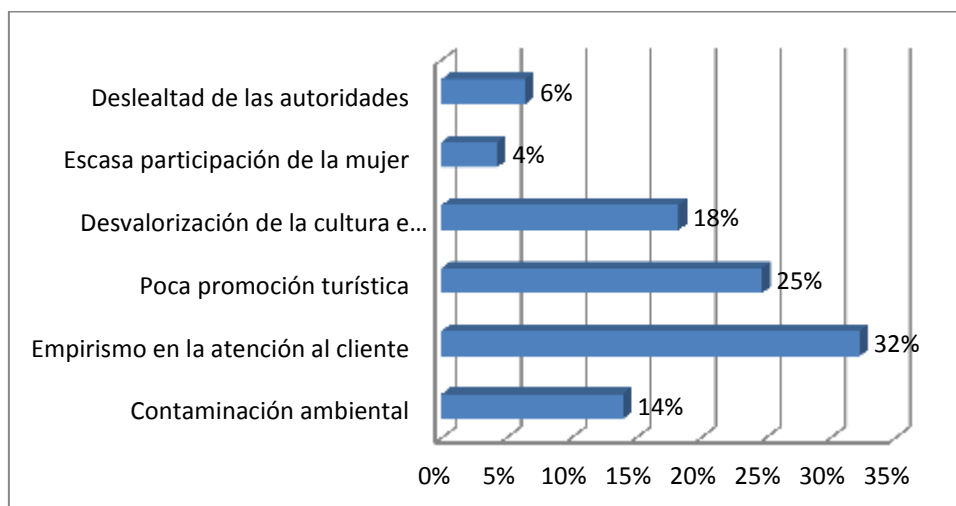


Figura 3.42 Pregunta No. 4

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

De los encuestados, el 32% considera que el empirismo en la atención al cliente, es el principal motivo por el cual limita el desarrollo de turismo comunitario en San Juan, el 25% estima a la poca promoción turística; el 18% la desvalorización de la cultura e identidad; el 14% la contaminación ambiental; el 6% deslealtad de las autoridades y el 4% escasa participación de la mujer.

Este análisis permite verificar que la calidad en la atención es lo más recurrente para dinamizar la actividad turística, por lo tanto, estrategias que dirijan a este ámbito, son considerables al momento de estructuran en plan.

5. De las siguientes opciones, que emprendimiento usted ha visto que se ha desarrollado en la parroquia San Juan?

Tabla 3.48

Pregunta No. 5

RESPUESTAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Hosterías / Cabañas	36	39%
Cicloturismo	30	32%
Restaurantes	16	17%
Centros artesanales	3	3%
Nuevos senderos y rutas ecológicas	7	8%
Otros	1	1%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

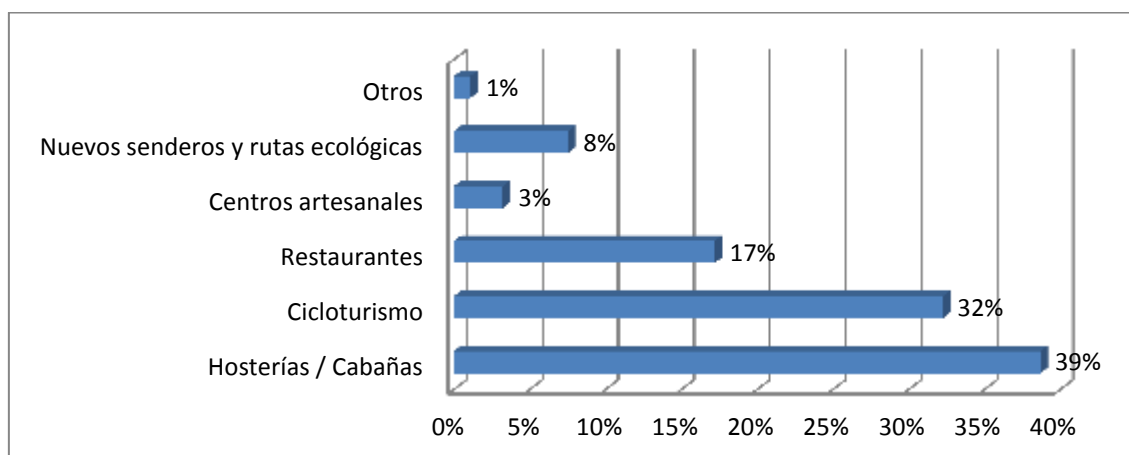


Figura 3.43 Pregunta No. 5

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

La presencia de hosterías es lo más visible que la población ha identificado como emprendimientos turísticos en la parroquia, con un 39% de representatividad, seguido de la actividad del cicloturismo con el 32%; restaurantes con el 17%, senderismo con el 8%, centros artesanales con el 3% y otros con el 1% (como caminatas o paseos de caballo).

Al estimar los negocios como hosterías y restaurantes los cuales son los de mayor proliferación en la parroquia, es necesario contemplar una planificación que involucre a estas empresas privadas para apuntar al desarrollo turístico del entorno.

6. Conoce usted sobre lo que significa ser promotor turístico de la parroquia?

Tabla 3.49

Pregunta No. 6

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
SI	16	17%
NO	77	83%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

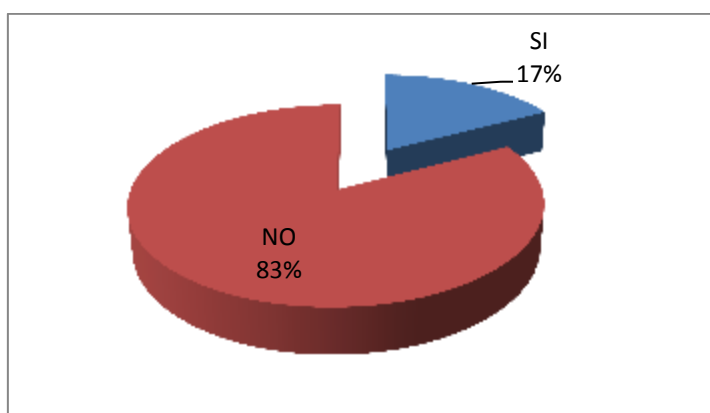


Figura 3.44 Pregunta No. 6

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Se identificó que el 83% de la población desconoce el término promotor turístico, 17% si lo ha escuchado.

El trabajo en capacitación hacia los pobladores se vislumbra como amplio y extenso, por cuanto, al poseer un conocimiento limitado, permite la apertura de generar procesos de enseñanza enfocados a la promoción turística para la parroquia de San Juan.

7. Le gustaría recibir capacitaciones sobre cómo ser un excelente promotor turístico para su parroquia?

Tabla 3.50

Pregunta No. 7

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
SI	65	70%
NO	28	30%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

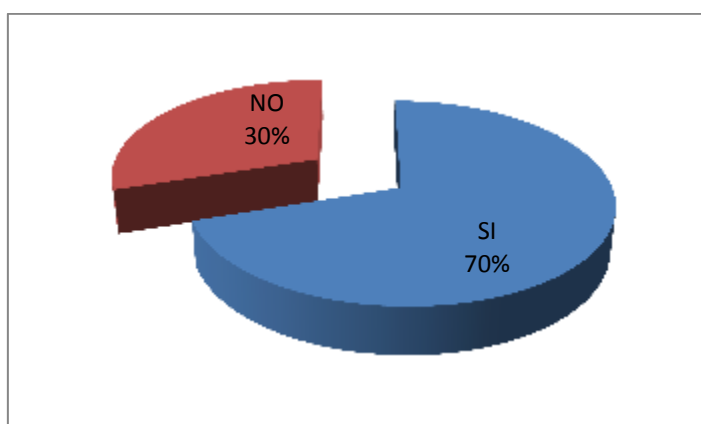


Figura 3.45 Pregunta No. 7

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

El 70% de los encuestados manifestaron que estarían dispuestos a recibir capacitaciones relacionadas a ser promotores turísticos de la parroquia, mientras que el 30% no estaría interesado.

Con los datos obtenidos se puede contemplar la realización de talleres de capacitación y formación de promotores turísticos en la parroquia San Juan, por lo tanto, el investigar las temáticas correspondientes direccionará de mejor manera el proceso de enseñanza – aprendizaje.

8. Cuál de las siguientes opciones cree usted que debe emplear un promotor turístico, para brindar un servicio turístico de calidad?

Tabla 3.51

Pregunta No. 8

RESPUESTAS	TURISTAS	PORCENTAJE
Valoración del ambiente	5	5%
Primeros Auxilios	6	6%
Creación de microempresas	10	11%
Seguridad alimentaria	13	14%
Contabilidad básica	9	10%
Meseros, camareros, recepcionista	14	15%
Guianza	12	13%
Servicios al cliente	18	19%
Conocimientos en administración	6	6%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

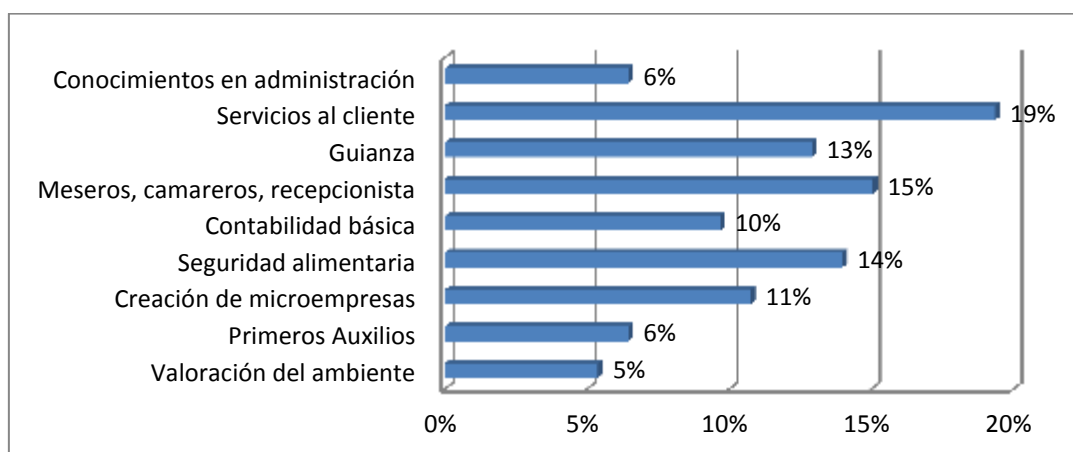


Figura 3.46 Pregunta No. 8

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Los datos permiten identificar que el 19% de los encuestados manifestaron que desean recibir capacitaciones relacionadas con la atención al cliente; en un término medio, el 15% desean conocer lo relacionado con recepción, camarería y servicio a la mesa, y en menor escala se considera a creación de microempresas, administración, primeros auxilios y valoración del ambiente, con el 11, 6 y 5% respectivamente.

El poder atender adecuadamente al cliente es lo primordial que, los pobladores de San Juan, desean conocer, por lo tanto, se deben generar espacios y tiempo para desarrollar los talleres.

9. Cuál de las siguientes opciones considera un beneficio propio para usted a raíz de la generación de un programa de promotores turísticos en la parroquia?

Tabla 3.52

Pregunta No. 9

RESPUESTAS	TURISTAS	PORCENTAJE
Fortalecimiento en el conocimiento técnico	57	61%
Impulso de nuevos emprendimientos turísticos	18	19%
Unión y solidaridad en la parroquia	4	4%
Obtención de una certificación	14	15%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

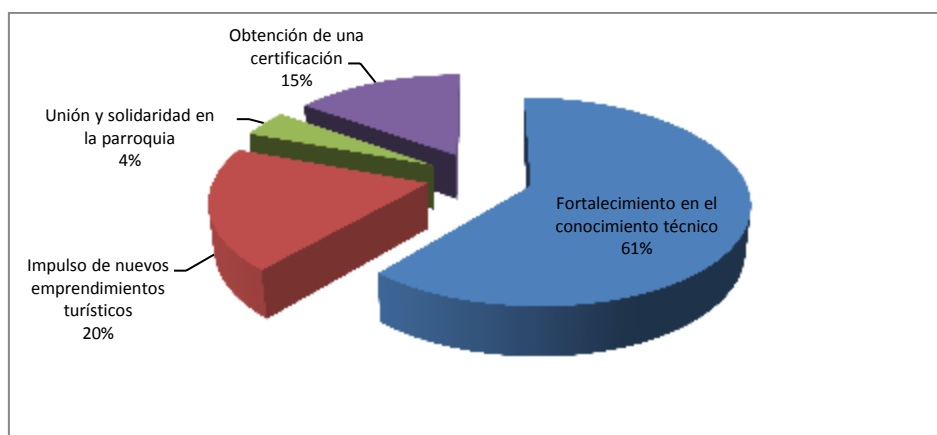


Figura 3.47 Pregunta No. 9

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

El 61% de los encuestados manifestó que el fortalecimiento en el conocimiento técnico turístico será el principal beneficio obtenido a raíz de los talleres de capacitación, en media tabla se estima a impulsar la creación de nuevos emprendimientos turísticos, con un 20%, mientras que la unión y solidaridad de la parroquia es en menor porcentaje con el 4%.

Los pobladores de la parroquia se encuentran conscientes que una adecuada preparación en relación a la actividad turística, permitirá generar un beneficio íntegro, ya sea personal o familiar, por cuanto, consideran que es un medio para dinamizar su economía y, en lo que respecta, mejorar su calidad de vida a largo plazo.

10. Cuál de las siguientes opciones cree que beneficiará a la población de la parroquia si usted es un excelente promotor turístico?

Tabla 3.53

Pregunta No. 10

RESPUESTAS	TURISTAS	PORCENTAJE
Mayor ingresos económicos	16	17%
Preservación de la cultura y tradiciones	9	10%
Mejor publicidad y promoción turística	25	27%
Mayor número de talleres de capacitación	15	16%
Nuevas fuentes de empleo	13	14%
Incremento en el nivel de visitantes	10	11%
Creación de alianzas con otras parroquias, para el desarrollo de la actividad turística	5	5%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

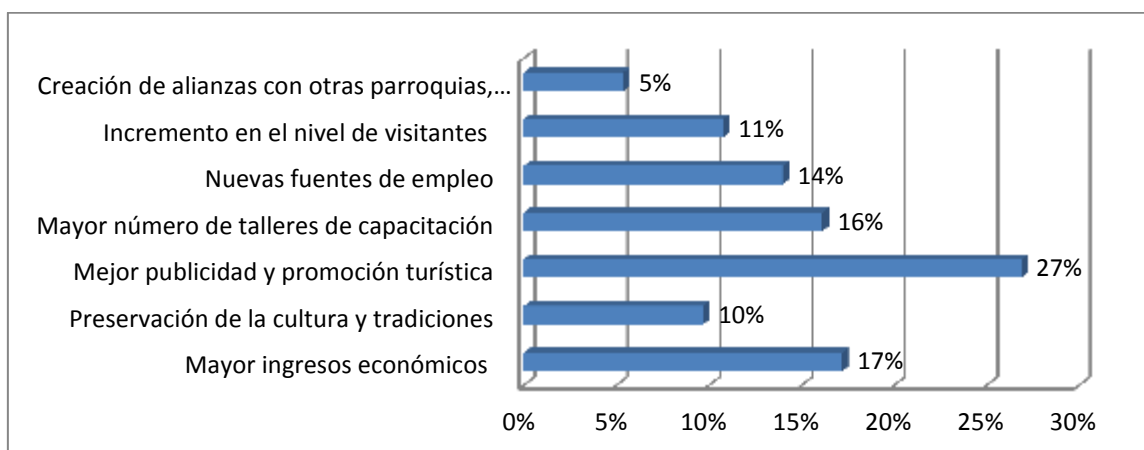


Figura 3.48 Pregunta No. 10

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

El mejoramiento de la promoción turística en la parroquia, es el principal beneficio que se obtendrá a raíz de la capacitación adecuada como promotores turísticos, con un 27% de aceptación, generación de talleres de capacitación, en criterio medio, se estima con un 16%, y en menor porcentaje la creación de alianzas con otras parroquias, con un 5%.

La población estimó que la promoción de la parroquia, en el área turística, se dinamizará con la generación de este tipo de proyectos, por lo tanto, la réplica adecuada del mismo en varios procesos se vislumbra como viable para compartir en comunidades que deseen involucrarse en actividades de turismo.

11. Cree usted que el aprendizaje y conocimiento sobre lo que significa ser un promotor turístico, mejorará las competencias de los pobladores involucrados en actividades turísticas de la parroquia rural de San Juan?

Tabla 3.54

Pregunta No. 11

RESPUESTA	TURISTAS	PORCENTAJE
SI	82	88%
NO	11	12%
TOTAL	93	100%

Fuente: Encuesta a la población económicamente activa. Febrero 2015

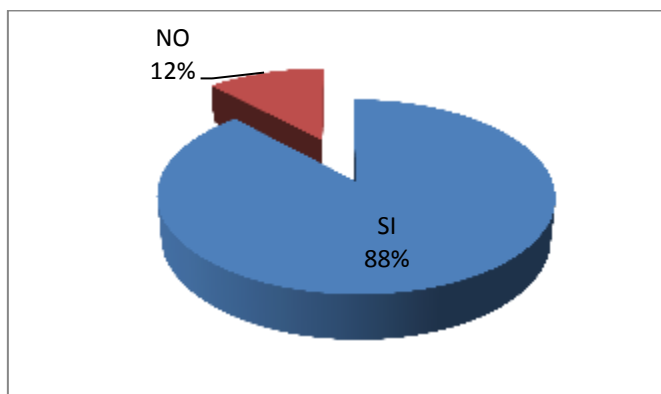


Figura 3.49 Pregunta No. 11

Fuente: Pablo Manzano

Análisis:

Se concluyó que el 88% de la población confía en que se tecnificarán sus competencias al ampliar sus conocimientos referentes a ser un promotor turístico para la parroquia, a su vez, el 12% estima que no.

Estos resultados permiten viabilizar la ejecución de un proyecto relacionado a la formación de promotores turísticos en la parroquia San Juan, lo cual trate de temas referidos a la atención al cliente, uso y manejo de equipos así como técnicas de guianza y emprendimientos.

3.7 Entrevistas

Con el objetivo de obtener información referente a la gestión del GAD parroquial, se estimó una entrevista efectuada al Sr. Tobías Ati, presidente de la junta parroquial, de quien se obtuvo las siguientes conclusiones: (Anexo No. 4):

1. La actividad turística comunitaria en el país tiene un notable crecimiento, sobre todo por el descubrir las tradiciones y costumbres de pueblos indígenas y nativos.

2. El turismo comunitario en la provincia de Chimborazo tiene un potencial crecimiento, por cuanto, sus bellezas naturales permiten complementar la visita a sitios comunitarios.

3. Lastimosamente la actividad turística en la parroquia no ha tenido un impulso considerable, por cuanto, sus habitantes se dedican a actividades no relacionadas al turismo y además no han recibido apoyo de instituciones sobre temas de capacitación, en los últimos 2 años.

4. La delineación de parámetros para gestionar la actividad turística es el problema mayúsculo, por cuanto, si una línea base clara sobre lo que se desea solucionar, no se generan proyectos para impulsar la actividad turística.

De igual forma, se efectuó una entrevista al Ing. Raúl Manzano, propietario de la Hostería Dream Garden Lodge de la cual se rescató las siguientes conclusiones: (Anexo No. 5):

1. La provincia de Chimborazo posee un sinnúmero de atractivos turísticos por ser conocidos.
2. Los pueblos y zonas rurales se desarrollan a raíz de emprendimientos generados, y sobre todo dentro del área turística.
3. La dinamización de las economías locales se desarrolla a través de la generación de negocios que permitan participar a su población.
4. El trabajo en conjunto con la empresa pública, en permitir brindar facilidades para la generación de fuentes de empleo, permite que la distribución de riqueza sea mayormente equitativa.
5. La creación de empresas turísticas en áreas rurales permite una descentralización de demanda en las ciudades, y sobre todo, amplía la visión de oferta en otros sitios, que, por sus cualidades naturales y culturales, abren nuevas posibilidades de empleo y promoción turística.

CAPÍTULO IV

4.1 Propuesta de planificación turística

De acuerdo a la información obtenida, se contempló la propuesta de formular un plan de desarrollo de turismo comunitario para la parroquia rural San Juan, el mismo que se elaboró en base al establecimiento de dimensiones, las mismas que son el ente rector para el futuro establecimiento de líneas de acción, programas y proyectos o actividades enmarcadas en el contexto parroquial. A continuación se presentan las dimensiones que engloban al diseño del plan:

Dimensión Económica: contempla al turismo como una actividad económica sostenible, la misma que orienta a la conservación de recursos naturales y culturales, lo cual, por su ubicación espacial, la parroquia rural de San Juan es idónea para efectuar este tipo de actividades; sin embargo, la escasa oferta turística limita el aprovechamiento de estos recursos y por ende los ingresos económicos generados son mínimos; es por esto que la necesidad de trabajar en un proceso de planificación de la actividad turística, donde se involucre el incentivo a la inversión para generar un oferta de servicios atractiva, se torna prioritario, para lo cual, se plantea el coordinar las diversas actividades cotidianas que los pobladores efectúan, tomando como referente la agricultura y generar alternativas, enfocadas al agroturismo, permitiendo que las actividades tradicionales del campo puedan ser apreciadas y convividas por potenciales turistas.

De igual forma, el demostrar una identidad cultural a través de la elaboración de artesanías de la cultura kichwa es una forma de dinamizar su economía, para ello, el efectuar procesos de capacitación inherentes a ésta actividad es recurrente.

Dimensión social: se enfoca en el eje transversal de equidad de género, generación y cultura, donde se evite la marginación de jóvenes o adultos mayores, quienes puedan aportar con su entusiasmo físico y su conocimiento

ancestral respectivamente. En relación a la participación de la mujer, su presencia realza al producto turístico, por cuanto, demuestran su valor de identidad y formas de pensamiento; finalmente, la equidad cultural demuestra la posibilidad de participación de todos los entes que deseen formar parte de la actividad turística comunitaria, sean estos mestizos o indígena, sin motivos de discriminación. Cada uno de estos ejes debe ser estimados bajo un criterio de cohesión social, evitando el desprestigio social, por lo tanto, valores como la disciplina y responsabilidad serán atributos que permitan denotar una calidad turística óptima.

Dimensión ambiental: refiriéndose a la conservación y monitoreo de los recursos naturales de la parroquia.

Dimensión física: el desarrollo de una actividad turística sostenible se lo realiza en base a la implementación de infraestructura amigable con el entorno ambiental y paisajístico; para ello, se emplea materiales de la zona, prefiriendo estilos arquitectónicos relacionados a la cultura Puruhá

4.2 Líneas de productos turísticos para la parroquia rural de San Juan

Para una adecuada planificación de la actividad turística de la parroquia rural de San Juan, se estima el contemplar criterios de potenciales productos turísticos que la misma pueda ofertar.

De acuerdo al PLANDETUR 2020, la parroquia rural de San Juan está localizada en la administración Regional Sierra Centro², por lo tanto, los productos potenciales se enfocarán de acuerdo al detalle enunciado:

¹La Coordinación Zona 3 del Ministerio de turismo, incluye las provincias de Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza

Tabla 4.1**Productos turísticos aplicables en la parroquia de San Juan**

Producto	Descripción
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Zonas naturales que incluyan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, así como el desarrollo de actividades alternativas como senderismo, rappel ³ , cicloturismo, entre otras.
Turismo comunitario	Realizable con el permiso de comunidades kichwas y convivir en su entorno.
Turismo cultural	Relacionado a temas de elaboración de artesanías, gastronomía y fiestas populares
Agroturismo	Aplicable en pequeñas granjas existentes en la parroquia

Fuente: Pablo Manzano

Cabe mencionar que, para la consolidación de los mencionados productos, el trabajo prioritario consistirá en estimar perseguir la sostenibilidad de la actividad turística en la parroquia a través de su planificación, por lo tanto, el plan propuesto contempla seis líneas de acción, las mismas que, aplicadas interdisciplinariamente, permitirán conseguir la sostenibilidad anhelada.

Un plan de desarrollo debe contener la misión y visión que servirán como línea base para su ejecución; en el caso particular de la parroquia rural de San Juan, se presentan a continuación:

4.3 Misión

Ser una guía básica para el establecimiento de proyectos y actividades que fomenten el turismo sostenible en la parroquia rural de San Juan como una alternativa para lograr el Buen Vivir, integrando a la comunidad kichwa, la empresa privada, el gobierno local e instituciones de apoyo

³ Sistema de cuerdas empleado en superficies verticales, empleado en montañismo, escalada u otras actividades de descenso.

4.4 Visión

La parroquia rural de San Juan, en el año 2017, es una localidad que posee una infraestructura turística adecuada, con personas capacitadas, dispuestas a generar una oferta calidad a través del trabajo coordinado entre el gobierno local – empresa privada – comunidad e instituciones de apoyo, dinamizando su economía y generando fuentes de empleo.

4.5 Líneas estratégicas de acción



Figura 4.1: Líneas de acción del Plan de Desarrollo de Turismo comunitario

Fuente: Pablo Manzano

4.5.1 Descripción de los componentes de las líneas de acción

Las líneas de acción mencionadas se estructuran en base al establecimiento de matrices, las cuales contienen los siguientes componentes:

Tabla 4.2

Componentes de líneas de acción

Componente	Descripción
Justificación	Manera lógica redactada de evidenciar la existencia de un proyecto o línea de acción.
Proyecto	Resultado obtenido en base a las conclusiones obtenidas en reuniones con de actores y gestores de la actividad turística de la parroquia. Posee su correspondiente descripción y objetivo
Inversión aproximada	Se contemplan los recursos económicos necesarios para cumplir con el desarrollo de los proyectos, la presente estimación se basó en tablas presupuestales de casa comerciales así como de proyectos relacionados de la Corporación Financiera Nacional.
Actores	Personas o instituciones que, conjuntamente con el Gobierno Parroquial, pueden trabajar en conjunto para el desarrollo del presente plan.
Plazo de ejecución	Tiempo requerido para la realización de proyectos establecidos.
Indicador	Resultado tangible e intangible que permite comprobar el cumplimiento de proyectos y actividades.

Fuente: Pablo Manzano

4.5.2 Definición de proyectos por cada línea de acción

4.5.2.1 Línea de acción No. 1: Fortalecimiento Organizacional

Tabla 4.3

Proyecto 1: Socializaciones de la actividad turística a nivel comunitario

Justificación

La organización es una de las cualidades más representativas para efectuar cualquier proceso, en beneficio de una comunidad o localidad. Este proceso se conforma en base a capacitaciones, lo cual dote a las autoridades parroquiales de instrumentos que permitan un mejor desenvolvimiento intra e inter parroquial.

PROYECTO 1		Descripción y objetivo		
Talleres de difusión en comunidades con respecto a la actividad turística		Efectuar socializaciones a comunidades que desconocen los efectos de una actividad turística sostenible, lo cual permitirá cohesionar a las mismas que puedan ser el motivo para efectuar proyectos de largo alcance y fomentar su desarrollo integral.		
		Estas socializaciones se efectuarán en asambleas comunitarias con el auspicio de instituciones académicas y de entidades públicas relacionadas a la actividad turística, bajo la responsabilidad de las autoridades parroquiales.		
Inversión	Involucrados - responsables	Período de ejecución	Indicadores	
USD \$ 200,00 por asamblea	<ul style="list-style-type: none"> • GAD parroquial • Universidades • Comunidades interesadas 	Durante el primer año del plan	Un evento por comunidad	

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 1 Fortalecimiento organizacional
 Proyecto No. 1 Talleres de difusión en comunidades con respecto a la actividad turística
 Responsables Centros de educación superior (ESPOCH, UNACH), GAD parroquial
 Origen de recursos Propuesta destinada para la prefectura de la provincia de Chimborazo

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total por reunión	No. de reuniones (por comunidad interesada)	Costo total reuniones de socialización	
1.- <i>Introducción al turismo</i> 2.- <i>Beneficios de la actividad turística</i> 3.- <i>Trabajo en equipo</i> 4.- <i>Proyectos del plan de desarrollo de turismo comunitario</i> 5.- <i>Organización comunitaria</i> 6.- <i>Manejo de procesos en contrapartes</i>	Materiales					20	4157,52	
	Papelógrafos	Unidad	15	0,20	3,00			
	Marcadores	Unidad	30	0,55	16,50			
	Esferos	Unidad	30	0,35	10,50			
	Cinta adhesiva	Unidad	1	0,60	0,60			
	Equipos							
	Alquiler computador	hora	16	0,70	11,20			
	Proyector	hora	16	2,00	32,00			
	Logística							
	Movilización	diario	10	3,00	30,00			
	Alimentación	diario	10	10,00	100,00			
	<i>Subtotal</i>							203,80
	<i>Imprevistos 2%</i>							4,08
	TOTAL							207,88

Tabla 4.4

Proyecto 2: Elaboración de reglamentos para el fortalecimiento de las actividades turísticas

PROYECTO 2	Descripción y objetivo		
Elaboración de reglamentos para el fortalecimiento de la actividad turística	<p>El empoderamiento de los habitantes en relación a la actividad turística es esencial para que la misma pueda desarrollarse. El mismo debe efectuarse en base al establecimiento de normativas que delinee la estructuración jurídica del turismo como fuente de desarrollo comunitario.</p> <p>Realizar un reglamento de responsabilidades y funciones que permita ser una herramienta normativa para la gestión y operación turística en la parroquia rural de San Juan.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$ 1600,00	<ul style="list-style-type: none"> • GAD parroquial • Comunidades interesadas 	Durante el primer año del plan	Un reglamento elaborado

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 1
 Proyecto No. 2
 Responsables
 Origen de los recursos

Fortalecimiento organizacional
 Elaboración del reglamento para el fomento de la actividad turística comunitaria
 Consultoría técnica contratada
 Autogestión GAD parroquial

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total por reunión	No. de reuniones	Costo total reuniones de socialización
1.- <i>Qué son funciones y responsabilidades comunitarias</i> 2.- <i>El turismo comunitario, fuente de economía local</i> 3.- <i>Organigrama estructural comunitario</i> 4.- <i>Política, metas y objetivos</i> 5.- <i>Toma de decisiones</i> 6.- <i>Reglamentación turística</i> 7.- <i>Solicitud de requisitos para inscripciones de centros de turismo comunitario (CTC)</i>	Talento Humano					1	1589,36
	Consultor	unidad	1	1200,00	1200,00		
	Materiales						
	Papelógrafos	Unidad	15	0,20	3,00		
	Marcadores	Unidad	15	0,55	8,25		
	Esferos	Unidad	15	0,35	5,25		
	Cinta adhesiva	Unidad	2	0,60	1,20		
	Equipos						
	Alquiler computador	hora	40	0,70	28,00		
	Proyector	hora	40	2,00	80,00		
	Alquiler cámara digital	hora	25	1,50	37,50		
	Logística						
	Movilización	diario	15	3,00	45,00		
	Alimentación	diario	15	10,00	150,00		
	<i>Subtotal</i>						
<i>Imprevistos 2%</i>					31,16		
TOTAL					1589,36		

Tabla 4.5

Proyecto: Legalización de emprendimientos de turismo comunitario

PROYECTO 3	Descripción y objetivo		
Legalización de emprendimientos de turismo comunitario	<p>La legalización de proyectos turístico comunitario responde a la necesidad de su reconocimiento como centro de turismo comunitario (CTC) a nivel nacional.</p> <p>Realizar la legalización de emprendimientos turísticos a través de la gestión con entidades como:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana 2. FEPTCE 3. SRI 4. MINTUR 		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
Autogestión comunitaria	<ul style="list-style-type: none"> • GAD parroquial • FEPTCE • MINTUR • SRI 	Durante los 3 años del plan	Emprendimientos turísticos legalizados como CTC en comunidades interesadas.

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 1
 Proyecto No. 3
 Responsables
 Origen de los recursos

Fortalecimiento organizacional
 Legalización de emprendimientos de turismo comunitario
 GAD parroquial, comunidades interesadas
 Autogestión GAD parroquial

Procesos a efectuar	Detalle	Unidad de medida	Cantidad (días)	Costo unitario	Costo total de gestión	Autogestión GAD parroquial	
1.- <i>Cumplir con los requisitos para ser un centro de turismo comunitario (CTC)</i> 2.- <i>Gestionar con la Secretaría de Pueblo, movimientos sociales y participación ciudadana</i> 3.- <i>Gestionar con el Servicio de Rentas Internas (SRI)</i> 4.- <i>Gestionar con la Regional Zona 3 del Ministerio de Turismo (MINTUR)</i>	Logística					244,80	
	Movilización	Por día	30	3,00	90,00		
	Alimentación	Por día	15	10,00	150,00		
	<i>Subtotal</i>						240,00
	<i>Imprevistos 2%</i>						4,80
	TOTAL						244,80

Tabla 4.6

Proyecto: Talleres de capacitación comunitaria

PROYECTO 3	Descripción y objetivo		
Talleres de capacitación comunitaria	<p>La comunidades y su involucramiento en relación a la generación de capacidades es tan cuan importante como la implementación de infraestructura, de esta forma se permite generar un trabajo organizado por medio del incremento de habilidades para establecer alianzas, participen en la construcción de agendas compartidas y movilicen los recursos necesarios para su comunidad en vías del desarrollo turístico.</p> <p>Realizar talleres de formación concerniente al fortalecimiento organizacional comunitario.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$7600 (incluye un plan de formación y dos cursos anuales)	<ul style="list-style-type: none"> • MINTUR • SECAP • GADPR 	<p>El primer año se ejecuta un plan de formación.</p> <p>Durante los 3 años se genera dos cursos anuales en base al plan generado.</p>	<p>Un plan de formación de comuneros organizados.</p> <p>Un curso anual efectuado</p>

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 1
 Proyecto No. 4
 Responsables
 Origen de los recursos

Fortalecimiento organizacional
 Talleres de formación personal, emprendimientos y relaciones humanas
 Consultoría técnica contratada
 Propuesta destinada para la prefectura de la provincia de Chimborazo

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total por taller	No. de talleres	Costo total reuniones de socialización
1.- <i>Liderazgo</i> 2.- <i>Herramientas de planificación y gestión turística</i> 3.- <i>Desarrollo económico territorial</i> 4.- <i>Relaciones Humanas</i> 5.- <i>Diversidad de género e interculturalidad</i> 6.- <i>Cadenas productivas</i> 7.- <i>Mecanismos de participación y representación</i> 8.- <i>Habilidades comunicacionales y directivas</i> 9.- <i>Fundamentos y gestión de emprendimientos</i>	Talento Humano					4	7606,34
	Consultor	unidad	1	1500,00	1500,00		
	Materiales						
	Papelógrafos	Unidad	20	0,20	4,00		
	Marcadores	Unidad	20	0,55	11,00		
	Esferos	Unidad	20	0,35	7,00		
	Cinta adhesiva	Unidad	3	0,60	1,80		
	Equipos						
	Alquiler computador	hora	40	0,70	28,00		
	Proyector	hora	40	2,00	80,00		
	Alquiler cámara digital	hora	25	1,50	37,50		
	Logística						
	Movilización	diario	15	3,00	45,00		
	Alimentación	diario	15	10,00	150,00		
	<i>Subtotal</i>						
<i>Imprevistos 2%</i>					37,29		
TOTAL					1901,59		

4.5.2.2 Línea de Acción 2: Fortalecimiento Cultural

Tabla 4.7

Proyecto: Construcción de un centro cultural

Justificación

La cultura es la forma de expresión e identidad de un pueblo, sobre todo del Puruhá, el mismo que se conjuga entre sus tradiciones, costumbres, cosmovisión e idioma, los cuales, deben ser revalorizados por los pobladores de la parroquia, así como por sus autoridades a raíz de la implementación de proyectos que apoyen a esta iniciativa.

PROYECTO 1	Descripción y objetivo		
Construcción de un centro cultural	<p>La necesidad de expresión cultural de un pueblo se estima en su manera de darlo a conocer, es por ello que el crear espacios idóneos para ésta expresión es de trascendental importancia, sobre todo en comunidades con gran potencial cultural.</p> <p>Construir e implementar un centro de difusión cultural, donde se pueda dar a conocer la forma tradicional de vida e historia de la parroquia.</p> <p>El centro permitirá dar lugar a eventos culturales relacionados con la danza y música, así como otras expresiones como la pintura, literatura o poesía, impulsando a la revitalización cultural, así como la realización de talleres, seminarios y exposiciones.</p> <p>Asimismo, se contempla la implementación de una biblioteca, con el fin de efectuar actividades de consulta en relación a revisión bibliográfica de interés.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$ 50 000	Gobierno de la provincia de Chimborazo	A partir del tercer año	Un centro cultural construido e implementado

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción
 No. 2 Fortalecimiento cultural
 Proyecto No. 1 Construcción de un centro cultural
 Responsables Consultoría técnica contratada
 Origen de los recursos Propuesta destinada para la prefectura de la provincia de Chimborazo

Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Inversión total de construcción del centro cultural	Producto a entregar
Activos fijos operacionales					47233,30	Un centro cultural
Terreno	metros cuadrados	500	25,00	12500,00		
Construcción centro	metros cuadrados	500	15	7500,00		
Construcción biblioteca	metros cuadrados	150	15,00	2250,00		
Muebles y enseres centro	unidad	indef.	indef.	2300,00		
Muebles y enseres biblioteca	unidad	indef.	indef.	3400,00		
Equipos centro	unidad	indef.	indef.	2500,00		
Equipos biblioteca	unidad	indef.	indef.	2500,00		
<i>Subtotal</i>				32950,00		
Activos fijos no operacionales						
Equipos de oficina	unidad	indef.	indef.	1300,00		
Muebles de oficina	unidad	indef.	indef.	900,00		
<i>Subtotal</i>				2200,00		
Activos diferidos						
Estudios	unidad	1	1400,00	1400,00		
Intereses preoperacionales	dólar	1	3760,00	3760,00		
Gastos preoperacionales	dólar	1	4950,00	4950,00		
Imprevistos (3%)				303,30		
<i>Subtotal</i>				10413,30		
Requerimientos de caja				1670,00		
Inversión total				47233,30		

Tabla 4.8

Proyecto: Fortalecimiento de la Cadena Productiva. Enfoque artesanías

PROYECTO 2	Descripción y objetivo		
Fortalecimiento de la cadena productiva enfocada a la elaboración de artesanías	<p>Promover el trabajo e inclusión social, es base para un adecuado desarrollo cultural comunitario, por lo tanto, este proyecto permite generar un trabajo en conjunto para valorar la expresión cultural de un pueblo, su forma de interrelación y la demostraciones de su cotidianidad.</p> <p>Establecer estrategias de coordinación para la producción, exposición y venta de artesanías, motivando a un desarrollo competitivo en marcos de términos sostenible.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$3500	<ul style="list-style-type: none"> • MINTUR • MIES • SECAP 	El primer año se ejecuta un plan de formación.	<p>Un curso de capacitación</p> <p>Un centro de venta artesanal (ubicación junta parroquial de San Juan)</p>

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 2 Fortalecimiento cultural
 Proyecto No. 2 Fortalecimiento de la cadena productiva bajo enfoque artesanal
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total (talleres y adecuación de espacio)		
Taller de capacitación 1.- artesanal: <i>Manejo de herramientas artesanales</i> <i>Técnicas de cortado, tejido</i> 2.- <i>Técnicas de acabados finales</i> <i>Técnicas de venta</i> <i>Técnicas de negociación con proveedores</i> <i>Manejo espacial de exposición de artesanías</i>	Talento Humano						3351,41	
	Capacitador	unidad	1	1300	1300,00			
	<i>Subtotal</i>					1300,00		
	Materiales							
	Papelógrafos	Unidad	15	0,20	3,00			
	Marcadores	Unidad	30	0,55	16,50			
	Esferos	Unidad	30	0,35	10,50			
	Cinta adhesiva	Unidad	1	0,60	0,60			
	Equipos							
	Alquiler computador	hora	16	0,70	11,20			
	Proyector	hora	16	2,00	32,00			
	Logística							
	Movilización	diario	10	3,00	30,00			
	Alimentación	diario	10	10,00	100,00			
	<i>Subtotal</i>					203,80		
3.- <i>Adecuación de un espacio físico para exposición artesanal</i>	Junta parroquial	metros	70	25,00	1750,00			
	<i>Subtotal</i>					1750,00		
	<i>Imprevistos (3%)</i>					97,61		
	TOTAL					3351,41		

Tabla 4.9

Proyecto: Revitalización cultural

PROYECTO 3	Descripción y objetivo		
Procesos de revitalización cultural	<p>Los saberes ancestrales son recursos invaluableles en miras a un potencial desarrollo turístico, aún así la desvalorización y limitada transmisión de estos conocimientos se están perdiendo.</p> <p>Recuperar los saberes ancestrales para la contribución del fortalecimiento cultural de la parroquia, por medio de la recopilación de leyendas, historia, costumbres y tradiciones del pueblo Puruhá.</p> <p>La información obtenida se compilará en un documento y se editará en un video en idioma español, inglés y kichwa, utilizados en escuelas, colegios y público en general, estimado como información gratuita.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$30 000 (investigación, documento y video)	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Cultura • Universidades • MINTUR 	Durante el primer año	Un documento y video

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 2 Fortalecimiento cultural
 Proyecto No. 3 Revitalización cultural
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total (documento y texto en idiomas)
1.- <i>Investigación de saberes ancestrales</i>	Talento Humano					4200,00
	Consultor	unidad	1	2000,00	2000,00	
	<i>Subtotal</i>				2000,00	
2.- <i>Elaboración de un documento que contenga: Historia del pueblo Puruhá Tradiciones Costumbres Origen de las festividades Leyendas Significado de danza, música, lenguaje, juegos tradicionales Compilación de recetas ancestrales Medicina ancestral</i>	Materiales					4200,00
	Documento	unidad	1	1000,00	1000,00	
	<i>Subtotal</i>				1000,00	
3.- <i>Vídeo promocional</i>	vídeo	unidad	1	1200,00	1200,00	4200,00
	<i>Subtotal</i>				1200,00	
TOTAL					4200,00	

Tabla 4.10

Proyecto: Rescate de Juegos tradicionales

PROYECTO 4	Descripción y objetivo		
Rescate de juegos tradicionales	<p>Los juegos tradicionales constituyen una representación del patrimonio cultural intangible de la parroquia.</p> <p>Realzar los valores culturales a través de los juegos tradicionales de la parroquia, por medio de la realización de campeonatos, concursos o encuentros en los siguientes espacios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Festividades parroquiales • En las instituciones educativas de la parroquia 		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$2900	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR 	Durante los 3 años	2 eventos por año

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 2
 Proyecto No. 4
 Responsables
 Origen de los recursos

Fortalecimiento organizacional
 Rescate de juegos tradicionales
 GAD parroquial,
 Autogestión GAD parroquial

Procesos a efectuar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total de gestión	Autogestión GAD parroquial
1.- <i>Recopilar información referente a juegos tradicionales efectuados en la parroquia</i> 2.- <i>Socializar con los pobladores y esquematizar un cronograma</i> 3.- <i>Seleccionar los juegos a rescatar</i> 4.- <i>Elaborar un vídeo promocionales de los juegos</i>	Logística					2921,48
	Movilización	diario	2	3,00	6,00	
	Alimentación	diario	15	10,00	150,00	
	<i>Subtotal</i>				156,00	
	Socializaciones					
	Alimentación	diario	20	3,00	60,00	
	<i>Subtotal</i>				60,00	
	Vídeo					
	<i>Vídeo promocional</i>	unidad	1	1300,00	1300,00	
	<i>Subtotal</i>				1300,00	
	<i>Imprevistos 2%</i>				45,48	
	TOTAL					

Tabla 4.11

Proyecto: Talleres de capacitación

PROYECTO 5	Descripción y objetivo		
Talleres de capacitación	<p>El fomento a la interculturalidad, es la base fundamental para garantizar la transferencia de conocimiento ancestral, y que el mismo no se pierda en el tiempo.</p> <p>Este proceso se lo efectúa en base al diálogo y respeto mutuo, mediante capacitaciones que promuevan este tipo de actos, desarrollando competencias centradas en procesos de equidad y democracia.</p> <p>Establecer talleres de capacitación que permitan la integración de las comunidades y a asumir la diversidad cultural, promoviendo un modelo de desarrollo equitativo.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$8000	<ul style="list-style-type: none"> • Universidades • Ministerio de Cultura • Ministerio de Educación 	<p>El primer año se ejecuta un plan de formación.</p> <p>Durante los 3 años se genera dos cursos anuales en base al plan generado.</p>	<p>Un plan de formación de comuneros organizados.</p> <p>Un curso anual efectuado</p>

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 2
 Proyecto No. 5
 Responsables
 Origen de los recursos

Fortalecimiento organizacional
 Talleres de diversidad cultural y desarrollo equitativo de oportunidades
 Consultoría técnica contratada
 Propuesta destinada para la prefectura de la provincia de Chimborazo

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total por taller	No. de talleres	Costo total reuniones de socialización	
1.- <i>Construcción de relaciones en la diversidad (interculturalidad)</i> 2.- <i>Las políticas públicas referidas a la salud, turismo y educación</i> 3.- <i>Tratados, leyes y normas internacionales y nacionales en relación a la conservación cultural</i> <i>El patrimonio cultural: conceptos básicos</i> 4.- <i>Manejo de conflictos y mediación</i> 5.- <i>Equidad de género e intergeneracional</i> 6.-	Talento Humano					4	7606,34	
	Consultor	unidad	1	1500,00	1500,00			
	Materiales							
	Papelógrafos	Unidad	20	0,20	4,00			
	Marcadores	Unidad	20	0,55	11,00			
	Esferos	Unidad	20	0,35	7,00			
	Cinta adhesiva	Unidad	3	0,60	1,80			
	Equipos							
	Alquiler computador	hora	40	0,70	28,00			
	Proyector	hora	40	2,00	80,00			
	Alquiler cámara digital	hora	25	1,50	37,50			
	Logística							
	Movilización	diario	15	3,00	45,00			
	Alimentación	diario	15	10,00	150,00			
	<i>Subtotal</i>							1864,30
	<i>Imprevistos 2%</i>							37,29
TOTAL					1901,59			

4.5.2.3 Línea de Acción 3: Coordinación Institucional

Tabla 4.12

Proyecto: Coordinación y Alianzas Público Privadas

Justificación

Los pobladores y autoridades parroquiales tienen conciencia acerca de la debilidad en el establecimiento de relaciones con actores externos que se encuentran en su jurisdicción. Por esta razón, es imperante en trabajar en proceso de capacitación relacionados a esta temática, donde el gobierno sea el ente gestor y dinamizador de la actividad turística a través de las relaciones públicas y privadas que se generen, logrando la sostenibilidad turística.

PROYECTO 1	Descripción y objetivo		
Procesos estratégicos público-privados	<p>Las alianzas público - privadas son el motor fundamental para una adecuada gestión del gobierno parroquial en función de sus principales beneficiarios: los pobladores.</p> <p>Realizar talleres de capacitación estratégicos, con espacios de diálogo, concertación y conceso, permitiendo la obtención de soluciones, propuestas y estrategias con beneficios para sus habitantes.</p> <p>Un requerimiento indispensable es el poseer voluntad política para efectuar firmas de acuerdos y procesos de comunicación efectiva, donde se garantice una justa participación de todos quienes forman parte de la parroquia San Juan.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
Autogestión GADPR	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • Comunidades • Ministerios 	Durante los 3 años	Un taller anual

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 3
 Coordinación Institucional
 Coordinación y alianzas público-privadas
 Proyecto No. 1 GAD
 Responsables parroquial
 Origen de los recursos Autogestión GAD parroquial

Procesos a efectuar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total de gestión	No. de talleres a efectuar	Autogestión GAD parroquial	
1.- Talleres de participación estratégicos 2.- Firma de acuerdos 3.- Compromisos generados basados en aspectos comunicativos con entidades comprometidas	Materiales					3	626,65	
	Papelógrafos	Unidad	10	0,20	2,00			
	Marcadores	Unidad	30	0,55	16,50			
	Esferos	Unidad	30	0,35	10,50			
	Cinta adhesiva	Unidad	1	0,60	0,60			
	Equipos							
	Alquiler computador	hora	16	0,70	11,20			
	Proyector	hora	16	2,00	32,00			
	<i>Subtotal</i>							72,80
	Logística							
	Movilización	diario	10	3,00	30,00			
	Alimentación	diario	10	10,00	100,00			
	<i>Subtotal</i>							130,00
	<i>Imprevistos 3%</i>							6,084
	TOTAL							208,88

Tabla 4.13

Proyecto: Talleres de capacitación

PROYECTO 2	Descripción y objetivo		
Talleres de capacitación	<p>Con el fin de efectuar un empoderamiento institucional, se estima el realizar un plan de formación para los representantes parroquiales así como los técnicos del GADPR</p> <p>Realizar talleres de capacitación referentes a procesos de gestión integral para el desarrollo y ejecución de actividades relacionadas con la planificación territorial del turismo.</p>		
Inversión	Actores – involucrados	Período de ejecución	Indicadores
USD \$8000	<ul style="list-style-type: none"> • Consejo de participación ciudadana y control social • Ministerio de Educación • Universidades 	<p>El primer año se ejecuta un plan de formación.</p> <p>Durante los 3 años se genera dos cursos anuales en base al plan generado.</p>	<p>Un plan de formación de comuneros organizados.</p> <p>Dos cursos anuales efectuados</p>

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 3
 Proyecto No. 2
 Responsables
 Origen de los recursos

Coordinación Institucional
 Talleres de planificación territorial, control social y gobernabilidad
 Consultoría técnica contratada
 Propuesta destinada para la prefectura de la provincia de Chimborazo

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total por taller	No. de talleres	Costo total reuniones de socialización	Producto a entregar	
1.- <i>La planificación territorial.- objetivos y características</i> 2.- <i>Procesos de control social (taller de rendición de cuentas)</i> 3.- <i>Elaboración de proyectos productivos y sociales</i> 4.- <i>Liderazgo y Participación</i> 5.- <i>Gestión Pública</i> 6.- <i>Desarrollo Económico Territorial</i> 7.- <i>Género e Interculturalidad para el Desarrollo Local</i> 8.- <i>Gobernabilidad</i>	Talento Humano					4	7606,34	Un Plan de capacitación	
	Consultor	unidad	1	1500,00	1500,00				
	Materiales								
	Papelógrafos	Unidad	20	0,20	4,00				
	Marcadores	Unidad	20	0,55	11,00				
	Esferos	Unidad	20	0,35	7,00				
	Cinta adhesiva	Unidad	3	0,60	1,80				
	Equipos								
	Alquiler computador	hora	40	0,70	28,00				
	Proyector	hora	40	2,00	80,00				
	Alquiler cámara digital	hora	25	1,50	37,50				
	Logística								
	Movilización	diario	15	3,00	45,00				
	Alimentación	diario	15	10,00	150,00				
	<i>Subtotal</i>								1864,30
	<i>Imprevistos 2%</i>								37,29
TOTAL					1901,59				

4.5.2.4 Línea de Acción 4: Equidad de Género

Tabla 4.14

Proyecto: género y masculinidades

Justificación

La contemplación de igualdad de oportunidades y condiciones para hombres y mujeres dentro de la parroquia, permite impulsar la actividad turística de manera equitativa, lo cual debe ser consolidado; para esto, se contempla el efectuar labores donde la mujer desempeñe un papel fundamental y desarrollo sus habilidades, conocimientos y destrezas.

PROYECTO 1	Descripción y objetivo		
Talleres de masculinidad, género y gobernabilidad parroquial	<p>La inclusión de normas y reglamentos para generar nuevos aprendizajes serán las claves básicas para designar responsabilidades en cada sector y género.</p> <p>Efectuar talleres de masculinidades, género y gobernabilidad, que orienten la importancia de laborar bajo igualdad de condiciones e impulsar a la toma de decisiones democráticas e igualitarias.</p>		
Inversión	Actores/Involucrados	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$2000 por taller	<ul style="list-style-type: none"> GADPR Mujeres de comunidades 	Todo el período del plan	3 talleres, uno por cada año

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 4
 Proyecto No. 1
 Responsables
 Origen de los recursos

Equidad de Género
 Talleres de género y masculinidades
 Consultoría técnica contratada
 Propuesta destinada para la prefectura de la provincia de Chimborazo

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total por taller	No. de talleres	Costo total reuniones de socialización	
1.- <i>Enfoques y herramientas de género</i> 2.- <i>Ley 103 de los derechos de la mujer</i> 3.- <i>Equidad de género en empresas públicas y privadas</i> <i>La conciliación: el rol del hombre en su desarrollo</i> 4.- <i>Identidades Masculinas</i> 5.- <i>La justicia social en la relación entre hombres y mujeres</i> 6.-	Talento Humano					3	5704,76	
	Consultor	unidad	1	1500,00	1500,00			
	Materiales							
	Papelógrafos	Unidad	20	0,20	4,00			
	Marcadores	Unidad	20	0,55	11,00			
	Esferos	Unidad	20	0,35	7,00			
	Cinta adhesiva	Unidad	3	0,60	1,80			
	Equipos							
	Alquiler computador	hora	40	0,70	28,00			
	Proyector	hora	40	2,00	80,00			
	Alquiler cámara digital	hora	25	1,50	37,50			
	Logística							
	Movilización	diario	15	3,00	45,00			
	Alimentación	diario	15	10,00	150,00			
	<i>Subtotal</i>							1864,30
	<i>Imprevistos 2%</i>							37,29
	TOTAL							1901,59

Tabla 4.15

Proyecto: Participación de las mujeres

PROYECTO 2	Descripción y objetivo		
Participación de mujeres	<p>El incluir a la mujer en proceso del desarrollo turístico es imperante al efectuar actividades de producción y social, donde se contemple su participación en la toma de decisiones, por lo tanto el GADPR debe generar políticas referidas a:</p> <p>La facilidad de su acceso a recursos productivos, servicios y beneficios sociales derivados de la operación del turismo comunitario en la parroquia.</p> <p>Reducción de brechas económicas, jurídicas y sociales que limitan la capacidad de la mujer en su participación en actividades de turismo, y poder beneficiarse de las mismas.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$160	<ul style="list-style-type: none"> GADPR 	Una reunión anual	10% del total de las mujeres involucradas en actividades turísticas comunitarias

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 4
 Proyecto No. 2
 Responsables
 Origen de los recursos

Equidad de Género
 Políticas de inclusión social de género
 GAD parroquial
 Autogestión GAD parroquial

	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total por reunión	No. reuniones	Autogestión GAD parroquial
<i>Establecimiento de reuniones para identificar políticas de equidad de género para el sector productivo de la parroquia</i>	Logística					3	153,00
	Alimentación	diario	10	5,00	50,00		
	<i>Subtotal</i>				50,00		
	<i>Imprevistos 2%</i>				1,00		
	TOTAL				51,00		

Tabla 4.16

Proyecto: Investigación e indicadores sociales de la mujer

PROYECTO 3	Descripción y objetivo		
Indicadores sociales entorno a la mujer	<p>Por décadas, la mujer ha sido objeto de discriminación en eventos sociales y políticos a nivel rural, es por ello que el presente proyecto pretende analizar las causas de este discrimen, sobre todo al momento de incluirla en la actividad turística; asimismo, se estima identificar su nivel de participación y limitantes para el planteamiento de una conciliación entre su vida familiar, personal y laboral.</p> <p>La investigación permitirá ser una fuente bibliográfica para varios sectores y no únicamente el turístico, con miras a una aplicación de mecanismos y propuestas que se estimarán en beneficio de ellas.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$1800	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • Ministerio Coordinador del Desarrollo Social 	Durante el primer año	Un documento escrito

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 4 Equidad de género
 Proyecto No. 3 Investigación e indicadores sociales de la mujer
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total (investigación y documento final)
1.- <i>Elaboración de un documento que contenga: Análisis de la participación de la mujer rural en el área turística</i> 2.- <i>Propuestas de mejoramiento para la inclusión de la mujer en el área productiva turística</i>	Talento Humano					3000,00
	Consultor	unidad	1	2000,00	2000,00	
	<i>Subtotal</i>				2000,00	
	Materiales					
	Documento	unidad	1	1000,00	1000,00	
	<i>Subtotal</i>				1000,00	
	<i>Subtotal</i>				3000,00	
	TOTAL				3000,00	

4.5.2.5 Línea de Acción 5: Conservación Ambiental

Tabla 4.17

Proyecto: Políticas, códigos de conducta y manual de buenas prácticas ambientales

Justificación

La conservación ambiental es la base para efectuar actividades de turismo sostenible, por cuanto, los atractivos turísticos son el objeto que representa el potencial turístico para los visitantes. Es recurrente mencionar que los páramos y nevados son los recursos más llamativos para el visitante de los Andes, por tanto, proyectos enfocados a proteger estos ecosistemas se tornan relevantes.

PROYECTO 1	Descripción y objetivo		
Elaboración de un código de conducta y un manual de buenas prácticas ambientales	<p>La de generación de impactos ambientales en una zona rural depende de las actividades productivas que en ella se realice, por lo tanto, el proyecto pretende establecer códigos de conducta, políticas ambientales y un manual de buenas prácticas, con el fin de socializar con toda la comunidad para perseguir una sostenibilidad en el entorno.</p> <p>Su estructuración se recomienda efectuarla en base a los códigos de conducta estimados por el Ministerio del Ambiente, así como documentos elaborados por la <i>Rainforest Alliance</i>.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$6500	<ul style="list-style-type: none"> • MAE • Universidades • GADPR 	Durante el primer año	Un código de conducta y un manual de BPM's.

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 5 Conservación ambiental
 Proyecto No. 1 Código de conducta y manual de buenas prácticas ambientales
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Fundaciones o la empresa privada

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total (investigación y documentos finales)
<i>Elaboración de documentos que contengan:</i> 1.- <i>Políticas y códigos de conducta ambientales</i> 2.- <i>Un manual de buenas prácticas ambientales (Anexo No.8)</i>	Talento Humano					6500,00
	Consultor (es)	unidad	2	2000,00	4000,00	
	<i>Subtotal</i>				4000,00	
	Materiales					
	Documento	unidad	1	1000,00	1000,00	
	Manual	unidad	1	1500,00	1500,00	
	<i>Subtotal</i>				2500,00	
	<i>Subtotal</i>				6500,00	
TOTAL					6500,00	

Tabla 4.18

Proyecto: Campañas de sensibilización de los recursos naturales

PROYECTO 2	Descripción y objetivo		
Campañas de sensibilización de recursos naturales	<p>Las comunidades, empresas y gobiernos locales deben perseguir una sensibilización relacionada a su entorno ambiental para motivar a efectuar actividades turísticas sostenibles.</p> <p>Desarrollar campañas de sensibilización y cuidado de recursos naturales, donde participen todos los actores de la parroquia en beneficio de un cuidado ambiental en todos los recursos que éste implique.</p> <p>Los temas tratados se enfocarán a la disminución de tala de bosques, reducción de uso del papel, minimización de residuos, reciclaje, entre otros.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$1700 (6 campañas en 3 años)	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • MINTUR • MAE 	Durante los 3 años	Dos campañas por año

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 5 Conservación ambiental
 Proyecto No. 2 Campañas de sensibilización
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Fundaciones o la empresa privada

	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Campañas por año	Costo total de las campañas (por 3 años)
<i>Socialización de la campaña a efectuar</i> <i>Selección de material a utilizar:</i> <i>Redes sociales</i> <i>Radio</i> <i>Prensa</i> <i>Perifoneo</i>	Materiales					2	1606,8
	Radio	tiempo	15	3,00	45,00		
	Prensa	ejemplar	100	0,40	40,00		
	Alquiler de altavoz	horas	20	1,25	25,00		
	<i>Subtotal</i>				110,00		
	Logística						
	<i>Alimentación</i>	unidad	15	10,00	150,00		
	<i>Subtotal</i>				150,00		
	<i>Imprevistos (3%)</i>				7,80		
	TOTAL				267,80		

Tabla 4.19

Proyecto: Estudio de la diversidad en flora y fauna

PROYECTO 3	Descripción y objetivo		
Estudio de diversidad en flora y fauna	<p>De acuerdo al Texto Unificado de Legislación Ambiental (TULAS), se contempla en el Libro II que se garantiza la conservación de la vida silvestre en todo el territorio ecuatoriano, por lo tanto, se contempla el efectuar estudios que detallen las especies de flora y fauna encontradas en la parroquia.</p> <p>Los mencionados estudios se convertirán en fuentes bibliográficas para estudios y evaluaciones de impactos ambientales, para toma de decisiones así como una fuente de información para guías naturalistas y nativos.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$3000	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • MINTUR • MAE 	Durante el segundo año	Un documento

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 5 Conservación Ambiental
 Proyecto No. 3 Estudio de la biodiversidad de la parroquia San Juan
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total (investigación y documento final)
1.- <i>Investigación relacionada a la flora y fauna encontrada en la parroquia</i>	Talento Humano					
	Consultor	unidad	1	2000,00	2000,00	
	<i>Subtotal</i>				2000,00	
2.- <i>Elaboración de un documento que contenga:</i> <i>Localización, extensión, descripción y zonas de vida, de las especies de flora y fauna existentes en la parroquia.</i> <i>Ecosistemas representativos y sus características</i> <i>Nivel de fragilidad y estado de calidad de los hábitats de la parroquia</i>	Materiales					3000,00
	Documento	unidad	1	1000,00	1000,00	
	<i>Subtotal</i>				1000,00	
	TOTAL					

Tabla 4.20

Proyecto: Talleres de capacitación en temas ambientales

PROYECTO 3	Descripción		
Capacitaciones del ambiente y conservación	La elaboración, ejecución y evaluación de planes relacionados con temáticas del medio ambiente, dirigidos al gobierno parroquial y sus pobladores, quienes posean herramientas técnicas en beneficio de la conservación y uso de los recursos en miras a un beneficio turístico con parámetros sostenibles.		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$5800	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • MINTUR • MAE • Universidades 	Durante el segundo año	Un plan de capacitación formulado y ejecutado

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 5
 Proyecto No. 4
 Responsables
 Origen de los recursos

Conservación ambiental
 Talleres de capacitación en temas ambientales
 Consultoría técnica contratada
 Propuesta destinada para la prefectura de la provincia de Chimborazo

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total por taller	No. de talleres	Producto a entregar	Costo total reuniones de socialización	
1.- <i>Normativa, declaraciones, acuerdos y legislación ambiental.</i> 2.- <i>Educación ambiental</i> 3.- <i>Interpretación ambiental</i> 4.- <i>Gestión Ambiental</i> <i>Las áreas protegidas: estado de</i> 5.- <i>conservación y capacidad de carga</i> 6.- <i>Técnicas de Reciclaje, clasificación, uso y manejo de desechos</i>	Talento Humano					3	Un Plan de capacitación	5704,76	
	Consultor	unidad	1	1500,00	1500,00				
	Materiales								
	Papelógrafos	Unidad	20	0,20	4,00				
	Marcadores	Unidad	20	0,55	11,00				
	Esferos	Unidad	20	0,35	7,00				
	Cinta adhesiva	Unidad	3	0,60	1,80				
	Equipos								
	Alquiler computador	hora	40	0,70	28,00				
	Proyector	hora	40	2,00	80,00				
	Alquiler cámara digital	hora	25	1,50	37,50				
	Logística								
	Movilización	diario	15	3,00	45,00				
	Alimentación	diario	15	10,00	150,00				
	<i>Subtotal</i>								1864,30
	<i>Imprevistos 2%</i>								37,29
TOTAL					1901,59				

Tabla 4.21

Proyecto: Uso de energía renovable

PROYECTO 5	Descripción y objetivo		
Uso de energía renovable	<p>La aplicación de energías amigables con el ambiente en emprendimientos turísticos permite generar mayor competitividad y sobretodo, ser un elemento diferenciador a la hora de estimar una oferta de servicios adecuada.</p> <p>Para esto, el gobierno parroquial con la empresa privada debe gestionar el apoyo técnico y los recursos necesarios para implementar este tipo de alternativas energéticas.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$8000 por emprendimiento turístico generado	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • MINTUR • MAE • Ministerio de Energía 	<p>Durante el primer año en emprendimientos en marcha.</p> <p>Durante los 3 años para futuros emprendimientos turísticos</p>	Un sistema implementado

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 5 Conservación Ambiental
 Proyecto No. 5 Uso de energía renovable
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total (investigación y adquisición)
1.- <i>Investigación relacionada al uso de energía renovable y sus aplicaciones</i>	Talento Humano					9000,00
	Consultor	unidad	1	2000,00	2000,00	
	<i>Subtotal</i>				2000,00	
2.- <i>Gestión para adquirir paneles solares</i>	Materiales					
	Panel solar	unidad	1	7000,00	7000,00	
	<i>Subtotal</i>				7000,00	
	TOTAL				9000,00	

Tabla 4.22**Proyecto: Viveros Comunitarios**

PROYECTO 6	Descripción y objetivo		
Viveros comunitarios	<p>Con el fin de mitigar impactos ambientales negativos y de impulsar la actividad económica en la comunidad, se contempla la creación de viveros ecológicos, donde se efectúe la producción de especies de páramo, así como programas de reforestación y generación de productos basados en plantas frutales y medicinales.</p> <p>Estos procesos de construcción, serán complementados con programas de capacitación para los habitantes de la parroquia, para que efectúen cuidados correspondientes y un manejo adecuado sostenible de estos espacios.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$9000 por viveros por 3 años	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • MINTUR • MAE • Empresas consultoras 	Durante los 3 años del plan	Dos viveros por año

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 5 Conservación Ambiental
 Proyecto No. 6 Implementación de viveros
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Viveros por año	Costo total (materiales y 2 viveros por 3 años)
1.- <i>Investigación relacionada a la implementación de viveros en zonas de páramo</i>	Talento Humano					2	9000,00
	Técnico GAD parroquial	unidad	1	250,00	250,00		
	<i>Subtotal</i>				250,00		
2.- <i>Gestión para adquirir materiales para la construcción de viveros</i>	Materiales					2	9000,00
	Plástico para vivero	metros	40	20,00	800,00		
	Asadones	unidad	3	90,00	270,00		
	Palas	unidad	3	35,00	105,00		
	Chaguarqueros	unidad	25	3,00	75,00		
	<i>Subtotal</i>				1250,00		
TOTAL					1500,00		

4.5.2.6 Línea de Acción 6: Fortalecimiento del Sistema Turístico

Tabla 4.23

Proyecto: Actualización del inventario de atractivos turísticos

Justificación

La consolidación de un turismo de calidad se basa en la prestación de servicios óptimos y compatibles con la conservación ambiental entorno a los potenciales turistas. Para ello la adecuada prestación del servicio, promoción y difusión será de gran utilidad al instante de desarrollar la actividad turística comunitaria en la parroquia San Juan.

PROYECTO 1	Descripción y objetivo		
Actualización del Inventario de atractivos turísticos	<p>Contemplando dentro una oferta de servicios a atractivos naturales y manifestaciones culturales, se propone el efectuar un inventario detallado donde se registre los factores físicos y culturales, en base a los lineamientos establecidos por el Ministerio de Turismo.</p> <p>La investigación se conformará en base a la metodología de inventarios de atractivos turísticos del MINTUR (2004), lo cual facilite un proceso de toma de decisiones a nivel privado o público sobre el manejo de estos recursos.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$3500	<ul style="list-style-type: none"> • MINTUR • Universidades • GADPR 	Durante el primer año	Un inventario de atractivos naturales y culturales

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 6 Fortalecimiento del sistema turístico
 Proyecto No. 1 Inventario de atractivos turísticos de la parroquia
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	investigación y documento final)
1.- <i>Investigación relacionada al levantamiento de atractivos turísticos de la zona</i>	Talento Humano					3500,00
	Consultor	unidad	1	2000,00	2000,00	
	<i>Subtotal</i>				2000,00	
2.- <i>Presentación de un documento que contenga: Categorización Jerarquización Valores intrínsecos y extrínsecos Estado de conservación Infraestructura Uso actual Facilidades turísticas</i>	Materiales					3500,00
	Documento	unidad	1	1500,00	1500,00	
	<i>Subtotal</i>				1500,00	
TOTAL					3500,00	

Tabla 4.24

Proyecto: Formación de promotores turísticos

PROYECTO 2	Descripción y objetivo		
Formación de promotores turísticos	<p>Las potencialidades turísticas de la parroquia San Juan deben ser promocionadas a través de sus pobladores, quienes deben estar capacitados, y, a través de sus habilidades y conocimientos, permitan dar a conocer al entorno bajo términos sostenibles.</p> <p>Elaborar y ejecutar un plan de formación de promotores turísticos, en base al Programa Nacional de Capacitación del MINTUR.</p> <p>Este programa permite a su vez, generar horas de capacitación, las mismas que serán de requisito para que en un futuro, se contemple la creación de centros de turismo comunitario en la parroquia San Juan.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$7700	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • MINTUR • MAE • Universidades 	<p>Plan formulado en el primer año</p> <p>2 cursos de capacitación anuales</p>	<p>Un plan de capacitación formulado y ejecutado</p> <p>Dos cursos anuales</p>

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 6
 Proyecto No. 2
 Responsables
 Origen de los recursos

Fortalecimiento del sistema turístico
 Formación de promotores turísticos
 Consultoría técnica contratada
 Propuesta destinada para la prefectura de la provincia de Chimborazo

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total por taller	No. de talleres	Costo total reuniones de socialización
1.- <i>Guianza</i> 2.- <i>Técnicas de comercialización, Marketing, programación de paquetes y ventas</i> 3.- <i>Servicio al cliente</i> 4.- <i>Hospitalidad</i> 5.- <i>Buenas prácticas</i> 6.- <i>Administración y contabilidad</i> 7.- <i>Idiomas</i> 8.- <i>Seguridad alimentaria</i> 9.- <i>Paquetes turísticos</i>	Talento Humano					4	7606,34
	Consultor	unidad	1	1500,00	1500,00		
	Materiales						
	Papelógrafos	Unidad	20	0,20	4,00		
	Marcadores	Unidad	20	0,55	11,00		
	Esferos	Unidad	20	0,35	7,00		
	Cinta adhesiva	Unidad	3	0,60	1,80		
	Equipos						
	Alquiler computador	hora	40	0,70	28,00		
	Proyector	hora	40	2,00	80,00		
	Alquiler cámara digital	hora	25	1,50	37,50		
	Logística						
	Movilización	diario	15	3,00	45,00		
	Alimentación	diario	15	10,00	150,00		
	<i>Subtotal</i>						
<i>Imprevistos 2%</i>					37,29		
TOTAL					1901,59		

Tabla 4.25

Proyecto: Mapa turismo comunitario (Anexo No. 6)

PROYECTO 3	Descripción y objetivo		
Mapa de áreas protegidas y comunidad de San Juan	<p>Las principales fuentes de información son a través de medios visuales, es por esto que la necesidad de efectuar un mapa que conste las principales áreas protegidas es necesario, para que el turista pueda identificar su espacialidad y bondades naturales que el Ecuador posee, destacado las áreas de la Sierra Central del Ecuador. a su vez, el mapa contendrá información relacionada a la parroquia, como geografía, vialidad, servicios turísticos, atractivos principales, entre otros.</p> <p>La simbología se realizará en base a las normativas del MINTUR, la marca país.</p>		
Inversión	Actores – involucrados	Período de ejecución	Indicadores
USD \$7700	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • MINTUR • Universidades 	En el primer año	Un mapa interpretativo

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 6 Fortalecimiento del sistema turístico
 Proyecto No. 3 Elaboración de un mapa de turismo comunitario
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total del mapa
1.- <i>Estudio de las comunidades más idóneas para georeferenciar el diseño del mapa</i>	Talento Humano					7000,00
	Consultor	unidad	1	3000,00	3000,00	
	<i>Subtotal</i>				3000,00	
<i>Elaboración del mapa, que contenga la siguiente información: Geografía de la parroquia Tabla de distancias Comunidades que efectúan actividades turísticas Planta turística existente Oficinas de información turística Información de auxilio inmediato Variedad de rutas turísticas existentes Atractivos turísticos</i>	Materiales					
	Mapa elaborado con materiales reciclables				4000,00	
	<i>Subtotal</i>				4000,00	
	TOTAL					7000,00

Tabla 4.26

Proyecto: Adecuación de espacios públicos

PROYECTO 4	Descripción y objetivo		
Estructuración de espacios públicos accesibles	<p>Un entorno adecuado público es donde sus pobladores pueden compartir sus vivencias, convivir y estar en armonía.</p> <p>Para esto, se propone gestionar el adecuado mantenimiento de estos lugares, con la realización de mingas y concursos de mejoramiento de las propiedades (pintura, ornamentación), para de esta forma motivar a los habitantes de la parroquia, a tener un entorno amigable con el ambiente y visualmente atractivo para una permanencia del turista.</p>		
Inversión	Actores-involucrados	Período de ejecución	Indicadores
USD 3000 anuales	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • Comunidad 	Durante los 3 años	Una actividad ejecutada anualmente

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 6 Fortalecimiento del sistema turístico
 Proyecto No. 4 Estructuración de espacios públicos accesibles
 Responsables GAD parroquial
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Procesos a ejecutar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	No. veces efectuadas en el año	Total actividades por 3 años
1.- <i>Mingas comunitarias</i> <i>Concursos de mejoramiento</i> 2.- <i>propiedades</i>	Logística					2	3300,00
	Alimentación	unidad	30	5,00	150,00		
	Premios	unidad	10	40,00	400,00		
	<i>Subtotal</i>				550,00		
	TOTAL				550,00		

Tabla 4. 27

Proyecto: Brigada de primeros auxilios.

PROYECTO 5	Descripción y objetivo		
Brigada de primeros auxilios	La precaución y cuidado de personas en la actividad turística es de primordial importancia, para lo cual se contempla la creación de una brigada de primeros auxilios, con personal capacitado ante situaciones emergentes y su pronta respuesta para la atención oportuna al turista en casos de accidentes.		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$3000	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • Defensa Civil • Cruz Roja • Bomberos 	En el primer año	Plan de emergencias y 20 personas capacitadas en el primer semestre de ejecución del plan

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 6 Fortalecimiento del sistema turístico
 Proyecto No. 5 Creación de una brigada de primeros auxilios y un plan de emergencias
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Temáticas a tratar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total (taller y plan)	
1.- <i>Taller de capacitación en primeros auxilios</i> 2.- <i>Elaboración de un plan de emergencias que contenga: Manejo de equipos médicos Cómo actuar en casos de emergencia Rutas de evacuación</i>	Talento Humano					3000,00	
	Consultor	unidad	1	1000,00	1000,00		
	<i>Subtotal</i>				1000,00		
	Materiales						
	Plan de emergencia elaborado	unidad	1	2000,00	2000,00		
	<i>Subtotal</i>				2000,00		
	TOTAL						3000,00

Tabla 4.28

Proyecto: Plan de Marketing

PROYECTO 6		Descripción y objetivo	
Plan de Marketing		<p>La diferenciación de productos turísticos y su nivel de competitividad permiten dar a conocer a un entorno en base a su nivel de potencialidades, para esto, se contempla el desarrollar un plan de marketing para la parroquia rural de San Juan, donde se diversifiquen los productos, definan objetos comerciales, establecer marcas consolidadas y acciones realizables en un plazo definido.</p> <p>La realización del plan se contempla efectuarla en base a procesos de socialización de ésta actividad en la parroquia.</p>	
Inversión	Actores – involucrados	Período de ejecución	Indicadores
USD \$5000	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • MINTUR 	Durante el primer año	Un plan de marketing formulado y puesto en marcha

Fuente: Pablo Manzano

Línea de acción No. 6 Fortalecimiento del sistema turístico
 Proyecto No. 6 Elaboración de un plan de marketing
 Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
 Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Procesos a desarrollar	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total (plan de marketing)	
Elaboración de un plan de marketing que contenga: Análisis situacional de la parroquia Estudio de la demanda Estudio de oferta Propuesta de programas turísticos Estrategias de producto, precio, promoción y distribución Estrategia de marca y slogan de la parroquia	Talento Humano					5000,00	
	Consultor	unidad	1	1000,00	1000,00		
	<i>Subtotal</i>				1000,00		
	Materiales						
	Plan de marketing elaborado	unidad	1	4000,00	4000,00		
	<i>Subtotal</i>				4000,00		
	TOTAL						5000,00

Tabla 4.29

Proyecto: Señalización Turística (Anexo No. 7)

PROYECTO 7	Descripción y objetivo		
Señalética turística	<p>La señalización turística es uno de los proyectos fundamentalmente importantes al momento de promocionar un entorno, pues, permite informar, orientar y poner en valor los recursos que, en este caso, la parroquia rural de San Juan posee.</p> <p>Realizar un programa de señalética turística a través de la implementación de paneles informativos, rótulos, tableros, dioramas y demás elementos que permitan ubicar espacialmente a los turistas que visiten la parroquia rural de San Juan, a través de un asesoramiento técnico por parte del MINTUR, Municipio de Riobamba, Ministerio del AMBIENTE, entre otros.</p>		
Inversión aproximada	Actores	Plazo de ejecución	Indicador
USD \$4800	<ul style="list-style-type: none"> • GADPR • MINTUR • Municipio Riobamba 	Durante el primer año	Un programa de señalización elaborado y ejecutado

Fuente: Pablo Manzano

línea de acción No. 6 Fortalecimiento del sistema turístico
Proyecto No. 7 Señalización turística
Responsables GAD parroquial, contratación de consultoría externa
Origen de recursos Autogestión GAD parroquial

Procesos	Detalle	Medida	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo total señalización turística
<i>Diseño de un programa de señalización turística</i>	Talento Humano					4770,00
	Consultor	unidad	1	2000,00	2000,00	
	<i>Subtotal</i>				2000,00	
<i>Elaboración de señalización turística e interpretación ambiental que contenga: Letreros interpretativos Dioramas Paneles Cajones del sentido Tableros interpretativos</i>	Materiales					
	Paneles	unidad	5	250,00	1250,00	
	Cajones del sentido	unidad	4	80,00	320,00	
	Letreros	unidad	10	70,00	700,00	
	Dioramas	unidad	1	500,00	500,00	
	<i>Subtotal</i>				2770,00	
TOTAL					4770,00	

4.3 Cronograma de ejecución

Tabla 4.30

Primer año

Líneas de acción	Proyectos	2015											
		MES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Fortalecimiento organizacional</i>	1				■	■							
	2					■							
	3						■	■					
	4							■	■				
<i>Fortalecimiento cultural</i>	1							■	■	■			
	2							■	■	■			
	3							■	■	■			
	4							■	■	■			
	5							■	■	■			
<i>Coordinación institucional</i>	1			■	■								
	2						■	■	■				
<i>Equidad de Género</i>	1					■	■	■					
	2									■	■		
	3				■	■	■	■					
<i>Conservación ambiental</i>	1			■	■	■	■						
	2									■	■	■	
	3												
	4												
	5												
	6												
<i>Fortalecimiento del sistema turístico</i>	1												
	2					■	■	■					
	3								■	■	■		
	4				■	■	■	■					
	5			■	■	■	■	■					
	6			■	■	■	■	■					
	7				■	■	■	■	■				

Fuente: Pablo Manzano

Tabla 4.31

Segundo año

Líneas de acción	Proyectos	2016											
		MES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Fortalecimiento organizacional</i>	1												
	2												
	3												
	4												
<i>Fortalecimiento cultural</i>	1												
	2												
	3												
	4												
	5												
<i>Coordinación institucional</i>	1												
	2												
<i>Equidad de Género</i>	1												
	2												
	3												
<i>Conservación ambiental</i>	1												
	2												
	3												
	4												
	5												
	6												
<i>Fortalecimiento del sistema turístico</i>	1												
	2												
	3												
	4												
	5												
	6												
	7												

Fuente: Pablo Manzano

Tabla 4.32

Tercer año

Líneas de acción	Proyectos	2017											
		MES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Fortalecimiento organizacional</i>	1												
	2												
	3												
	4												
<i>Fortalecimiento cultural</i>	1												
	2												
	3												
	4												
	5												
<i>Coordinación institucional</i>	1												
	2												
<i>Equidad de Género</i>	1												
	2												
	3												
<i>Conservación ambiental</i>	1												
	2												
	3												
	4												
	5												
	6												
<i>Fortalecimiento del sistema turístico</i>	1												
	2												
	3												
	4												
	5												
	6												
	7												

Fuente: Pablo Manzano

4.4 Presupuesto total

Tabla 4.33

Presupuesto

Línea de Acción	Proyecto	Presupuesto por un período de 3 años	Subtotal
Fortalecimiento organizacional	Socialización de la actividad turística a nivel comunitario	4157,52	
	Elaboración del reglamento para el fomento de la actividad turística comunitaria	1589,36	
	Legalización de emprendimientos de turismo comunitario	244,80	
Fortalecimiento cultural	Talleres de formación personal, emprendimientos y relaciones humanas	7606,34	13598,03
	Construcción de un centro cultural	47233,30	
	Fortalecimiento de la cadena productiva bajo enfoque artesanal	3351,41	
	Revitalización cultural	4200,00	
	Rescate de juegos tradicionales	2921,48	
	Talleres de diversidad cultural y desarrollo equitativo de oportunidades	7606,34	65312,54
	Coordinación institucional	Coordinación y alianzas público-privadas	626,65
Equidad de género	Talleres de planificación territorial, control social y gobernabilidad	7606,34	8233,00
	Talleres de género y masculinidades	5704,76	
Conservación ambiental	Políticas de inclusión social de género	153,00	
	Investigación e indicadores sociales de la mujer	3000,00	8857,76
	Código de conducta y manual de buenas prácticas ambientales	6500,00	
	Campañas de sensibilización	1606,80	
	Estudio de la biodiversidad de la parroquia San Juan	3000,00	
	Talleres de capacitación en temas ambientales	5704,76	
	Uso de energía renovable	9000,00	
	Implementación de viveros	9000,00	34811,56
Fortalecimiento del sistema turístico	Inventario de atractivos turísticos de la parroquia	3500,00	
	Formación de promotores turísticos	7606,34	
	Elaboración de un mapa de turismo comunitario	7000,00	
	Adecuación de espacios públicos	3300,00	
	Creación de una brigada de primeros auxilios y un plan de emergencias	3000,00	
	Elaboración de un plan de marketing	5000,00	
	Señalización turística	4770,00	34176,34
PRESUPUESTO TOTAL		164989,22	164989,22

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Los diferentes procesos de desarrollo del turismo comunitario, en base a criterios de autores, organizaciones no gubernamentales e instituciones públicas o privadas, permiten establecer una evolución de ésta actividad en beneficio de quienes habitan en zonas rurales, quienes deben poseer un manejo racional de sus recursos, estar en constantes criterios de capacitación y generar perseverancia en la concreción de emprendimientos, por cuanto, la gran falencia se centra en que las comunidades desean obtener resultados a corto plazo, lo que contrasta con la conceptualización y razón de ser del desarrollo turístico comunitario.

El diagnóstico situacional de la parroquia rural de San Juan, en base a los condicionamientos ecológico-ambientales, socio-culturales y político-administrativos, permitió dimensionar el nivel de desarrollo comunitario que posee la parroquia, analizando sus servicios básicos, acceso, salud, gobernabilidad, determinando que San Juan posee las condiciones adecuadas para generar actividades relacionadas con el turismo, tomando como eje transversal, la participación de la(s) comunidad(es) durante todo el proceso de planificación.

Asimismo, la existencia de atractivos naturales entre jerarquías I y III, siendo el ícono de la parroquia el nevado Chimborazo, y la riqueza cultural presenciada en su gastronomía e identidad Puruhá, permiten evaluar a la parroquia como idónea para promocionar una zona de altoandino de la provincia de Chimborazo; sin embargo, la casi nula intervención del GAD parroquial, limita la gestión y dinamización del turismo en beneficio de sus pobladores, a su vez, la empresa privada (enfocada en la creación de sitios de hospedaje), incentiva a los habitantes para crear sus propios emprendimientos, quienes por su cuenta propia, desean adquirir conocimientos en materia turística.

Para una adecuada planificación del turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan, se estima el criterio de obtener un adecuado servicio, impulsar a actividades de convivencia rural y establecer tarifas de condición media-media, para que el acceso a estas atracciones y nuevas modalidades de turismo alternativo por parte de turistas nacionales y extranjeros sea mucho más efectiva, sobretodo, por medio de la promoción de la parroquia a través de redes sociales, buscadores *web* y recomendaciones personales.

El desarrollo del turismo comunitario se estimó en la realización de un plan, el mismo que contemple la conformación de seis líneas de acción y 27 proyectos los mismos que, de acuerdo a su nivel de prioridad se los desarrollará en un período de tres años, bajo el apoyo del GAD parroquial o instituciones y personas interesadas en dinamizar la actividad turística en la zona.

El planteamiento y posterior diseño del presente plan se efectuó con el fin de ser una herramienta de apoyo que impulse al dinamismo del componente turístico contemplado en el Plan de Ordenamiento Territorial de la zona, permitiendo estructurarse en base a una línea base de proyectos que permitan perseguir el contexto sostenible de la actividad turística.

Las líneas de acción (Fortalecimiento Organizacional, Fortalecimiento Cultural, Conservación Ambiental, Coordinación Institucional, Equidad de Género y Fortalecimiento del Sistema Turístico), fueron creadas en base al análisis que los actores públicos o privados consideraron para que el turismo comunitario se reconozca como referente en la parroquia de San Juan, lo cual, con el desarrollo de proyectos dentro de cada línea de acción permitan cubrir las necesidades que la parroquia requiere.

La necesidad de formar promotores turísticos para la parroquia rural de San Juan, ha sido estimada como prioritaria, por cuanto sus habitantes desean adquirir conocimientos en relación a temáticas relacionadas con liderazgo, atención al cliente, plan de negocios, técnicas de restauración y guianza, lo cual, permitirá delinear técnicamente el proceso de difusión turística de la parroquia,

estructurando una oferta mayormente persuasiva y sirviendo como soporte para la ejecución de otros proyectos contemplados en el plan.

RECOMENDACIONES

Brindar un continuo seguimiento a la ejecución de cada uno de los proyectos del plan, con el fin que la parroquia, en un período de tres años, pueda convertirse en el centro de difusión turística comunitaria de la provincia de Chimborazo.

A través de la participación del Consejo Provincial, la Mesa de Turismo de Chimborazo, Regional MINTUR Zona 3 e instituciones educativas como la ESPOCH y UNACH (así como otras interesadas), estimar una renovación del plan, al momento del término de su ejecución (posterior al tercer año), con el fin de potencializar las líneas de acción ya establecidas, incrementar nuevas investigaciones o adicionar proyectos complementarios.

La participación ciudadana es fundamental para el desarrollo de la actividad turística, por lo tanto el conseguir la socialización de los proyectos que forman parte del plan es necesario para que de esta forma, se difunda el mensaje y se incentive a la inclusión social de las comunidades aledañas a la parroquia en generar emprendimientos relacionados con el turismo comunitario.

Adicional a los procesos de capacitación, se sugiere el implementar la señalética propuesta, por cuanto brinda identidad y motiva a la difusión de una cultura turística en la parroquia, así como, el darla a conocer a todos quienes la visiten.

A su vez, se contempla el socializar los procesos de capacitación relacionados al manejo de buenas prácticas ambientales, permitiendo de ésta forma iniciar un proceso de concienciación a los habitantes de la parroquia en vías de la práctica de un turismo sostenible y consciente.

BIBLIOGRAFÍA

- Boullón, R. C. (1998). *Marketing turístico : una perspectiva desde la planificación*. Buenos Aires: Librerías turísticas.
- Brundtland, C.G (1987). *Our Common Future*. Oxford: The World Commission on Environmental Development.
- Butler, R., & Hinch, T. (Eds.). (2007). *Tourism and indigenous peoples: Issues and implications*. Routledge.
- Casanova, M. A. (1998). *Función formativa de la evaluación. La Evaluación educativa*. España: SEP-Muralla.
- Castellanos Verdugo, M. & Orgaz Agüera, F. (2013). *Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana*. TURyDES: Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local, vol. 6, nº 14, pp. 1-9.
- Ceballos-Lascurain, H. (1996). *Tourism, ecotourism, and protected areas: The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. Iucn.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: A success. *ICRT Occasional Paper*, 11(1), 37.
- FEPTCE. (2007). *Guía de turismo comunitario del Ecuador*. Quito.
- Gimeno, J., & Monreal, P. (1999). *La controversia del desarrollo: críticas desde la antropología*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- Joppe, M. (1996). Sustainable community tourism development revisited. *Tourism management*, 17(7), 475-479.

- Kiss, A. (2004). Is community-based ecotourism a good use of biodiversity conservation funds?. *Trends in Ecology & Evolution*, 19(5), 232-237.
- Manyara, G. Jones, E., & Boterill, D. (2006). *Tourism and poverty alleviation: The case of indigenous enterprise development in Kenya*. *Tourism, Culture and Communication*, vol. 7, n°1, pp. 19-37
- Middleton, V. (1998). *Marketing management: analysis, planning and control*. USA: Prentice Hall.
- Mitchell J & Muckosy P (2008) A misguided quest: Community-based tourism in Latin America ODI Opinion 102.
- Montero, M. (2007). *Teoría y práctica de la psicología comunitaria*. Buenos Aires: Paidós.
- Murphy, P and Murphy, A. (2004) *Strategic Management for Tourism Communities: Bridging the Gaps*. Clevedon: Channel View Publications, 448pp.
- Murphy, P. (1985) *Tourism: A Community Approach*. London: Methuen/Routledge, 200pp.
- Silke, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo*. Santiago de Chile: Naciones Unidas
- Reed, M. G. (1997). Power relations and community-based tourism planning. *Annals of tourism research*, 24(3), 566-591.
- Russell, P. (2000). Community-based tourism. *Travel & Tourism Analyst*, (5), 89-116.
- The Mountain Institute, (2000) *Community-Based Tourism for Conservation and Development: A Resource Kit*, The Mountain Institute: 1

Viñals, M. (2002). *Turismo en espacios naturales y rurales*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

Wearing, S., & McDonald, M. (2002). The development of community-based tourism: Re-thinking the relationship between tour operators and development agents as intermediaries in rural and isolated area communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(3), 191-206.

Zárate, M. (2007). *Desarrollo Comunitario*. México: Plaza y Valdés Editores.

NETGRAFÍA

REST. 2003. Community Based Tourism Handbook. Bangkok: The Responsible Ecological Social Tours (REST) Projects. [online] <http://www.rest.or.th/studytours/medias/chapter1eng.pdf>.

WWF International (2001). Guidelines for community-based ecotourism development. [on line]: <http://assets.panda.org/downloads/guidelinesen.pdf>



ANEXOS

Anexo No 1: Encuestas a turistas nacionales

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Objetivo: Identificar los gustos y preferencias del potencial servicio turístico comunitario a recibir en la parroquia rural San Juan, cantón Riobamba, provincia Chimborazo.

Indicaciones:

Leer con atención cada pregunta.

Contestar con un X, una sola respuesta

Datos Informativos:

a. Género	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
-----------	-----------	--------------------------	----------	--------------------------

b. Edad	<input type="text"/>
---------	----------------------

c. Lugar de Procedencia	Galápagos	<input type="checkbox"/>	Costa	<input type="checkbox"/>	Sierra	<input type="checkbox"/>	Amazonia	<input type="checkbox"/>
-------------------------	-----------	--------------------------	-------	--------------------------	--------	--------------------------	----------	--------------------------

Cuestionario:

1. ¿Ha realizado alguna vez, actividad relacionada con turismo comunitario (convivencia familiar en comunidades, disfrute del entorno ambiental, aprendizaje de la cultura) en Ecuador?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

2. Entre las siguientes regiones del Ecuador, en donde ha realizado turismo comunitario?

Galápagos	<input type="checkbox"/>	Costa	<input type="checkbox"/>	Sierra	<input type="checkbox"/>	Amazonia	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	-------	--------------------------	--------	--------------------------	----------	--------------------------

3. De los siguientes servicios enunciados, cuál de ellos se relaciona con la actividad de turismo comunitario?

Transporte	<input type="checkbox"/>	Guianza Nativa	<input type="checkbox"/>	Baile ancestral	<input type="checkbox"/>	Artesanías	<input type="checkbox"/>
Comida tradicional	<input type="checkbox"/>	Alojamiento en cabañas	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

4. De las siguientes características, cuál cree usted que limita el desarrollo de la actividad de turismo comunitario?

Accesibilidad	<input type="checkbox"/>	Pobreza	<input type="checkbox"/>	Senderos sucios	<input type="checkbox"/>	Impuntualidad	<input type="checkbox"/>
Servicio deficiente	<input type="checkbox"/>	Escasa limpieza	<input type="checkbox"/>	Desorganización	<input type="checkbox"/>	Desconocimiento del inglés	<input type="checkbox"/>

5. Ha visitado usted la parroquia rural de San Juan de Riobamba?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

6. ¿Sabía usted que en la parroquia rural de San Juan de Riobamba se realiza turismo comunitario?

SI		NO	
----	--	----	--

7. Si la parroquia rural de San Juan de Riobamba ofrece actividades de turismo comunitario, le gustaría a usted practicarlo? (Si contestó que SI pase a la siguiente pregunta, caso contrario pase a la pregunta 11)

SI		NO	
----	--	----	--

8. ¿Cuál de las siguientes opciones, le gustaría realizar como turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan de Riobamba?

Cultura Puruhá		Participación en artesanías		Arquitectura Vernácula	
Gastronomía ancestral		Senderos Ecológicos		Otros	

9. De acuerdo a los siguientes servicios; cuanto estaría usted dispuesto a invertir en actividades recreativa que involucren la comunidad de la parroquia rural de San Juan de Riobamba “llamado turismo comunitario”

	DOLARES							
SERVICIOS	5 - 10	11 - 15	16 - 20	21 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 40	41 a más
Alojamiento								
Alimentación								
Guianza Tradicional								
Artesanías								

10. De las siguientes opción, que medio de comunicación usted utilizaría para obtener información sobre el turismo que se practica en la parroquia rural de San Juan de Riobamba?

Internet (Buscadores)		Facebook – Twitter		Recomendaciones de familiares	
Prensa Escrita		Radio Local		Revistas de turismo	

11. Si existiese una mejor planificación de turismo comunitario en la parroquia rural de San Juan, cree usted cree se incrementaría el nivel de visitas?

SI		NO	
----	--	----	--

Le agradecemos por su colaboración!!

Anexo No. 2: Encuesta a turistas extranjeros
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL



Objective: To identify the preferences about the potential community-based tourism service to receive at the San Juan parish, county Riobamba, province of Chimborazo

Indications:

Read carefully each question
 Answer with an “x” only once.

Informative Data

a. Gender	Male		Female	
-----------	------	--	--------	--

b. Age	
--------	--

c. Procecence	Galápagos		Coast		Highlands	Jungle	
---------------	-----------	--	-------	--	-----------	--------	--

Questionnaire:

1. Have you ever practice a community-based tourism (CBT) before (which is the convivence with community families, enjoying the envirnoment and learning about the local culture) in Ecuador?

YES		NO	
-----	--	----	--

2. Between the next ecuadorian regions, where have you done a CBT activity?

Galápagos		Costa		Sierra		Amazonia	
-----------	--	-------	--	--------	--	----------	--

3. From the next services, which of them you relate with the CBT activity?

Transportation		Native guidance		Typical dance		Hadcrafts	
Typical food		Lodging cabins	in	Other			

4. From the next characteristics, which one do you think that limits the development of an CBT activity?

Accesibility		Poverty		Dirty paths		Unpuctuality	
Lack of service		Dirtiness		Non organization		Lack of speaking another language	

5. Have you visited the San Juan parish?

YES		NO	
-----	--	----	--

6. Did you know that in the San Juan parish practice CBT activities?

YES		NO	
-----	--	----	--

7. If the San Juan parish offers CBT activities, would you like to do them? (if your answer is YES, please follow the next question, otherwise continue to question 11)

YES		NO	
-----	--	----	--

8. Which of the next options would you like to do as a CBT activity in the rural parish of San Juan

Puruhá Culture		Making handicrafts		Arquitectura Vernácula	
Typical food		Eco-paths		Other	

9. From the next services, how much are you willing to pay in activities of CBT in the San Juan parish?

	DOLLARS							
SERVICES	5 - 10	11 - 15	16 - 20	21 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 40	41 a más
Alojamiento								
Alimentación								
Guianza Tradicional								
Artesanías								

10. From the next options, which media would you use to get information about a CBT activity offered in the San Juan parish?

Internet (searching engines)		Facebook – Twitter		Recommendations	
Press		Local radios		Tourism magazines	

11. If will be a better CBT planification in this parish, would you believe that the level of tourism will increase?

YES		NO	
-----	--	----	--

Thank you for you cooperation!!



Anexo No. 3 Encuesta a la población económicamente activa de la parroquia San Juan

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Objetivo: Investigar el nivel de incidencia que ha tenido el GAD parroquia del San Juan, en la población para generar actividades turísticas

Indicaciones:

Leer con atención cada pregunta.

Contestar con un X, una sola respuesta

Datos Informativos:

a. Género	Masculino		Femenino	
-----------	-----------	--	----------	--

b. Edad	
---------	--

Cuestionario:

1. ¿Cómo califica usted los servicios básicos de la parroquia rural de Riobamba?

Muy Bueno		Bueno		Malo	
-----------	--	-------	--	------	--

2. Cree usted que en la parroquia rural San Juan se han perdidos las costumbres y tradiciones?

SI		NO	
----	--	----	--

3. Conoce usted sobre los trabajos que el GAD parroquia de San Juan realiza en beneficio del turismo comunitario?

SI		NO	
----	--	----	--

- 4.Cuál de las siguientes opciones, cree usted que es un problema que limita el desarrollo del turismo comunitario en la parroquia rural San Juan?

Contaminación ambiental		Poca promoción turística		Escasa participación de la mujer	
Empirismo en la atención al cliente		Desvalorización de la cultura e identidad		Deslealtad de las autoridades	

5. De las siguientes opciones, que emprendimiento usted ha visto que se ha desarrollado en la parroquia San Juan?

Hosterías / Cabañas		Restaurantes		Nuevos senderos y rutas ecológicas	
Cicloturismo		Centros artesanales		Otros	

6. Conoce usted sobre lo que significa ser promotor turístico de i parroquia?

SI		NO	
----	--	----	--

7. Le gustaría recibir capacitaciones sobre cómo ser un excelente promotor turístico para su parroquia?

SI		NO	
----	--	----	--

- 8.Cuál de las siguientes opciones cree usted que debe emplear un promotor turístico, para brindar un servicio turístico de calidad?

Valoración del ambiente		Seguridad alimentaria		Guianza	
Primeros Auxilios		Contabilidad básica		Servicios al cliente	
Creación de microempresas		Meseros, camareros, recepcionista		Conocimientos en administración	

- 9.Cuál de las siguientes opciones considera un beneficio propio para usted?

Fortalecimiento en el conocimiento técnico		Unión y solidaridad en la parroquia	
Impulso de nuevos emprendimientos turísticos		Obtención de una certificación	

- 10.Cuál de las siguientes opciones cree que beneficiará a la población de la parroquia si usted es un excelente promotor turístico?

Mayor ingresos económicos		Mejor publicidad y promoción turística		Nuevas fuentes de empleo	
Preservación de la cultura y tradiciones		Mayor número de talleres de capacitación		Incremento en el nivel de visitantes	
Creación de alianzas con otras parroquias, para el desarrollo de la actividad turística					

11. Cree usted que el aprendizaje y conocimiento sobre que significa ser un promotor turístico mejorar las competencias de los pobladores involucrados en turismo de la parroquia rural de San Juan?

SI		NO	
----	--	----	--

Le agradecemos por su colaboración!!

Anexo No. 4

Entrevista al Sr. Tobías Ati, presidente de la junta parroquial de San Juan.

Cuestionario:

1. Qué designación cumple usted dentro del gobierno parroquial?
2. Qué criterio posee en relación al impulso turístico comunitario que se efectúa en el país?
3. Tiene algún conocimiento referente al desarrollo de la actividad turística comunitaria en el Ecuador?
4. Qué gestiones ha realizado el GAD de la parroquia en beneficio de la actividad turística comunitaria en su entorno?
5. Cuáles han sido los problemas que, como gobierno parroquial, han encontrado necesarias por resolver relacionadas al turismo?
6. Qué tipo de soluciones se han estimado dentro del GAD como viables para dinamizar la actividad turística comunitaria, contemplado la participación de su población?

Anexo No. 5

Entrevista empresario turístico de la parroquia San Juan

Cuestionario:

- 1.Cuál es su criterio con relación al desarrollo de la actividad turística comunitaria en el Ecuador?
2. Puede efectuar una descripción de su emprendimiento en la parroquia?
3. Cómo visualiza el continuo impulso que se da a la actividad turística comunitaria en la provincia de Chimborazo?
4. Qué limitantes considera usted que ha existido para que el turismo comunitario no se desarrolle adecuadamente en la parroquia San Juan?
5. Porqué el ideal de generar una empresa de alojamiento en la parroquia?
6. Qué razones le motivaron para invertir en la parroquia?
7. Podría usted brindar un mensaje a los futuros emprendedores turísticos?

Anexo No. 6



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADOS



**MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS
AMBIENTALES**

"Creando una conciencia ambiental con la buena práctica ambiental en el turismo comunitario de la parroquia rural de San Juan, cantón Riobamba, provincia Chimborazo"

Riobamba – Ecuador

2015

Redacción

Pablo Raúl Manzano Insuasti

Diseño

Pablo Raúl Manzano Insuasti

Turismo Sostenible:

"Es 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."



Cepeco, G., 1997

Al ser el turismo una actividad con proyecciones de desarrollo, ésta debe perseguir 3 propósitos:



lo que se resume en:

SOSTENIBLE

Cómo se logra practicar el turismo sostenible en áreas rurales??



Existen varios principios, sobre todo cumplir con ciertas normas, llamadas también "**buenas prácticas ambientales**", que nos permitirán aprovechar nuestros recursos, conservándolos para las generaciones venideras.

Pero antes...

Debemos conocer cuáles son los efectos negativos de una actividad turística mal manejada:

En relación al medio vegetal y de especies

- I. El talar árboles para la construcción, genera deforestación y desgaste del suelo.
- II. Hacer fogatas en zonas no autorizadas, puede dañar seriamente el ecosistema.
- III. Recoger o extraer plantas, flores y hongos pueden cambiar la composición de estas especies: o aún peor, que pierdan su calidad original.
- IV. Excesiva acumulación de basura, causa impacto visual negativo, cambia la condición de los nutrientes y altera la vegetación.
- V. El usar áreas no autorizadas para camping o como zona de parqueo vehicular, causa pérdida de vegetación.
- VI. La introducción de especies alocótonas puede causar pérdida o deterioro de especies autóctonas de una zona.

En relación al agua

- I. Los agentes patógenos de aguas residuales tratadas inadecuadamente, lanzadas en ríos, lagos, océano, causan contaminación.
- II. La presencia de petróleo en el agua, ha alterado el color de la misma y ha generado pérdida de oxígeno en su composición.
- III. El aumento de nutrientes en el agua, modifica su condición, disminuye oxígeno y permite el crecimiento excesivo de algas, lo que se nota claramente en lagos y lagunas.

En relación al aire



- I. El exceso de ruido, causa contaminación auditiva.

En relación al paisaje

Construcción indebida de infraestructura en zonas naturales, cambia la visualización del paisaje, genera contaminación del suelo, e impermeabilidad del mismo. Daños irreversibles!!



Qué debemos hacer??



El efectuar una buena campaña de concienciación sobre la conservación del entorno es esencial, veamos cómo podemos actuar y hacer del turismo una actividad sostenible:

Conservación del suelo

¿SABÍAS
QUÉ?

Cada vez, más viajeros eligen destinos o empresas que son responsables con el medio ambiente y con las comunidades.

Tips de buenas prácticas en senderos:

- ✓ Escoger senderos con poca pendiente, y sobre todo, evitar senderos que "corten" la montaña. Esto evita la erosión y derrumbes.
- ✓ Diversificar senderos, para personas y otros para animales.
- ✓ No usar atajos ni abrir nuevos caminos. Usar los que están adecuados para la actividad.
- ✓ Usar piedra pequeña, semillas u otro material para asentar el suelo de un sendero. No usar ladrillo, adoquín ni limitarlo con cercas, alambre de púas u otro material ajeno a la naturaleza del sendero.

Provisión de productos



Sabías Que...

Tips de buenas prácticas al comprar productos locales:

- ✓ Identificar y preferir proveedores ecológicos (productos orgánicos, biodegradables, amigables con el ambiente), de preferencia con alguna certificación ambiental.
- ✓ Usar fundas de tela y evitar las de plástico.
- ✓ Preferir envases de cartón y vidrio.
- ✓ No comprar alimentos embalados. Se paga más y su estado de frescura es mínimo o simplemente no existe.
- ✓ Los productores deben usar papel reciclado para hacer su folletería de promoción de ventas.
- ✓ Planificar la compra. No comprar más de lo que va a consumir. Afecta a la economía y se genera desperdicio de alimentos.



Es el elemento más importante para el ser humano. Simplemente sin agua no podríamos vivir.

Sabías que?



Una gota fugada de agua por segundo, son 30 litros de agua perdida al día.

El agua dura obstruye tuberías, daña maquinaria y requiere del 20% más de energía para calentarse.

Tips de buenas prácticas para aguas blancas:

- ✓ Controlar áreas de consumo mayor.
- ✓ Capacitar a la población sobre el uso del agua y su importancia.
- ✓ Colocar anuncios de uso correcto del agua en baños, hoteles, restaurantes para evitar fugas.
- ✓ En inodoros nuevos, comprar los de bajo consumo de agua, en los antiguos, colocar una piedra o botellas de plástico en su interior para disminuir el consumo.
- ✓ Usar un sistema de riego por goteo, en áreas que requieran este método, sobre todo jardines.

- ✓ Usar agua de lluvia para el riego.

Tips de buenas prácticas para aguas residuales (negras y grises):

- ✓ No arrojar comida, aceites ni algún elemento corrosivo al desagüe.
- ✓ No arrojar papel higiénico, toallas higiénicas o basura a la taza del inodoro.



Manejo de residuos

La basura es uno de los principales problemas en la actividad turística. Su acumulación da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente. Es bueno limpiar pero mejor es no ensuciar. Lo más importante es disminuir la basura y separarla para facilitar su reutilización

Sabías Que...?

El 60% de basura producida por la actividad turística se produce por desechos orgánicos como resto de comida, cáscaras de frutas y verduras, y el 40% por desechos inorgánicos como cartón, vidrio, plástico, entre otros.

Tips de buenas prácticas para manejo de residuos:

- Usar servilletas de tela en lugar de papel.
- Informar la forma de manejo de la basura en los establecimientos de prestación de servicios a los turistas. (hojas reciclables informativas, personal capacitado)
- Utilizar envases de reciclaje, para desechos orgánicos, papel, cartón, vidrio, plástico, entre otros; claramente diferenciados uno del otro.
- Usar medios audiovisuales para concienciar al visitante acerca del manejo de desechos sólidos y sus consecuencias en el medio ambiente.



RECUERDA:

El buen manejo ambiental también requiere de:

CREATIVIDAD:

Incentiva a tu familia, barrio, comunidad a generar nuevas técnicas de conservación que permita mejorar la calidad del ambiente. Incentiva su participación.

**SENSIBILIZACIÓN:**

Es muy importante, ya que crea conciencia y motiva a quienes estamos en el área turística a ser más responsables con el medio ambiente.

COMPROMISO:

De todos los actores que están dentro del área turística (pobladores, empresa privada, gobierno local). Sin este elemento, no se podrá dar la sostenibilidad turística tan anhelada.

**COMUNICACIÓN:**

Fundamental para la transmisión de ideas en beneficio de un bien común.

RECURSOS TÉCNICOS Y ECONÓMICOS:

Implementar tecnologías nuevas a través de inversión, que motive a generar nuevas alternativas de sostenibilidad en el entorno.

**CAPACITACIÓN:**

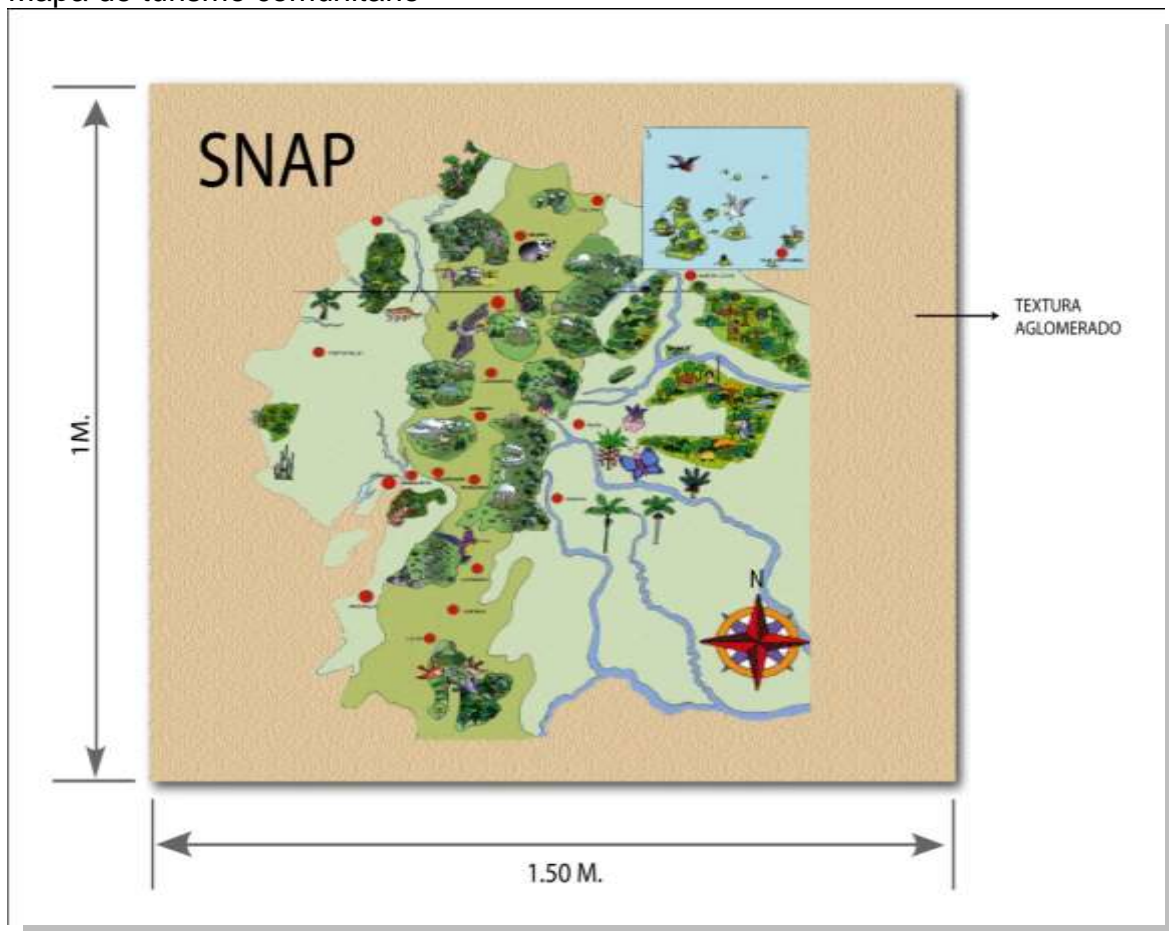
Adquirir nuevos conocimientos para socializarlos y ponerlos en práctica para el cuidado del medio ambiente, es de suma importancia.

Con estas buenas prácticas se podrá lograr:

- ✓ Mejorar la imagen e identidad de la comunidad
- ✓ Ingresar a nuevos nichos de mercado
- ✓ Generar una economía sostenible
- ✓ Mejorar la competitividad
- ✓ Incrementar las relaciones sociales y comerciales
- ✓ Cuidar el medio ambiente



ACTÚA!!

Anexo No. 7**Mapa de turismo comunitario**

Fuente: Manzano (2007)

Anexo No. 8

Universidad Tecnológica Equinoccial



MANUAL DEL PROMOTOR TURISTICO

EFISMO COMUNITARIO



**Programa de formación de promotores turísticos
para la parroquia rural de San Juan, cantón
Riobamba, provincia de Chimborazo**

Riobamba – Ecuador

2015

ELABORACIÓN DE CONTENIDOS

Pablo Raúl Manzano Insuasti

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Pablo Raúl Manzano Insuasti



MANUAL DEL PROMOTOR TURÍSTICO

ORGANIZACIÓN



"El éxito no se logra sólo con cualidades especiales. Es sobre todo un trabajo de constancia, de método y de organización"

J.P. Sergent

TURISMO COMUNITARIO



Líder



Inteligente

Tolerante

Comprensivo

Activo

Puntual

Ordenado

Responsable

Amable

Honesto

Justo

Constante

Abierto

Preparado



El líder de la Asociación de Turismo Comunitario del Barrio Santa Marianita para lograr la efectividad en el grupo de trabajo debe realizar las siguientes funciones:

Consolidar la organización	Plantear objetivos comunes
Aportar con ideas y trabajo	Identificar nuestras fortalezas
Integrar a los diferentes grupos	Formar comisiones
Delegar responsabilidades	



ESTABLECER UNA COMUNICACIÓN CONTINUA CON TODO EL BARRIO

Administrar el centro de acopio

Generar trabajo para el barrio

Generar una economía solidaria

Cambiar la mentalidad de los actores

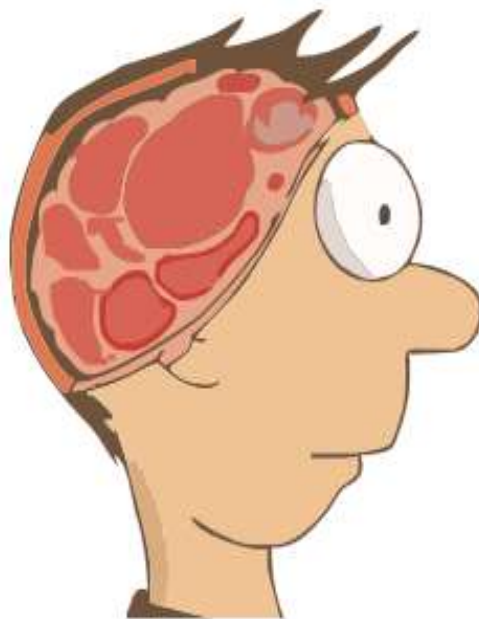
Reinvertir las utilidades

Direccionar la comercialización

Involucrarse con las comisiones

PERCEPCIÓN DE LAS PERSONAS

El líder de la organización debe desaparecer todo este tipo de percepciones en beneficio del barrio para que exista armonía, comprensión y sobre todo trabajo en equipo.



- Estereotipos (prejuicios)
- Característica dominantes
- Proyección (culpar a otros)
- La profecía que se cumple

COMUNICACIÓN

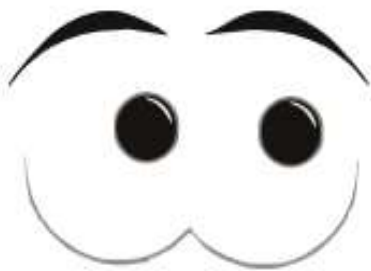
Es la recepción y emisión de mensajes a través de diferentes canales.



COMUNICACIÓN DE DOS VÍAS (RELACIONES INTERPERSONALES)	COMUNICACIÓN DE UNA VÍA (RELACIONES OBJETALES)
<p>Nos ponemos en el lugar del otro. Verifica la comprensión del mensaje. Hay retroinformación. Disminuyen los errores en las tareas. Ayuda al crecimiento de las personas. Sirve de estímulo para la motivación del personal.</p>	<p>No nos ponemos en el lugar del otro. Emitimos un mensaje sin importar que el receptor lo comprenda. No hay retroinformación. Alto índice de error en las tareas. No permite el entendimiento entre las personas. Genera dependencia.</p>



En una organización el proceso de comunicación es importante por que nos permite realimentar las ideas, informa nuestra gestión, aportar nuevas ideas, establecer vínculos o convenios con otros grupo ó asociaciones; la comunicación en turismo es un factor primordial ya que si el mensaje es claro, conciso y preciso permitirá que nuestro turista (cliente) satisfaga sus expectativas por el atractivo turístico.



En turismo los actores deben procurar informar todas las actividades que puede realizar el turista en el destino para que el mismo se convierta en un REFERIDO POSITIVO (habla bien y recomienda el destino turístico)

LA CALIDAD TOTAL EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

El enfoque de Calidad Total surgió en la década de los 50 en ciertas industrias. Desarrollaron un concepto de calidad dirigido a lograr que sus productos cumplieren las especificaciones marcadas (peso, duración, resistencia, rapidez).

Realizaban controles periódicos para evitar que productos defectuosos saliesen al mercado. Gradualmente, las empresas se dieron cuenta de que era más eficaz aprender a no cometer errores, desarrollando sistemas que les permitiesen asegurar la calidad de sus productos.

En el sector del turismo, para lograr una calidad total es necesaria una orientación hacia los clientes quienes, a fin de cuentas, son lo que evalúan y deciden si pagarán por un servicio.

Así, el concepto moderno de calidad se define como "la satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio igual o menor del que ellos asignan al producto o servicio en función del valor que han recibido y percibido".

De este concepto se pueden deducir, para el sector turismo, los siguientes tres puntos:

- Los clientes son los que evalúan la relación satisfacción/precio.
- Los turistas basan su criterio en las expectativas.
- Es importante que el precio se ajuste al valor real que el servicio aporta al turista.



MANUAL DEL PROMOTOR TURÍSTICO

ATENCIÓN AL CLIENTE



"Nunca tendrás una segunda oportunidad para dar una primera impresión-

(Anónimo)

EFISIENIA COMUNICATIVA



Una vez que la empresa turística abrió sus puertas, nace una interrogante que es importante resolver: ¿Estoy realmente preparado para ATENDER a los clientes?

No basta solamente con tener un lindo restaurante con comida típica, un nuevo atractivo turístico, tiendas de artesanías. ¿Qué pasaría si cometo un error al momento de atender a mi cliente?

Durante este taller vamos a conocer las técnicas de atención al cliente, qué debo y no debo hacer para mantener mis clientes y lograr que regresen una y otra vez porque estuvieron satisfechos y sienten que en ningún otro lado los recibirán como en San Juan.

Vamos a llamar al cliente como nuestro invitado especial ya que cuando alguien llega a nuestra casa ¿Cómo lo recibimos? ¿Qué hacemos para que se sienta bien y desee regresar?

nuestro invitado especial

EL CLIENTE:



Es la persona más importante en nuestro negocio turístico, ya que sin él no existiría razón de ser de la empresa. Todas las actividades que se realicen deben estar dirigidas a satisfacer sus necesidades e ir más allá de sus expectativas.

Para poder satisfacer sus necesidades primero debemos saber ¿qué quiere? Y es primordial saber qué tipo de invitados llegan a nuestra casa. Algunos tienen las siguientes características:

- Son más exigentes con la atención recibida
- No desean que les traten igual que a todos los demás
- Poseen mayor nivel de formación y de información
- Quieren participar en actividades turísticas
- Buscan nuevas formas de turismo
- Tienen mayor sensibilidad en aspectos medioambientales y culturales

TIPOS DE CLIENTES



Se trata de las personas que trabajan en mi empresa turística. Vale la pena recalcar que si ellos están insatisfechos con lo que realizan también generarán clientes externos insatisfechos.



Son las personas que visitan la Parroquia San Juan, éstos pueden ser niños, adultos, personas con capacidades especiales.



Cortesía.- Se ve reflejado en saludar, ser atento, abrir la puerta, frases amables.

Amabilidad.- Esta en los gestos que acompañan las acciones que realizamos.

Cordialidad.- Demostrar gusto al servirlos y ayudarlos.

Sonrisa.- La sonrisa predispone a usted y al cliente a una relación franca y relajada.

Actitud positiva.- Transmitir alegría.

Mantener el lugar de trabajo en buen estado.- Un lugar ordenado y limpio habla por nosotros acerca de nuestra manera de relacionarnos.

Presentación.- La actitud corporal, los gestos, la mirada, la sonrisa, la vestimenta, forman parte de lo que se llama buena presencia.

Rapidez.- A nadie le agrada esperar o sentir que se lo ignora, no podemos hacer mal uso del tiempo del que dispone nuestro cliente.

Atención personalizada.- Una forma de personalizar el servicio es llamar al cliente por su nombre.

Personal bien informado.- Contar con amplia información y segura respecto de los productos que se venden.

Simpatía.- El trato comercial con el cliente no debe ser frío y distante, sino por el contrario responder a sus necesidades con entusiasmo.

Empatía.- La empatía es la capacidad de ponerte realmente en la posición de tu cliente y entender sus necesidades.

Habilidad de escuchar.- Mientras se atiende al cliente, no hay que distraerse para comprender el mensaje que nos transmite.

ATENCIÓN POR TELÉFONO

El diálogo con la persona que está del otro lado de la línea debe iniciarse siguiendo estos pasos:



1. Saludar: Buenos Días
2. Dar el nombre de la empresa y cargo o departamento: Restaurante la Tertulia
3. Decir nuestro nombre: habla Teresita
4. Ofrezcamos ayuda: ¿En qué le puedo ayudar?

La buena atención telefónica tiene una serie de requisitos que se deben cumplir para lograr ese objetivo.

- Tener un conocimiento sobre la empresa y sus procesos.
- Contestar el teléfono máximo al tercer tono.
- Mantener el micrófono del receptor alineado frente a la boca y hablar con claridad.
- Evitar los ruidos innecesarios.
- Mientras se habla por teléfono, no beber, no comer
- No hablar con terceros mientras atiende una llamada.
- Pedir consentimiento para hacer esperar al cliente.
- Utilizar el botón de espera (HOLD)
- No dejar al cliente esperando mucho tiempo en la línea.

LOS 10 MANDAMIENTOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE



I El cliente está por encima de todo

II No hay nada imposible cuando se quiere

III Cumple todo lo que prometas

IV Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera

V Para el cliente, tú marcas la diferencia



VI Fallar en un punto significa fallar en todo

VII Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos

VIII El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente

IX Por muy bueno que sea el servicio, siempre se puede mejorar

X Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo

EMPATÍA: LA CLAVE PARA ATENDER A LOS CLIENTES

El término empatía (proviene del griego *empathia* donde "em" significa "en el interior de" y "pathia" "el que sufre") designa a la capacidad cognitiva de sentir, dentro de un contexto común, lo mismo que siente otra persona. Para el marketing es una útil herramienta que, no siempre se aplica.



La empatía, en marketing es la capacidad del vendedor de detectar las necesidades del comprador y ofrecerle un producto que responda a sus motivaciones. La empatía es importante para el marketing porque es un camino que asegura la venta que, además, deja satisfecho al cliente.

Pero, para que exista la empatía tiene que haber una voluntad expresa del vendedor por tratar de brindarle el mejor servicio al comprador. La vendedora (o vendedor) que es empática detecta enseguida cuáles son los gustos e intereses del cliente que entra a su comercio. En los primeros minutos de la charla debe hacerle sentir al cliente que realmente está interesada en satisfacer sus necesidades. Mediante preguntas, no intrusivas, irá obteniendo información para ofrecerle el producto más conveniente.

¿Cuántas veces sucede que vamos a comprar algo pero, como la vendedora no nos prestó la atención debida, salimos con las manos vacías? Muchas ¿verdad? Una buena vendedora debe empatizar enseguida con su cliente, de lo contrario este dará media vuelta y buscará por otro lado.



MANUAL DEL PROMOTOR TURÍSTICO

RESTAURACIÓN



Nadie sabe lo que esta en la olla mas que el que la menca

(Anónimo)

TURISMO COMUNITARIO



CUALIDADES DEL PERSONAL DE SERVICIO

Conjunto de aptitudes y conocimientos para el ejercicio de esta profesión como son:

- Físicas
- Intelectuales
- Profesionales
- Morales

LIMPIEZA EN UN RESTAURANTE

La limpieza siempre ocupa un lugar primordial. Por otro lado todas las personas que tratan con el público y especialmente en el servicio de alimentos y bebidas tiene la gran obligación moral que es la de salvaguardar la salud de las personas a quienes atienden. Existen 3 tipos de limpieza: Mantenimiento, Cierre, Fondo



MOBILIARIO

El mobiliario es el conjunto de muebles disponibles en el comedor, cuya función principal es de facilitar el servicio del personal a los clientes. La calidad, la dimensión y el diseño estará directamente relacionado con el estilo y el objetivo del restaurante.



MANTELERÍA

La limpieza siempre ocupa un lugar primordial. Por otro lado todas las personas que tratan con el público y especialmente en el servicio de alimentos y bebidas tiene la gran obligación moral que es la de salvaguardar la salud de las personas a quienes atienden. Existen 3 tipos de limpieza: Mantenimiento, Cierre, Fondo



CUBERTERÍA

La cubertería usada en el restaurante son dos grupos, una formado por los cubiertos que emplea el comensal como cuchara, tenedor , cuchillo y otro compuesto por los cubiertos que utiliza el personal para el servicio de mesa.

CRISTALERÍA

Las piezas de cristalería utilizadas comúnmente en el restaurante son: Copa para agua, Copa para vino tinto, Copa para vino blanco, Copa para champagne (clásica, flauta, tulipán), Cerveza





VAJILLA

Es el grupo de platos, bandejas, tazas armónicas entre sí, fabricadas de materiales nobles como loza, cerámica y porcelana.

ARREGLO DE MESA

Es la manera en que se colocan los diferentes elementos que conforman para el arreglo de la mesa



LA COMANDA

Comanda u orden de pedido, es la nota que se hace de los manjares o bebidas que el cliente solicita.

LA CARTA

Es el listado de todos los manjares que el restaurante está en capacidad de ofrecer y servir a los clientes.



LA COCINA

El mundo de los negocios ha cambiado, y se debe considerar varios puntos para mejorar y alcanzar un reconocimiento, la gastronomía y administración se da a partir de que la persona podrá crear, planificar y dirigir todo tipo de cocina y empresa del área alimenticia en general.



CALIDAD DE ALIMENTOS



Alimentación: es el acto de proporcionar al cuerpo alimentos e ingerirlos.

Nutrición: es el conjunto de procesos fisiológicos por los cuales el organismo recibe, transforma y utiliza las sustancias químicas contenidas en los alimentos.

El estado de salud de una persona depende de la calidad de la nutrición de los hábitos alimenticios y los productos que comamos.

MANEJO HIGIÉNICO DE LA COCINA.



Cocina: Conjunto de locales destinados a la preparación de alimentos, es un artefacto para calentar alimentos que puede funcionar mediante diversos combustibles o por electricidad. Su distribución y equipamiento estará en función del tipo de restauración al que esté dedicada.

Condiciones que debe reunir una cocina.- El diseño de una instalación es uno de los pilares básicos para una correcta implantación de unas normas de seguridad e higiene, tomemos en cuenta los siguientes puntos:



- Los locales anexos (que estará junto a la cocina) deben estar bien identificados y debidamente separados.
- Locales demasiado pequeños dificultan la organización del trabajo y demasiado grandes aumentan los circuitos de circulación con la consiguiente pérdida de tiempo.
- Anchura suficiente en las zonas de circulación que permitan el paso de quienes van a realizar el servicio y la seguridad de la transportación de los alimentos.
- Delimitar correctamente las zonas de trabajo evita pérdida de tiempo y riesgo de contaminaciones.
- Definir el orden de circulación con el principio de "marcha adelante", para evitar cruces.
- Buena iluminación y ventilación, tanto natural, mientras sea posible, como artificial.
- Tomas de agua suficiente, ya que muchos de los aparatos requieren
- Tomas de agua y desagües.
- Disponer de los materiales básicos de la cocina.



LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN

eliminación de bacterias a un nivel que no propicie la contaminación de la superficie o alimento, mediante el uso de agentes químicos y/o métodos físicos higiénicamente satisfactorios, a un nivel que no ocasiona daño a la salud del consumidor, ni del trabajador.



- Limpieza del cuerpo, cabellos y dientes, vestir ropa limpia
- Eliminar los residuos visibles de alimentos, polvo, grasa u otra materia visible.
- No ser portador de ninguna enfermedad
- Trabajar con la ropa limpia, de ser posible cambiarse diariamente.
- No tocarse el cabello peor la nariz con las manos, peor la boca
- No tocar ningún dinero
- Las uñas deben estar cortas y limpias
- Recogerse bien los cabellos
- La cubertería y vajilla bien pulida.
- Usar un uniforme bien limpio
- Instalaciones sanitarias limpias para el público como para el personal de trabajo
- Paredes, pisos, techos y ventanas siempre en constante limpieza y desinfección.
- Limpieza de pisos diariamente.
- No utilizar anillos, esclavas, relojes, aros u otros elementos

FORMAS DE COCCIÓN

Existen varias técnicas para cocinar un alimento que van a enriquecer o empobrecer dicho alimento según el procedimiento de cocción empleado:

Cocción al agua.- Consiste en cocer el alimento en gran cantidad de agua. Si el agua está fría, las pérdidas por difusión son importantes. Si el agua está hirviendo, cuando se sumerge el alimento, éste queda en la superficie y son menores las pérdidas por difusión.

Cocción al vapor.- El vapor de agua, en equilibrio con el líquido, está igualmente a 100° C, pero su calor específico es menor, y el alimento tarda un poco más en calentarse. Los minerales, vitaminas y principios aromáticos se conservan mejor al igual que los nitratos

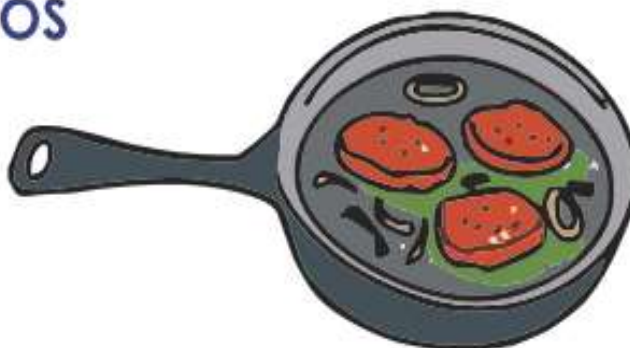
Cocción de los estofados.- Como en la cocción al vapor, las pérdidas se reducen al mínimo, cocer un alimento en su propio jugo, produce una concentración de minerales que se conservan en su totalidad, a condición de consumir el jugo de cocción.

Cocción a presión.- Se realiza mediante las ollas a presión, las vitaminas soportan mejor temperaturas elevadas durante poco tiempo que temperaturas más bajas durante un tiempo más largo.

El asado y grill.- En horno o parrilla, se salará cuando ya esté dorada, si no, la sal hace exudar los jugos de las carnes se resecan



LOS FRITOS



Consiste en sumergir un alimento natural, empanado, en un baño de aceite a 180° C.

La superficie del alimento se carameliza rápido y limita las pérdidas nutritivas. Si el aceite está suficientemente caliente la absorción de grasa es menor. Para que el frito sea de buena calidad, se debe:

- Elegir un aceite que soporte bien las altas temperaturas.
- Cambiar con regularidad el aceite
- No dejar nunca que el aceite llegue a humear, ya que esto significa que hemos llegado a su temperatura crítica y por tanto es fácil que se formen productos no deseados.
- El aceite se debe calentar a fuego moderado y no a fuego vivo.
- Secar cuidadosamente el alimento sobre todo las patatas antes de freírlas ya que la presencia de agua en la superficie del alimento puede provocar salpicaduras peligrosas.
- Filtrar el aceite después de cada uso: las partículas y residuos que pueda contener harán que el aceite se vuelva rancio y estos residuos se quemarán al refreír, creando sustancias tóxicas.
- Secar los fritos cuidadosamente colocándolos en papel absorbente.

SEGURIDAD Y PRECAUCIONES



Guardar los cuchillos e instrumentos puntiagudos de tal manera que se pueda tomarlos por el cabo sin riesgos

No se deben dejar entre otros utensilios o cubiertos los alimentos

Tablas de picar bien lavadas y diferenciadas por colores para evitar contaminación de los alimentos.

Los instrumentos de punta y de corte deben pararse a las manos de otros ofreciéndose por el cabo y asegurándolos por láminas con el lado cortante para afuera de los dedos.

TÉRMINOS CULINARIOS

Aderezar.- Sazonar

Cocer al baño de María.- Cocer lentamente un preparado poniéndolo en un recipiente, el que a su vez, debe introducirse en otro más grande que contenga agua.

Gratinar.- Hacer tostar a horno fuerte o gratinadora la capa superior granulosa de un preparado.

Gastrónomo.- es la persona que se ocupa de esta ciencia.

Genero.- Producto alimenticio a prepararse.

Macerar.- Poner frutas peladas y generalmente cortadas en compañía de azúcar, vino, licores, etc.

Puesta a punto.- Preparación y acercamiento de todo lo necesario para empezar el trabajo.

Saltear.- Cocinar total o parcialmente con grasa y a fuego violento.

Tamizar.- Separar por el uso del tamiz o cedazo la parte gruesa. Convertir en puré un género sólido.



MANUAL DEL PROMOTOR TURÍSTICO

PLAN DE NEGOCIOS



Las oportunidades pequeñas son el principio de las grandes empresas

(Anónimo)

TURISMO COMUNITARIO



El plan de negocios es un instrumento de planificación para orientar la toma de decisiones sobre cómo iniciar, mejorar o expandir un negocio. Este instrumento permite a un emprendedor concebir escenarios futuros para concretar su idea de negocio y trazar el camino de su viabilidad.

Además un Plan de Negocios implica tomar decisiones en el presente que serán el camino a seguir para garantizar la materialización de las aspiraciones. En consecuencia un plan de negocios es un documento en el que se concreta y detalla la idea del negocio, y donde se combinan la forma y contenido del mismo.

Componentes del Plan de Negocios:

- Los recursos turísticos y la idea de negocio.
- La oportunidad
- Plan de emplazamiento
- Plan de mercadeo
- Plan de organización
- Plan de inversión
- Plan de administración y dirección



LOS RECURSOS TURÍSTICOS Y LA IDEA DE NEGOCIO.

En este punto hay que detectar adecuadamente un problema, una necesidad o un deseo en el mercado que, en lo posible y de manera creativa, no estén resueltos o cubiertos por otro producto o servicio turístico. Para ello habrá que identificar, clasificar y evaluar el patrimonio cultural, natural y social que puedan transformarse en atractivo turístico, para luego formular la idea de negocio inicial precisando el producto turístico: atractivos a valorar, servicios que proveerá y facilidades que se estiman necesarias para su funcionamiento.

LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO Y EL MERCADO

Uno de los aspectos más importantes en la elaboración del plan es el análisis del mercado al que se dirige el producto o servicio, puesto que un conocimiento adecuado del mismo permite evaluar las posibilidades de éxito de un negocio. Se tiene que analizar los potenciales clientes y conocer sus motivaciones (demanda); habrá que examinar qué parte de esa demanda está ya cubierta por las empresas existentes y quiénes van a ser los futuros competidores (oferta).

PLAN DE EMPLAZAMIENTO

Uno de los aspectos más importantes en la elaboración del plan es el análisis del mercado al que se dirige el producto o servicio, puesto que un conocimiento adecuado del mismo permite evaluar las posibilidades de éxito de un negocio. Se tiene que analizar los potenciales clientes y conocer sus motivaciones (demanda); habrá que examinar qué parte de esa demanda está ya cubierta por las empresas existentes y quiénes van a ser los futuros competidores (oferta).



PLAN DE MERCADEO

Es importante definir la estrategia de promoción y comercialización del producto turístico y la participación en alianzas estratégicas y redes de negocios.

PLAN DE ORGANIZACIÓN



Definir la forma de organización de la empresa consiste en traducir las principales funciones empresariales en roles y tareas a realizar por área, asignado luego las tareas individuales por puesto de trabajo, en función de las aptitudes de cada persona. Con este propósito, conviene realizar un organigrama en el que se expresen las funciones a desarrollar, las responsabilidades de cada área, así como las relaciones formales y jerárquicas que se generan.

PLAN DE INVERSIÓN

En esta sección se trata de estimar las necesidades financieras que requieren tanto la inversión inicial como el funcionamiento del nuevo negocio, así como, establecer las fuentes de financiamiento.



PLAN DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN

Es importante hacer conocer quién está al frente del futuro proyecto, cuáles son sus principales acciones gerenciales, que garanticen el correcto funcionamiento y permanencia en el tiempo del negocio.



MANEJO DE CRÉDITOS PARA EL TURISMO



¿DÓNDE ACUDIR?



- Ministerio de Turismo (MINTUR)
- Corporación Financiera Nacional (CFN)
- Banco Nacional de Fomento (BNF)



MINTUR & BNF

SECTORES DE FINANCIAMIENTO

- Alojamiento Hotelero y Extrahotelero
- Servicio de Alimentos y Bebidas
- Servicio de Entretenimiento
- Transportación
- Agencias de Viajes y Turismo
- Organización de Eventos y Congresos



DESTINO DEL CRÉDITO



ACTIVOS FIJOS

- Adquisición de terrenos
- Mobiliario
- Obras Civiles
- Muebles y enseres, etc.

CAPITAL DE TRABAJO

- Adquisición de insumos
- Pago de mano de obra
- Promoción y publicidad
- Asistencia, etc.

MONTO DEL CRÉDITO Y PLAZO



CRÉDITO	MONTO DEL CRÉDITO		PLAZO
	DESDE	HASTA	
MICROCRÉDITO	\$ 100,00	\$ 7.000,00	HASTA 5 AÑOS
CRÉDITO	\$ 7.001,00	\$ 300.000,00	ACTIVO FIJO: HASTA 10 AÑOS
			CAPITAL DE TRABAJO: HASTA 2 AÑOS
ASOCIATIVO (MÍN. 2, MÁX. 20)	\$ 100.000	\$140.000,00	HASTA 5 AÑOS

DISPOSICIONES GENERALES APLICABLES A LAS LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO PARA EL SECTOR TURISMO



1. GARANTÍAS GENERALES DE LOS PRÉSTAMOS

a. Micro Créditos:

Para estas operaciones de crédito, se aceptará garantía personal o quirografaria, no cruzadas

b. Créditos

Hipotecarias, abiertas o por constituirse, quirografarias o una combinación de ellas.

Certificados de depósito autorizadas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

c. Línea Créditos Asociativos (para Turismo Comunitario y Asociaciones Empresariales)

La garantía de crédito deber er quirografaria entre los miembros del grupo beneficiario, garantías circulares no cruzadas.

No se considerar el monto del crédito directo obtenido por el garante en el Banco Nacional de Fomento. Se aceptará garantes prendarias o hipotecarias abiertas existentes o por constituirse, si los miembros del grupo así lo solicitan.

2. OBLIGACIONES DEL SUJETO DE CRÉDITO

- Utilizar los recursos del crédito exclusivamente en el plan de inversión aprobado.
- Autorizar al Banco para que en cualquier tiempo pueda realizar visitas de control y seguimiento de la empresa.
- Proporcionar todo tipo de información que el BNF solicite respecto a la situación económica de la actividad.
- No gravar, arrendar o enajenar los bienes que constituyen garantes reales.
- Autorizar el débito automático de valores de la cuenta de ahorros o corriente, para abonar ó cancelar sus cuotas u obligaciones vencidas.

CFN

La Corporación Financiera Nacional, permanentemente interesada en el desarrollo socio económico del Ecuador oferta créditos para varios sectores. Entre ellos están los hoteles y restaurantes.

DESTINO DEL CRÉDITO

Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente.

Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.

Asistencia técnica.

BENEFICIARIOS

- Personas naturales.
- Personas jurídicas sin importar la composición de su capital social (privada mixta pública)ajo el control de la Superintendencia de Compañías.
- Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones con personería jurídica.

MONTOS

- Hasta el 70%; para proyectos nuevos.
- Hasta el 100% para proyectos de ampliación.
- Hasta el 60% en proyectos de construcción para la venta.
- Desde US\$ 100,000*
- Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total).



PLAZOS

- Activo Fijo: hasta 10 años.
- Capital de Trabajo: hasta;3 años.
- Asistencia Técnica: hasta;3 años

TASA DE INTERÉS

- Capital de trabajo: 10.5%
- Activos Fijos:
10.5% hasta 5 años..
11% hasta 10 años.

REQUISITOS

- Para créditos de hasta \$ 300,000 no se requiere proyecto de evaluación.
- Para créditos superiores a \$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético.
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.



ATENCIÓN INVERSIONISTAS

EL TIEMPO ES ORO

Advierte que "esperar una ganga, es decir, una inversión con muy poco capital y un alto rendimiento, puede ser arriesgado, por lo que debes dudar de estas inversiones".

HASTA EL SANTO DESCONFÍA CUANDO LA LIMOSNA ES GRANDE

"Cuando se ofrece una inversión con la promesa de que se garantizan extraordinarias ganancias, es obligación del inversionista investigar la situación real y objetiva de la misma, antes de tomar cualquier decisión, pues es de todos conocido el axioma que sentencia que a grandes ganancias grandes riesgos y hay que ponderar si valen la pena estos últimos".

NO SE DEBEN PONER TODOS LOS HUEVOS EN LA MISMA CANASTA

"los inversionistas experimentados en la bolsa de valores tienen diversificado su portafolio de inversiones; esto es, no concentran todos sus fondos en una sola acción o tipo de inversión, para que en caso de algún quebranto se pueda compensar con el éxito de otras inversiones".

EL QUE TENGA DINERO QUE COMPRE CASA O COSA

"las personas que actuaron contrariamente a lo recomendado por el presente refrán -esto es, que vendieron su casa, condominio o terreno- para comprar valores bursátiles, sufrieron grandes pérdidas cuando la bolsa de valores cayó, al grado de que no pueden recuperar sus inmuebles y objetos vendidos".

GUARDAR PARA LA VEJEZ CIERTO ES

Considera que el dicho aplica no sólo a los individuos, sino también a las empresas que deben "guardar los recursos monetarios y humanos que permitan resolver cualquier contingencia o enfermedad de la empresa, y de esta manera poder llegar saludablemente a su vejez".

LO QUE NO REQUIERES PARA QUÉ LO QUIERES

"No hay nada más costoso que invertir en algo que no se va a utilizar, que es casi equivalente a comprar algo que no sirve, y que se tendrá más adelante que rematar o dejarse perder".



MANUAL DEL PROMOTOR TURÍSTICO

TÉCNICAS DE GUIANZA



Las estrellas nos guían en nuestro destino. La amistad nos guía hacia la eternidad.

(Anónimo)

EUFISMO COMUNICATORIO

TÉCNICAS DE GUIANZA

GUIANZA

El **TURISMO SUSTENTABLE** es en unir cuatro parámetros: participación de la comunidad (**SOCIAL**), cuidado del ambiente (**AMBIENTAL**), generación de fuentes de empleo (**ECONÓMICO**), y preparación y adquisición de nuevos conocimientos (**EDUCACIÓN**).



Con la suma de estos cuatro parámetros podemos desarrollar un verdadero **TURISMO SUSTENTABLE**, donde la población de San Juan de Riobamba saldrá muy beneficiada a mediano plazo.

Por esta razón creemos importante que los pobladores San Juaneños deben conocer cuáles son las responsabilidades y funciones de ser embajadores de su parroquia.

Para poder iniciar es importante identificar lo siguiente:

QUIÉN ES EL GUÍA DE TURISMO?



Es la persona capacitada que se encarga de dirigir, informar y resguardar a un grupo de personas que se encuentran de visita en una ciudad, país u otro destino turístico. Los Guías de Turismo, en la parroquia de San Juan se denominarán Guías Locales, ya que van a informar de todo cuanto tiene que ver con su parroquia, historia, leyendas, etc.

4
2

¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DEBE TENER UN GUÍA LOCAL?



1. **Conocimientos de:** altitud, temperatura, número de la población, leyendas de su parroquia.
2. **Vocación,** es decir una forma de expresar nuestra personalidad frente a los turistas y vecinos; manifestándonos con naturaleza al realizar nuestras actividades.
3. **Destreza y Habilidades,** las habilidades depende de las acciones, de los conocimientos y hábitos; mientras que las destrezas es la eficiencia para hacer las cosas.
4. **Capacidad de liderazgo,** es tener carisma ante un grupo de personas, esta cualidad poseen algunas personas para ejercer una influencia en su entorno.
5. **Sociabilidad,** buscar siempre trabajar en equipo; es la calidad o cualidad de ser sociable una persona ante otra, es decir relacionarse fácilmente con el resto de personas.

¿CUÁLES SON LOS CONOCIMIENTOS BÁSICOS QUE DEBE TENER UN GUÍA LOCAL?

- Turismo, sus beneficios y sus debilidades.
- Sobre dinámicas grupales
- Hablar bien de su comunidad.
- Participar siempre en actividades que mejoren a su parroquia.
- Organizar eventos que permitan participar a turistas junto con los pobladores de San Juan.



Para empezar a guiar a un grupo de personas debemos contar con un esquema de visita, para lo cual debe seguir ciertos pasos:

Levantamiento del área, conocer el sitio donde se va a visitar

Familiarizarse con el sitio en diferentes condiciones, cuando hace frío, claro, llueve, en la noche, etc.

Información a proveer a los turistas, a través de libros, revistas, periódicos, publicaciones de moradores del sitio.

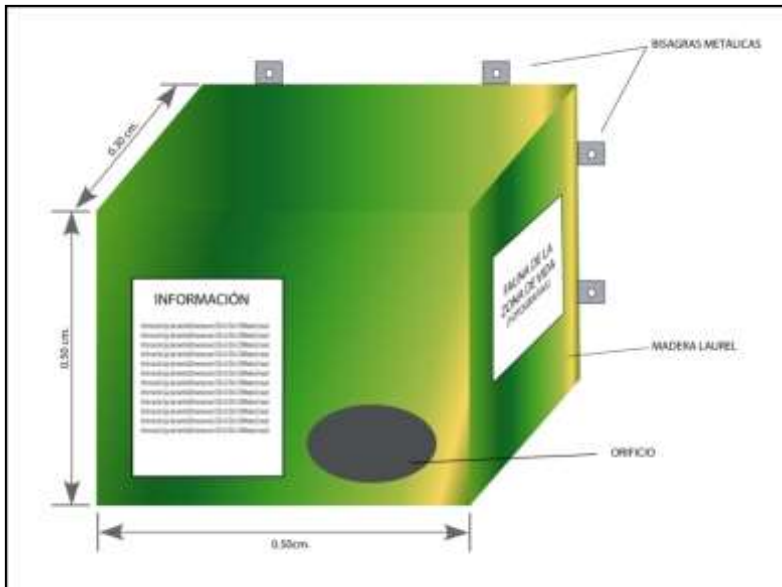
Confirmar número de turistas y su edad.

Preparación de un pequeño guión, (documento que cuente con información relevante sobre las características del sitio y sus alrededores)

Desarrollar un reporte diario, semanal ó mensual, para conocer las características de sus visitantes y satisfacer sus necesidades y desarrollar nuevos productos turísticos.

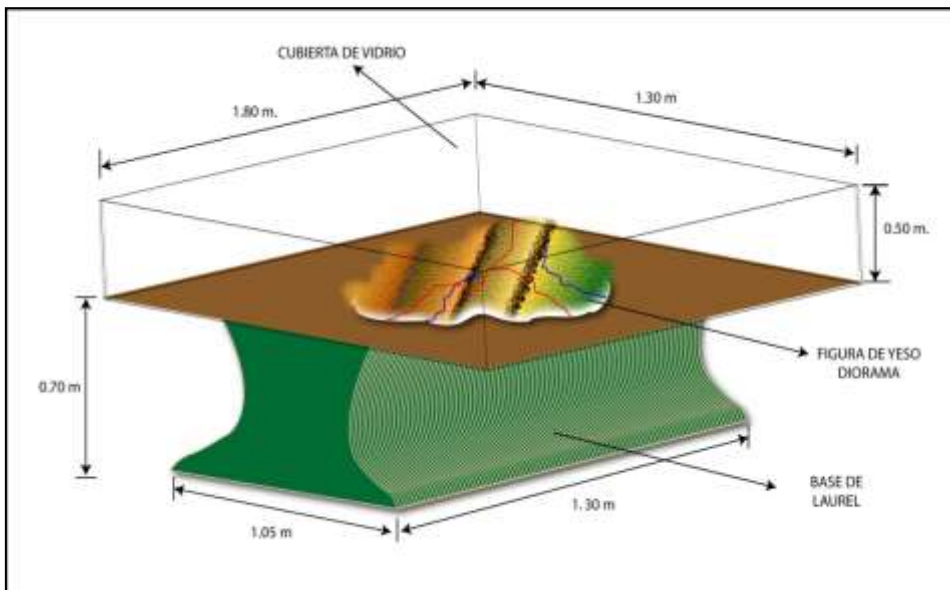


Anexo No.7
Señalización turística e interpretación ambiental



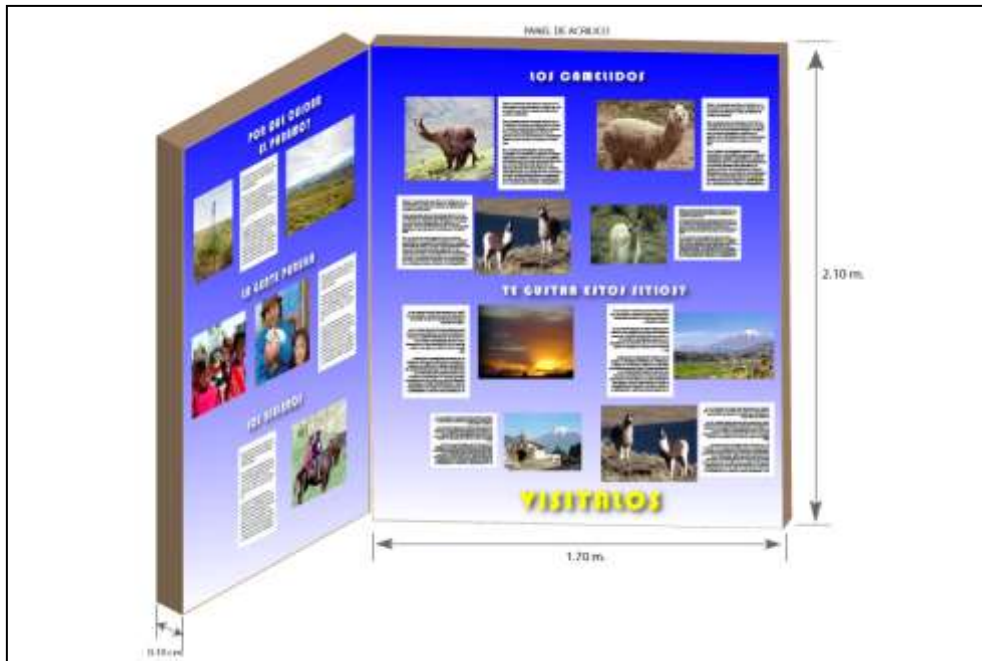
Cajón del sentido

Fuente: Manzano (2007)

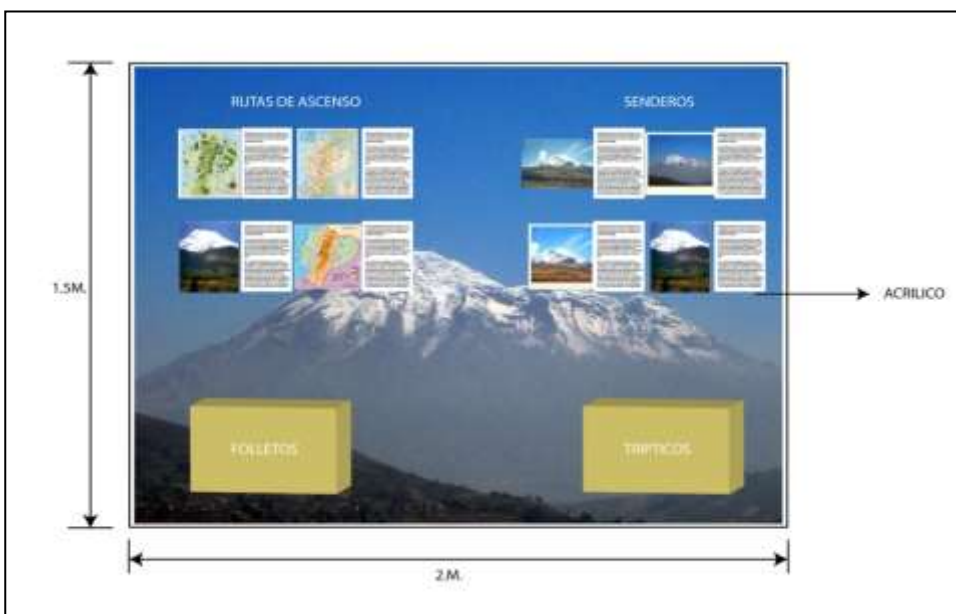


Diorama

Fuente: Manzano (2007)



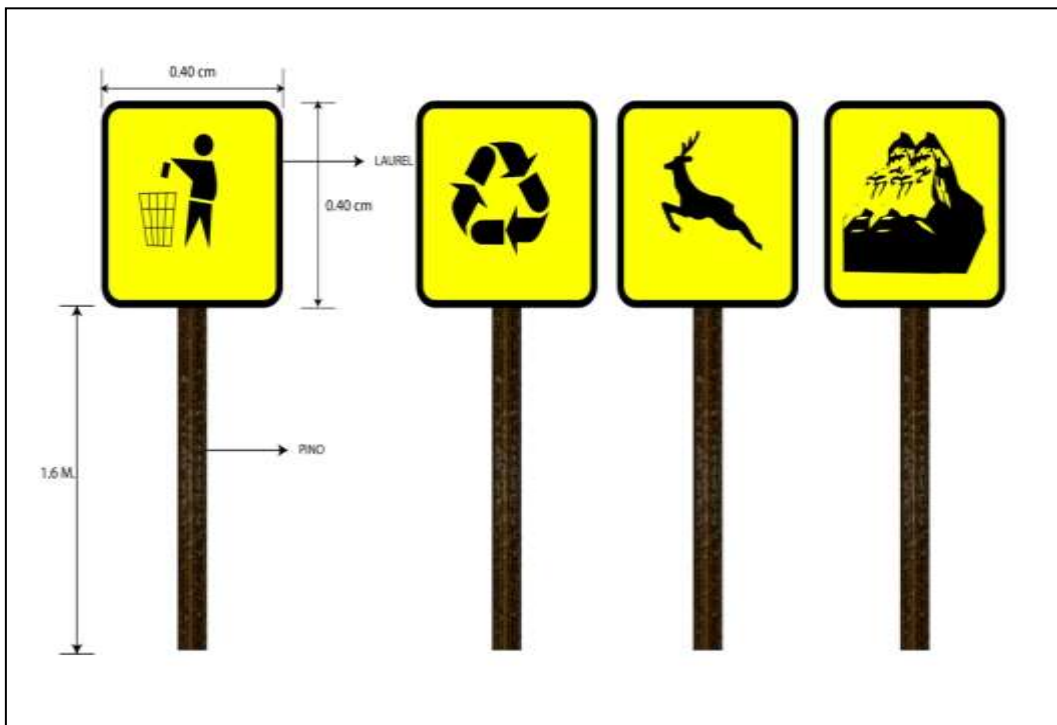
Tablero Interpretativo
Fuente: Manzano (2007)



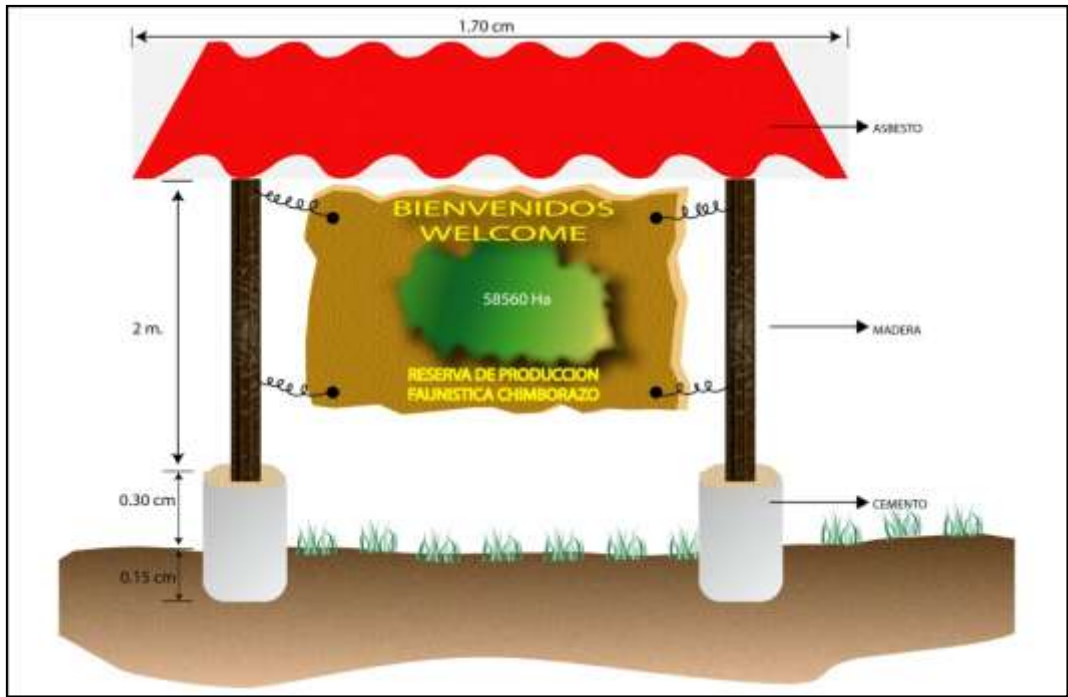
Panel informativo
Fuente: Manzano (2007)



Señalética ambiental
Fuente: Manzano (2007)



Rótulos informativos
Fuente: Manzano (2007)



Rótulo de bienvenida

Fuente: Manzano (2007)