



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
PRODUCTO TURÍSTICO PATRIMONIAL PARA LAS COMUNIDADES DE
PALACIO REAL, SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY Y LA MOYA
PERTENECIENTES A LA PARROQUIA DE CALPI, CANTÓN RIOBAMBA**

JHOANNA ELIZABETH QUINCHUELA ANDRADE

TRABAJO DE TITULACIÓN

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

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

RIOBAMBA - ECUADOR

2015

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PATRIMONIAL PARA LAS COMUNIDADES DE PALACIO REAL, SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY Y LA MOYA PERTENECIENTES A LA PARROQUIA DE CALPI, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, de responsabilidad de la Señorita Egresada Johanna Elizabeth Quinchuela Andrade, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS:

Ing. Christiam Aguirre
DIRECTOR

Ing. Catalina Verdugo
MIEMBRO

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

Riobamba, Mayo del 2015

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo indudablemente a DIOS por haber cumplido con su promesa y haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida y sobre todo por haberme dado salud para alcanzar mis objetivos, cumplir mis metas y volver realidad mis sueños; sueños que con gran ilusión y devoción me los planteé hace 13 años atrás y que pensé que eran casi imposibles de alcanzar.

En segundo lugar y siendo algo egocéntrica este proyecto dedico a la estudiante, a la mujer, a la profesional que con gran, esfuerzo, sacrificio y valor, venciendo todos los obstáculos que le pusieron enfrente y en muchas ocasiones hasta luchando en contra de una multitud y de sí misma; logró sobresalir en cada etapa de su vida y de su carrera sin importarle el qué dirán de la gente, porque lo malo no es que hablen de uno, sino que no digan nada.

Jhoanna Elizabeth Quinchuela Andrade.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento:

A mis padres y mi hermano:

Por los ejemplos de perseverancia, constancia que los caracteriza y que me han infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante, por sus consejos, valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una gran profesional y una mujer de bien. En especial a mi hermano por sus ideas brillantes que aportaron de forma significativa a la realización de este trabajo.

A mis maestros:

A todos mis maestros de la carrera quienes nunca desistieron de enseñarme; en especial al Ing. Christiam Aguirre quien con sus anécdotas de vida, su pasión por su trabajo y la cultura, su carisma, paciencia y conocimientos, me han apoyado y motivado para la culminación de mis estudios profesionales y la elaboración de esta tesis.

Al Párroco de Calpi Pierrick Van Dorpe y al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural:

Por el apoyo brindado y por la confianza deposita en mi persona siendo aún una estudiante a través de una excelente profesional y amiga la Lic. Elizabeth Solano.

A mis amigas:

Que me han apoyado siempre incondicionalmente en los buenos y malos momentos, que han secado mis lágrimas y me han dado ánimo para seguir adelante, gracias por estos 10 años de amistad.

A Mon Petit garçon:

Por la ayuda que me ha brindado, por llegar a mi vida en el momento en que más necesitaba de una sonrisa, por su motivación, por su admiración hacia mi persona y por esas palabras de aliento que siempre me decía “Tu puedes; no te rindas; todo lo que haces lo haces muy bien”, gracias por ayudarme hasta donde te era posible e incluso más que eso.

Gracias a todas las persona que a través de una sonrisa alegraron mis días, sin ustedes no lo hubiera logrado, gracias por su apoyo incondicional.

TABLA DE CONTENIDO

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PATRIMONIAL PARA LAS COMUNIDADES DE PALACIO REAL, SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY Y LA MOYA PERTENECIENTES A LA PARROQUIA DE CALPI, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.....	1
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. JUSTIFICACIÓN	3
B. OBJETIVOS	5
1. Objetivo general.....	5
2. Objetivos específicos	5
C. HIPÓTESIS.....	5
1. Hipótesis de trabajo	5
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	6
A. PATRIMONIO CULTURAL	6
1. Definición	6
2. Ámbitos del patrimonio cultural	7
a. Patrimonio cultural material (PCM)	7
b. Patrimonio cultural inmaterial (PCI)	10
3. La gestión del patrimonio inmaterial desde el Estado Ecuatoriano.....	14
4. Riesgos del patrimonio	17
5. Salvaguardia del patrimonio inmaterial	17
B. TURISMO CULTURAL.....	18
1. Definición	18
a. Área Social	19
b. Área Económica.....	19
c. Área Cultural	20
d. Área Educativa.....	20
e. Área Medioambiental	20
f. Área Política	20
2. Tipos de turismo que incorporan el enfoque cultural	20
a. Turismo Patrimonial	20
C. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO	22
3. Generalidades de la evaluación del potencial	22
D. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DEL ÁREA O LÍNEA BASE	23
1. Ámbito biofísico	25
a. Condiciones ambientales de la zona	25
2. Ámbito socioeconómico	26
a. Aspecto social.....	26
b. Aspecto económico.....	27
3. Ámbito político institucional	28
a. Político administrativo.....	28
b. Organizativo	29
4. Ámbito turístico	29
a. Desarrollo actual del turismo en la zona.....	29
E. INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS CULTURALES	30
1. Inventario de atractivos turísticos del MINTUR (2004).....	30
a. Clasificación de los atractivos	30
b. Recopilación de información	31
c. Trabajo de campo	32

d.	Evaluación y Jerarquización	32
2.	Metodología de Revalorización de la Sabiduría de los Pueblos Indígenas Originarios de los Andes	33
3.	Metodología de Revitalización Cultural propuesta por Víctor Torres.....	34
4.	Metodología propuesta por el INPC a través de su instructivo de normalización del fondo del patrimonio material e inmaterial del INPC	35
a.	El registro como instrumento para la identificación del patrimonio cultural inmaterial.	35
b.	El inventario como instrumento para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial	36
F.	ANÁLISIS DE PRIORIZACION DE PROBLEMAS	37
1.	Matriz FODA	37
2.	Pasos para construir una matriz FODA	38
3.	Formato de la matriz	38
G.	ESTUDIO DE MERCADO.....	39
1.	Definición	39
2.	Objetivo e importancia de la investigación de mercado	40
3.	Análisis de la demanda del turismo cultural	40
a.	Definición	40
b.	Segmentación de la demanda.....	41
c.	Requisitos de una segmentación eficaz	43
d.	Diseño de la muestra.....	44
e.	Perfil del consumidor.....	45
4.	Análisis de la oferta del turismo cultural	45
H.	PRODUCTO TURÍSTICO	47
1.	Definición	47
2.	Características del producto turístico.....	47
a.	Intangibilidad.....	47
b.	Caducidad	48
c.	Agregabilidad y sustituibilidad.....	48
d.	Heterogeneidad.....	48
e.	Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo.	48
3.	Diseño del producto turístico.....	48
a.	Ruta como producto turístico.....	49
b.	El paquete turístico	50
c.	Componentes del producto turístico	51
4.	Programación de actividades (itinerario técnico o modelo)	55
5.	Análisis de costos y fijación de precios (tarifarios)	57
6.	Estrategia de comercialización	57
a.	Marketing turístico.....	57
I.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	60
1.	Estructura administrativa	60
2.	La organización.....	61
3.	Criterio de ordenamiento de recursos	61
a.	Espacio.....	61
b.	Tiempo.....	61
c.	Dinero	62
d.	Personas	62
e.	Unidad de mando.....	62
f.	Unidad de dirección.....	62
g.	Trabajo.....	62

4.	Departamentalización	62
a.	Criterios para la departamentalización	62
b.	Organigrama	62
c.	Descripción de las funciones	63
5.	Selección del personal	63
6.	Estructura legal	63
a.	Estructura organizacional comunitaria	64
J.	ESTUDIO ECONÓMICO.....	64
1.	Presupuesto de inversión	66
2.	Calendario de inversiones	66
3.	Estructura de capital.....	66
4.	Pronóstico de ingresos	66
5.	Análisis sobre la posición financiera esperada	67
6.	Sistema de punto de equilibrio.....	67
K.	ESTUDIO FINANCIERO.....	67
1.	Flujo de caja.....	67
2.	Indicadores financieros	68
a.	Valor actual neto (VAN)	69
b.	Tasa interna de retorno (TIR)	69
c.	Relación costo beneficio (RBC)	70
L.	EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES	71
1.	Que es un impacto ambiental.....	71
2.	Evaluación de impacto ambiental	71
3.	Estudio de impacto ambiental.....	72
a.	Marco conceptual del proceso de evaluación de impacto ambiental.....	72
b.	Métodos para la evaluación de impactos ambientales	73
IV.	MATERIALES Y MÉTODOS	77
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	77
1.	Localización.....	77
2.	Ubicación geográfica	77
3.	Límites	78
4.	Características climáticas.....	78
5.	Clasificación ecológica	78
6.	Características del suelo.....	79
B.	MATERIALES Y EQUIPOS	79
1.	Materiales de Oficina.....	79
2.	Equipos	79
C.	METODOLOGÍA	80
1.	Evaluación del potencial turístico patrimonial de las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y la Moya	80
a.	Diagnóstico situacional.....	80
b.	Registro del patrimonio cultural inmaterial	80
c.	Estudio de mercado.....	83
d.	Análisis situacional interna.....	86
2.	Estructura técnica del producto turístico patrimonial	87
a.	Identificación de los bienes patrimoniales.....	87
b.	Identificación y selección de la planta turística	87
c.	Identificación y selección de las facilidades turísticas	87
d.	Estructura de paquetes	88
e.	Estrategia de comercialización	88
3.	Estudio administrativo-legal	89
a.	Estudio legal	89

b.	Estudio administrativo	89
4.	Estudio económico-financiero, ambiental y sociocultural.....	89
a.	Análisis económico.....	89
b.	Análisis financiero.....	90
c.	Evaluación ambiental y socio cultural.....	90
V.	RESULTADOS.....	92
A.	EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO PATRIMONIAL DE LAS COMUNIDADES DE PALACIO REAL, SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY Y LA MOYA.....	92
1.	Diagnóstico situacional.....	92
a.	Comunidad La Moya	92
b.	Comunidad de San Francisco de Cunuguachay.....	111
c.	Comunidad de Palacio Real.....	133
2.	Registro del patrimonio cultural inmaterial	153
a.	Fichas de registro.....	153
b.	Tabla resumen del inventario de atractivos culturales.....	292
3.	Estudio de mercado.....	300
a.	Análisis de la demanda	300
b.	Análisis de la oferta	339
c.	Análisis de la competencia	345
d.	Confrontación de la demanda vs. Oferta	351
e.	Análisis situacional interno.....	352
f.	Análisis de involucrados.....	367
B.	ESTRUCTURACIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO TURÍSTICO PATRIMONIAL.....	372
1.	Localización del proyecto.....	372
a.	Macro localización.....	372
b.	Micro localización	372
2.	Diseño conceptual del producto.....	372
3.	Objetivo de la ruta.....	372
4.	Potencialidad turística de la ruta	373
5.	Identificación de los elementos del sistema turístico del producto.....	373
a.	Identificación de los bienes patrimoniales.....	373
b.	Identificación y selección de la planta turística	378
c.	Identificación y selección de las facilidades turísticas	386
6.	Paquetes turísticos.....	394
a.	Paquete N°1	394
b.	Paquete N°2	399
7.	Análisis del punto de equilibrio de los paquetes.....	403
8.	Proyectos complementarios	404
a.	Proyecto de fortalecimiento para la actividad textil en el centro artesanal de la comunidad Palacio Real.....	404
9.	Mercadotecnia.....	405
a.	Estrategias de posicionamiento.....	405
b.	Marketing Mix	406
C.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL.....	423
1.	Estudio del marco legal.....	423
a.	Constitución política del Ecuador.....	423
b.	COOTAD.....	427
c.	Ley de economía popular y solidaria.....	428
d.	Ley de turismo	430
e.	Reglamento de turismo comunitario.....	433

f.	Ley de régimen tributario interno	434
g.	Ley de patrimonio cultural.....	436
h.	Convención para la salvaguardia del PCI.	437
i.	Carta de Venecia (1983-1984).....	438
j.	Resumen de la estructura legal del proyecto.	439
2.	Estudio administrativo	443
a.	Estructura administrativa y operativa del proyecto.	443
b.	Manual de funciones para la prestación de servicios turísticos.	445
c.	Procesos, diagramas de flujo y herramientas de operación del proyecto.	467
d.	Normas de conducta durante la gestión del proyecto.	476
e.	Áreas de capacitación	479
D.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO, AMBIENTAL Y SOCIOCULTURAL ..	486
1.	Análisis Económico	486
a.	Inversiones del proyecto	486
b.	Usos y fuentes.....	487
c.	Clasificación de las inversiones.....	488
d.	Amortización de inversiones diferidas	489
e.	Depreciación de inversiones fijas	490
f.	Calculo de la deuda.....	490
g.	Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto	490
h.	Presupuestos de ingresos	491
i.	Estado de resultados	492
j.	Flujo de Caja.....	492
2.	Análisis financiero	493
3.	Evaluación ambiental y socio cultural.	493
4.	Medidas de mitigación para los impactos negativos producidos por la operación del proyecto.....	498
VI.	CONCLUSIONES.....	501
VII.	RECOMENDACIONES.....	503
VIII.	RESUMEN.....	504
IX.	SUMMARY	505
X.	BIBLIOGRAFÍA.....	506
XI.	ANEXOS.....	511

LISTA DE CUADROS

Cuadro N° 1:	Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano y uso doméstico en la comunidad de la Moya.....	93
Cuadro N° 2:	Acceso al recurso agua de las familias en los asentamientos humanos de la comunidad de la Moya.	94
Cuadro N° 3:	Infraestructura disponible para la disposición de aguas servidas en la comunidad de la Moya.....	94
Cuadro N° 4:	Disponibilidad del servicio de electricidad en la comunidad de la Moya.	95
Cuadro N° 5:	Disponibilidad de servicios básicos de comunicación en la comunidad la Moya.	95
Cuadro N° 6:	Servicios de transporte desde y hacia la comunidad de la Moya.....	95
Cuadro N° 7:	Población desagregada por género y grupos de edad en la comunidad la Moya.	97
Cuadro N° 8:	Composición étnica por asentamiento humano en la comunidad de la Moya.	97
Cuadro N° 9:	Idioma predominante en la comunidad de la Moya.....	98
Cuadro N° 10:	Vestimenta tradicional por los hombres adultos de la comunidad de la Moya.	98
Cuadro N° 11:	Vestimenta tradicional por las mujeres adultas de la comunidad de la Moya.	99
Cuadro N° 12:	Vestimenta tradicional empleada por los jóvenes de la comunidad de la Moya.	99
Cuadro N° 13:	Vestimenta tradicional empleada por las mujeres adolescentes de la comunidad de la Moya.....	99
Cuadro N° 14:	Características constructivas de las viviendas en la comunidad la Moya.	100
Cuadro N° 15:	Casos de migración temporal dentro de la comunidad la Moya.....	101
Cuadro N° 16:	Casos de migración permanente fuera del país en la comunidad la Moya.	101
Cuadro N° 17:	Disponibilidad de instituciones educativas en la comunidad de la Moya.	103
Cuadro N° 18:	Disponibilidad de centros de desarrollo infantil en la comunidad la Moya.	103
Cuadro N° 19:	Número y tipo de organizaciones presentes en la comunidad la Moya.	104
Cuadro N° 20:	Instituciones presentes y acciones ejecutadas en la comunidad la Moya.	104
Cuadro N° 21:	Disponibilidad de espacios de encuentro y recreación en la comunidad la Moya.....	106
Cuadro N° 22:	Ingresos familiares de las personas de la comunidad la Moya.	107
Cuadro N° 23:	Uso actual de los suelos en la comunidad de la Moya.....	108
Cuadro N° 24:	Impacto sobre el recurso suelo en la zona de páramos en la comunidad la Moya.....	109
Cuadro N° 25:	Especies de flora presentes en la zona de páramo en la comunidad la Moya.	109
Cuadro N° 26:	Especies de fauna presentes en la zona de páramo en la comunidad de la Moya.	110

Cuadro N° 27:	Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano y uso doméstico en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.	112
Cuadro N° 28:	Acceso al recurso agua de las familias en los asentamientos humanos de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	113
Cuadro N° 29:	Infraestructura disponible para la disposición de aguas servidas en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	113
Cuadro N° 30:	Disponibilidad del servicio de electricidad en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	114
Cuadro N° 31:	Disponibilidad de servicios básicos de comunicación en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.....	114
Cuadro N° 32:	Servicios de transporte desde y hacia la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.	115
Cuadro N° 33:	Población desagregada por género y grupos de edad en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.....	116
Cuadro N° 34:	Composición étnica por asentamiento humano en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.	117
Cuadro N° 35:	Idioma predominante en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.	117
Cuadro N° 36:	Vestimenta tradicional por los hombres adultos de la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.	118
Cuadro N° 37:	Vestimenta tradicional por las mujeres adultas de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	118
Cuadro N° 38:	Vestimenta tradicional empleada por los jóvenes de la comunidad de la Moya.	119
Cuadro N° 39:	Vestimenta tradicional empleada por las mujeres adolescentes de la comunidad de la Moya.....	119
Cuadro N° 40:	Características constructivas de las viviendas en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.	120
Cuadro N° 41:	Casos de migración temporal dentro de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	121
Cuadro N° 42:	Casos de migración permanente fuera del país en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	121
Cuadro N° 43:	Disponibilidad de instituciones educativas en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	123
Cuadro N° 44:	Número y tipo de organizaciones presentes en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	123
Cuadro N° 45:	Instituciones presentes y acciones ejecutadas en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.	124
Cuadro N° 46:	Disponibilidad de espacios de encuentro y recreación en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	126
Cuadro N° 47:	Ingresos familiares de las personas de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	126
Cuadro N° 48:	Caracterización de la producción de las empresas dedicadas a la producción artesanal en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	127
Cuadro N° 49:	Imagen y comercialización de los productos de las empresas dedicadas a la producción artesanal en la comunidad San Francisco de Cunuguachay. ...	127
Cuadro N° 50:	Caracterización de los productos ofertados dentro de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	128
Cuadro N° 51:	Uso actual de los suelos en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.	129

Cuadro N° 52:	Impactos sobre el recurso suelos en la zona de paramo en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	130
Cuadro N° 53:	Especies de flora presentes en la zona de producción de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	131
Cuadro N° 54:	Especies de fauna presentes en la zona de producción en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	132
Cuadro N° 55:	Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano y uso doméstico en la comunidad Palacio Real.	134
Cuadro N° 56:	Acceso al recurso agua de las familias en los asentamientos humanos de la comunidad de Palacio Real.	135
Cuadro N° 57:	Infraestructura disponible para la disposición de aguas servidas en la comunidad de Palacio Real.	135
Cuadro N° 58:	Disponibilidad del servicio de electricidad en la comunidad de Palacio Real.	136
Cuadro N° 59:	Disponibilidad de servicios básicos de comunicación en la comunidad de Palacio Real.	136
Cuadro N° 60:	Servicios de transporte desde y hacia la comunidad de Palacio Real.	136
Cuadro N° 61:	Población desagregada por género y grupos de edad en la comunidad Palacio Real.	138
Cuadro N° 62:	Composición étnica por asentamiento humano en la comunidad de Palacio Real.	138
Cuadro N° 63:	Idioma predominante en la comunidad de Palacio Real.	138
Cuadro N° 64:	Vestimenta tradicional por los hombres adultos de la comunidad de Palacio Real.	139
Cuadro N° 65:	Vestimenta tradicional por las mujeres adultas de la comunidad de Palacio Real.	139
Cuadro N° 66:	Vestimenta tradicional empleada por los jóvenes de la comunidad de Palacio Real.	140
Cuadro N° 67:	Vestimenta tradicional empleada por las mujeres adolescentes de la comunidad de Palacio Real.	140
Cuadro N° 68:	Características constructivas de las viviendas en la comunidad de Palacio Real.	141
Cuadro N° 69:	Casos de migración temporal en la comunidad Palacio Real.	141
Cuadro N° 70:	Casos de migración permanente fuera del país dentro de la comunidad Palacio Real.	142
Cuadro N° 71:	Disponibilidad de instituciones de educación en la comunidad Palacio Real.	143
Cuadro N° 72:	Disponibilidad de centros de desarrollo infantil en Palacio Real.	144
Cuadro N° 73:	Número y tipo de organizaciones presentes en la comunidad de Palacio Real.	145
Cuadro N° 74:	Instituciones presentes y acciones ejecutadas en la comunidad de Palacio Real.	145
Cuadro N° 75:	Disponibilidad de espacios de encuentro y recreación en la comunidad Palacio Real.	147
Cuadro N° 76:	Ingresos familiares de las personas de Palacio Real.	148
Cuadro N° 77:	Caracterización de la producción de las empresas dedicadas a la producción artesanal en la comunidad Palacio Real.	148
Cuadro N° 78:	Imagen y comercialización de los productos de las empresas dedicadas a la producción artesanal en la comunidad Palacio Real.	149

Cuadro N° 79:	Caracterización de los productos ofertados en la comunidad Palacio Real.	149
Cuadro N° 80:	Uso actual de los suelos en la comunidad de Palacio Real.	150
Cuadro N° 81:	Acciones que impactan en el recurso suelo de la comunidad de Palacio Real.	150
Cuadro N° 82:	Especies de flora presentes en la zona de producción de la comunidad de Palacio Real.	151
Cuadro N° 83:	Especies de fauna presentes en la zona de producción de la comunidad de Palacio Real.	152
Cuadro N° 84:	Tabla resumen de atractivos culturales de la comunidad La Moya.	292
Cuadro N° 85:	Tabla resumen de atractivos culturales de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	295
Cuadro N° 86:	Tabla resumen de atractivos culturales de la comunidad Palacio Real.	297
Cuadro N° 87:	Género de los turistas nacionales.	300
Cuadro N° 88:	Edad de los turistas nacionales.	301
Cuadro N° 89:	Procedencia de los turistas nacionales.	302
Cuadro N° 90:	Nivel de instrucción de los turistas nacionales.	303
Cuadro N° 91:	Estado laboral actual de los turistas nacionales.	304
Cuadro N° 92:	Ingresos económicos mensuales de los turistas nacionales.	305
Cuadro N° 93:	Razones por las que viajan los turistas nacionales.	306
Cuadro N° 94:	Acompañantes con los que viajan los turistas nacionales.	307
Cuadro N° 95:	Formas de viaje de los turistas nacionales.	308
Cuadro N° 96:	Medios de comunicación que los turistas nacionales utilizan para informarse acerca de destinos turísticos.	309
Cuadro N° 97:	Que conocimientos tiene el turista nacional sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial.	310
Cuadro N° 98:	A que considera el turista nacional patrimonio cultural inmaterial.	311
Cuadro N° 99:	Preferencias de los turistas nacionales por conocer un producto turístico cultural.	312
Cuadro N° 100:	Actividades que a los turistas nacionales les gustaría realizar.	313
Cuadro N° 101:	Otras actividades a realizar por parte de los turistas nacionales.	315
Cuadro N° 102:	Días de permanencia en la provincia por parte de los turistas nacionales.	316
Cuadro N° 103:	Servicios que a los turistas nacionales les gustaría incluir en el paquete.	317
Cuadro N° 104:	Capacidad de gasto que podría afrontar un turista nacional por día y por persona.	318
Cuadro N° 105:	Género de los turistas extranjeros.	319
Cuadro N° 106:	Edad de los turistas extranjeros.	320
Cuadro N° 107:	Procedencia de los turistas extranjeros.	321
Cuadro N° 108:	Nivel de instrucción de los turistas extranjeros.	322
Cuadro N° 109:	Estado laboral actual de los turistas extranjeros.	323
Cuadro N° 110:	Ingresos económicos mensuales de los turistas extranjeros.	324
Cuadro N° 111:	Razones por las que viajan los turistas extranjeros.	325
Cuadro N° 112:	Acompañantes con los que viajan los turistas extranjeros.	326
Cuadro N° 113:	Formas de viaje de los turistas extranjeros.	327
Cuadro N° 114:	Medios de comunicación que los turistas extranjeros utilizan para informarse acerca de destinos turísticos.	328

Cuadro N° 115:	Que conocimientos tiene el turista extranjero sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial.	329
Cuadro N° 116:	A que considera el turista extranjero patrimonio cultural inmaterial.	330
Cuadro N° 117:	Preferencias de los turistas extranjeros por conocer un producto turístico cultural.	331
Cuadro N° 118:	Actividades que a los turistas extranjeros les gustaría realizar.	332
Cuadro N° 119:	Otras actividades a realizar por parte de los turistas extranjeros.	333
Cuadro N° 120:	Días de permanencia en la provincia por parte de los turistas extranjeros.	334
Cuadro N° 121:	Servicios que a los turistas extranjeros les gustaría incluir en el paquete.	335
Cuadro N° 122:	Capacidad de gasto que podría afrontar un turista extranjero por día y por persona.	336
Cuadro N° 123:	Servicios de alojamiento y alimentación de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	342
Cuadro N° 124:	Servicio de alimentación ofrecido en la comunidad Palacio Real.	344
Cuadro N° 125:	Servicios que ofrece la OTC “CASA CÓNDOR”	345
Cuadro N° 126:	Servicios que ofrece la OTC “ACHIK ÑAN”.	346
Cuadro N° 127:	Servicios que ofrece la OTC “RAZU ÑAN”.	347
Cuadro N° 128:	Servicios que ofrece la OTC “UCASAJ”.	348
Cuadro N° 129:	Total de turistas que captó la competencia.	349
Cuadro N° 130:	Demanda insatisfecha de turistas nacionales	351
Cuadro N° 131:	Demanda insatisfecha de turistas extranjeros	351
Cuadro N° 132:	Demanda potencial y objetiva de mercado nacional y extranjero.	352
Cuadro N° 133:	Análisis FODA de la comunidad La Moya.	353
Cuadro N° 134:	Análisis de las claves del éxito y nudos críticos de la comunidad La Moya.	355
Cuadro N° 135:	Formulación de estrategias basado en los nudos críticos de la comunidad La Moya.	357
Cuadro N° 136:	Análisis FODA de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	358
Cuadro N° 137:	Análisis de las claves del éxito y nudos críticos de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	359
Cuadro N° 138:	Formulación de estrategias basado en los nudos críticos de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	361
Cuadro N° 139:	Análisis FODA de la comunidad Palacio Real.	362
Cuadro N° 140:	Análisis de las claves del éxito y nudos críticos de la comunidad Palacio Real.	363
Cuadro N° 141:	Formulación de estrategias basado en los nudos críticos de la comunidad Palacio Real.	365
Cuadro N° 142:	Cuadro de involucrados o actores	367
Cuadro N° 143:	Listado de manifestaciones culturales existentes en la comunidad La Moya.	374
Cuadro N° 144:	Listado de manifestaciones culturales existentes en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	375
Cuadro N° 145:	Listado de manifestaciones culturales existentes en la comunidad Palacio Real.	376
Cuadro N° 146:	Presupuesto de construcción del restaurante Alli Mikuna en la comunidad La Moya.	381
Cuadro N° 147:	Presupuesto de equipamiento para el restaurante Alli Mikuna en la comunidad La Moya.	382

Cuadro N° 148:	Sondeo de materia prima para la confección de la vestimenta para 10 llamas.	385
Cuadro N° 149:	Costo de las credenciales.	386
Cuadro N° 150:	Diseño de paneles informativos.	387
Cuadro N° 151:	Diseño del letrero orientativo.	389
Cuadro N° 152:	Diseño del letrero interpretativo.	390
Cuadro N° 153:	Diseño del letrero direccional.	391
Cuadro N° 154:	Diseño del tótem.	393
Cuadro N° 155:	Paquete N°1 “Llamapak Wasi” o El hogar de la llama.	395
Cuadro N° 156:	Costo del Paquete N°1 “Llamapak Wasi” o El hogar de la llama.	398
Cuadro N° 157:	Paquete N°2 “Paka Pungu” La entrada secreta al corazón del taita Chimborazo.	399
Cuadro N° 158:	Costos del Paquete N°2 “Paka Pungu” La entrada secreta al corazón del taita Chimborazo.	402
Cuadro N° 159:	Porcentaje de aceptación de los paquetes.	403
	Se calculó el punto de equilibrio de cada paquete empleando la siguiente fórmula:	403
Cuadro N° 160:	Distribución del punto de equilibrio según el volumen de ventas en unidades.	403
Cuadro N° 161:	Términos de referencia de la consultoría titulada Fortalecimiento de la producción de artesanías en tejidos de lana de llama en la comunidad Palacio Real.	404
Cuadro N° 162:	Tarifa de los paquetes del producto turístico.	410
Cuadro N° 163:	Tabla de comisiones para Tour Operadores.	411
Cuadro N° 164:	Tabla de descuentos para ventas directas a clientes.	411
Cuadro N° 165:	Canales de comercialización del producto.	412
Cuadro N° 166:	Medios de difusión del producto.	414
Cuadro N° 167:	Costos de trámites de funcionamiento del CTC La Moya.	443
Cuadro N° 168:	Funciones del Administrador.	445
Cuadro N° 169:	Funciones del coordinador de alojamiento.	448
Cuadro N° 170:	Funciones del coordinador de restaurantes.	451
Cuadro N° 171:	Funciones del guía de turismo cultural.	454
Cuadro N° 172:	Funciones de la ama de llaves.	456
Cuadro N° 173:	Funciones de un cocinero polivalente.	458
Cuadro N° 174:	Funciones de un contador.	462
Cuadro N° 175:	Funciones de un encargado de mantenimiento.	464
Cuadro N° 176:	Recursos humanos y remuneración.	466
Cuadro N° 177:	Contenido de la capacitación para el área administrativa.	480
Cuadro N° 178:	Contenido de la capacitación para el área de operativa – guianza.	481
Cuadro N° 179:	Contenido de la capacitación para el área de operativo – alimentación y hospedaje.	482
Cuadro N° 180:	Contenido de la capacitación para el área de operativa – contabilidad.	483
Cuadro N° 181:	Contenido de la capacitación para el área de operativa – comunal.	483
Cuadro N° 182:	Programas de capacitación.	484
Cuadro N° 183:	Acciones y responsabilidades para la capacitación en el área de administración.	484
Cuadro N° 184:	Presupuesto para las áreas de capacitación.	485
Cuadro N° 185:	Inversiones del proyecto.	486
Cuadro N° 186:	Fuentes y usos del proyecto.	487
Cuadro N° 187:	Inversiones fijas.	488
Cuadro N° 188:	Inversiones diferidas.	488

Cuadro N° 189:	Capital de trabajo	488
Cuadro N° 190:	Total de inversiones	489
Cuadro N° 191:	Financiamiento.....	489
Cuadro N° 192:	Amortización de inversiones diferidas.	489
Cuadro N° 193:	Depreciación de inversiones fijas.	490
Cuadro N° 194:	Calculo de la deuda.	490
Cuadro N° 195:	Estructura de costos y gastos.	491
Cuadro N° 196:	Estructura de ingresos	491
Cuadro N° 197:	Balance de pérdidas y ganancias.	492
Cuadro N° 198:	Flujo de caja.....	492
Cuadro N° 199:	Índices financieros.	493
Cuadro N° 200:	Matriz de impactos Lázaro Lagos.....	494
Cuadro N° 201:	Matriz de cuantificación de impactos ambientales	497
Cuadro N° 202:	Medidas de mitigación de impactos.....	499

LISTA DE MAPAS

Mapa N° 1:	Comunidad la Moya.....	92
Mapa N° 2:	Comunidad de San Francisco de Cunuguachay.....	111
Mapa N° 3:	Comunidad Palacio Real.....	133

LISTA DE FICHAS DE REGISTRO PATRIMONIAL

Ficha N° 1	Historia sobre la construcción de la iglesia de la Moya	157
Ficha N° 2	Cuento de la pastora y el cóndor	161
Ficha N° 3	Cuento del lobo y el conejo	164
Ficha N° 4	Leyenda sobre la ciudad perdida dentro del taita Chimborazo	167
Ficha N° 5	Canto del jahuary	170
Ficha N° 6	Fiesta en honor al patrono San Agustín	173
Ficha N° 7	Fiesta del carnaval	176
Ficha N° 8	Rito del matrimonio	179
Ficha N° 9	Rito del bautizo	184
Ficha N° 10	Rito de los velorios	187
Ficha N° 11	Primer hielero del Chimborazo	190
Ficha N° 12	Uso de plantas medicinales	194
Ficha N° 13	Preparación de las tradicionales papas con cuy	197
Ficha N° 14	Preparación de platos típicos de la comunidad	201
Ficha N° 15	Tejido de shigras, suéteres, bufandas y guantes	204
Ficha N° 16	Leyenda sobre el castigo de Dios	207
Ficha N° 17	La ira de la Mama Tungurahua	210
Ficha N° 18	Cuento del Walak Tunkuri	213
Ficha N° 19	Supersticiones y creencias de la comunidad San Francisco de Cunuguachay	216
Ficha N° 20	Juego del conejo	219
Ficha N° 21	Juego de la gallina colgada	222
Ficha N° 22	Rito del funeral	225
Ficha N° 23	Rito de la cosecha	228
Ficha N° 24	Prácticas comunitarias al momento de servirse los alimentos	231
Ficha N° 25	Limpia ancestrales del yachak de la comunidad	234
Ficha N° 26	Sitio sagrado Tampu Wasi	237
Ficha N° 27	Elaboración de mermeladas	240
Ficha N° 28	Leyenda del prioste rico y el prioste pobre	243
Ficha N° 29	Mitología de los cerros	248
Ficha N° 30	Cuento del niño y el chanco carnavalero	251

Ficha N° 31	Cuento del padre ambicioso	254
Ficha N° 32	Supersticiones y creencias de la comunidad de Palacio Real	257
Ficha N° 33	Juego del Bara-Bara o Cuatro-Cuatro	260
Ficha N° 34	Juego de los gallos y cuyes enterrados	264
Ficha N° 35	Juego de las cometas	267
Ficha N° 36	Juego de las bolas de acero	270
Ficha N° 37	Fiesta del carnaval	273
Ficha N° 38	Fiesta de la virgen del Rosario	276
Ficha N° 39	Lugar sagrado conocido como la piedra endiablada	279
Ficha N° 40	Preparación de la chicha	282
Ficha N° 41	Preparación del chawarmishki (dulce de cabuya)	285
Ficha N° 42	Hilado y tejido de artesanías en lana de llama y alpaca	288

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1:	Género de los turistas nacionales.....	301
Gráfico N° 2:	Género de los turistas nacionales.....	302
Gráfico N° 3:	Procedencia de los turistas nacionales.....	303
Gráfico N° 4:	Procedencia de los turistas nacionales.....	304
Gráfico N° 5:	Estado laboral de los turistas nacionales.....	305
Gráfico N° 6:	Ingresos económicos mensuales de los turistas nacionales.....	306
Gráfico N° 7:	Razones por las que viajan los turistas nacionales.....	307
Gráfico N° 8:	Acompañante con los que viajan los turistas nacionales.....	308
Gráfico N° 9:	Formas de viaje de los turistas nacionales.....	309
Gráfico N° 10:	Formas de viaje de los turistas nacionales.....	310
Gráfico N° 11:	Que conocimientos tiene el turista nacional sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial.....	311
Gráfico N° 12:	A que considera el turista nacional patrimonio cultural inmaterial...312	312
Gráfico N° 13:	Preferencias de los turistas nacionales por conocer un producto turístico cultural.....	313
Gráfico N° 14:	Actividades que a los turistas nacionales les gustaría realizar.....	314
Gráfico N° 15:	Otras actividades a realizar por parte de los turistas nacionales.....	315
Gráfico N° 16:	Días de permanencia en la provincia por parte de los turistas nacionales.....	316
Gráfico N° 17:	Servicios que a los turistas nacionales les gustaría incluir en el paquete.....	317
Gráfico N° 18:	Capacidad de gasto que podría afrontar un turista nacional por día y por persona.....	318
Gráfico N° 19:	Género de los turistas extranjeros.....	319
Gráfico N° 20:	Género de los turistas extranjeros.....	320
Gráfico N° 21:	Procedencia de los turistas extranjeros.....	321
Gráfico N° 22:	Procedencia de los turistas extranjeros.....	322
Gráfico N° 23:	Estado laboral de los turistas extranjeros.....	323
Gráfico N° 24:	Ingresos económicos mensuales de los turistas extranjeros.....	324
Gráfico N° 25:	Razones por las que viajan los turistas extranjeros.....	325
Gráfico N° 26:	Acompañante con los que viajan los turistas extranjeros.....	326
Gráfico N° 27:	Formas de viaje de los turistas extranjeros.....	327
Gráfico N° 28:	Medios de comunicación que los turistas extranjeros utilizan para informarse acerca de destinos turísticos.....	328
Gráfico N° 29:	Que conocimientos tiene el turista extranjeros sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial.....	329
Gráfico N° 30:	A que considera el turista extranjero patrimonio cultural inmaterial.....	330
Gráfico N° 31:	Preferencias de los turistas extranjeros por conocer un producto turístico cultural.....	331
Gráfico N° 32:	Actividades que a los turistas extranjeros les gustaría realizar.....	332
Gráfico N° 33:	Otras actividades a realizar por parte de los turistas extranjeros.....	333

Gráfico N° 34:	Días de permanencia en la provincia por parte de los turistas extranjeros.	334
Gráfico N° 35:	Servicios que a los turistas extranjeros les gustaría incluir en el paquete.	335
Gráfico N° 36:	Capacidad de gasto que podría afrontar un turista extranjero por día y por persona.	336
Gráfico N° 37:	Proyección de la oferta nacional y extranjera para los próximos 5 años.	350
Gráfico N° 38:	Vista de la planta de la construcción.	379
Gráfico N° 39:	Vista panorámica de la fachada frontal del restaurante.	380
Gráfico N° 40:	Vista panorámica del corte transversal del restaurante.	380
Gráfico N° 41:	Ornamentos de la llama.	384
Gráfico N° 42:	Credencial de identificación del personal de guíaanza.	386
Gráfico N° 43:	Isologo del producto turístico patrimonial.	408
Gráfico N° 44:	Modelo de Página web.	417
Gráfico N° 45:	Modelo de afiche para el producto turístico patrimonial.	419
Gráfico N° 46:	Modelo de tríptico para el producto turístico patrimonial.	420
Gráfico N° 47:	Modelo de Hojas, sobres, tarjetas y carpetas.	421
Gráfico N° 48:	Modelo de marca plasmada en gorras, camisetas, esferos, tazas y llaveros.	422
Gráfico N° 49:	Organigrama estructural.	444
Gráfico N° 50:	Organigrama funcional.	445
Gráfico N° 51:	Diagrama de flujo servicio de hospedaje.	468
Gráfico N° 52:	Ficha de registro del huésped.	469
Gráfico N° 53:	Diagrama de flujo del servicio de alimentación.	470
Gráfico N° 54:	Reporte de restaurante.	471
Gráfico N° 55:	Diagrama de flujo servicio de guíaanza.	472
Gráfico N° 56:	Ficha de registro del turista.	473
Gráfico N° 57:	Diagrama de flujo de la operación del producto.	475
Gráfico N° 58:	Modelo de tarjeta de reservación.	475

LISTA DE ANEXOS

Anexo N°1:	Parámetros del diagnóstico situacional	520
Anexo N°2	Instructivo para fichas de registro del patrimonio cultural	521
Anexo N°3	Cuestionario para encuesta turistas nacionales	523
Anexo N°4	Cuestionario para encuesta turistas internacionales	525
Anexo N°5	Modelo de catastro para servicios prestados en la comunidad	527
Anexo N°6	Guía de observación para la caracterización de la oferta.	527
Anexo N°7	Matriz FODA	528
Anexo N°8	Matriz Lázaro Lagos	529

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PATRIMONIAL PARA LAS COMUNIDADES DE PALACIO REAL, SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY Y LA MOYA PERTENECIENTES A LA PARROQUIA DE CALPI, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

A pesar de que el Ecuador es uno de los países más pequeños de América Latina, éste posee un gran distintivo frente al resto de países latinos y es su *riqueza cultural*, la cual se manifiesta a través de las prácticas cotidianas de la gente; y también se encuentra plasmada en la memoria colectiva de la misma.

La cultura adquiere diversas formas a través del tiempo y del espacio. Esta diversidad cultural es, para el género humano, tan necesaria como la diversidad biológica para los organismos vivos. En este sentido, se puede decir que la cultura se establece como el patrimonio común de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada como tal.

Según el INPC 2010, sostiene que al hablar de patrimonio cultural se hace referencia al conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que son identificados por una sociedad como portadores de valores culturales propios de la comunidad. Son bienes tangibles e intangibles que tienen un alto contenido simbólico, lo que les hace merecedores de una especial protección no sólo relacionada con su conservación sino también con el uso que se le pueda dar.

Uno de los usos que se le puede atribuir al patrimonio cultural, es el uso turístico debido a la inevitable e inseparable relación que existe entre ambos. Actualmente Según el MITUR 2013, el Ecuador está atravesando por cambios importantes en el ámbito turístico, se ha observado un incremento notable en la cifra de turistas al país; siendo sus motivaciones principales el desarrollo de todas aquellas actividades vinculadas al ámbito cultural de sus pueblos.

Así, se puede decir que el carácter patrimonial tanto de objetos, lugares y tradiciones es una de las características principales de los destinos turísticos valorizados por la

demanda actual. Entonces si el turismo incorpora a los bienes patrimoniales como los atractivos principales de su oferta, lo que se obtiene de este enlace es un nuevo producto, al que se le conocerá como un producto turístico patrimonial, cuyo objetivo primordial es la conservación de la riqueza cultural e histórica de un territorio y la puesta en valor del mismo.

Lo que no se debe olvidar es que la cultura es identidad, y por tanto es el orgullo de un pueblo, por lo que jamás debe ser considerado como una forma de riqueza material negociable, sino como el nexo de unión, lo que le une como tal y lo consolida frente a corrientes turísticas ajenas que buscan conocer precisamente esa cultura que poseen las diferentes provincias, cantones y parroquias del Ecuador.

En la provincia de Chimborazo el INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural) viene gestionando el fortalecimiento de este nuevo lineamiento de turismo, con la cual los pueblos y nacionalidades indígenas de la provincia, como es el caso de las comunidades pertenecientes a Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y La Moya; herederos de las diversas culturas ancestrales y territorios de vida, vayan incursionado en esta actividad turística desde una perspectiva más holística e integral; propendiendo siempre a la salvaguardia de su patrimonio cultural que es lo que les da ese valor agregado y al mismo tiempo les diferencia de otras localidades dentro del sector.

A. JUSTIFICACIÓN

La provincia de Chimborazo tiene una identidad cultural latente, de la cual pareciera no estar muy consiente su población, causando en la sociedad un problema creciente de aculturación, desvalorización y desaprovechamiento del potencial turístico patrimonial que poseen.

Algunos de los efectos que trae consigo este evidente problema son: la pérdida de la identidad, el desgaste de la memoria colectiva, la pérdida de la memoria histórica, el deterioro de algunos bienes patrimoniales tanto muebles como inmuebles así como también un notable retroceso en el desarrollo de la actividad turística local.

Una respuesta emergente ante este problema son aquellos esfuerzos mancomunados que se han venido suscitando por parte de diversas instituciones y principalmente por parte de aquellas personas y comunidades que se niegan a dejar relegado en el pasado su historia y su identidad. Como es el caso de las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y La Moya; comunidades legendarias, pertenecientes a la parroquia rural Santiago de Calpi, quienes de una manera holística e integral durante los últimos años; se han puesto el reto de revalorizar y dotar de sentido a su patrimonio cultural a través del desarrollo de la actividad turística cultural, la cual aún debe ser reforzada para alcanzar el objetivo deseado, que es el de heredar a las futuras generaciones todo ese patrimonio que ellos también lo heredaron de sus antecesores.

Por esta razón, la presente investigación se orienta a impulsar el desarrollo de la actividad turística a partir del diseño de un producto turístico basado en los bienes patrimoniales de las tres comunidades de la parroquia Santiago de Calpi como son: Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y La Moya, ubicadas en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

Esta propuesta apunta a reforzar la actividad turística cultural a partir de los elementos patrimoniales existentes en esta localidad y que a más de eso estén reconocidos por el INPC, para así cumplir con una de las bases estratégicas que señala el *PLANDETUR 2020* en donde se propone la recuperación, revalorización y el desarrollo del patrimonio

pluri-cultural, histórico e intangible a partir del impulso de la actividad turística sostenible.

También se pretende cumplir con otro de los lineamientos expresados en la nueva matriz productiva del *Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)*, en la cual se propone estimular la creación, la producción, la difusión, la comercialización, la distribución, la exhibición y el fortalecimiento de emprendimientos e industrias culturales y turísticas, como sector estratégico en el marco de la integración regional.

Desde éste contexto resulta imprescindible la realización de este trabajo puesto que los resultados que proyecta la práctica de esta modalidad que parte de transformar los bienes patrimoniales en productos turísticos son sumamente importantes y benéficos, no solo por los réditos económicos que trae consigo al ser un nuevo producto turístico en el mercado sino también por el valor turístico y cultural que genera dicha actividad. Ya que el turismo al crear un sentimiento de orgullo comunitario, motiva a las comunidades en la gestión y salvaguardia de su patrimonio el cual también es símbolo de su identidad.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para la implementación de un producto turístico patrimonial para las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y la Moya pertenecientes a la parroquia de Calpi, Cantón Riobamba.

2. Objetivos específicos

- a. Evaluar el potencial turístico patrimonial de las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y La Moya.
- b. Definir la estructura técnica del producto turístico patrimonial.
- c. Analizar legal y administrativamente la propuesta del producto para su ejecución.
- d. Determinar la viabilidad económica-financiera, ambiental y socio-cultural para la implementación del producto turístico patrimonial.

C. HIPÓTESIS

1. Hipótesis de trabajo

- a. Es factible implementar un producto turístico patrimonial para las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y la Moya.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. PATRIMONIO CULTURAL

1. Definición

“El patrimonio cultural se ha convertido en un paradigma; en busca del nuevo ser humano aquel que sea capaz de defender su cultura, raíces, valores, principios pero sobre todo aquel que no descansa hasta el logro de sus metas buscando así el máximo de los éxitos”. (Navas, C; Quintero, J, 2011)

Durante la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural celebrada en México, se elaboró la siguiente definición de patrimonio cultural.

“El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas”.

Como ejemplo en nuestro país la concepción de patrimonio cultural se engloba en el siguiente enunciado:

Es el conjunto de creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de la historia, esas creaciones lo distinguen de los demás pueblos y le dan su sentido de identidad. Así, el pueblo ecuatoriano posee un riquísimo patrimonio cultural que se remonta a las épocas prehispánicas, pasa por el legado de los años de colonia y continúa con el período independiente hasta nuestros días. (Sanmartín N, 2010:10)

Sin embargo el contenido de la expresión “patrimonio cultural” ha cambiado bastante en las últimas décadas, debido en parte a los instrumentos elaborados por la UNESCO.

“Actualmente el patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional”. (Unesco, 2005: Art.2)

2. Ámbitos del patrimonio cultural

Para el (INPC 2012: 39-50) el Patrimonio Cultural se divide en:

- Patrimonio cultural material (PCM)
- Patrimonio cultural inmaterial (PCI).

a. Patrimonio cultural material (PCM)

Se define como patrimonio Material al conjunto de bienes del hombre, en los que una comunidad reconoce sus valores específicos y particulares, con los cuales se identifica.

- Bienes muebles
- Bienes inmuebles
- Bienes arqueológicos
- Bienes documentales

1) Bienes muebles

Son la evidencia de un proceso de evolución de los pueblos y su entorno y la expresión artística, social, económica y cultural de un periodo histórico y un ámbito geográfico determinado. Se los llama así porque pueden ser movilizables, entre ellos se identifican:

- Mobiliario utilitario y carpintería
- Decoración mural
- Escultura
- Pintura
- Retablo
- Maquinaria, equipos y vehículos
- Objetos de metal
- Vestuario y textiles
- Armamento y/o aparejo
- Documentos relevantes
- Filatelia y numismática
- Instrumentos musicales

2) Bienes inmuebles

Son aquellas obras o producciones humanas, que no se pueden trasladar de un lugar a otro y están íntimamente relacionados con el suelo. Los bienes inmuebles conservan valores históricos, culturales y simbólicos con características tipológicas, morfológicas y técnico constructivas, de singular importancia como arquitectura civil, religiosa, vernácula, industrial, funeraria, haciendas y yacimientos arqueológicos.

En esta categoría se ubica:

- Pueblos y ciudades
- Parques y plazas
- Caminos
- Vías y puentes
- Cementerios
- Haciendas y molinos

Que por sus características estéticas, tecnológicas, constructivas, de autenticidad, valoración social y testimonial, encierran valores particulares que permiten interpretar las formas de pensar, de ser y hacer de las sociedades a lo largo del tiempo.

3) Bienes arqueológicos

Comprenden los vestigios más antiguos (lugares u objetos) dejados por antiguas civilizaciones que ocuparon el Ecuador actual. Pueden encontrarse sueltos o agrupados y corresponden a un asentamiento simple o complejo. Estas evidencias dan cuenta de la vida de los grupos así como de sus estructuras habitacionales, centros ceremoniales y administrativos. Se registran además otros como aldeas caseríos, residencias aisladas o emplazamientos estacionales: campamentos orientados a diferentes microambientes en donde se aprovechaban recursos específicos. Los bienes arqueológicos pueden encontrarse en la superficie, enterrados o bajo las aguas. En esta categoría se ubican:

- Yacimientos monumentales
- Yacimiento superficial
- Fósiles animales y vegetales
- Terracería agrícola y camellones
- Colecciones
- Albarradas
- Petroglifos

4) Bienes documentales

Es el conjunto de documentos de épocas anteriores (mínimo quince años de vida) conservados o reunidos en el ejercicio de su función por cualquier organismo o entidad de carácter público, privado, religioso, particular, que formen parte de la memoria de una nación. En esta categoría se ubican:

- Libros
- Documentos de archivo
- Manuscritos

Otros documentos que contienen información de valía histórica, o que por su calidad de materia constitutiva única-pergamino, cuero, papel de trapo, de algodón- o por su tecnología de fabricación- artesanal, manual- tienen calidad histórica y que por sus particulares características se constituyen en objetos únicos, raros e irremplazables, es decir en bienes documentales.

b. Patrimonio cultural inmaterial (PCI)

“El Patrimonio Inmaterial es el más complejo de los patrimonios porque involucra sentimientos, anhelos, acuerdos y desacuerdos comunitarios e individuales, pero el reto está precisamente en poder aportar con las herramientas necesarias por la salvaguardia de las manifestaciones inmateriales de nuestro Ecuador diverso y multicultural”(INPC, Rg.6, 2011)

Para (Betty Rizzo, 2010:10-11) en su escrito sobre la Guía Metodología para la salvaguarda del PCI del Ecuador nos dice que el consenso sobre la definición del Patrimonio Inmaterial ha sido de los principales desafíos a nivel mundial tomando en cuenta que, históricamente, la reflexión sobre el Patrimonio Cultural ha girado en torno a los bienes materiales, concretamente sobre los monumentos y los objetos de valor excepcional. Volcar la mirada tradicional del patrimonio hacia el sujeto ha permitido la construcción de nuevos enfoques donde se consideran a los contenidos simbólicos como elementos integradores del patrimonio cultural, es decir, que hoy en día no es posible hablar de objetos y monumentos sin hacer referencia a sus significados culturales.

El patrimonio está ligado a la memoria y a la herencia en que su vigencia y representatividad generan procesos identitarios y de pertenencia en la comunidad.

En este sentido la Unesco (2005: Art 2) aclara que: “Se entiende por Patrimonio Cultural Inmaterial, los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes, que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este Patrimonio Cultural Inmaterial, que se transmite de generación a generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y

su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad”.

Es así que pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida.

La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación.

El valor social y económico de esta transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado, y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados.

Como signatario de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial (2005) de la UNESCO, el Ecuador ha considerado como parte de la metodología de identificación del patrimonio inmaterial, las cinco categorías generales propuestas denominadas ámbitos del Patrimonio Inmaterial:

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

1) Tradiciones y expresiones orales (Incluido el idioma)

Conjunto de conocimientos y saberes expresados en mitos, leyendas, cuentos, plegarias y expresiones literarias, así como narraciones de la memoria local y otras que tengan un valor simbólico para la comunidad y que se transmitan oralmente de generación a generación.

2) Artes del espectáculo

Son manifestaciones propias de un pueblo, que se transmiten de generación a generación, en ellas se expresan el sentir y la algarabía provocando una interacción social. Estas manifestaciones han ido evolucionando y re significando con el pasar del tiempo. Entre los subámbitos tenemos ha:

- Danza
- Juegos
- Música
- Teatro
- Literatura

3) Usos sociales, rituales y actos festivos

Son actividades que estructuran la vida de las comunidades y los grupos sociales que reafirman su identidad. Son realizadas en público o privado en un contexto sagrado o profano, en el área rural o urbana, las fiestas, rituales, prácticas tradicionales, pueden estar asociadas al ciclo vital de individuos y de los grupos, al calendario agrícola-estacional y a otros sistemas temporales y espaciales, entre los subámbitos se encuentran:

- Fiestas
- Practicas Comunitarias Tradicionales
- Ritos
- Personajes festivos
- Uso social de la vestimenta

4) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

Son los conocimientos, las técnicas, las competencias, las prácticas, y las representaciones desarrolladas y perpetuadas por las comunidades en su entorno natural, entre los subámbitos se encuentran:

- Agro diversidad
- Sabiduría ecológica tradicional
- Gastronomía
- Medicina tradicional
- Sitio simbólicos
- Toponimia

5) Técnicas artesanales tradicionales

No son los productos artesanales en sí mismo, ni los materiales con los que trabajan, sino los conocimientos que son imprescindibles para que no desaparezca su producción, entre los subámbitos se encuentran:

a) Oficios tradicionales

- Alfarería
- Barberos
- Boticarios
- Calígrafos
- Cerrería
- Cerrajería
- Cestería
- Ebanistería
- Fotógrafo
- Herrería
- Hojalatería
- Imaginería
- Orfebrería
- Peletería
- Pirotécnica
- Sastrería
- Talabartería
- Textilería

b) Técnicas tradicionales artesanales

- Artesanía en semillas.
- Tejido con fibras naturales
- Pintura
- Fabricación de Instrumentos musicales
- Mazapán
- Otros

c) Técnicas constructivas tradicionales

Procesos y elementos que intervienen en las técnicas de construcción tradicional como las técnicas en barro crudo (adobe, bahareque y tapial), uso de la caña, carrizo, suro, cáñamo, paja de páramo, maderas autóctonas, cuero (cabestro) y los elementos que se usan en la construcción como sangre de toro, etc.

Se refiere también a la elaboración de herramientas e infraestructura para uso doméstico y/o productivo (por ejemplo: construcción de hornos, molinos, trapiches, telares, herramientas para caza, pesca o elaboración de productos alimenticios y artesanales, etc.), tomando en cuenta su uso tradicional en relación a la transmisión de los conocimientos de generación en generación. (Pág. 1-12)

Otra incidencia sobre las categorías o subdivisiones del patrimonio cultural lo hace (ASPILCUETA J, 2013) en donde coincide con la cita anterior y manifiesta que: El patrimonio cultural se divide en dos grandes categorías que son el patrimonio cultural tangible y el intangible.

3. La gestión del patrimonio inmaterial desde el Estado Ecuatoriano.

La gestión del patrimonio inmaterial responde y se apoya en las diferentes leyes existentes en nuestro país y también es regida internacionalmente por la UNESCO, a continuación se presenta un resumen que describe las principales normativas del patrimonio.

CUADRO N°1: Marco Legal Nacional e Internacional.

MARCO LEGAL PATRIMONIAL		
LEY	ARTICULO	DESCRIPCIÓN
CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR	Art. 3 Art. 379,380 Art. 13 Art 57, Numeral 6,8,9,12 Art 57, Numeral 13 Art. 400 Art281 Art 385, Numeral 2 Art. 379	<ul style="list-style-type: none"> • Proteger el patrimonio • Gestión del Patrimonio • Seguridad Alimentaria. • Administrar y conservar sus recursos, organización, conocimientos. • Mantener, preservar el P.C. • Relación con otros pueblos • Soberanía Alimentaria • Fomentar la seguridad alimentaria y productiva, conservación de la biodiversidad • Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales Patrimonio cultural
PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR	Objetivo 1 Objetivo 3 Objetivo 4 Objetivo 7 Objetivo 8 Objetivo 11	<ul style="list-style-type: none"> • Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial en la diversidad. • Mejorar la calidad de vida de la población. • Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable. • Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común. • Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. • Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.
PLANDETUR 2020	Objetivos 1,2,3,8	<ul style="list-style-type: none"> • Incluida en las once líneas de productos, el Turismo

		<p>Comunitario y Turismo Cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo sostenible con esfuerzos público, privado y comunitario
PLAN DE MARKETING	Propósitos	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir con el turismo a dinamizar las economías locales, regionales y nacionales con inclusión social, • Generación de empleo y beneficios económicos. • Fomentar la distribución de forma equitativa de los ingresos económicos por turismo interno.
COOTAD	<p>Art. 4 Art. 32,64,65,66 Art .134, 135 Art .144 Art. 236, 239, 279, 241.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fines de GADs • Competencias (Planificar, regular, fomentar y gestionar de acuerdo a sus competencias) • Fomento de actividades productivas y agropecuarias • Preservar, mantener y difundir el P.C • Descentralización derechos, obligaciones y competencias.
UNESCO	<p>Art. 1 Art. 2 Definiciones Art. 3 Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial en el plano Regional Art. 11: Adoptar las;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Finalidad de la conservación del PCI, declaración Universal sobre la Diversidad Cultural en el 2001 • Declaración de Estambul del 2002, aprobada en la Convención por la Tercera Mesa Redonda del Ministros de Cultura 2003 • En la convención de la UNESCO en el 2003 se crea el CRESPIAL • Medidas para garantizar la salvaguardia del PCI
LEY DEL PATRIMONIO CULTURAL	<p>Artículos: 31,32,33,34</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio Inmaterial
AGENDA SECTORIAL	Política Estratégica	<ul style="list-style-type: none"> • Política Estratégica

Fuente: Docs. Legislación Nacional e Internacional

Elaborado por: Johanna Quinchuela, 2013

4. Riesgos del patrimonio

“Al hablar de riesgos en general es frecuente encontrar que se los vincula con los desastres naturales y en algunos casos se los relaciona con las acciones del hombre; y es conocido también que existen múltiples estudios que anotan y cuantifican los impactos que ocasionan estos eventos en la economía de los países y regiones que han sufrido algún tipo de evento adverso de la naturaleza, así como las afectaciones a la población, siendo los más conocidos: la pérdida de infraestructura física de los sectores de educación, vivienda, asentamientos humanos, vialidad, producción agropecuaria y servicios públicos.

En lo que respecta al patrimonio cultural, este no ha sido una prioridad de atención dentro de los sectores identificados como importantes, es más, se lo ha considerado como un sector periférico o de segundo orden, ni siquiera en la línea clásica de valorar las pérdidas en el sector productivo vinculado con el turismo ha sido estimado el uso del patrimonio cultural y la generación de recursos que aportan para el PIB de los pueblos que lo poseen; al parecer, aún está lejos, el que se cuantifique lo que significa para un pueblo la pérdida de su memoria histórica, de sus referentes identitarios, es decir la valoración intrínseca del significado del patrimonio para la cultura de los países.” (ARÍZAGA, D, 2011)

A la cita anterior el (INPC, Rg.6, 2011) aporta comentando que “Al hablar de los riesgos del patrimonio cultural se refiere a cualquier eventualidad que afecte al bien patrimonial-cultural, refiriéndose en particular al patrimonio material se identificaron dos: de tipo antrópicos y naturales; sin embargo para el caso del patrimonio inmaterial aún no existe una clasificación determinada, es así que podríamos especificarlo al descuido del grupo humano de forma voluntaria o involuntaria.”

5. Salvaguardia del patrimonio inmaterial

Teniendo en cuenta los riesgos a los que se enfrenta el patrimonio cultural (ARÍZAGA, D, 2011) propone cinco líneas estratégicas de acción que permitirá salvaguardar la riqueza cultural y estas son:

- a. **Línea 1.** Definición y promoción de medidas de prevención y atención de desastres en los sitios en los que se encuentran los bienes del patrimonio cultural, en especial en zonas de riesgo.
- b. **Línea 2.** Implementación y promoción de planes de protección de los bienes del patrimonio cultural.
- c. **Línea 3** Generar capacidad social e institucional para la reducción de vulnerabilidades
- d. **Línea 4.** Normatividad jurídica
- e. **Línea 5.** Comunicación e información pública

Por otra parte la (UNESCO, 2005) define a la salvaguardia del PCI a, “Las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas: la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción y valorización básicamente a través de la enseñanza formal y no formal, y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos.

Mientras que para complementar el enunciado anterior el INPC desarrolla un proceso de debate para la salvaguardia del PCI a través de:

- a. La catalogación del PCI
- b. El registro científico tecnológico
- c. La difusión a través de un proceso académico
- d. La elaboración de 24 propuestas a nivel nacional (una por cada provincia) de los llamados Tesoros Humanos Vivos
- e. El desarrollo de las “industrias culturales locales”.

B. TURISMO CULTURAL

1. Definición

“El Ecuador es un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes, atraídos por esta diversidad de gente y de costumbres.

El patrimonio de los pueblos está en su cultura, en la arquitectura, las artes, el folklore, todo esto plasmado en el teatro, la música, la danza, las herencias ancestrales o en expresiones arquitectónicas coloniales y modernas.” (DIARIO HOY, 2013)

Según el (CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES, 2008:5) “El turismo cultural es aquel tipo especial de turismo que incorpora los aspectos culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. Busca rentabilizar económica y socialmente el espacio local o lugar donde se desarrolla y se centra en que las personas viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas que les permitan acercarse y comprender culturas distintas. Es decir, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado.”

Según la FEPTCE El turismo cultural es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos. (FEPTCE, 2012)

Por otra parte la UNESCO señala que el Turismo Cultural corresponde a una “dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos” como un “modelo de desarrollo humano integral y sostenible”. Es considerada una “actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales” (UNESCO, 2005).

A partir de esa descripción, se desprende que el Turismo Cultural es una actividad que tiene implicancias en diversas áreas:

a. Área Social

Ya que está dirigido a satisfacer las necesidades e intereses de las personas.

b. Área Económica

Ya que, a partir de bienes culturales, es capaz de generar ingresos y rentabilidad a favor de la comunidad local.

c. Área Cultural

Ya que permite conocer los modos de vida diferentes, además de promover un intercambio cultural entre la comunidad anfitriona y los visitantes

d. Área Educativa

Ya que puede ser un medio de formación o aprendizaje y respeto por otra u otras culturas.

e. Área Medioambiental

Ya que debe presentar un enfoque de conservación de los recursos naturales, y no degradar o destruir el escenario natural donde se desarrolla la actividad turístico cultural.

f. Área Política

Ya que permite responder a los lineamientos, programas y planes de desarrollo a nivel nacional, regional y comunal, como por ejemplo, los Planes de Desarrollo Comunal (PLADECOS), Estrategias Regionales de Desarrollo (PLADETUR), etc. (CNCA, 2008:6)

2. Tipos de turismo que incorporan el enfoque cultural**a. Turismo Patrimonial**

De acuerdo a la UNESCO “el patrimonio cultural es el legado que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a futuras generaciones”.

Este legado puede ser de carácter material e inmaterial, manifestándose en monumentos, edificios, festividades, ritos, costumbres, valores, tradiciones, lenguajes, artesanías, sitios de valor históricos, estético, científico, arqueológico, etnológico, antropológicos, etc.

Según (Morales, P 2012) hace referencia que el turismo patrimonial “Corresponde al desplazamiento de personas motivadas por el interés especial que presentan los recursos patrimoniales de un lugar o zona específica.

Por lo general, se tiende a confundir el turismo patrimonial y el turismo cultural. Es cierto, su relación es muy estrecha; sin embargo, el turismo cultural representa un concepto más amplio que el turismo patrimonial.

El turismo patrimonial se centra principalmente en los bienes y expresiones patrimoniales como motivación turística.”

Mientras que para la (OMT, 2013) en su Código de Ética Mundial para el Turismo (artículo 4) prescribe “La protección del patrimonio natural, artístico, arqueológico y cultural para que los productos culturales, el folclore y los oficios tradicionales sobrevivan y florezcan en lugar de degenerar y acabar por homogeneizarse.

Este caudal mundial de tradiciones se ha convertido en uno de los principales motivos de los viajes, ya que muchos turistas buscan el encuentro con nuevas culturas y la experiencia de disfrutar de la variedad de las artes escénicas, la artesanía, los rituales, la gastronomía y las interpretaciones de la naturaleza y del universo. El intercambio cultural que promueven estos encuentros favorece el diálogo, afianza el entendimiento y, por ende, fomenta la paz y la tolerancia.

Promover un uso responsable de este patrimonio vivo con fines turísticos puede generar nuevas oportunidades de empleo, ayudar a atenuar la pobreza, frenar el éxodo rural y cultivar un sentimiento de orgullo entre los miembros de una comunidad. El turismo ofrece también un poderoso incentivo para conservar y potenciar el patrimonio cultural inmaterial, ya que los ingresos que genera pueden reconducirse hacia iniciativas que ayuden a su vez a garantizar su supervivencia a largo plazo. El patrimonio cultural inmaterial debe gestionarse con suma cautela si se pretende que florezca en un mundo cada vez más globalizado. Solo una verdadera alianza entre las comunidades y los promotores del turismo y el patrimonio, construida sobre una valoración genuina de las aspiraciones y valores de todas las partes puede garantizar su supervivencia.”

En este sentido la (CNCA, 2008:13) concluye diciendo que “El turismo patrimonial aporta beneficios a la comunidad anfitriona y motiva el cuidado de sus bienes culturales y las tradiciones vivas mediante un compromiso entre la ciudadanía, los empresarios turísticos y las entidades públicas relacionadas, en post de gestionar los sitios patrimoniales para un uso turístico sustentable, aumentando su protección en beneficio de las generaciones futuras”.

C. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

3. Generalidades de la evaluación del potencial

“El estudio de análisis y evaluación del potencial turístico es una herramienta técnica que permite conocer las características generales del entorno del área geográfica y el verdadero potencial turístico del área donde se pretende realizar un proyecto turístico”. (YUCTA, P. 2005)

Un análisis del potencial turístico de cualquier área natural donde se pretenda desarrollar la actividad turística, deberá contener:

- Un inventario de atractivos turísticos.
- Zonificación turística

La primera etapa de un proceso de planificación de la actividad turística, es evaluar el potencial con el que se pretende desarrollar la actividad, planear la situación de partida o lo que es denomina componentes del destino, es decir si una zona pretende desarrollar el turismo, es necesario que se evalúe cuidadosamente los recursos disponibles para la actividad, ya que estos son la base y van a condicionar el tipo de desarrollo, las actividades y, por lo tanto el perfil de turistas al que van dirigidos (OMT, 2010).

LENO (2010: 49-85), aplica la metodología en el Canal de Castilla España, donde solo se consideró la oferta, debido a que el destino evaluado posee aspectos de turismo tradicional, caracterizado por las actividades acuáticas.

LEADER II (2010), plantea la siguiente metodología, en primer lugar sirve para que puedan realizar por sí mismos una evaluación del potencial turístico teniendo en cuenta

la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado. Esta evaluación permitirá asimismo determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico.

De todos modos, esto no quiere decir que se deba renunciar totalmente a la ayuda exterior de expertos: esta ayuda será necesaria cuando por ejemplo se tenga que realizar un estudio de mercado de gran envergadura, operación que necesita del enfoque más “técnico” de los consultores especializados.

De este modo, el diagnóstico, última fase de la labor de evaluación, tendrá que ser realizado en común, entre agentes locales y especialistas externos.

Lo importante es que la estrategia turística elegida sea fruto de la cooperación y el diálogo entre la población, los agentes locales y los consultores externos.

Una visión errónea del potencial turístico de la zona puede provocar un sobredimensionamiento de los proyectos, con efectos negativos sobre el ambiente (contaminación destrucción de las áreas naturales), la cultura (pérdida de la identidad cultural), la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del coste de la vida).(OMT,2010)

D. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL ÁREA O LÍNEA BASE

Para (LENO, C, 2010) “El diagnóstico del entorno de un área donde se pretende desarrollar un proyecto de turismo intenta responder a las siguientes preguntas:

¿Existen limitaciones importantes en el área seleccionada para el desarrollo del turismo?

¿El área seleccionada tiene potencial para desarrollar el turismo?

Este análisis consiste en la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales; y oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales, entre otras fuentes.

En el área de influencia donde se ubicará y desarrollará el proyecto de turismo, se recopila información referente a:”

- Servicios básicos disponibles (abastecimiento de agua, energía eléctrica, recolección y tratamiento de desechos, centros de salud, accesibilidad, telecomunicaciones)
- Características básicas de la población (actividades económicas, sociodemográfica de la población local, participación o interés de la población en el desarrollo turístico).
- Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural, descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción, hidrología, etc.)
- Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico
- Desarrollo actual del turismo en la zona (infraestructura turística de alojamiento, alimentación, centros artesanales, servicio de transporte, guías, mercados turísticos actuales que visiten la zona, perfil del visitante.

Al final del proceso realizado con el diagnóstico, este será capaz de proporcionar respuestas fundamentales para las siguientes preguntas:

¿Cuáles son las mayores amenazas para el sitio y cómo puede abordarlas?

¿Dónde tendrán lugar las actividades turísticas?

¿Qué clase de actividades se realizarán para implementar el turismo?

¿Quién estará a cargo de implementar estas actividades y que precauciones será necesario tomar?

¿Cómo serán financiadas y monitoreadas las actividades y quién estará a cargo?

¿Cuáles son las zonas de mayor concentración humana?

¿Qué uso se están dando a los suelos?

¿Dónde se concentran zonas de biodiversidad florística y faunística?

¿Cuáles son los lugares de expansión agrícola?

Por otra parte (AYALA, 2010) argumenta que “El Diagnóstico ayuda a identificar las actividades que permiten el mejoramiento de las condiciones de vida de la población, los cual nos permitirán solucionar algunos problemas. Para poder hacer esto tenemos que conocer y entender la problemática determinada en perspectivas. La primera es la

perspectiva establecida por el investigador de acuerdo a nuestro diagnóstico se debe ir más allá de la vivencia y del mundo de los implicados. Esto permitirá ver las interrelaciones de poder y dependencia”.

Sin embargo (VALAREZO, M. 2010) hace un análisis más detallado con respecto al diagnóstico situacional de un área y manifiesta que “Es una metodología participativa y cualitativa, que permite recoger datos relacionados con las opiniones, sentimientos y conocimientos que la gente tiene

Los datos que muestran los diagnósticos locales permiten tener una visión general de la situación socio-económica de la población, desde el punto de vista de la propia población.

La caracterización socio-económica y cultural del área debe complementarse y profundizar a partir de la recolección y análisis de información socio-económica de fuentes bibliográficas como estudios oficiales, hechos a nivel nacional o local que permitan conocer la situación de los servicios, las vías de acceso, las condiciones de salud, de educación, el crecimiento demográfico entre otros.

En el área de influencia donde se ubicará y desarrollará el proyecto de turismo, se recopila información referente a los ámbitos: biofísico socioeconómico, político institucional y turístico.

1. Ámbito biofísico

a. Condiciones ambientales de la zona

- 1) Clima: indicadores tales como los días de sol, el promedio de la temperatura en las diferentes épocas del año.
- 2) Paisaje natural: potencialidades estéticas del ambiente natural.
- 3) Descripción general de flora y fauna representativa y sus condiciones actuales.
- 4) Hidrología: Existencia y potencialidades de uso turístico de lagunas, ríos, etc.
- 5) Morfología: Conviene hacer una revisión inicial sobre las formas geográficas que presenta el sitio sin llegar a un análisis de los accidentes y particularidades de su superficie (topografía).

2. Ámbito socioeconómico

a. Aspecto social

1) Características básicas de la población

De ser el caso, se describe las características básicas de la población que habita en el área de influencia donde se desarrollará el proyecto de ecoturismo.

2) Socio demografía

i) Población total

ii) Estructura de la población por edad y sexo, origen étnico

iii) Migraciones temporales y definitivas

iv) Mortalidad y morbilidad

v) Tasa de crecimiento

vi) Pirámides de edad.

vii) Migración.

viii) Condiciones ecos salubres: La observación sobre los sitios y el tipo de enfermedades de la población local que habita en el área de influencia del proyecto, puede informar sobre los elementos de insalubridad que el lugar produzca.

3) Vivienda

a) Tipo de construcción de vivienda

4) Servicios sociales

a) Infraestructura en salud (número y localización de centros de salud, hospitales básicos, hospitales generales, e institutos especializados, farmacias, etc.)

b) Cobertura y acceso localizado de los servicios de salud

c) Infraestructura de educación (número y localización de centros educativos primarios, secundarios, técnicos y superiores)

- d) Cobertura y acceso localizado a servicios de educación
- e) Nivel de seguridad para la población local y los turistas (Instalaciones policiales)
- f) Estación de bomberos.

5) Servicios básicos disponibles

- a) Localización y cobertura a servicios de agua potable, alcantarillado y baños públicos
- b) Energía eléctrica
- c) Recolección y tratamiento de desechos, localización de rellenos sanitarios

6) Otros servicios

- a) Servicios personales financieros (número de instituciones y su localización)
- b) Servicios jurídicos (notarías, juzgados)
- c) Migraciones

“Uno de los aspectos sobre los cuales se debe detallar la información para profundizar los diagnósticos participativos es la diversidad cultural: étnica e interétnica.” (SNAP, Ecuador Plan de manejo, año 2006)

b. Aspecto económico

1) Actividades económicas

- a) Agricultura.
- b) Pesca.
- c) Ganadería.
- d) Talleres de artesanía, etc.

2) Estructura

- a) Superficie de terrenos comunales y privados
- b) Disposición y precios de terrenos
- c) Disponibilidad y costos de mano de obra calificada y no calificada en construcciones.

3) Estructura y sistema comercial

- a) Sitios de abastecimiento como tiendas, almacenes, etc.

4) Infraestructura vial

- a) Ubicación de vías distancias desde el centro principal o capital a los poblados cercanos
- b) Tipo de carretera (de primer, segundo o tercer orden)
- c) Tipo de superficie (asfalto, ripio, tierra).

5) Accesibilidad

- a) Aéreo
- b) Terrestre
- c) Acuático, etc.

6) Transporte

- a) Desarrollo actual del transporte para el acceso dentro y fuera de la zona, frecuencia, principales compañías de transporte, costos de pasajes.

7) Telecomunicaciones

- a) Ubicación territorial de la existencia de servicios de telefonía
- b) Servicio de Internet
- c) Ubicación y número de canales de TV
- d) Ubicación territorial y número de radio emisoras

3. Ámbito político institucional

a. Político administrativo

- 1) Estructura política y administrativa en el lugar.
- 2) Análisis del grado de estabilidad política existente en la zona.

b. Organizativo**1) Red institucional pública**

- a) Número de organizaciones No Gubernamentales y localización de su ámbito de trabajo.
- b) Número tipo y localización de las instituciones públicas.
- c) Número y localización de las organizaciones, ambientalistas, indígenas, campesinas, vecinales, obreras, de colonizadores, cívicas y otras.

4. Ámbito turístico**a. Desarrollo actual del turismo en la zona****1) Servicios turísticos**

- a) Infraestructura de alojamiento (número, localización y categorización)
- b) Infraestructura de alimentos y bebidas (número, localización y categorización)
- c) Operadores Turísticas (Agencias de Viaje y operadoras de turismo nacional e internacional)
- d) Centros de distracción nocturna (bares, discotecas, casinos)
- e) Tiendas o almacenes para el equipamiento de turistas
- f) Disponibilidad y costos de mano de obra calificada y no calificada en turismo.
- g) Impuestos y controles estatales para el desarrollo de un proyecto turístico.
- h) Estacionalidad.
- i) Empresas de turismo que operan en la zona.
- j) Mercados de turismo actuales y principales mercados internos e internacionales potenciales y si éstos mostrarán interés por el tipo de atracciones que la zona puede ofrecer.
- k) Tipo de modalidad de turismo de los visitantes actuales prefieren realizar en la zona.
- l) Gasto turístico promedio de los turistas que visitan la zona.
- m) Especificar todo tipo de desarrollo realizado o planificado de turismo en otras zonas que pueden competir por los mismos mercados.

2) Participación local en el turismo

- a) ¿Participa la población local en el desarrollo turístico?
- b) ¿Cuáles son sus expectativas?
- c) ¿Está la población local sensibilizada en torno al turismo?
- d) ¿Cómo puede contribuir la población local para lograr su desarrollo?
- e) ¿Qué personas pueden jugar el papel de promotores o impulsores para emprender el desarrollo turístico en la zona?

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

- a) Conectividad
- b) Organismos de financiamiento a nivel local o regional, que den créditos para turismo.
- c) Organizaciones públicas y privadas encargadas del desarrollo turístico a nivel local y regional especificando sus áreas de trabajo o intervención.
- d) Existencia de algún tipo de planificación donde se estimule el apoyo a la actividad turística de la zona.(VALAREZO, M. 2010)

E. INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES

Para el inventario de los atractivos turísticos existen diferentes metodologías que se pueden aplicar a un estudio turístico, entre estas tenemos las siguientes:

1. Inventario de atractivos turísticos del MINTUR (2005)

A continuación se detallan las etapas para elaborar el Inventario de atractivos según la metodología del MINTUR:

a. Clasificación de los atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar de acuerdo a la propuesta de inventarios del Ministerio de Turismo en el 2005.

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos:

SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

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

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

1) Categoría

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

2) Tipo

Los elementos de características similares en una categoría.

3) Subtipo

Son los elementos que caracterizan los tipos.

b. Recopilación de información

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

c. Trabajo de campo

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

d. Evaluación y Jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente. Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción.

1) Jerarquía IV

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

2) Jerarquía III

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

3) Jerarquía II

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

4) Jerarquía I

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

2. Metodología de Revalorización de la Sabiduría de los Pueblos Indígenas Originarios de los Andes

El reducido impacto de desarrollo y las alternativas propuestas a raíz de la revolución verde, iniciada en los años 50, no han solucionado la pobreza ni el hambre en el mundo. Durante este periodo, en muchas ecoregiones de la tierra, se han experimentado diferentes modelos, tecnologías y metodologías alternativas al modelo imperante, como resultado se tiene diferentes propuestas, entre las más importantes las que plantean que el desarrollo solo es posible si se consideran las capacidades locales, su saber y la manera propia de ver el mundo. (AGRUCO 2005)

La iniciativa de revalorización cultural iniciada en 1988 por AGRUCO en Bolivia y PRACTEC en Perú invita a interesarse en por promover el desarrollo sostenible en los Andes a partir de sus propios conocimientos, respetuosos de su cultura y por tanto auto sostenibles en el tiempo. La presente metodología pretende ser un apoyo a la revalorización del saber local; ser un medio de sensibilización hacia el saber local mediante el uso de cartillas o fichas que documenten testimonios sobre el conocimiento de técnicas, rituales, costumbres o tradiciones, de una forma real, tal y como es, dejando un espacio para los comentarios del técnico o recolector del testimonio.

Cada ficha registra un solo testimonio, considerando las relaciones con otros eventos o circunstancias correspondientes a la cosmovisión andina, el contenido de las fichas es de importancia trascendental porque reflejan los conocimientos en técnicas y experiencias aplicadas. Dichos conocimientos documentados, deben ser discutidos a nivel comunal de tal modo que se difundan y se diseñen programas y proyectos de desarrollo endógeno sostenible, con base cultural en pro del desarrollo y con base en la realidad local. (AGRUCO 2005)

3. Metodología de Revitalización Cultural propuesta por Víctor Torres

Es una de las maneras para realizar el inventario de atractivos culturales es la propuesta por el Manual de Revitalización Cultural de Víctor Hugo Torres, que dice:

“Es una metodología de trabajo colectivo, destinada al fortalecimiento cultural de los grupos base. Sirve para que una comunidad campesina, un pueblo afro, una nacionalidad indígena, o inclusive los pobladores de un barrio, puedan discutir, paso a paso, serenamente, los problemas que afectan a sus culturas, encontrar las soluciones apropiadas y cumplir las actividades que hayan decidido realizar para conservar y enriquecer su cultura.”

La metodología ayuda también a encontrar los bienes culturales que se están perdiendo, a darles la importancia que tienen para los comuneros, para los jóvenes, para las mujeres, para los ancianos, para todas las personas que se identifican con estos bienes y que creen firmemente que tienen que ser rescatados del olvido para entregarlos a toda la sociedad.

La metodología de revitalización cultural es un camino ordenado para ayudar a fortalecer la identidad de los pueblos, a través de una acción coordinada entre el grupo animador y la organización local.

Las consideraciones de esta herramienta para el análisis sobre el patrimonio cultural y su uso para el turismo, considera los siguientes pasos:

- Reconocimiento del Patrimonio Cultural
- Auto diagnóstico comunitario
- Plan de revitalización cultural
- Recolección de datos
- Síntesis y análisis
- Intervención
- Difusión
- Enriquecimiento cultural

4. Metodología propuesta por el INPC a través de su instructivo de normalización del fondo del patrimonio material e inmaterial del INPC

Según (NOBOA P, 2008: 19) en su escrito titulado Gestión de Recursos Culturales aclara que: “Aquellas manifestaciones culturales propias de una ciudad histórica que sean catalogadas como un bien cultural patrimonial, se constituyen inmediatamente como un recurso turístico muy atractivo y con un gran potencial; idóneo para la realización de cualquier actividad turística cultural sostenible dentro de la localidad identificada.

a. El registro como instrumento para la identificación del patrimonio cultural inmaterial.

Según (INPC, 2012:62) El patrimonio cultural inmaterial es dinámico y cambiante, conforme lo es el contexto social y cultural en el que se inscribe, por ello, su identificación permite en primera instancia conocer cuáles son las manifestaciones existentes y su estado actual para la posterior elaboración de investigaciones a profundidad y la determinación de acciones específicas de salvaguardia.

El instrumento utilizado en la identificación de las manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial es el Registro, a través del cual se puede clasificar de manera sistemática la información con el fin de que pueda convertirse en una línea base sobre la cual se puedan implementar otros procesos de salvaguardia. Pero la principal potencialidad del Registro consiste en hacer posible la sensibilización al público sobre el valor de este tipo de patrimonio, al tiempo que permite el fortalecimiento de las identidades individuales y colectivas, eleva la autoestima de los portadores y promueve el respeto a la diversidad y los derechos, considerando que éste tiene un carácter eminentemente participativo.

Las características particulares del PCI hacen que el registro sea “un proceso que nunca concluye y que debe ser actualizado constantemente.

1) Orientaciones metodológicas para el registro

El Registro refiere a la identificación, de manera clasificada y sistemática de las manifestaciones del patrimonio inmaterial a partir de la documentación, que proviene tanto de fuentes bibliográficas como de la observación directa y especialmente de las percepciones de las comunidades y grupos involucrados. Para ello, se requiere de la aplicación de la metodología etnográfica, por medio de la cual se describen y relacionan los aspectos simbólicos de las manifestaciones identificadas con otros elementos del patrimonio material e inmaterial.

En primera instancia, el registro parte de la información bibliográfica y de otras fuentes que son fundamentales para la convalidación y sustento de la información. Pero esencialmente, el registro se realiza a partir del trabajo de campo, la observación directa y sobre todo la identificación de las manifestaciones por parte de las comunidades involucradas con el fin de indagar en el significado para sus portadores; es decir que resulta fundamental

En este sentido, se hace obligatoria la aplicación de una metodología participativa en todas las fases del proceso y de técnicas de recopilación adecuadas como la observación participante, las narrativas, la historia de vida, la entrevista, el diálogo de saberes, talleres participativos, registro audiovisual y otras que permitan la incorporación de las percepciones e imaginarios de los portadores /detentores de los conocimientos. (ibíd. Pp.65)

b. El inventario como instrumento para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial

La ficha de inventario es un instrumento utilizado para el análisis del patrimonio inmaterial cuya línea base constituye el Registro.

La Ficha de Inventario es un instrumento de sistematización que debe describir a la manifestación de tal manera que permita el acceso a su conocimiento para lo cual se incluyen los siguientes campos:

1. Datos de localización
2. Fotografía referencial
3. Datos de identificación
4. Descripción de la manifestación
5. Portadores / Soportes
6. Valoración
7. Interlocutores
8. Elementos relacionados
9. Anexos
10. Observaciones
11. Datos de control

La ficha de inventario ingresa al Sistema de Información para la Gestión del Patrimonio Cultural –ABACO- y forma parte del banco de datos del fondo de Patrimonio cultural inmaterial administrado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, el cual debe actualizarse regularmente. (INPC, 2011)

F. ANÁLISIS DE PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS

1. Matriz FODA

Según CARRETO Julio (2013: párr. 1) la matriz FODA es un ejercicio que se recomienda llevar a cabo todas las organizaciones ya que nos ayuda a saber en qué estado se encuentra y que factores externos la afectan, permite resolver dos preguntas: ¿Qué tenemos? ¿En dónde estamos?

A este análisis (CAMPOS Ana, 2013) lo complementa diciendo que “El análisis F.O.D.A. tiene como objetivo el identificar y analizar las Fuerzas y Debilidades de la Institución u Organización, así como también las Oportunidades y Amenazas, que presenta la información que se ha recolectado.

Glagovski enfatiza diciendo que las:

FORTALEZAS	Lo que tenemos de positivo, lo bueno, lo mejor al interior de la organización
OPORTUNIDADES	Lo que podemos conseguir o aprovechar del entorno de fuera de la organización
DEBILIDADES	Las limitaciones, lo que nos impide salir adelante como organización, lo negativo al interior de la organización.
AMENAZAS	Lo que puede afectar a la organización desde fuera de la misma, lo que nos acecha, peligros externos.

Fuente: Glagovski H, 2009

Elaborado por: Quinchuela Jhoanna 2012

2. Pasos para construir una matriz FODA

Los pasos para construir una matriz FODA son los siguientes:

- a. Hacer un listado de las fortalezas internas claves.
- b. Hacer un listado de las debilidades internas decisivas.
- c. Hacer un listado de las oportunidades externas importantes.
- d. Hacer un listado de las amenazas externas claves.
- e. Comparar las fortalezas internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias o posibles soluciones FO resultantes en las casillas apropiadas.
- f. Cortear las debilidades internas con las amenazas externas y registrar las estrategias DA resultantes.
- g. Comparar las fortalezas internas con las amenazas externas y registrar FA resultantes.
- h. Comparar las debilidades internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias DO resultantes. (CAMPOS A, 2013)

3. Formato de la matriz

Usualmente la matriz se presenta en un cuadro de 2x2, donde la columna uno y dos corresponden a las oportunidades y amenazas respectivamente, mientras que la fila superior e inferior son para las fortalezas y debilidades.

La presentación de la matriz y su correspondiente ordenamiento de sus temas componentes tiene su justificación en el manejo de reuniones y trabajos de grupo. La teoría relacionada con la psicología empresarial sugiere que cuando se pretende discutir un proyecto de alto impacto en una empresa se debe comenzar con las fortalezas y oportunidades que corresponde a la parte positiva de la empresa antes que con las debilidades y amenazas. (CAMPOS A, 2013)

MATRIZ FODA	FORTALEZAS		DEBILIDADES	
	F1		D1	
	F2		D2	
	F3		D3	
	F4		D4	
	F5		D5	
OPORTUNIDADES	Claves de éxito (F+O)			
O1				
O2				
O3				
O4				
AMENAZAS			Nudos críticos (D+A)	
A1				
A2				
A3				
A4				

Fuente: Campos A, 2013

Elaborado por: Quinchuela Johanna 2012

G. ESTUDIO DE MERCADO

1. Definición

Según (THOMPSON, 2008) el estudio de mercado es un “Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.”

A esto (OCAMPO, E. 2005) lo complementa diciendo que "Las tendencias modernas para administrar una empresa indican que debemos analizar las características de los consumidores y orientar nuestros esfuerzos a satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, lo que hace que uno de los factores centrales al estudiar proyectos sea la determinación del mercado”.

En resumen "El estudio de mercado permite resaltar los detalles relevantes que visualizan y detectan si el producto o servicio derivado del proyecto se puede comercializar o no". (HERNÁNDEZ, E. 2010)

2. Objetivo e importancia de la investigación de mercado

(LÓPEZ, H. 2010) en sus escritos afirma que "De acuerdo a la economía, bajo el término de mercado de un bien o servicio, se entiende a la interacción de la oferta y demanda de dicho bien. El instrumento utilizado para su análisis, es llamado Investigación de mercado o estudio de mercado".

"En el caso de un proyecto, el objetivo de un estudio del mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios en un cierto periodo. El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizarán para llegar hasta esos demandantes". (ARBOLEDA, G. 2010)

3. Análisis de la demanda del turismo cultural

a. Definición

Se entiende por análisis de la demanda la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, hay entender cuál es su tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda. (CONTRERAS, C. 2005).

Según (BACA M. 2006) "Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. El estudio de la demanda se dirige a calcular, con la mayor precisión posible, las cantidades reales y potenciales de consumo de determinado bien o servicio."

Otro concepto sobre la demanda del turismo cultural nos da la UNESCO en donde afirma que “La diversidad de motivaciones de la demanda y formas de consumir la cultura, explican la variedad de enfoques conceptuales y la heterogeneidad del turismo cultural como producto. Por tales razones es indispensable identificar a que segmentos nos dirigimos cuando desarrollamos un modelo de gestión del patrimonio sustentado en el turismo cultural.

El perfil del turista cultural es muy diverso: no todo el consumo cultural se asocia a viajes donde la cultura es la motivación principal. En este sentido se visualizan dos grandes segmentos que podrían denominarse el turismo cultural directo y el indirecto. La menor parte, el directo, se identifica con el turista deseable en todo sitio patrimonial, cuyo objetivo principal de viaje es disfrutar de un producto cultural. El perfil mayoritario de este segmento corresponde a los jóvenes, con un alto nivel de estudios, vínculo profesional con actividades culturales y una elevada capacidad por interpretar lo visitado. Sin embargo, el segmento para el cual la visita cultural constituye una actividad complementaria al viaje, el turismo cultural indirecto, es el más numeroso consumidor de los productos culturales a nivel mundial.

Otro aspecto importante de la demanda del turismo cultural es que no todos los visitantes a sitios de interés cultural son turistas, las encuestas de ATLAS reflejan que entre el 30% y el 40% reside en la zona y menos de un tercio son turistas extranjeros, evidenciando la importancia de la demanda nacional en la gestión turística del patrimonio cultural. Indudablemente no se puede hablar de un solo perfil del turista cultural, siendo imprescindible seguir la evolución de la demanda desde todos los puntos de vista: demográfico, socioeconómico, psicográfico, aun cuando las tendencias actuales, como la combinación de las llamadas alta cultura y cultura popular, presuponen que algunos criterios de segmentación tradicionales no serán efectivos para el entendimiento del turismo cultural en el futuro.” (UNESCO, 2013:31)

b. Segmentación de la demanda

Según (YUCTA, P. 2005) para segmentar la demanda se debe considerar lo siguiente:

1) **Aspecto cuantitativo:** dentro de estese considera lo siguiente.

a) **Afluencia de visitantes:** Así mismo dentro de esta se considera lo siguiente:

- Para áreas desarrolladas turísticamente (Demanda histórica, Demanda futura).
- Para áreas no desarrolladas turísticamente (Demanda potencial y Demanda objetiva).
- Estadía o permanencia promedio
- Estacionalidad.

2) **Aspecto cualitativo:** Dentro de esto se considera lo siguiente:

a) **Perfil del consumidor de bienes y servicios (perfil del turista):** De igual manera se considera los siguiente:

- Características socioeconómicas.
- Características geográficas.
- Características motivacionales.
- Hábito de consumo, gustos y preferencias.

Resulta fundamental para cualquier destino turístico, ya incipiente, ya consolidado, conocer cuál podría ser la posible respuesta del mercado a la Oferta turística de la zona. Se trata de descifrar la posible existencia de segmentos de demanda reales o potenciales consumidores de los productos turísticos zonales, de manera que dispongamos de un cierto margen de actuación comercial y no se trate de una mera apuesta en el vacío. Este conocimiento parece decisivo para diseñar posibles propuestas, ya infraestructurales ya comerciales ya de gestión de la actividad turística en el área. El conjunto de los elementos a analizar quedaría resumido en lo siguiente:

- Análisis cuantitativo: nivel de frecuencia.
- Análisis cualitativo: perfil de la clientela, nivel de demanda. (ZIMMER y GRASSMAN, 2010).

Por otra parte (LÓPEZ Héctor, 2005) en un análisis más a fondo manifiesta que:
“Existen diferentes clases de segmentación del mercado:

1) La segmentación geográfica

División del mercado en diferentes áreas geográficas. Naciones, ciudades, localidades, vecindarios.

2) Segmentación demográfica

Se divide basándose en aspectos como; la edad, el género, la familia, la raza, la educación, ingreso.

3) Segmentación psicográfica

Divide el mercado de acuerdo con el estilo de vida, clase social, y características de la personalidad.

4) Segmentación según el comportamiento

Divide a los consumidores en grupos basados en sus conocimientos, actitudes, uso o respuesta a un producto.

c. Requisitos de una segmentación eficaz

1) Medurable

Grado de medición del tamaño y el poder de compra de un segmento.

2) Accesible

Acceso y servicio a los segmentos identificados.

3) Sustancial

Capacidad de rentabilidad de los segmentos.

4) Viable

Grado o posibilidad de intervención - acción, esto es, de diseñar programas eficaces para atraer y dar servicio a los segmentos. (LÓPEZ H, 2005)

d. Diseño de la muestra

En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que hacemos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe de reflejar las similitudes y diferencias en la población, ejemplificar las características de la misma (ARBOLEDA, 2010).

A la cita anterior (SPIEGEL, 1975) corrobora diciendo que “En lugar de examinar el grupo entero llamado población o universo, se examina una pequeña parte llamada muestra. Una población puede ser finita o infinita. Si una muestra es representativa de una población, se pueden deducir importantes conclusiones acerca de ésta, a partir del análisis de la misma.

Por lo tanto, la muestra es una reproducción en pequeño del universo, pero los resultados que se obtengan al estudiarla serán más o menos exactos en función del grado de error muestral que se haya aceptado previamente. Para calcular la muestra en universos finitos y con un coeficiente de fiabilidad del 99.7% se utiliza la siguiente fórmula propuesta por Canavos”

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (8%)

z: nivel de confianza (1.75)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Como conclusión de este análisis (MOREJÓN, L, 2006) manifiesta que “Los resultados de este grupo de variables revela la información clave para las características del producto o servicio. Por lo tanto es fundamental conocer la cabalidad, el mercado, para estar en condiciones de elaborar un buen plan de marketing.

e. Perfil del consumidor

Para conocer al consumidor es necesario conocer las circunstancias que lo rodean y las variables que influirán sobre su comportamiento en el mediano y largo plazos. Se debe contar con un estudio de la conducta del consumidor, considerando los factores sociales por un lado y los psicológicos por otro (estilo de vida, personalidad, aspiraciones, etc.). La clave es pensar como el consumidor y para lograrlo, hay que tener contacto cercano con su mente y ponerse, por así decirlo, en sus zapatos pues ellos son la razón de nuestro proyecto.

La población total, es consumidora de alguna forma de productos o servicios, por consecuencia, su información es importante. (LOPEZ, H. 2005)

4. Análisis de la oferta del turismo cultural

(YUCTA, P. 2005). Señala que; en el análisis de la oferta se debe considerar lo siguiente:

- Análisis de oferta complementaria
- Análisis de la competencia: dentro de esto se considera lo siguiente:
- Características físicas
- Precios
- Formas de comercialización
- Datos generales de la operación

(ZIMMER y GRASSMAN. 2010). Señala que; el análisis de situación comienza con un examen de la oferta turística zonal, lo que supone realizar el consiguiente inventario recopilatorio, con el mayor detalle posible de los elementos que configuran el conjunto de la oferta entendida en sentido amplio, o si se quiere como tal sistema de oferta. El inventario no puede limitarse a ser una mera enumeración lo más exhaustiva posible, sino que debe incorporar necesariamente aspectos relativos a la valoración cualitativa y cuantitativa de los elementos de la oferta y a la calificación de los mismos incluyendo dimensiones sociológicas, socioeconómicas y antropológicas como categorías de

análisis que influirán decisivamente en el resultado final y no como meras referencias contextuales.

Considerando a los distintos elementos que configuran la oferta como tales factores o elementos de un sistema de oferta, una posible propuesta de enumeración de los mismos podría ser la siguiente:

- Oferta atractivos naturales y manifestaciones culturales
- Oferta alojamiento
- Oferta restauración
- Oferta factor infraestructura y servicios
- Oferta actividades complementarias
- Oferta recreación.

Enfocándonos un poco más en la parte cultural la (UNESCO, 2013:45) manifiesta que “La oferta es la conformación final del producto que se venderá. Lo más importante de las ofertas de tipo patrimonial es que se basa en productos de alto valor en sí mismos, a los que se incorporan servicios turísticos y de las actividades de hospitalidad (transporte, alojamiento, restauración, guías, etc.).

La creación de la oferta comercial del turismo patrimonial requiere un enfoque de mercado (preferencias de clientes - demandas insatisfechas); definir los valores a ofrecer y mantener un equilibrio de ofertas (cuantitativa y cualitativa), así como lograr una imagen para el visitante que le induzca a ser participante de este tipo de experiencias de viaje a la cultura y la naturaleza.

Los principales problemas actuales de la comercialización del turismo patrimonial son el conocimiento insuficiente de los segmentos y clusters; ausencia relativa de canales de distribución especializado y el poco aprovechamiento de las nuevas opciones de promoción y venta (comunicación unilateral).”

H. PRODUCTO TURÍSTICO

1. Definición

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno sólo. "...se hace notable que no hay lugar del planeta que no sea un destino turístico actual o potencial: ríos, bosques, costas, montañas, lagos, tundras, desiertos y demás son lugares que los hombres han buscado para vivir y desarrollar actividades lúdicas." (GURRIA, M. 2010)

Por tanto, el "producto turístico" ha de ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas, y las segundas, las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida, y al valor social frente a grupos de referencia. (CÁRDENAS, F 2010)

En resumen si se tiene en cuenta todo lo anterior (oferta turística), el producto turístico sería el conjunto de combinaciones e interacción sinérgica de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio (destino) deseado, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos (PONS, 2005: 4)

2. Características del producto turístico

a. Intangibilidad

Los productos turísticos tienen unos componentes tangibles y otros intangibles.

La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, la calidad de la calidad.

La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de los componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, que uso le darán y que resultados esperan obtener. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

b. Caducidad

Los productos turísticos no se pueden almacenar.

c. Agregabilidad y sustituibilidad

El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, algunos de los cuales se pueden sustituir por otro de forma inmediata.

d. Heterogeneidad

El producto turístico está formado por muchas partes y condiciones por muchos factores.

e. Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo.

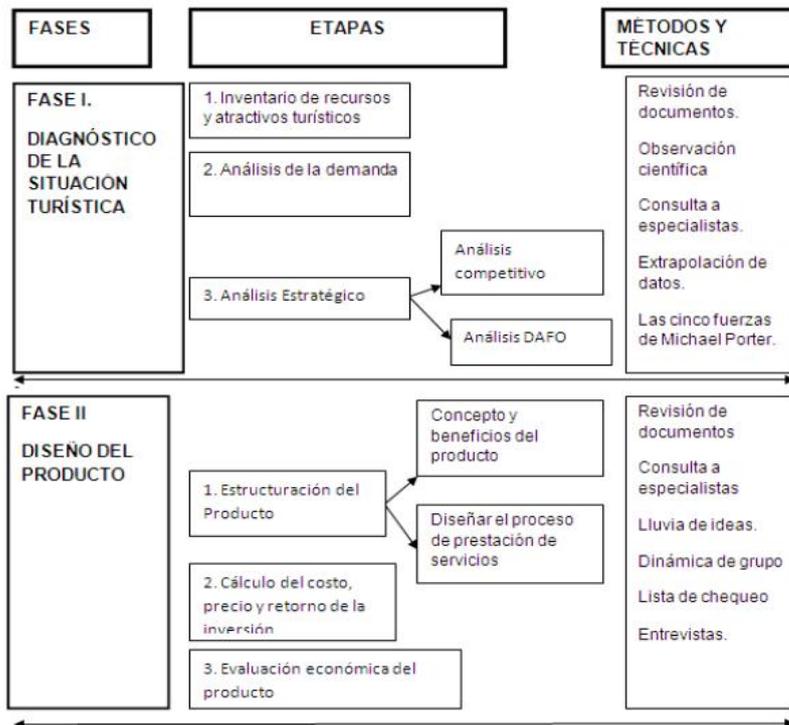
Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén clientes y prestatario en el momento del consumo.

La satisfacción que produce es individual y distinta de unas personas a otras.

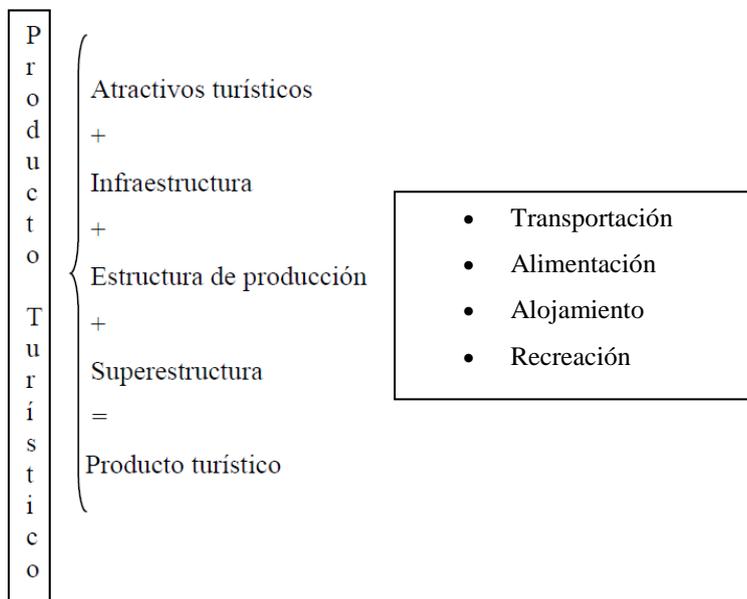
Su consumo es simultáneo a su fabricación real de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume. (CARDENAS F, 2010)

3. Diseño del producto turístico

Todo diseño de productos turísticos debe ser considerado como un trabajo artístico, original con las condiciones objetivos: rentabilidad económica, social y ambiental, la satisfacción de la demanda. Según (CHAVIACO, M. & HERNÁNDEZ, Y. 2007) el diseño de un producto turístico debe seguir la siguiente metodología:



Un análisis más a fondo lo hace (GUIRRIA, M. 2010) en donde manifiesta que “El producto, o sea, el servicio que usará o consumirá el turista, es el resultado de la suma de los elementos que ya se analizaron y se puede resumir de la siguiente manera:”



a. Ruta como producto turístico

En un territorio correctamente preparado para el turismo, ofrece una amplia variedad de actividades, paseos y rutas, lo que hace que el visitante desee quedarse más tiempo o le

anima a regresar; es decir la estadía y despierta fidelidad con el destino. (ONAM, BID Y AME, 2006)

Ruta es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales que realizan el centro lineal de atención. (LUQUE, Y, 2009)

El diseño e implementación de rutas turísticas se constituye en la mejor forma de poner en valor un territorio o un espacio. Un paseo sin rumbo o al azar no ofrece al visitante la misma información ni satisfacción que una visita dirigida a los principales puntos naturales, culturales, etnográficos etc. El acondicionamiento de estas rutas, itinerarios y paseos hacen que el visitante encuentre la posibilidad de organizar su tiempo, distribuir sus visitas, eligiendo directamente aquello que le interese conocer.

Una ruta debe tener un contenido temático, que una sus puntos y de coherencia y de actividad al recorrido. Los temas pueden ser variados y en función de estos se debe realizar la información referente. Se evidencia que la ruta es algo más que los atractivos que se visitan.

Constituye una manera de relacionar atractivos y territorios con la experiencia temática escogida y el contacto de la gente del lugar, que le convierte en un producto dinámico y vivo que incrementa la satisfacción del turista. La ruta ofrece la posibilidad de dar a conocer ya sea un determinado tema o diferentes atractivos que aisladamente carecerían de interés o jerarquía suficiente como para atraer una demanda; pero igual al integrar una ruta específica forman parte de un producto turístico unitario. (LUQUE, Y, 2009)

b. El paquete turístico

Un paquete turístico es la integración previa en un solo producto, de dos o más servicios turísticos o relacionados con éstos y que es ofrecido al público en general mediante material impreso o cualquier otro medio de difusión.

En la creación de paquetes se distinguen dos tipos de estrategias:

- 1) La primera, que denominaremos de precio, consiste en la venta de dos o más productos en un único paquete, con un descuento en el precio, las estrategias de

precios suponen que el paquete se oferta como una forma de promoción y abaratamiento del producto.

- 2) La segunda, denominada de producto, es la integración de dos o más productos a cualquier precio, implicando algún tipo de valor añadido. Las estrategias de producto, por el contrario, suponen una organización o integración de los distintos productos que se unen.

El paquete turístico, en su origen, es el paradigma de una estrategia de producto. Aunque la adquisición de un paquete turístico pueda suponer un coste del viaje menor que la compra separada de sus componentes, el comprador del paquete valora principalmente el valor añadido de la integración de todo el viaje en un paquete o servicio. (ALEGRE, J POU LLORENC, 2006)

c. Componentes del producto turístico

1) Identificación y selección de servicios turísticos

Según (LOPEZ, H 2005) “Los servicios turísticos también denominados Planta Turística, son el conjunto de medios y actividades que facilitan la estancia y el bienestar del viajero, convergiendo en ellos elementos tangibles e intangibles, los cuales son en su etapa final de consumo, interdependientes.

En relación con la ubicación de los servicios turísticos usualmente sólo se analiza y evalúa los que se encuentran en el Destino Turístico, y no se analizan ni evalúan los servicios en el núcleo emisor; servicios que son de vital importancia para efectos de la promoción y comercialización del producto turístico.

Es indispensable que los proveedores involucrados en un paquete turístico sean de total confianza. Tenga en cuenta que esta es una cadena y si uno de ellos fallara toda la operación corre el riesgo de desorganizarse. Además siempre considere un proveedor de respaldo. Los servicios a ser identificados para la programación de paquetes turísticos son:”

- 1) Planta turística.
- 2) Accesibilidad y conectividad.
- 3) Guiánza.
- 4) Servicios complementarios.

a) Planta turística disponible

En concordancia con lo anterior se hace necesario analizar y valorar los servicios turísticos prestados por la planta en dos espacios:

i. Elementos Tangibles

- Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje.
- Sitios de alimentación: bares, restaurantes, drive inn, entre otros.
- Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
- Las empresas prestadoras de servicios de transporte terrestre, marítimo, fluvial o aéreo especializado.

ii. Elementos Intangibles

A este grupo pertenecen aquellos elementos que no pueden ser tocados, sólo se sienten y son las sensaciones las que determinan su valor. Son elementos de este grupo solamente:

- La Acogida. El recibir con manifestaciones especiales la aparición de personas en un lugar.
- La Hospitalidad: Prestar y proveer la debida asistencia a las necesidades y motivaciones del turista.

Con respecto a la planta turística se debe conocer:

- Nombre de la empresa y el tipo.
- Emplazamiento (dirección exacta).

- Número de plazas y distribución (en el caso de servicios de hospedaje hace referencia al tipo de habitaciones).
- Categoría del establecimiento.
- Nombre del propietario (personal de contacto).
- Página web y dirección de correo electrónico.
- Número de teléfono y fax (no olvide el código telefónico).
- Tarifas (Servicios incluidos, descuentos, comisiones).
- Formas de pago.
- Políticas (condiciones de venta y reservaciones).

Para obtener los datos iniciales se recomienda obtener la información del Catastro de prestadores de servicios turísticos de la localidad destino.

b) Accesibilidad y conectividad

La accesibilidad en el diseño de producto hace relación a los medios y vías de comunicación de que se dispone para acceder al destino y a cada uno de los lugares de interés; siendo estas:

- i. Acuática:** El viaje se realiza por agua y según la zona se denominan: marítimo, fluvial y lacustre. Los vehículos a utilizar son variados, entre los más conocidos están el barco, el velero, el catamarán, el yate y en algunas zonas tanto por aspectos de desarrollo como de atractivo turístico, vehículos de transporte como balsas, canoas o piraguas.
- ii. Terrestre:** El viaje se realiza por tierra y entre los medios de transporte a utilizar están: los trenes, automóviles, autobuses y más relacionados con tradiciones y atractivos se utilizan medios de transporte de tracción animal, como por ejemplo, carretas.
- iii. Aérea:** Para este espacio los medios a utilizar son aviones, avionetas, helicópteros y para algunos lugares en donde el atractivo lo exige, se están usando globos y dirigibles.

Con respecto a la conectividad es indispensable conocer:

- i.** Vías principales y secundarias.
- ii.** Distancias de recorrido (ciudades de destino y hacia los atractivos).
- iii.** Tiempo empleado (aproximadamente).
- iv.** Estado de la vía (condición actual).
- v.** Nomenclatura vial.

c) Guiánza

La guiánza es uno de los factores clave para que la operación del paquete turístico sea exitosa, por tal motivo quien planifique el paquete turístico deberá contar con una lista detallada de los guías turísticos que podrán prestar sus servicios, la información que se deberá recabar estará relacionada con:

- | | |
|---|--|
| i. Nombres y apellidos. | vi. Especialidad. |
| ii. Clasificación (nacional, especializado, nativo). | vii. Tipo de sangre. |
| iii. Número de licencia. | viii. Idiomas. |
| iv. Cédula de identidad o pasaporte. | ix. Número de teléfono. |
| v. Nacionalidad. | x. Fecha de caducidad de la licencia. |
| | xi. Ciudad. |

La información sobre los guías es proporcionada por las Subsecretarías de turismo de las distintas Regionales del país.

d) Servicios complementarios

La identificación de este tipo de servicios es fundamental, sobre todo para la programación de las paradas técnicas en el itinerario de viaje. Se contemplarán los siguientes servicios:

- i.** Seguridad: policía, cruz roja, bomberos.
- ii.** Servicios públicos: salud, abastecimiento, comunicación.

- iii. Estacionamientos: públicos y privados.
- iv. Espacios recreacionales.
- v. Centros de información.
- vi. Sitios de alquiler de equipos.
- vii. Otros atractivos de interés en la cercanía como por ejemplo actividades programadas, centros de interpretación, entre otros.

No hay que olvidar detalles como:

- i. Días de cierre.
- ii. Horarios de servicio.
- iii. Tiempo de visita.
- iv. Capacidad de carga.
- v. Precios.

4. Programación de actividades (itinerario técnico o modelo)

Para (FRANCESC, J. 2005) El itinerario esta “entendido como el recorrido espacio/temporal que ha de seguir cada miembro del equipo intentando que el tiempo y el ritmo se adecuen al máximo de las expectativas de satisfacción del cliente en cada momento del proceso.”

Desde un enfoque más turístico el MINTUR (2005) aclara que “El término itinerario viene del latín itinerarius. Un itinerario es la dirección y descripción de un camino o recorrido que incluye menciones a los lugares, paradas y sitios de visita que pueden encontrarse a lo largo del recorrido, es decir contiene los datos referentes a un viaje especificando los lugares de paso y proponiendo una serie de actividades y servicios.

Se puede decir también que un itinerario sistematiza los desplazamientos turísticos, que determina los modelos de uso y consumo del espacio geográfico en función del tipo de desplazamiento y del tipo de atractivo, el objeto del mismo y el uso previsto del destino. Quien programa un paquete debe tener preparado un dossier de itinerarios y sugerencias del paquete de viaje para poder enviar a quien lo requiera sobre todo a los tour operadores que tienen la capacidad de captar mayor cantidad de demanda.

Una buena manera de preparar itinerarios de paquetes piloto es contar con la ayuda de personas practicantes de la actividad que se desea promover. Por ejemplo, si un grupo local de entusiastas de la observación de flora silvestre y mariposas ha identificado los mejores caminos, los restaurantes en que se puede parar a comer, la zona que se puede cubrir en un día sin esfuerzo excesivo, el tipo de flores en cada época del año, el tipo de vehículos que se necesitan para llegar al inicio de la ruta, etc., será fácil preparar paquetes de diferente duración (2 días, 5 días, 1 semana, etc.) y programar itinerarios con diferentes opciones.

Se recomienda que los itinerarios piloto se presenten en forma de módulos en vez de una alternativa única de paquete todo incluido. Algunos operadores preferirán organizar un tour que cubra diversas zonas, mientras que otros preferirán concentrarse en un único lugar.

Un itinerario modelo deberá incluir el alojamiento, los transfers desde el aeropuerto si procede, y los itinerarios y actividades diarios, así como otra información relevante que por ejemplo en caso de tours en bicicleta sería:

- a.** Mapas locales en los que se marcaran los itinerarios y circuitos propuestos (entre 5 y 30 millas).
- b.** Descripción del paisaje y lugares de interés en ruta.
- c.** Gradientes y tipos de carretera (superficie).
- d.** Tiempo atmosférico según épocas del año.
- e.** Puntos de parada en los que existan servicios.
- f.** Disponibilidad de servicios de reparación de bicicletas, vehículos, entre otros.
- g.** Rutas pre diseñadas incluyendo pernoctaciones y propuesta de alojamientos.
- h.** Disponibilidad de vehículos para transportar equipajes, material y actuar como vehículos “escoba” de participantes rezagados.
- i.** Fiestas locales, celebraciones, y espectáculos que puedan ser incorporados en el tour.
- j.** Clubes locales de ciclistas interesados en contactar con grupos de turistas pertenecientes a otros clubes”. (MINTUR, 2005)

5. Análisis de costos y fijación de precios (tarifarios)

Los costos y la fijación de precios de un paquete turístico permiten ordenar los trámites financieros (egresos generales y los costos fijos) en los que incurre la empresa al contratar los servicios de diferentes agencias de turismo y/o servicios, así como en la adecuada racionalización de un precio competitivo. La cotización de servicios o de un programa turístico específico es entonces el establecimiento de los costos, gastos y precios relativos al mismo.

Es importante tomar en consideración una serie de pasos a la hora de determinar los costos de cualquier actividad, los cuales nos ayudarán en su oportunidad a obtener información que refleje la realidad del mismo. Estos pasos a seguir son:

- a. Determinación de los costos de un tour.
- b. Determinación de los gastos generales de operación. (MACHADO, E; HERNANDEZ Y, 2009)

6. Estrategia de comercialización

a. Marketing turístico

Vender un servicio de viaje o turismo incluye cierta magia porque el vendedor vende un sueño, incluso una fantasía. Para vender bien, el vendedor debe crear un clima adecuado y estar presto a esclarecer todas las dudas, pues una sola se puede transformar en una objeción de compra y en un rechazo. (KOTLER, P; ARMSTRONG 2005)

1) Plan de marketing

Como instrumento de planeación, el plan debe realizar un análisis completo de la situación actual de la empresa en el mercado, tratando de evaluar de manera objetiva: el mercado y sus principales tendencias, los productos y servicios de la empresa, la competencia, plan detallado de estrategias de distribución y venta, plan detallado de comunicación y los costos y resultados esperados desde el punto de vista económico – financiero. (COBRA, M. 2010).

(KOTLER, Philip 2005) Define al plan de marketing como “El conjunto de procedimientos para vender productos y servicios de una empresa. Tiene que cumplir el objetivo del consumidor (satisfacción) y el de la empresa (beneficios, rentabilidad) Esta relación empresa- consumidor se produce en el mercado. El Marketing utiliza 4 herramientas conocidas también como las 4 P’s o actualmente conocida como las 4 C’s desde una visión del consumidor, de la combinación adecuada de estas herramientas depende el éxito de nuestra oferta de servicios.

a) Producto o Cliente

Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta. Un producto puede ser tangible o intangible (p. Ej.: un auto), intangible (p. ej.: un paquete turístico, servicio de limpieza a domicilio), una idea (p. ej.: la propuesta de un partido político), una persona (p. ej.: un candidato a presidente) o un lugar (p. ej.: una reserva forestal).

El "producto", tiene a su vez, su propia combinación o mezcla de variables:

- i.** Variedad
- ii.** Calidad
- iii.** Diseño
- iv.** Características
- v.** Marca
- vi.** Servicios

b) Precio o Costo

Se entiende como la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio.

El precio representa la única de las herramientas de marketing que genera ingresos para la empresa, el resto de generan egresos. Sus variables componentes son los siguientes:

- i.** Lista de Precios (alojamiento, transporte, alimentación)
- ii.** Descuentos

- iii. Complementos
- iv. Periodo de pago
- v. Condiciones de crédito

c) Plaza (Distribución) o Convivencia

También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes:

- i. Canales
- ii. Cobertura
- iii. Surtido
- iv. Ubicaciones
- v. Inventario
- vi. Transporte
- vii. Logística

d) Promoción o Comunicación

Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto. Sus características son las siguientes:

i. Venta Personal

Forma de venta en la que existe una relación directa entre comprador y vendedor. Es una herramienta efectiva para crear preferencias, convicciones y acciones en los compradores.

ii. Promoción de Ventas

Consiste en incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio. Por ejemplo: Muestras gratuitas, cupones, paquetes de premios especiales, regalos, descuentos en el acto, bonificaciones, entre otros.

iii. Relaciones Públicas

Consiste en cultivar buenas relaciones con los públicos diversos (accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, etc.) de una empresa u organización.

iv. Propaganda

Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

A la cita anterior (GARCIA, B, 2006) ratifica el enunciado y lo resume diciendo que el Marketing Mix está basado en los siguientes componentes:

- Producto y / o Servicio
- Precio
- Plaza
- Promoción y Publicidad

En resumen, la mezcla de promociones la combinación de ciertas herramientas como la publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo, merchandising y publicidad blanca, para lograr metas específicas en favor de la empresa u organización. (OCAMPO, E. 2003)

I. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Estructura administrativa

Según (GRATEROL, 2010) “Este estudio consiste en definir como se estructurará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada.

Qué régimen fiscal es el más conveniente.

Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto

Como organizaras la empresa cuando el proyecto esté en operación

Es decir en esta etapa se definirá como o quien ejecutara el proyecto. Es el tipo de organización que tendrá para su funcionamiento.”

Por otra parte (SOSA, C. 2005) manifiesta que “En el aspecto administrativo se debe tomar las decisiones para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos. El proceso administrativo consta de:

- a. Planeación
- b. Organización
- c. Dirección
- d. Control

2. La organización

Consiste en el ordenamiento de los recursos de la empresa y la asignación de funciones según niveles de autoridad y grados de responsabilidad para facilitar el logro de los objetivos. Organizar consiste en:

- a. Establecer los objetivos de la empresa
- b. Formular las políticas
- c. Determinar las actividades (SOSA, C. 2005)

3. Criterio de ordenamiento de recursos

El ordenamiento de los recursos se hace con respecto a:

a. **Espacio**

Para cada componente debe haber un determinado lugar.

b. **Tiempo**

Implica programar las actividades según prioridad y realizarlas en el momento oportuno.

c. Dinero

Mediante una distribución que permita el mayor rendimiento posible.

d. Personas

Consiste en asignar funciones bien definidas a cada integrante. Cada organización debe tener.

e. Unidad de mando

Que cada uno reciba orden de un solo jefe.

f. Unidad de dirección

Que cada tarea tenga un responsable.

g. Trabajo

Consiste en agrupar las actividades de la empresa en áreas administrativas o departamentos. (SOSA, C. 2005)

4. Departamentalización

En cada departamento, el ejecutivo asignado ejerce autoridad y asume responsabilidad para la ejecución de las actividades. La departamentalización se justifica porque un ejecutivo solo puede encargarse de un limitado número de subordinados para alcanzar una producción óptima.

a. Criterios para la departamentalización

Se toman en cuenta criterios en base a: las funciones, el territorio, de productos y de clientes.

b. Organigrama

En el organigrama se representa las funciones jerárquicas que existen entre las dependencias y los individuos de una organización. El organigrama es esencialmente esquemático, pero refleja si en la empresa hay unidad de mando y unidad de dirección.

c. Descripción de las funciones

Las funciones descritas deben ser entregadas a cada empleado con cargo firmado para asegurar su pleno conocimiento. Los deberes para cada cargo deben incluir todas las obligaciones, de modo que tanto el jefe como el subordinado conozcan exactamente sus responsabilidades y se evite que cada cual interprete a su manera. La descripción debe ser en forma simple y clara indicando expresamente las habilidades que se requieren para el desempeño del cargo. (SOSA, C. 2005)

5. Selección del personal

Consta de un conjunto de pasos desde el momento en que se detecta la necesidad de contar con un trabajador hasta conseguirlo y contratarlo. Una selección de personal será buena siempre que se haga coincidir los requerimientos del puesto con las capacidades y aptitudes de la persona que va a desempeñar el cargo.

Se consideran las siguientes actividades:

- a. Analizar el cargo
- b. Requisitos del cargo
- c. Reclutamiento de aspirantes al cargo
- d. La entrevista
- e. Exámenes técnicos
- f. Decisión de contrato (SOSA, C. 2005)

6. Estructura legal

YUCTA P (2005) indica que “El proyecto turístico para su operación y funcionamiento debe sujetarse entre otras a los siguientes impuestos y controles estatales:

- Impuestos municipales.
- Impuestos al sistema de rentas internas, RUC.
- Impuestos por la licencia anual de funcionamiento otorgada por el Ministerio de Turismo.

- Permiso de operación al Ministerio del Ambiente en caso de ejecutar el proyecto en Áreas Naturales Protegidas, etc.
- Se describen la cantidad que se debe pagar en impuestos y controles estatales”.

a. Estructura organizacional comunitaria

Define cómo y quién ejecutará el proyecto, si es como Empresa Societaria, Familiar, Comunitaria, etc. Se establece un organigrama estructural el cual debe representar una visión de la organización que define claramente los siguientes niveles jerárquicos:

- 1) **Nivel Directivo.**- Conformado por la Asamblea General y la directiva de la comunidad.
- 2) **Nivel Administrativo.**- Lo integra el comité comunitario de Turismo.
- 3) **Nivel Operativo.**- Lo integra la Gerencia de Operación, personal que labora en los departamento Administrativo, de Servicio, de Información, etc. (YUCTA, P. 2005).

J. ESTUDIO ECONÓMICO

“En un estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. En la concreción de esta viabilidad se reconoce tres etapas o niveles en que se clasifica los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad.” (CUARTAS, 2008)

Por otra parte para (GRATEROL, 2010) un estudio económico demuestra lo importante del proyecto y más que todo si la idea es rentable.

Para saber si es rentable se debe analizar tres etapas que son: ventas, inversión y gastos. Con este análisis se decide si el proyecto es viable o si necesita cambios, por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

También Graterol enfatiza que cualquiera que sea el cambio en los presupuestos, estos deben ser realistas y alcanzables, si las ganancias no pueden ser satisfactorias, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto “no es viable” y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Para (OCAMPO, E. 2005) “Un estudio financiero es una síntesis cuantitativa que demuestra con un margen razonable de seguridad, o la realización del proyecto con los recursos programados y la capacidad de pago de la empresa.”

Pero un análisis profundo lo hace HERNÁNDEZ (2010) en donde manifiesta que: “El análisis financiero actúa dentro de un estudio de pre inversión como un sintetizador, concentrando de manera cuantitativa las principales conclusiones logradas durante el análisis de mercado y el técnico arquitectónico.

Del primero recoge, principalmente, los datos relativos a la cantidad de demanda que cabría satisfacer mediante la inversión durante un cierto periodo, así como los precios y tarifas adecuados, en función de las posibilidades que demuestre la competencia y los futuros consumidores.

En cuanto al estudio técnico, las variables de mayor trascendencia para la elaboración del estudio financiero se refieren tanto al monto de inversión en terrenos y construcciones como al calendario de obras y a las condicionantes de localización y dimensionamiento.

Estas últimas influyen en los otros rubros de inversión (como equipos, mobiliario, gastos preoperatorios, etc.) y en el establecimiento de los costos y gastos preoperatorios”.

También Hernández (2010) manifiesta que: “Los apartados básicos para la elaboración de un estudio financiero son:

1. Presupuesto de inversión

Le denominaremos Inversión al monto de recursos que en forma de capital requiere la empresa en proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, así como aquellas erogaciones que se requerirán durante su funcionamiento para reponer activos fijos obsoletos o para permitir ampliaciones en la planta productiva original. A estas últimas se les conoce también con el término de reinversiones.

La mayoría de, los proyectos turísticos permiten agrupar su presupuesto en once apartados específicos que son: terreno; adecuaciones infraestructurales; edificaciones; equipo; mobiliario y decoración; instalaciones especiales; blancos y lencería; gastos preoperatorios; capital de trabajo; gastos financieros de pre-operación; e imprevistos.

2. Calendario de inversiones

El calendario de inversiones junto con el programa de obras no solo representa un instrumento técnico fundamental para el proceso de evaluación y el cálculo de rentabilidad, sino que además es prácticamente indispensable para la negociación y obtención de créditos.

3. Estructura de capital

Se denomina estructura del capital a la forma como se distribuye la inversión total de un proyecto entre sus posibles orígenes financieros, clasificándose inicialmente en dos grandes rubros, aportación propia o de riesgo y participación de crédito.

4. Pronóstico de ingresos

Una vez que el proyecto llega a la etapa de estudio financiero, ya se tendrá definidos los tipos de bienes y servicios que podrá en el mercado la futura empresa, así como los márgenes por considerar en materia de precios y tarifas, al igual que los volúmenes previstos de la demanda por captar, sea en la forma de porcentaje de ocupación o en cualquier otra medida.

5. Análisis sobre la posición financiera esperada

Con los elementos financieros descritos hasta el momento estaríamos en condiciones de analizar a lo largo del tiempo, la posición financiera que deberá alcanzar la empresa, así como sus rendimientos operacionales, su capacidad de endeudamiento y sus expectativas de recuperación.

6. Sistema de punto de equilibrio

Se conoce como punto de equilibrio al nivel de actividad y ventas en el cual los ingresos de una empresa se igualan a sus costos y gastos totales. Será por lo tanto aquél donde no se registren ni pérdidas ni ganancias”.

K. ESTUDIO FINANCIERO

Para (OCAMPO, E. 2005) “La información generada por los estudios de mercado, técnico y financiero se analiza con el propósito de definir el monto de las inversiones de capital necesaria para implementar el proyecto; asimismo, el resultado de dicho análisis se incorpora a las proyecciones del flujo de efectivo.”

Complementando la cita anterior (COHEN, R 2009) aclara que un análisis financiero “Permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, se realiza a partir del estudio financiero. En base al cálculo del Flujo de Caja, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Costo Beneficio y el Periodo de Recuperación de la Inversión.

Mientras en el análisis económico se considera las ventas y gastos (transacciones económicas) en el análisis financiero consideramos ingresos y egresos (flujos reales de dinero hacia y desde la empresa).”

1. Flujo de caja

El flujo de caja es cuando genera un movimiento permanente de entrada y salidas de recursos económicos, representa la previsión, el control o el registro de este movimiento

durante un periodo determinado. En si es una proyección de liquidez del negocio que registra las entradas y salidas de efectivo antes y después del inicio de operaciones.

Se obtiene de la suma de los ingresos totales actualizados menos los egresos totales. (COHEN, R 2009)

2. Indicadores financieros

La evaluación de proyectos consiste en comparar los beneficios proyectados asociados a una decisión de inversión con su correspondiente corriente proyectada de desembolsos. Esto no es otra cosa que el flujo de caja estimado del proyecto. La evaluación de un proyecto se realiza con dos fines posibles:

- a. Tomar una decisión de aceptación o rechazo, cuando se estudia un proyecto específico.
- b. Decidir el ordenamiento de varios proyectos en función de su rentabilidad cuando estos son mutuamente excluyentes o existe racionamiento de capitales cualquiera sea el caso las técnicas empleadas son las mismas aunque para esta última se requieren consideraciones especiales de interpretación de los resultados comparativos entre proyectos. (BIRMIHAM, W. 2013)

En el manual de Evaluación Económica de Proyectos de Ingeniería del departamento de Ing. Civil de la Universidad de Granada (2009) indica que el estudio económico es la etapa final de todo proyecto de inversión, ya sea que se trate de un proyecto de ampliación en una empresa en marcha, o para la creación de una nueva. Su importancia radica en la comparación de los beneficios futuros que de espera que generen las inversiones de accionistas y los fondos provenientes de préstamos.

Los métodos de evaluación económica determinan la factibilidad de llevar a cabo un proyecto de inversión utilizando los siguientes indicadores:

a. Valor actual neto (VAN)

El VAN se basa en las técnicas del F de F descontado. Su implementación consta de varios pasos. Primero debe encontrarse el VA de c/ flujo, incluyendo tanto los de entrada como los de salida, descontados al costo del capital del proyecto. Segundo, deben sumarse estos flujos para obtener el VAN del proyecto.

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujo Neto}_t}{(1 + k)^t}$$

Si el VAN es positivo, el proyecto debería ser aceptado, mientras que si es negativo debería ser rechazado.

Un VAN igual a cero significa que los F de F del proyecto son justa// suficientes para reembolsar el capital invertido y para proporcionar la tasa requerida de rendimiento s/ ese capital. Si un proyecto tiene un VAN positivo, entonces estará generando más efectivo del que se necesita para reembolsar su deuda y para proporcionar el rendimiento requerido a los accionistas, y este exceso de efectivo se acumulara exclusiva// para los accionistas de la empresa. Por lo tanto si la empresa toma un proyecto con VAN positivo, la posición de los accionistas se verá mejorada.

b. Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR se define como aquella tasa de descuento que iguala el valor actual de los flujos de entrada esperados de un proyecto con el valor actual de sus costos esperados.

VA flujos de entrada = VA costos de
inversión

$$VAN = 0 = \sum \frac{\text{Flujo Neto}_t}{(1 + TIR)^t}$$

Obsérvese que la fórmula de la TIR es simple la fórmula del VAN, resuelta para obtener la tasa particular de descuento que hace el VAN igual a cero.

En matemática los métodos del VAN y la TIR siempre conducirán a las mismas decisiones de aceptación, en el caso de proyectos independientes. Sin embargo el VAN y la TIR pueden conducir a conflictos cuando se aplican a proyectos mutua excluyentes.

Si la TIR es superior al costo de los fondos que se usaron para financiar el proyecto, quedará un superávit después de que se haya pagado el capital, y dicho superávit se acumulará para los accionistas. Es precisa esta característica de punto de equilibrio lo que hace que la TIR sea útil al evaluar proyectos de capital.

c. Relación costo beneficio (RBC)

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.

$$B/C = VAI / VAC$$

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

- $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

L. EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

1. Que es un impacto ambiental

Es la alteración positiva o negativa del medio ambiente directa o indirectamente por un proyecto o actividad en una actividad determinada. (SANTILLAN R, 2005)

2. Evaluación de impacto ambiental

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) es un proceso empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta, la implantación de políticas y programas o la puesta en marcha de proyectos de desarrollo.

La EIA, se ha aplicado sobre todo a proyectos individuales y ha dado lugar a la aparición de diversas técnicas nuevas, como los estudios de impacto sanitario y los de impacto social.

Una EIA suele comprender una serie de pasos:

- Un examen previo para decidir si un proyecto requiere un estudio de impacto y hasta que nivel de detalle;
- Un estudio preliminar, que sirve para identificar los impactos clave y su magnitud, significado e importancia;
- Una determinación de su alcance, para garantizar que la EIA se centre en cuestiones clave y determinar donde es necesaria una información más detallada;
- El estudio en sí, consistente en meticulosas investigaciones para predecir y/o evaluar el impacto, y la propuesta de medidas preventivas, protectoras y correctoras necesarias para eliminar o disminuir los efectos de la actividad en cuestión. (BAEZ Y ACUÑA, 2010)

3. Estudio de impacto ambiental

“A través de este estudio se describe detalladamente las características de un proyecto o actividad que se pretenda llevar a cabo o su modificación. Debe proporcionar antecedentes fundados para la predicción identificación e interpretación de su impacto ambiental y describir la o las acciones que ejecutara para impedir o minimizar sus efectos significativamente adversos.” (CONAMA, 2010)

a. Marco conceptual del proceso de evaluación de impacto ambiental

La evaluación de impacto ambiental, en el contexto actual, se entiende como un proceso de análisis que anticipa los futuros impactos ambientales negativos y positivos de acciones humanas permitiendo seleccionar las alternativas que, cumpliendo con los objetivos propuestos, maximicen los beneficios y disminuyan los impactos no deseados. La experiencia de diversos países permite su aplicación no tan solo para grandes proyectos de inversión, tales como embalses, carreteras y plantas de energía, sino que también a actividades de desarrollo que involucren planes y programas de ordenamiento territorial, políticas y alternativas de acción entre otros.

A menudo la implementación de un plan o política requiere de una variedad de diferentes proyectos individuales. Si la evaluación de impactos ambientales estuviese restringida solo a proyectos individuales, entonces los efectos acumulativos de éstos, a nivel regional o nacional, serían fácilmente ignorados. Por lo tanto, también es necesario evaluar los impactos de las acciones de desarrollo de mayor nivel, como es el caso de planes, programas y políticas. La evaluación de impacto ambiental de estos niveles son necesariamente generales, de amplia cobertura y pueden ser complementadas por evaluaciones más detalladas a nivel de proyecto.

A pesar del probado valor intrínseco de la evaluación de impacto ambiental, la experiencia muestra que éstas no se pueden aplicar en forma indiscriminada. Su utilización debe considerar los contextos económicos, sociales e institucionales de los países o regiones, además de sus diferencias físicas y ecológicas. Es evidente que métodos de evaluación detallados, largos, sofisticados y de alto costo, tendrán escaso

valor operacional en países en desarrollo. Por lo tanto, la evaluación de impacto ambiental debe ser flexible y acorde con las realidades del país, regiones o localidades.

El avance de esta herramienta en el mundo permite afirmar que se cuenta con experiencia de base en el campo de las metodologías para evaluar impactos ambientales, en los procedimientos a seguirse y en la definición de los diferentes aspectos que hacen de esta herramienta un instrumento eficaz para la protección ambiental.

No obstante lo apropiado que pueda ser la incorporación de las variables ambientales, a través de un proceso de evaluación de impacto ambiental, en la planificación de acciones de distinto nivel, desde políticas a proyectos de individuales, hasta el momento esta herramienta ha sido más frecuentemente aplicada en la toma de decisiones a nivel de proyectos de inversión. Aunque se reconoce la importancia de su aplicación en otros niveles, la introducción de un proceso ordenado y coherente, en sus efectos prácticos inmediatos, es prioritario para ser utilizado en el proyecto o actividades correctas. Ese es precisamente el ámbito para ser utilizado en proyectos o actividades concretas. (CONMA, 2010)

b. Métodos para la evaluación de impactos ambientales

1) Método de la matriz de Leopold

El Método de la Matriz de Leopold fue uno de los primeros esfuerzos realizados para la Evaluación de Impacto Ambiental, elaborada por el Dr. Luna Leopold y colaboradores del Geofisical Survey de los estados Unidos en 1971, como elemento de guía para este tipo de estudios.

El método se basa en una matriz que consta de 100 acciones que pueden causar impacto en el ambiente dispuestas en las columnas, mientras los factores o condiciones ambientales a ser alterados, están ubicados en las filas en número de 88.

Una de las fallas más criticadas es su falta de objetividad, pues cada usuario tiene libertad en escoger los valores que incluirá en la matriz de acuerdo a su criterio, lo que

incorpora en ella un gran ingrediente de subjetividad. Por esto éste método lo debe usar personal con criterio formado a través de adiestramiento y/o experiencia previa, de forma que represente lo mejor posible la realidad en la que se desenvuelve el proyecto a ejecutarse.

El trabajo con la matriz empieza con la selección de las relaciones entre acciones y factores que se afectarán ubicando en la casilla correspondiente una marca que indique la existencia de esta afectación. Es aconsejable que esta marca sea una diagonal (/) que divida la casilla en dos sectores. Una vez incluidas en la matriz todas las relaciones se puede eliminar tanto las acciones (columnas) o factores ambientales (filas) que no hayan sido consideradas y por lo tanto marcadas como antes se indicó.

A los efectos los calificamos dos aspectos:

Magnitud del impacto, en la escala de 0 a 3. Este valor le colocamos en el margen superior izquierdo de la casilla que intercepta la acción del proyecto con el indicador. Lleva signo positivo si el impacto indica beneficio y negativo en caso contrario.

Importancia del impacto, en la escala de 1 a 3. Este valor anotamos en el margen inferior derecho de la correspondiente casilla. (TÉCNICAS DE EVALUACIÓN AMBIENTAL, 2005).

Magnitud / Importancia

Nula 0

Insignificante 1

Media 2

Alta 3

2) Método de la matriz de Lázaro Lagos

La Matriz de Lázaro Lagos, para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de matrices de Leopold y Batelle-Columbus, todo gracias al ingenio del científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa.

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, aire, suelo, flora, fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan dentro del proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de los componentes mencionados se han determinado nueve criterios de evaluación que son:

a. Naturaleza: Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con (+) o si es negativo se marcará con (-)

b. Magnitud: La magnitud se determina a través de los siguientes rangos:

1. Baja intensidad
2. Moderada intensidad
3. Alta intensidad

c. Importancia. Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

- 0 Sin Importancia
- 1 Menor importancia
- 2 Moderada importancia
- 3 Importante importancia

d. Certeza. Se determinará a través de tres rangos definidos con letras.

- C Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de 75%
- D Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%
- I Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza el impacto.

e. Tipo. Se define a través de:

(Pr) Primario: Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto.

(Sc) Secundario: Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto

(Ac) Acumulativo: Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

f. Reversibilidad. Puede ser de dos tipos:

- 1 Reversible: Si el impacto es transformable por mecanismos naturales
- 2 Irreversible: Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales

g. Duración. Se determina a través del tiempo en:

- 1 A corto plazo: Si el impacto permanece menos de 1 año.
- 2 A mediano plazo: Si el impacto permanece entre 1 a 10 años
- 3 A largo plazo: Si el impacto permanece más de 10 años.

h. Tiempo en aparecer. Determinado también por el tiempo se clasifica en:

C. Corto Plazo: Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.

M Mediano plazo: Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.

L Largo plazo: Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto.

i. Considerado en el proyecto: Se define por las alternativas.

S Si: Si el impacto es considerado en el proyecto

N No: Si el impacto no fue considerado en el proyecto.

Al final de la evaluación se obtiene la ponderación y la muestra de resultados en donde posterior a esto se utiliza la matriz de cuantificación de los impactos ambientales. (SANTILLAN R, 2005)

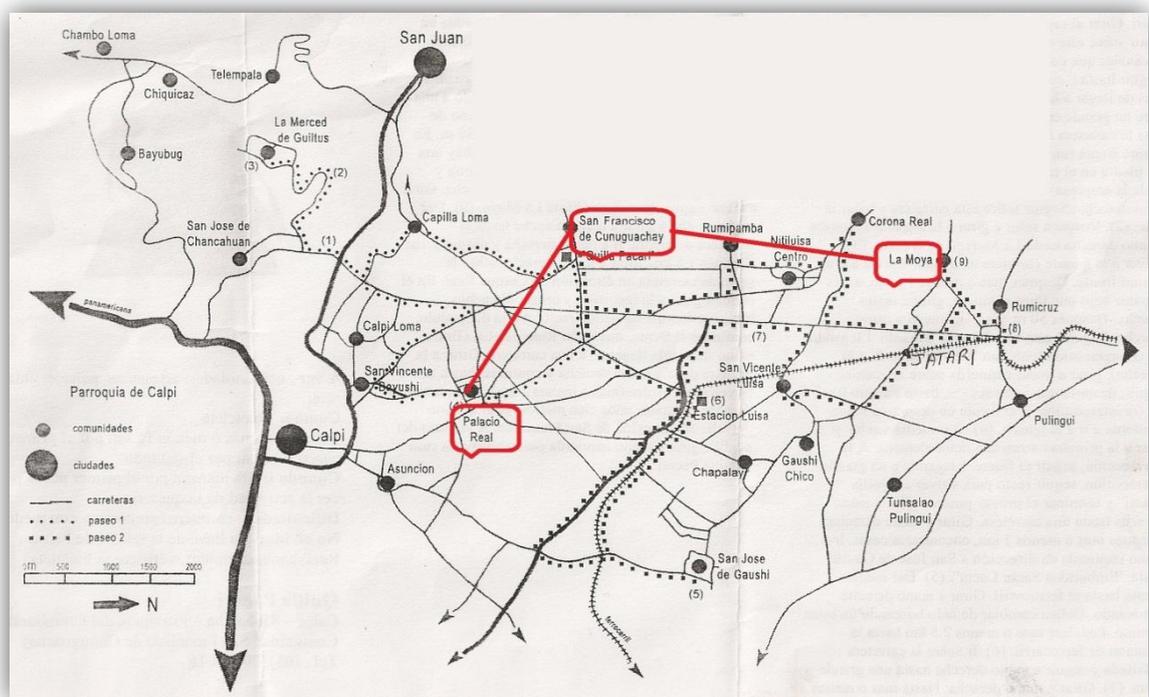
IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La tesis se realizó en las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y la Moya, todas pertenecientes a la parroquia rural Santiago de Calpi, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Mapa N° 1: Mapa de la Parroquia de Calpi y sus comunidades



Fuente: Asociación de mujeres Quilla Pacari
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2013

2. Ubicación geográfica

La parroquia rural Santiago de Calpi se encuentra ubicada al Norte Occidental del Cantón Riobamba a solo 15 minutos del mismo.

Geográficamente según datos GPS, la parroquia está ubicada en las coordenadas:

Coordenadas proyectadas UTM Zona 17S, Datum WGS84: X (750324 m) Y (9820073 m) Z (3098)

Situada desde el origen de la zona a 250,3 km hacia el Este y 179,9 km hacia el Sur.

3. Límites

La parroquia rural Santiago de Calpi limita con:

NORTE: Parroquia San Andrés

SUR: Cajabamba

ESTE: Parroquia Licán

OESTE: Parroquia San Juan

4. Características climáticas

Según el INAMHI, en el sitio existe un clima ecuatorial meso térmico semi-húmedo a húmedo. Las temperaturas medias anuales fluctúan 18 ó 22°C durante el día y bajan en la madrugada a -2°C o más ocasionando heladas que constituyen un factor limitante para los cultivos aun cuando se disponga de riego.

La humedad varía entre 75 y 80% Las precipitaciones anuales fluctúan entre 500 y 1000 mm y se reparten en dos estaciones lluviosas (febrero a mayo y en octubre-noviembre).

5. Clasificación ecológica

Rodrigo Sierra (1999) ubica al sitio en los ecosistemas de Páramo Arbustivo que se encuentra sobre los 3.100 m.s.n.m. Las hierbas en penacho son reemplazadas por arbustos, hierbas de varios tipos, plantas en roseta y, especialmente en los páramos más húmedos, por plantas en almohadilla. Pequeños árboles de los géneros *Polylepis* y *Escallonia* pueden ocurrir.

Además lo ubica en el ecosistema Bosque Siempre verde Montano Alto que se extienden desde los 3.000 hasta los 3.400 m.s.n.m. Incluye la "Ceja Andina" o

vegetación de transición entre los bosques montano altos y el páramo. El bosque siempre verde (húmedo) montano alto es similar al bosque nublado en su fisonomía y en la cantidad de musgos y plantas epífitas.

6. Características del suelo

Según Sierra (1999) Los suelos son derivados de materiales volcánicos, principalmente cenizas, productos de la desintegración y meteorización de la cangagua.

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Materiales de Oficina

- a. Marcadores permanentes
- b. Hojas de papel bond
- c. Hojas para impresora
- d. Esferos
- e. Libreta de campo
- f. Cinta adhesiva
- g. Portaminas
- h. Minas
- i. Borradores
- j. Cd's
- k. Copias
- l. Impresiones

2. Equipos

- 1) Computador
- 2) Cámara Digital
- 3) Video cámara
- 4) Infocus
- 5) GPS
- 6) Grabadora de mano

C. METODOLOGÍA

1. Evaluación del potencial turístico patrimonial de las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y la Moya.

a. Diagnóstico situacional

Se realizó una búsqueda de información actualizada sobre las tres comunidades de la parroquia de Calpi en los ámbitos: físico-espacial, socio-cultural, político-administrativo, económico- productivo, ecológico-territorial (Anexo 1)

Esta información se la extrajo de fuentes de información secundaria como: planes parroquiales, estudios realizados por la CORDTUCH, informes realizados por la ESPOCH.

Luego con la información recolectada y estructurada se procedió a validar dicha información en conjunto con la gente perteneciente a las tres comunidades de la parroquia Santiago de Calpi a través de talleres participativos e integrales.

b. Registro del patrimonio cultural inmaterial

Tomando en cuenta este enunciado, la evaluación del potencial turístico patrimonial de estas tres comunidades se lo realizó de la siguiente manera:

1) Para el registro del patrimonio cultural inmaterial (PCI) de las tres zonas y como en este caso solo se hizo referencia al patrimonio inmaterial, las fichas fueron llenadas acorde a los cinco ámbitos que son: Tradiciones y expresiones orales, Artes del espectáculo, Usos sociales, rituales y actos festivos, Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y Técnicas artesanales tradicionales.

Para este registro se aplicó como herramienta la ficha de (Registro del Patrimonio Cultural Inmaterial propuestas por el INPC 2010), a la cual se le modificó para poder determinar cuál de todas las manifestaciones registradas merecen ser considerada en la actividad turística. (Anexo 2).

La estructura de las fichas de registro constó de 11 lineamientos a ser llenados y éstos fueron:

- a) Datos de localización
- b) Fotografía referencial
- c) Datos de identificación
- d) Descripción de la manifestación
- e) Portadores/soportes
- f) Valoración por parte de la comunidad
- g) Interlocutores
- h) Elementos relacionados
- i) Anexos (Texto, fotografías, videos o audio)
- j) Otros anexos
- k) Datos de control

Con el fin de identificar cuál de todas estas manifestaciones merece ser un bien patrimonial y que nos sirva para aplicarla al turismo, a la ficha que tiene 11 registros se le incrementó uno más, lo cual dio un total de 12 registros a ser llenados, siendo el último punto en donde se evaluó cinco criterios de identificación que son:

- **Vinculación a los ámbitos del patrimonio inmaterial.** La manifestación se enmarca en la definición del Patrimonio Inmaterial establecida en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la que el Ecuador es país signatario.
- **Transmisión intergeneracional y vigencia.** Los conocimientos, saberes, técnicas y prácticas inherentes a la manifestación se heredan de generación en generación. En este proceso continuo de transmisión de los saberes, los significados son recreados en función de los contextos sociales, económicos, políticos o culturales manteniéndose la vigencia y pertinencia de la manifestación para la comunidad o grupo detentor.

- **Representatividad y reconocimiento comunitario y/o colectivo.** La manifestación tiene relevancia histórica y significación social; es valorada y reconocida por la comunidad o grupo detentor como parte de su identidad y sentido de pertenencia.
- **Equidad.** La manifestación promueve la solidaridad, la cohesión social, la reciprocidad y contiene valores que fomentan el bienestar social y colectivo.
- **Respeto a la diversidad.** La manifestación se enmarca en el respeto a la diversidad y no promueve conflictos de discriminación étnica, racial, social.

Cada uno de estos criterios tuvo un valor de 20 puntos que sumándolos entre los 5 criterios a evaluarse dio un total de 100 puntos.

La interpretación de los resultados se dio de la siguiente forma:

CATALOGACIÓN	DETERMINANTE	VALORACIÓN
BP	La manifestación merece ser reconocida como bien patrimonial y puede ser incluida como un atractivo cultural en la actividad turística	71-100
RC	La manifestación necesita pasar por un proceso de revitalización cultural	36-70
M	La manifestación no cumple con los criterios evaluados para ser un bien patrimonial y ser incluida en la actividad turística.	1-35

- 2) Una vez realizado el registro, se procedió a determinar cuál de todas las manifestaciones antes identificadas iban a ser utilizadas en la actividad turística, así como también se redactó la declaratoria cultural de cada comunidad dejando identificado el potencial que tiene cada una.

c. Estudio de mercado

1) Análisis de la demanda

a) Segmentación del mercado

El segmento de mercado que se consideró para realizar el estudio fue constituido por los datos del año 2013 en cuanto a visitas que se ha dado a la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo que corresponde tanto a turistas nacionales como internacionales que visitaron la reserva.

Se tomó este segmento de mercado por encontrarse próximo a la parroquia Santiago de Calpi y por ser un destino turístico con mayor afluencia de turistas.

b) Universo

El universo de estudio de la demanda con el que se trabajó corresponde a:

CUADRO N° 2: Número de visitantes a la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo.

Área natural	UNIVERSO	
	NACIONALES	EXTRANJEROS
Reserva faunística de Chimborazo	53.969	9.634

Fuente: Ministerio del Ambiente

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2013

c) Muestra

Para determinar la muestra de estudio se utilizó la fórmula de Canavos (1998), cuya fórmula se detalla a continuación:

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

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

(p.q)= Probabilidad de ocurrencia (0,5)

z = constante de posibilidad de error

e = margen de error (8%)

➤ **Muestra nacionales**

$$\frac{53.969 * 0.5 * 0.5}{(53.969 - 1) \left(\left(\frac{0.08}{1.75} \right)^2 \right) + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{722.8}{6.3} \qquad n = 119$$

➤ **Muestra extranjeros**

$$\frac{9.634 * 0.5 * 0.5}{(9.634 - 1) \left(\left(\frac{0.08}{1.75} \right)^2 \right) + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{123}{1.3} \qquad n = 118$$

d) Técnica - Instrumento

Como técnica de investigación se empleó la encuesta misma que fue aplicado al resultado obtenido en la muestra, tanto para el turista nacional como para el turista extranjero. (Anexo 3).

e) Exposición de resultados

Luego de aplicar las encuestas a los turistas, se procedió a plasmar los resultados mediante cuadros y gráficos con su respectivo análisis.

f) Perfil del turista

Finalmente con los datos antes expuestos se procedió a determinar el perfil del turista para posteriormente establecer la oferta.

2) Análisis de la oferta

a) Caracterización de la oferta actual

Para esta caracterización se realizó una salida de campo en donde se validó los productos turísticos que se están ofertando actualmente en la parroquia por parte de otras organizaciones de turismo comunitario que funcionan dentro de la zona de estudio. Además se validó el catastro de la planta y facilidades turísticas (Anexo 4) existente en las tres comunidades de Calpi.

b) Caracterización de la oferta complementaria

Para esta caracterización se realizó una investigación en fuentes secundarias sobre el catastro turístico del cantón Riobamba para identificar los servicios complementarios que podrían aportar a la actividad turística en la parroquia de Santiago de Calpi.

c) Caracterización de la competencia

Esta caracterización se elaboró en base de la oferta actual del sector antes analizado, utilizando como herramienta una guía de observación para identificar aquellos productos turísticos similares que están siendo ofertados en la zona de estudio, por parte de organizaciones tanto privadas como comunitarias.

En esta guía de observación se registró los siguientes datos: identificación, ubicación, cantidad de clientes que están atendiendo, precios, canales de distribución, medios de promoción y publicidad que emplean, formas de cobro, proceso productivo, fortalezas, ventajas y desventajas competitivas, debilidades, entre otros.(Anexo 5)

3) Confrontación oferta – demanda

a) Proyección de la oferta y demanda

La proyección de la demanda y oferta (competencia) se la obtuvo mediante la aplicación de la fórmula del interés compuesto, teniendo en consideración que para determinar el incremento anual tanto para el turismo nacional e internacional y la oferta futura se utilizó el Índice de Crecimiento Anual (ICA).

Fórmula del interés compuesto:

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

Co = Año a proyectar

Cn = Demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

I = Incremento de turismo nacional e internacional (7%)

N = El año a proyectarse

b) Demanda insatisfecha proyectada

La demanda insatisfecha proyectada se obtuvo de la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta de la competencia proyectada.

Una vez que se obtuvo la demanda insatisfecha se procedió a seleccionar la demanda objetivo lo cual implicaba cuantificar el porcentaje de la demanda potencial a ser captada del mercado que por ser un producto nuevo se captó solo un 8%.

d. Análisis situacional interna

1) Para la realización de este análisis interno se procedió a la aplicación de la matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) (Anexo 6), la misma que fue elaborada mediante talleres participativos e integrales con la gente de las tres comunidades de la parroquia Santiago de Calpi.

- 2) Luego se procedió a identificar y priorizar los nudos críticos, mismos que fueron establecidos a través de las debilidades y amenazas encontradas en los sectores de estudio. También se procedió a identificar y priorizar las claves del éxito, los cuales también fueron establecidas a través de las fortalezas y oportunidades encontradas en los sectores de estudio.
- 3) Posterior a esta determinación, se procedió con la planeación de estrategias o alternativas a los nudos críticos antes identificados.
- 4) En segunda instancia se realizó un mapeo de los posibles actores que intervendrán en este proyecto, este mapeo se lo realizará a través de un análisis proveniente de fuentes secundarias de información.

2. Estructura técnica del producto turístico patrimonial

a. Identificación de los bienes patrimoniales

Para el desarrollo de la estructura técnica del producto turístico patrimonial, en primer lugar se seleccionó y se categorizó los atractivos turísticos patrimoniales con los que se va a trabajar, los cuales fueron definidos en base a los cinco criterios anteriores de vulnerabilidad que son: Vinculación a los ámbitos del patrimonio inmaterial, transmisión intergeneracional y vigencia, representatividad y reconocimiento comunitario y/o colectivo, equidad y respeto a la diversidad.

b. Identificación y selección de la planta turística

Una vez identificado los bienes patrimoniales que iban a integrar el plan se procedió a seleccionar del estudio anterior la planta turística local con la que se va a trabajar tanto en hospedaje, alimentación, transporte, guíaanza.

c. Identificación y selección de las facilidades turísticas

Para complementar la selección anterior también se procedió a identificar y elegir las facilidades turísticas que iba a tener el producto siendo la señalización orientativa, informativa e interpretativa las que primaron dentro del proyecto.

d. Estructura de paquetes

Una vez determinados los elementos anteriores se procedió a diseñar la ruta y por ende los paquetes turísticos para la operación y comercialización del producto turístico patrimonial, los cuales se elaboraron en base a los resultados obtenidos de los estudios de la oferta y la demanda.

Los paquetes se los estructurará teniendo en cuenta el siguiente orden:

- 1) Nombre del Paquete: Corto y llamativo que motive la compra
- 2) Codificación: Numeración
- 3) Duración: Horas, días, noches
- 4) Carácter: Historia, naturaleza, cultura, aventura
- 5) Tiempo de las actividades: Inicio, duración
- 6) Descripción de Actividades: En orden de visita/día
- 7) Localidad receptora
- 8) Itinerario: Atractivos naturales y/o culturales, actividades, tiempos, sitios
- 9) Dificultad: Fácil, moderado, difícil
- 10) Precio: por número de pasajeros
- 11) Servicios que se incluyen
- 12) Servicios que no se incluyen
- 13) Observaciones: Requerimientos para la visita, condiciones de reservaciones, impedimentos
- 14) Mapa y fotografía

e. Estrategia de comercialización

Se identificó algunas estrategias de comercialización en base al Marketing Mix o 4 C's (consumidor, costo, convivencia, comunicación) para su posterior aplicación, tomando en cuenta las exigencias, los valores diferenciales, los canales de comercialización y la posibilidad de posicionamiento del producto turístico patrimonial.

3. Estudio administrativo-legal

a. Estudio legal

Se revisó las leyes competentes para el desarrollo de la actividad turística, según su jerarquía.

- 1) Constitución Política de la República de Ecuador.
- 2) COOTAD
- 3) Ley de Economía Popular y Solidaria
- 4) Ley de Turismo
- 5) Reglamento de turismo comunitario
- 6) Ley de régimen tributario interno
- 7) Ley de Patrimonio Cultural
- 8) Convenciones y cartas sobre PCI.

b. Estudio administrativo

La gestión de la operación del producto, se definió mediante reuniones y talleres participativos con los dirigentes de las tres comunidades de la parroquia, para así construir:

- 1) La estructura administrativa y operativa.
- 2) Procesos Diagramas de flujo y registros de operación del proyecto.
- 3) Manual de funciones para la prestación de servicios turísticos.
- 4) Normas de conducta durante la gestión del proyecto.

4. Estudio económico-financiero, ambiental y sociocultural

a. Análisis económico

Para realizar éste análisis se tomó en cuenta los costos que generara la implementación del producto turístico patrimonial, a estos costos se le sumaron los rubros que deben ser cancelados en los diferentes estamentos involucrados en la operación turística comunitaria.

Para determinar la viabilidad económica se trabajó en un análisis de:

- 1) Activos fijos, diferidos y capital de trabajo
- 2) Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- 3) Cálculo de depreciaciones y amortizaciones
- 4) Presupuesto de costos y gastos
- 5) Costo e ingresos
- 6) Estado de resultado
- 7) Flujo de caja del proyecto

b. Análisis financiero

Se realizó este análisis financiero para tener una visión de la liquidez del proyecto razón por la cual se aplicó otros cálculos como:

- 1) El valor actual Neto (VAN), para tener la seguridad de que el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.
- 2) La Tasa Interna de Retorno (TIR), para identificar la rentabilidad del capital invertido.
- 3) La relación Costo Beneficio, para determinar si el proyecto generará una relación de ganancia o pérdida al ser implementado.

c. Evaluación ambiental y socio cultural.

Mediante la metodología de Lázaro Lagos (Anexo 7) se determinó el nivel de impacto socio-cultural y ambiental que ocasionará la ejecución del producto turístico patrimonial dentro de las tres comunidades de la parroquia Santiago de Calpi, analizando las variables de: suelo, agua, aire, flora, fauna, social, y cultural, siendo los parámetros para la evaluación los siguientes: naturaleza, magnitud, importancia, certeza, tipo, reversibilidad, duración y tiempo en que aparece. En cuanto a los criterios de evaluación, se los planteó acorde a cada componente; es así que en el componente social y cultural se trabajará con criterios como:

Cultural	Pérdida de identidad
	Aculturación
	Pérdida de la memoria social
	Deterioro de los bienes muebles
	Deterioro de los bienes inmuebles
	Respeto al patrimonio cultural
	Conservación del patrimonio cultural inmaterial
	Salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial
Social	Generación de fuentes de trabajo
	Equidad
	Cohesión social
	Disminución de la pobreza
	Igualdad de género

Posterior a éste análisis de la matriz se procedió a proponer el plan de mitigación más adecuado que pueda ser implementado en el proyecto; dependiendo del estado de conservación y del componente ya sea éste natural o socio - cultural.

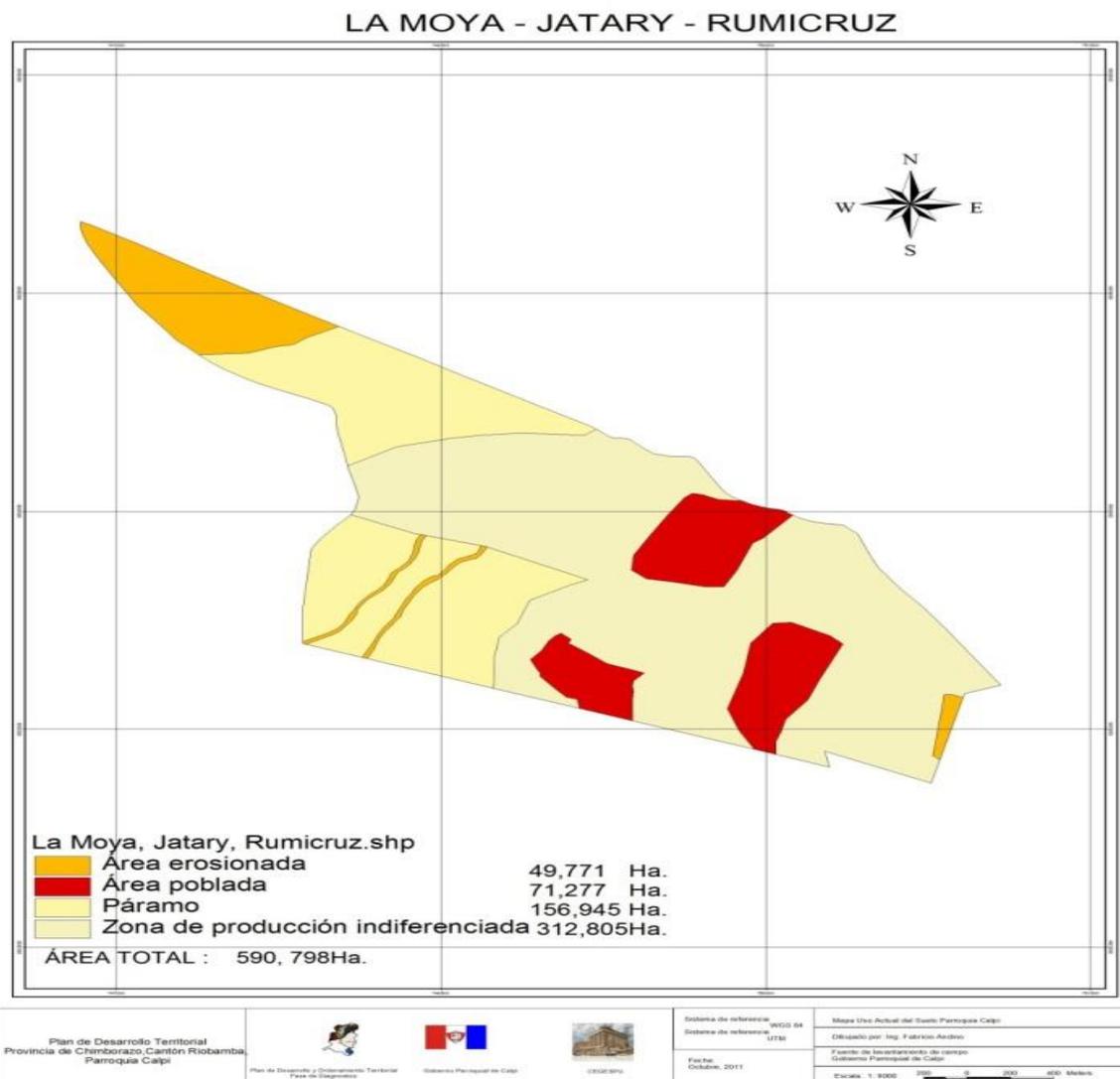
V. RESULTADOS

A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO PATRIMONIAL DE LAS COMUNIDADES DE PALACIO REAL, SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY Y LA MOYA.

1. Diagnóstico situacional

a. Comunidad La Moya

Mapa N° 1: Comunidad la Moya.



Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

1) **Ámbito Físico-Espacial**

a) **Ubicación**

La comunidad de la Moya se encuentra ubicada en la parroquia de rural Santiago de Calpi, La Moya tiene una altitud de 3246 metros sobre el nivel del mar, y 17 M 0748972, 9825342 de coordenadas geográficas UTM.

b) **Límites**

Limita al norte con la comunidad de Rumicruz, al sur con la comunidad de Nitiluisa y San Vicente de Luisa, al este con la comunidad de Jatari Campesino y al oeste con la comunidad de Corona Real.

c) **Infraestructura básica**

i. **Agua**

La disponibilidad del servicio de agua de consumo humano y uso doméstico en las comunidades y barrios abarca en su totalidad pero en forma diferenciada ya que mientras solo tres comunidades de toda la parroquia de Calpi cuentan con agua potable, la comunidad de la Moya solo cuenta con agua entubada.

Cuadro N° 1: Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano y uso doméstico en la comunidad de la Moya.

Comunidad	Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano (Entubada, Potable)		
	Entubada	Potable	No
La Moya	1		

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De las 177 familias de la comunidad de la Moya, 40 familias tienen acceso al agua de riego en una proporción de 3.5 litros /segundo, y 120 litros/segundo, mientras que 137 familias tienen acceso al agua para consumo aclarando que esta agua aun no es potable sino entubada.

Cuadro N° 2: Acceso al recurso agua de las familias en los asentamientos humanos de la comunidad de la Moya.

Comunidad	N° de familias con acceso al agua de riego	N° de familias con acceso al agua de consumo humano y uso doméstico	N° de familias con acceso al agua para piscicultura	N° de empresas que emplean agua como materia prima
LA MOYA	40	137	0	0

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

ii. Alcantarillado

La red de alcantarillado se considera un servicio básico, sin embargo la cobertura de estas redes en la Parroquia es muy limitada ya que solo cinco de las 17 comunidades tienen saneamiento, el resto no posee este servicio debido a la baja cobertura por parte del gobierno parroquial y al desordenado crecimiento poblacional, esto genera importantes problemas sanitarios para la población.

La comunidad de la Moya no cuenta con un sistema de alcantarillado solo pozo séptico.

Cuadro N° 3: Infraestructura disponible para la disposición de aguas servidas en la comunidad de la Moya.

Comunidad	Forma de disposición de aguas servidas		
	Número de familias con alcantarillado	Número de familias con pozo séptico	Número de familias que disponen las aguas servidas directamente sobre ríos y quebradas
La Moya	0	177	-----

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

iii. Electricidad

La parroquia Santiago de Calpi según información de la empresa eléctrica Riobamba S.A. en cuanto a la red pública nos demuestra que 2,747 residentes poseen medidores en sus viviendas tanto en la zona urbana como en cada una de las comunidades.

Cuadro N° 4: Disponibilidad del servicio de electricidad en la comunidad de la Moya.

Comunidad	Disponibilidad del servicio de electricidad		Forma de provisión		
	Si	No	Red pública	Fuente alternativa	Otros
La Moya	x		x		

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

iv. Servicio de comunicación

En cuanto a la comunicación fija solo cuentan pocas comunidades, esto se debe a la baja cobertura de los servicios de CNT que no logra llegar a las demás comunidades, mientras que la telefonía móvil posee toda la población.

Cuadro N° 5: Disponibilidad de servicios básicos de comunicación en la comunidad la Moya.

Comunidad	Servicio de Telefonía fija			Servicio de telefonía móvil			Servicio de locales multi-servicios	
	Si	No	N° de familias que cuentan con el servicio	Si	No	N° de familias que cuentan con el servicio	Si	No
La Moya		x	0	x		166		x

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

d) Transporte

El transporte ha desempeñado un papel estratégico, ya que por medio de este servicio se logra el traslado de personas, bienes y mercancías a su lugar de destino. Esta red está comprendida por todos los caminos que pertenecen a la parroquia y sirve para la conexión del área externa a la ciudad.

Para llegar a la comunidad de la Moya se lo puede hacer mediante dos medios de transporte: el primero en bus y el segundo en camionetas particulares.

Cuadro N° 6: Servicios de transporte desde y hacia la comunidad de la Moya.

Comunidad	Tipo de medio de transporte				Nombre de la cooperativa	Horarios disponibles
	Buses	Camionetas	Rancheras	Taxis		
La Moya		x			Particulares	Indefinidas
	x				UNIDOS	06h00 hasta 18h00

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

e) Manejo de desechos sólidos

Los desechos son desperdicios o sobrantes de las actividades humanas y por su origen se clasifican en orgánicos e inorgánicos.

Los desechos orgánicos son biodegradables (se descomponen naturalmente), son aquellos que tienen la característica de transformarse en otro tipo de materia orgánica.

Mientras que los inorgánicos son los que por sus características químicas sufren una descomposición natural muy lenta que por ende la mayoría de la gente de las comunidades opta por quemar este tipo de desechos o en el peor de los casos arrojarlas a ríos y quebradas generando un alto grado de contaminación ambiental.

2) Ámbito Socio-Cultural

a) Historia

Hace algunos años en el sitio que hoy es ocupado por la comunidad de la Moya cuentan los abuelos que existió un gran deslave entre los años de 1500 a 1600, las familias que existían en esta zona eran de apellidos Romeros, Guevara, Jaras que predominaba en la zona; la familia Romero llegado el tiempo les ofreció a los indígenas apoyar con el material para la construcción de la Iglesia a la mayoría de indígenas que existían en esa época en la zona pero a cambio ellos debían compartir el agua de riego que tanto trabajo les había costado sacar ellos acceden ante esta petición y la familia Romero más tarde se apodera del agua de riego de los indígenas dejándoles sin agua.

Más tarde algunas familias de indígenas llegan a vivir a ese sector los Miñarcaja, los Puma y Castros y se enteran del problema que tenían y que se habían quedado sin agua y ellos se unen y reclaman a la familia Romero estos al no acceder se levantan y rescatan el agua para uso y consumo de ellos.

Es por esto que el nombre de la comunidad se debe a este proceso de la búsqueda y recuperación del agua de riego que en un inicio le pertenecía a la gente de la comunidad y para ellos la palabra moya significa agua.

Otro concepto dice que el nombre de La Moya proviene del valle en el que la comunidad se encuentra asentada. En este valle solían habitar las familias Romero y Moyano, tomando de esta última el nombre de la Moya.

b) Demografía

Demográficamente la parroquia Santiago de Calpi cuenta con un total de 6469 habitantes. De los cuales, desagregándolos por sexo y grupos de edad, la comunidad de la Moya cuenta con un total de 520 habitantes, de los cuales 259 habitantes son hombres (49,81%) y 261 habitantes son mujeres (50,19%). Encontrándose en un rango de edad que oscila entre los 30 a 49 años.

Cuadro N° 7: Población desagregada por género y grupos de edad en la comunidad la Moya.

Comunidad	Menores		Entre 1 y		Entre 10 y		Entre 15 y		Entre 30 y		Entre 50 y		Más de 65 años		Total Población
	de 1 año		9 años		14 años		29 años		49 años		64 años				
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
La Moya	1	0	29	24	16	20	38	29	85	97	51	62	39	29	520

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Johanna Quinchuela, 2014

c) Composición étnica

La composición étnica por asentamiento humano dentro de la comunidad de la Moya, está conformada mayoritariamente por población indígena y en una minoría mestiza.

Cuadro N° 8: Composición étnica por asentamiento humano en la comunidad de la Moya.

Comunidad	Población mayoritariamente indígena	Población Mayoritariamente mestiza
La Moya	x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Johanna Quinchuela, 2014

d) Idioma

En la comunidad de la Moya, la mayoría de sus habitantes hablan Kichwa sin exceptuarse también el dominio del idioma español como su segunda lengua.

Cuadro N° 9: Idioma predominante en la comunidad de la Moya.

Comunidad	Población mayoritariamente de habla Bilingües	Población mayoritariamente de habla Hispana	Población mayoritariamente de habla Kichwa
La Moya			100%

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

e) Religión

La religión que prevalece en el lugar es la católica en un 99% de la población y el 1% es evangélico.

f) Vestimenta

i. Vestimenta tradicional empleada por género y grupos de edad

- Vestimenta tradicional empleada por el hombre adulto

Cuadro N° 10: Vestimenta tradicional por los hombres adultos de la comunidad de la Moya.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas				
	Alpargata	Pantalón de jerga	Zamarro	Sombrero de pensé	Poncho
LA MOYA				x	x

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

La forma de vestir tradicional por los hombres adultos se caracteriza por el poncho y sombrero.

- Vestimenta tradicional empleada por la mujer adulta

Cuadro N° 11: Vestimenta tradicional por las mujeres adultas de la comunidad de la Moya.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas														
	Anaco	Pollera	Debajero	Makana	Chalina	Bayeta	Faja	Chankalli	Alpargatas	Washka	Tupo	Sombrero de lana	Shikra	Cinta de pelo	Chauchera
LA MOYA	X	X	X		X	X	X	X		X		X	X	X	X

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Las mujeres adultas usan anaco, pollera, debajero, chalina, bayeta, faja, chankalli, washka, sombrero de lana, shikra, cinta de pelo y una chauchera.

- **Vestimenta tradicional empleada por los jóvenes**

Cuadro N° 12: Vestimenta tradicional empleada por los jóvenes de la comunidad de la Moya.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas				
	Alpargata	Pantalón de jerga	Zamarro	Sombrero de pense	Occidental
La Moya					X

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

La vestimenta tradicional que utilizan los hombres adolescentes de la comunidad es poncho y en muy pocos casos sombrero, ya que su manera de vestir es preferentemente occidental.

- **Vestimenta tradicional empleada por las mujeres adolescentes de la comunidad.**

Cuadro N° 13: Vestimenta tradicional empleada por las mujeres adolescentes de la comunidad de la Moya.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas														
	Anaco	Pollera	Debajero	Makana	Chalina	Bayeta	Faja	Chankalli	Alpargatas de caucho	Washka	Tupo	Sombrero de lana	Shikra	Cinta de pelo	Chauchera
La Moya	X					X	X			X		X	X		

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De alguna forma las mujeres adolescentes de la comunidad aún siguen manteniendo su vestimenta tradicional aunque a veces la combinan con el estilo tradicional. Entre las prendas que integran la vestimenta tradicional tenemos el anaco, bayeta, faja, washka, sombrero de lana, shikra.

g) Vivienda

La población de la Parroquia posee escasos recursos, las viviendas llegan a tener características constructivas poco elaboradas o tradicional en dimensiones reducidas, además se han encontrado edificaciones mixtas que es la combinación de materiales como el bloque y teja aunque también existen construcciones de hormigón o loza pero en muy pocos casos.

En la comunidad de la Moya existe en un mayor porcentaje viviendas de construcción mixta.

Cuadro N° 14: Características constructivas de las viviendas en la comunidad la Moya.

COMUNIDAD	Número de familias que cuentan con vivienda propia	Características constructivas de la vivienda		
		Número de viviendas con construcción tradicional	Número de viviendas con construcción mixta	Número de viviendas con construcción de hormigón
La Moya	189	5	7	2

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

h) Migración

i. Migración temporal dentro del país

La migración se ha constituido en estos últimos tiempos la manera de sobrevivir, así como un fenómeno que ha evidenciado cambios radicales en la vida de los habitantes de la parroquia.

Debido a la migración se ha disminuido la producción en los campos, aun siendo uno de los ingresos primordiales en la parroquia, ahora son sembrados por mujeres, niños y

ancianos, actualmente los jóvenes y adultos abandonan los campos en busca de mejores días.

A partir del año 2000 en el país se produce un proceso migratorio debido a la crisis económica, esto provocó que sufran una disgregación familiar. Se calcula que 2 de cada 10 familias de las comunidades de la parroquia registran la presencia de un familiar directo en las ciudades como: Riobamba, Quito, Guayaquil o Puyo.

Cuadro N° 15: Casos de migración temporal dentro de la comunidad la Moya.

Comunidad	Casos reportados por ciudades de destino						Total de casos reportados
	QUITO		GUAYAQUIL		PUYO		
	No.	%	No.	%	No.	%	
La Moya	1	100	0	0	0	0	1

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

En el caso de la comunidad de la Moya no se ha presenciado un alto porcentaje de migración temporal, encontrándose solo un caso de migración hacia la ciudad de Quito; por ser considerada como una ciudad de progreso, capital de los ecuatorianos.

ii. Migración permanente fuera del país

En los últimos años la parroquia Santiago de Calpi también enfrenta la migración internacional, varios jefes de familia e hijos varones están iniciando la migración a países como: EE.UU, España, Italia, entre otros, dentro del aporte a la economía están las remesas que los emigrantes generan, en algunos casos son utilizados en la actividad agrícola, en la compra de terrenos, construcciones de viviendas y pocos de los casos hacen mal uso de su dinero en alcoholismo, vestimenta occidental este caso es más relevante en los jóvenes de la comunidad.

Cuadro N° 16: Casos de migración permanente fuera del país en la comunidad la Moya.

COMUNIDAD	CASOS REPORTADOS POR CIUDADES DE DESTINO						TOTAL DE CASOS REPORTADOS
	EE.UU.		ESPAÑA		ITALIA		
	NO.	%	NO.	%	NO.	%	
La Moya	1	50	1	50	0	0	2

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Dentro de la comunidad se ha presenciado dos casos de migración hacia países como Estados Unidos y España por ser consideradas potencias económicas a nivel internacional.

i) Festividades

i. Festividades religiosas

La tradición que hasta la actualidad se mantiene tanto en las comunidades como en la cabecera parroquial es Semana Santa, llamado el mes de Pascuas del Señor con rituales de tiros en el aire a través de escopetas.

Las manifestaciones culturales religiosas guardan relación con las fuertes convicciones cristiano-católicas de sus habitantes así, se celebra al Santo Patrono Santiago de Calpi el 13 de Noviembre, Carnaval en el mes de Febrero en todas las comunidades, San Agustín en la tercera semana de Agosto en la comunidad de la Moya, navidad y Finados; cada festividad se acostumbra a celebrar con corrida de toros y banda de pueblo.

ii. Festividades no religiosas

En este grupo se considera a los aniversarios comunales y muchas de las veces son confundidas como festividades religiosas por llevar el nombre de algún patrono.

Entre otras festividades tenemos el día de la madre, del padre etc.

j) Educación

i. Escuelas

La disponibilidad de instituciones de educación es un proceso de vinculación y concienciación cultural, moral y conductual, es así que a través de la educación las nuevas generaciones asimilan y aprenden nuevos conocimientos, normas de conducta y modos de ser.

En la comunidad de la Moya existe una escuela fiscal con un nivel de educación primaria la cual según las últimas disposiciones gubernamentales ya no está en

funcionamiento y los niños están acudiendo a escuelas cercanas en la comunidad de Jatari y Nitiluisa.

Cuadro N° 17: Disponibilidad de instituciones educativas en la comunidad de la Moya.

Comunidad	Nombre de la institución	Tipo de institución				Nivel de formación ofertado				Jornada			Idioma	
		Fiscal	Fisco Municipal	Municipal	Privada	Pre-escolar	Primaria	Ciclo básico	Bachillerato	Matutina	Vespertina	Nocturna	Hispana	Bilingüe
La Moya	Escuela “Quipaypan”	x					x			x			x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Esta escuela cuenta con 2 aulas en estado regular un comedor, cocina y baños.

ii. Centros de desarrollo infantil

La finalidad de los centros de desarrollo infantil es cuidar y velar por los niños de edades entre 0 a 5 años, dentro de ellos se quiere mejorar su alimentación y recreación mediante actividades y juegos pedagógicos.

Cuadro N° 18: Disponibilidad de centros de desarrollo infantil en la Moya.

Comunidad	Nombre de la institución	Forma de administración						Jornada			Idioma		
		INFA	INFA-Gad Parroquial	INFA-Gad Cantonal	INFA-Gad Provincial	INFA ONG	ONG	Matutina	Vespertina	Nocturna	Hispana	Bilingüe	
La Moya	CIBV INCA ATAHUALPA	X	X					x					X

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

En la comunidad de la Moya existe un Centro de desarrollo infantil llamado “Inca Atahualpa” en donde existe un total de 40 niños(as) y 3 promotores.

3) Ámbito Político-Administrativo

a) Estructura interna

En la comunidad de la Moya se puede evidenciar la presencia de 4 organizaciones internas divididas en: 1 organización de regantes, 1 organización administradora de agua entubada, 1 organización de mujeres y 1 organización juvenil.

Cuadro N° 19: Número y tipo de organizaciones presentes en la comunidad la Moya.

Comunidad	N° de organizaciones de regantes	N° de organizaciones administradoras de agua entubada	N° de organizaciones de mujeres	N° de organizaciones juveniles	N° de organizaciones dedicadas a la producción y/o procesamiento	N° de organizaciones de ahorro y crédito	Número total de organizaciones presentes
LA MOYA una capacitadora para enseñarles a tejer suéteres y escarpines	1	1	1	1	0	0	4

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

a) Estructura externa

Las Instituciones que han estado presentes y han ejecutado acciones en la comunidad en los últimos 11 años, han sido:

Cuadro N° 20: Instituciones presentes y acciones ejecutadas en la comunidad la Moya.

Nombre de la institución/organización	Tipo de institución u organización			Señale las 3 principales acciones que desarrolla la organización (últimos 11 años)	Año de intervención
	Organismos del Gobierno Central	Gobiernos locales	Organismo no gubernamentales		
FUNDACIÓN EUGENIO ESPEJO	X			Vista	2000
				Odontología	2000
				Capacitación	2000
CONSEJO PROVINCIAL		x		Mejoramiento de vías	2003
				Ampliación de la vía	2005
				Entrega de plantas	2011
MIES "CHIMBORAZO"		x		Centro infantil	2001
				Aliméntate Ecuador	2001
				Incentivos adultos mayores	2006
MAGAP "CHIMBORAZO"		x		Alimentación para el ganado	2008
				Prevención de enfermedades	2006
				Capacitación	2007
MINISTERIO DE EDUCACION.	X			Libros escolares	2004
				Alimentación escolar	2007
				Maestros	2008

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

i. Fundación “Manuela Espejo”

Es de gran ayuda social está integrada por médicos ecuatorianos y cubanos, concluyó un estudio integral a las personas con discapacidad en la parroquia Santiago de Calpi. Las acciones que han venido desarrollando son vista, odontología y servicio social.

ii. Consejo Provincial

Siendo un organismo local y un aporte muy importante para el desarrollo de la provincia Chimborazo, en los últimos años ha intervenido en acciones como: mejoramiento de vías, en las comunidades de San José de Bayobug, Chamboloma, Chiquicaz, ampliación de la vías que comunica a Nitiluisa y limpieza de la carretera García Moreno, además este año entregó plantas como (aguacate, tomate medicinales, taxo, durazno, uva).

iii. Mies Chimborazo

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) promoverá y fomentará activamente la inserción económica de la población, de tal forma que se asegure el logro de una adecuada calidad de vida para todos los ciudadanos y ciudadanas, mediante la eliminación de aquellas condiciones, mecanismos o procesos que restringen la libertad de participar en la vida económica, social y política de la comunidad y que permiten, facilitan o promueven que ciertos individuos o grupos de la sociedad sean despojados de la titularidad de sus derechos económicos y sociales, y apartados, rechazados o excluidos de las posibilidades de acceder y disfrutar de los beneficios y oportunidades que brinda el sistema de instituciones económicas y sociales.

El MIES ha intervenido para desarrollar las siguientes acciones a través del programa alimentate Ecuador en los centros infantiles, incentivo a adultos mayores, el bono alimentación para aquellos sectores vulnerables.

iv. MAGAP Chimborazo

Es la institución rectora del agro, responsable de regular, facilitar, controlar y evaluar la gestión de la producción agrícola, pecuaria, forestal, pesquera y acuícola del país, con acciones que permitan el incremento de la productividad y competitividad, para lograr su crecimiento y desarrollo permanentes a través de la asistencia técnica, zonificación y priorización de acciones que garanticen la sustentabilidad del agro.

En la actualidad el MAGAP ha impulsado campañas en prevención de enfermedades en especies mayores y menores con la vacunación para la fiebre aftosa y entrega de alimentación para los ganados vacunos.

v. Ministerio de Educación

Su objetivo es dirigir el desarrollo de la gestión educativa para asesorar las demandas sentidas institucionales o de la comunidad regional en el contexto de la producción, la ciencia y tecnología, como institución desconcentrada que promueve la investigación y la identidad etno-cultural. Se han entregado libros escolares, alimentación y capacitaciones a los maestros en las comunidades y en la cabecera parroquial.

b) Espacios de encuentro y recreación

El espacio de recreación tiene pues importancia social al ser un espacio de encuentro y de convivencia. A través de ese convivir, puede acontecer una toma de conciencia, o el incitar a la persona a descubrir que los espacios urbanos equipados, conservados para la recreación son indispensables para una vida mejor para todos y se constituyen en un derecho. La comunidad de la Moya cuenta con una casa comunal, una cancha deportiva, una iglesia que últimamente fue reconstruida por el INPC.

Cuadro N° 21: Disponibilidad de espacios de encuentro y recreación en la Moya.

Comunidad	Casa Comunal	Canchas deportivas	Coliseo	Iglesia	Parque de recreación	Plaza	Estadio
La Moya	x	x		x			

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

4) **Ámbito Económico-Productivo**

a) **Aspectos económicos de la comunidad**

En cuanto al aspecto económico se ha determinado que los ingresos familiares de las personas de las comunidad se obtienen de la producción agrícola por medio de cultivos de (maíz, choclo suave, papas, zanahoria, alfalfa), lo que determina un 66,28% del total, seguida por la actividad pecuaria es decir crianza y comercialización de las especies mayores y menores con un 17,44 %,mientras que el 13,02% se dedica a la construcción o albañilería, esta actividad genera un promedio de \$40 por semana , con un 1,40% actividades relacionadas con el comercio, el 0,47% actividades artesanales y con un 1,39 % trabajan en el sector público y privado.

Cuadro N° 22: Ingresos familiares de las personas de la comunidad la Moya.

Comunidad	Actividad agrícola		Actividad pecuaria		Actividades de construcción		Actividades relacionadas con el comercio		Actividades artesanales		Empleados en el sector público		Empleados en el sector privado		Total de la población económicamente activa
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	
LA MOYA	285	66.28%	75	17.44%	56	13.02%	6	1.40%	2	0.47%	1	0.23%	5	1.16%	430

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

5) **Ámbito Ecológico-Territorial**

a) **Clima**

La temperatura media en la zona alta fluctúa en 9 grados y en los medios de 17 grados. El clima es variable, por lo tanto no se determina un patrón fijo estacionario por meses, caso que no sucedía en años anteriores esto es debido a la contaminación, a las actividades industriales ubicadas en las diferentes comunidades de la parroquia, incluso a la actividad volcánica generada por el Tungurahua y a la deforestación.

b) **Suelos**

Según el análisis de la cobertura vegetal de los suelos de la comunidad de la Moya se puede determinar que son suelos con pendientes fuertes, arenosos y áridos. En la zona desértica se pueden ver las estructuras internas de las montañas, erosionadas por la

sequía y los fuertes vientos. En el paisaje predomina el color azul de los nevados que lo rodean como el Chimborazo, siendo el nevado más importante de la Provincia. Cuenta con páramos, pastos, cultivos, pastos y cultivos, zonas erosionadas, abandonadas y zonas rurales amenazadas. La topografía de la zona es irregular, pequeñas altiplanicies, ladera pajonal páramo

Cuadro N° 23: Uso actual de los suelos en la comunidad de la Moya.

Comunidad	Páramo	Pastos	Cultivos	Pastos y cultivos	Zonas erosionadas	Zonas abandonadas	Zona rural amanzanada	Zonas extractivas e industriales
LA MOYA	X	x	x	x	x	x	x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

c) Acciones de impacto sobre el recurso suelo en la zona de páramos

Gran parte de los suelos de las altas montañas en el Ecuador son derivados de materiales volcánicos los cuales tiene una alta reserva de carbono.

Los valores típicos de carbono en suelo de páramos son de alrededor de 100g kg⁻¹ en lugares húmedos (mayor a 900 mm año⁻¹) pueden encontrarse contenidos de carbono orgánico por encima de 0,4 g g⁻¹. En la provincia de Chimborazo la acumulación de materia orgánica es más lenta y se encuentra contenido de carbono de 0,07 g g⁻¹. Sobre esta se observa una disminución del contenido de nitrógeno y fósforo, y la descomposición realizada por animales del suelo y microorganismos.

Se ha determinado que las acciones que impactan sobre el recurso suelo en las zonas de páramo-pajonal son la presencia de desechos y basuras, el empleo de insumos químicos para el control de plagas y malezas.

Cuadro N° 24: Impacto sobre el recurso suelo en la zona de páramos en la comunidad la Moya.

Acciones de afectación	Comunidad	Extensión	Intensidad	Persistencia	Permanencia	Posible afectación sobre				
						Propiedades físicas	Propiedades químicas	Poblaciones microbiológicas	Perdida de horizontes del suelo	Conservación del recurso
1. Presencia de desechos y basuras 2. Empleo de insumos químicos para el control de plagas y malezas 3. Se realiza la quema para la pronta disponibilidad de vegetación fresca para el pastoreo.	LA MOYA	Extenso	Alta.	Temporal	Permanente	x	x		x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

d) Flora

i. Especies de flora presentes en la zona de páramo.

Las especies que forman el pajonal son típicas de las zonas áridas porque su fisiología son hojas largas y delgadas en formas de penachos, protegen las hojas jóvenes que carecen al interior así tenemos: Paja, Cola de caballo, Sigse, Guanto, entre otras.

Cuadro N° 25: Especies de flora presentes en la zona de páramo en la Moya.

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	Tipo de vegetación			Uso					
		Árborea	Arbustiva	Herbácea	Alimentación humana	Alimentación animal	Alimentación animal	Medicinal	Leña	Construcción de viviendas
Paja	Stipaichu			x			x			
Ochoguspe	No se registra			x		x				
Yagual	Polylepisracemosa		x			x	x	x		
Chuquiragua	Chuquiragajussieui		x			x	x	x		
Lupina	Lupinussp.		x			x	x			
Tilo	Sambucusnigra	x				x	x	x		
Quishuar	Buddlejaincana	x						x		
Sara	No se registra			x		x				
Sigse	Costadeiraradiumscola		x			x	x			
Guanto	Datura arbórea	x						x		
Número total de especies reportadas					0	8	7	6	0	0

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

e) Fauna

i. Especies de fauna presentes en la zona de paramos

En la zona de páramos se encuentra variedad de especies en los que están: los conejos, ratón de páramo, picaflor, venado, sapo todos ellos no tan comunes; las especies que son frecuentes lobos, zorros, hurachuro, rucuman, perdiz y las especies que son habituales en el área son gigui, yuto, muctiuru, tórtola, por lo tanto solo el conejo sirve para el consumo humano y la tórtola como medicina.

Cuadro N° 26: Especies de fauna presentes en la zona de páramo en la comunidad de la Moya.

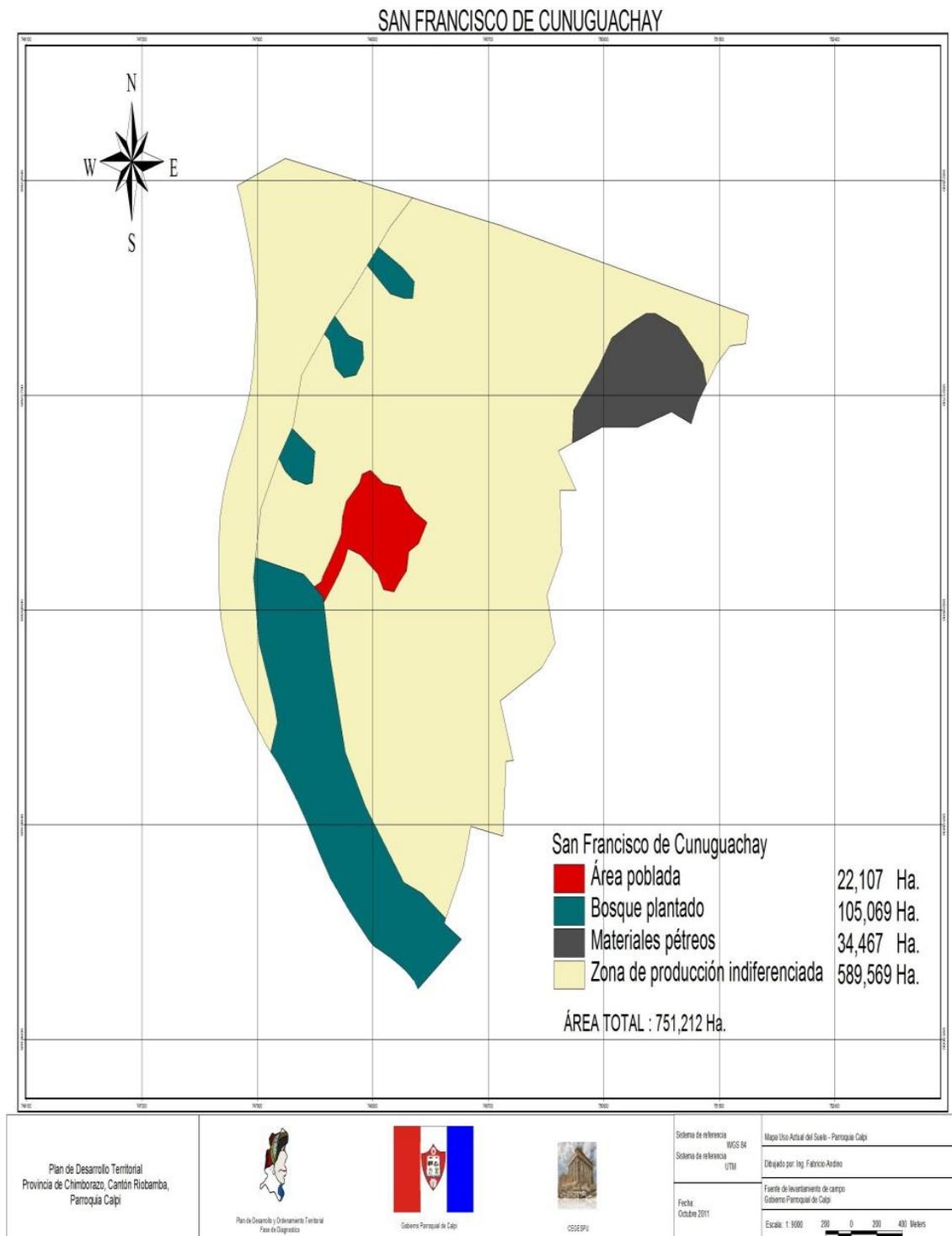
Nombre común	Nombre científico	Tipo				Uso			Abundancia		
		Mamíferos	Aves	Reptiles y Anfibios	Peces	Alimentación	Medicinal	Otros	Poco	Frecuente	Mucho
Conejos	<i>Silvylagus brasiliensis</i>	x				x			x		
Ratón	<i>caenolestes</i> sp.			x				x	x		
Lobos	<i>Silvylagus brasiliensis</i>	x						x		x	
Zorro	<i>Pseudalopex griseus</i>	x						x		x	
Picaflor	No se registra		x					x	x		
Hurachuro	<i>Pheucticus chrysopeplus</i>		x					x		x	
Rucuman	No se registra		x					x		x	
gigui	No se registra		x								x
Yuto	No se registra		x				x				x
Muctiuru	No se registra		x				x				x
Tórtola	<i>Zenaida auriculata</i>		x			x	x				x
Venado	<i>odocoileus virginianus</i>	x				x			x		
Sapo común	<i>Bufo</i> sp.			x				x	x		
Perdiz	<i>Alectoris</i> sp.		x			x				x	
Chucurri	<i>mustela frenata</i>		x								
Lagartija	<i>Pholidobolus montium</i>										
Número total de especies reportadas		4	9	2	0	4	3	7	5	5	4

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

b. Comunidad de San Francisco de Cunuguachay

Mapa N° 2: Comunidad de San Francisco de Cunuguachay.



Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

1) **Ámbito Físico-Espacial**

a) **Ubicación**

La comunidad San Francisco de Cunuguachay, se encuentra ubicada en la parroquia de rural Santiago de Calpi, La comunidad tiene una altitud de 3256 metros sobre el nivel del mar, y 17 M 0748911, 9821092 de coordenadas geográficas UTM.

b) **Limites**

Limita al norte con la comunidad de Rumipamba, al sur con la comunidad de Capilla Loma, al este con la comunidad San Vicente de Luisa y Palacio Real y al oeste con la parroquia de San Juan.

c) **Infraestructura Básica.**

i. **Agua**

La comunidad de San Francisco de Cunuguachay es una de las tres comunidades a nivel de toda la parroquia que cuenta con un sistema de agua potable.

Cuadro N° 27: Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano y uso doméstico en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano (Entubada, Potable)		
	Entubada	Potable	No
San Francisco de Cunuguachay		1	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De las 235 familias de la comunidad de San Francisco de Cunuguachay, 106 familias tienen acceso al agua de riego en una proporción de 3.5 litros /segundo, y 120 litros/segundo, mientras que 126 familias tienen acceso al agua para consumo aclarando que esta es una de tres comunidades que cuentan con el servicio de agua potable.

Finalmente solo tres familias cuentan con agua para emplearla como materia prima.

Cuadro N° 28: Acceso al recurso agua de las familias en los asentamientos humanos de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	N° de familias con acceso al agua de riego	N° de familias con acceso al agua de consumo humano y uso doméstico	N° de familias con acceso al agua para piscicultura	N° de empresas que emplean agua como materia prima
SAN FRANCISCO DE CUNUHUACHAY	106	126	0	3

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

ii. Alcantarillado

La red de alcantarillado se considera un servicio básico, sin embargo la cobertura de estas redes en la Parroquia es muy limitada ya que solo cinco de las 17 comunidades tienen saneamiento, el resto no posee este servicio debido a la baja cobertura por parte del gobierno parroquial y al desordenado crecimiento poblacional, esto genera importantes problemas sanitarios para la población.

La comunidad de San Francisco de Cunuguachay si cuenta con el servicio de alcantarillado.

Cuadro N° 29: Infraestructura disponible para la disposición de aguas servidas en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Forma de disposición de aguas servidas		
	Número de familias con alcantarillado	Número de familias con pozo séptico	Número de familias que disponen las aguas servidas directamente sobre ríos y quebradas
San francisco de Cunuguachay	130	-----	-----

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

iii. Electricidad

La parroquia Santiago de Calpi según información de la empresa eléctrica Riobamba S.A. en cuanto a la red pública nos demuestra que 2,747 residentes poseen medidores en sus viviendas tanto en la zona urbana como en cada una de las comunidades.

Cuadro N° 30: Disponibilidad del servicio de electricidad en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Disponibilidad del servicio de electricidad		Forma de provisión		
	Si	No	Red pública	Fuente alternativa	Otros
San Francisco de Cunuguachay	x		x		

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

d) Servicio de comunicación

En cuanto a la comunicación fija solo cuentan pocas comunidades, esto se debe a la baja cobertura de los servicios de CNT que no logra llegar a las demás comunidades, mientras que la telefonía móvil posee toda la población.

Cuadro N° 31: Disponibilidad de servicios básicos de comunicación en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Servicio de Telefonía fija			Servicio de telefonía móvil			Servicio de locales multi-servicios	
	Si	No	N° de familias que cuentan con el servicio	Si	No	N° de familias que cuentan con el servicio	Si	No
San Francisco de Cunuguachay	x		55	x		114	2	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

a) Transporte

El transporte ha desempeñado un papel estratégico, ya que por medio de este servicio se logra el traslado de personas, bienes y mercancías a su lugar de destino. Esta red está comprendida por todos los caminos que pertenecen a la parroquia y sirve para la conexión del área externa a la ciudad.

Para llegar a la comunidad de San Francisco de Cunuguachay se lo puede hacer mediante dos medios de transporte: el primero en bus y el segundo en camionetas particulares.

Cuadro N° 32: Servicios de transporte desde y hacia la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Tipo de medio de transporte				Nombre de la cooperativa	Horarios disponibles
	Buses	Camionetas	Rancheras	Taxis		
San francisco de Cunuguachay	x	x			Unidos	Cada media hora

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

e) Manejo de desechos sólidos

Los desechos son desperdicios o sobrantes de las actividades humanas y por su origen se clasifican en orgánicos e inorgánicos.

Los desechos orgánicos son biodegradables (se descomponen naturalmente), son aquellos que tienen la característica de transformarse en otro tipo de materia orgánica.

Mientras que los inorgánicos son los que por sus características químicas sufren una descomposición natural muy lenta que por ende la mayoría de la gente de las comunidades optan por quemar este tipo de desechos o en el peor de los casos arrojarlas a ríos y quebradas generando un alto grado de contaminación ambiental.

2) Ámbito Socio-Cultural

a) Historia

Para los pobladores de esta comunidad, recordar la historia de su localidad, es recordar la tristeza y el peligro en el que vivían día a día. Las casas estaban dispersas por todos lados, razón por la cual estaban expuestos a muchos peligros, en especial al robo y al asesinato.

La comunidad estaba llena de peligros, todas las noches llegaban ladrones para entrar a la fuerza a los domicilios y matar sin temor alguno a mucha gente. Cuando llegaba la noche para muchos significaba la culminación de sus vidas, por ende toda la gente de la comunidad subía a los cerros para dormir y así de alguna manera proteger su vida.

Cuando llego la luz eléctrica a la comunidad, también llego una esperanza de vida y un futuro mejor para todos los habitantes, ya que con esto, poco a poco fueron minimizándose estos peligros. Luego la presente generación de la comunidad, empezaron a construir sus casas en un solo lugar. Es así que se forma la comunidad San Francisco de Cunuguachay constituyéndose en un solo asentamiento poblacional, siendo así en la actualidad un barrio bien organizado.

El origen del nombre San Francisco de Cunuguachay se debe a que antiguamente había un santo llamado San Francisco el mismo que fue y sigue siendo para algunos comuneros el santo patrono de la localidad y Cunuguachay porque antes, la localidad estaba llena de plantas nativas y de paja, entonces habitaban bastantes conejos de páramo. Cunuguachay quiere decir nido de conejos, por esta razón se llama así la comunidad.

El topónimo de este nombre viene de una palabra de origen castellano (San Francisco proveniente de España) y una palabra de origen Kichwa (Cunuguachay= nido de los conejos).

b) Demografía

La comunidad de San Francisco de Cunuguachay cuenta con un total de 512 habitantes, de los cuales 240 habitantes son hombres (46,88%) y 272 habitantes son mujeres (53,12%). Encontrándose en un rango de edad que oscila entre los 30 a 49 años.

Cuadro N° 33: Población desagregada por género y grupos de edad en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Menores		Entre 1 y		Entre 10 y		Entre 15 y		Entre 30 y		Entre 50 y		Más de 65 años	Total Población	
	de 1 año		9 años		14 años		29 años		49 años		64 años				
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M			
San Francisco de Cunuguachay	5	0	27	36	24	24	48	68	99	104	27	25	10	15	512

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

c) Composición étnica

La composición étnica por asentamiento humano dentro de la comunidad de San Francisco de Cunuguachay, está conformada mayoritariamente por población indígena y en una minoría mestiza.

Cuadro N° 34: Composición étnica por asentamiento humano en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Población mayoritariamente indígena	Población Mayoritariamente mestiza
San Francisco De Cunuguachay	x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

d) Idioma

En la comunidad de San Francisco de Cunuguachay, la mayoría de sus habitantes hablan Kichwa sin exceptuarse también el dominio del idioma español aunque en un bajo porcentaje.

Cuadro N° 35: Idioma predominante en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Población mayoritariamente de habla Bilingües	Población mayoritariamente de habla Hispana	Población mayoritariamente de habla Kichwa
San Francisco De Cunuguachay			100%

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

e) Religión

La religión que prevalece en el lugar es la católica en un 99% de la población y el 1% es evangélico.

f) **Vestimenta**

i. **Vestimenta tradicional empleada por género y grupos de edad**

• **Vestimenta tradicional empleada por el hombre adulto**

Cuadro N° 36: Vestimenta tradicional por los hombres adultos de la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas				
	Alpargata	Pantalón de jerga	Zamarro	Sombrero de pensé	Poncho
San Francisco De Cunuguachay				x	x

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

La forma de vestir tradicional por los hombres adultos se caracteriza por el Poncho y Sombrero.

• **Vestimenta tradicional empleada por la mujer adulta**

Cuadro N° 37: Vestimenta tradicional por las mujeres adultas de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas														
	Anaco	Pollera	Debajero	Makana	Chalina	Bayeta	Faja	Chankalli	Alpargatas	Washka	Tupo	Sombrero de	Shikra	Cinta de pelo	Chauchera
San José De Cunuguachay	x		x		x		x			x	x	x	x	x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Las mujeres adultas usan anaco, debajero, chalina, faja, washka, tupo, sombrero de lana, shikra y cinta de pelo.

- **Vestimenta tradicional empleada por los jóvenes**

Cuadro N° 38: Vestimenta tradicional empleada por los jóvenes de la comunidad de la Moya.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas				
	Alpargata	Pantalón de jerga	Zamarro	Sombrero de pense	Occidental
San Francisco De Cunuguachay					X

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

La vestimenta tradicional que utilizan los hombres adolescentes de la comunidad es poncho y en muy pocos casos sombrero, ya que su manera de vestir es preferentemente occidental.

- **Vestimenta tradicional empleada por las mujeres adolescentes de la comunidad**

Cuadro N° 39: Vestimenta tradicional empleada por las mujeres adolescentes de la comunidad de la Moya.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas														
	Anaco	Pollera	Debajero	Makana	Chalina	Bayeta	Faja	Chankalli	Alpargatas de caucho	Washka	Tupo	Sombrero de lana	Shikra	Cinta de pelo	Chauchera
San Francisco De Cunuguachay	X					x	x						x		

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De alguna forma las mujeres adolescentes de la comunidad aún siguen manteniendo su vestimenta tradicional aunque a veces la combinan con el estilo tradicional. Entre las prendas que integran la vestimenta tradicional tenemos el anaco, bayeta, faja, y shikra.

g) Vivienda

La población de la Parroquia posee escasos recursos, las viviendas llegan a tener características constructivas poco elaboradas o tradicional en dimensiones reducidas, además se han encontrado edificaciones mixtas que es la combinación de materiales

como el bloque y teja aunque también existen construcciones de hormigón o loza pero en muy pocos casos.

En la comunidad de San Francisco de Cunuguachay existe en un mayor porcentaje viviendas de construcción mixta.

Cuadro N° 40: Características constructivas de las viviendas en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.

COMUNIDAD	Número de familias que cuentan con vivienda propia	Características constructivas de la vivienda		
		Número de viviendas con construcción tradicional	Número de viviendas con construcción mixta	Número de viviendas con construcción de hormigón
San francisco de Cunuguachay	130	0	1	0

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

h) Migración

i. Migración temporal dentro del país

La migración se ha constituido en estos últimos tiempos la manera de sobrevivir, así como un fenómeno que ha evidenciado cambios radicales en la vida de los habitantes de la parroquia.

Debido a la migración se ha disminuido la producción en los campos, aun siendo uno de los ingresos primordiales en la parroquia, ahora son sembrados por mujeres, niños y ancianos, actualmente los jóvenes y adultos abandonan los campos en busca de mejores días.

A partir del año 2000 en el país se produce un proceso migratorio debido a la crisis económica, esto provocó que sufran una disgregación familiar. Se calcula que 2 de cada 10 familias de las comunidades de la parroquia registran la presencia de un familiar directo en las ciudades como: Riobamba, Quito, Guayaquil o Puyo.

Cuadro N° 41: Casos de migración temporal dentro de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Casos reportados por ciudades de destino						Total de casos reportados
	QUITO		GUAYAQUIL		PUYO		
	No.	%	No.	%	No.	%	
San Francisco De Cunuguachay	7	44	4	25	5	31	16

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

En el caso de la comunidad de San Francisco de Cunuguachay se ha presenciado 16 casos de migración interna, de los cuales 7 casos se dirigen a la ciudad de Quito que corresponde un (44%) del total, 25 casos a la ciudad de Guayaquil (25%) y 31 casos a la ciudad del Puyo (31%), siendo ésta última ciudad a la que más migran, con el objetivo de realizar trabajos de albañería o comerciantes de productos agrícolas, permitiendo mejorar sus niveles de vida.

ii. Migración permanente fuera del país

En los últimos años la parroquia Santiago de Calpi también enfrenta la migración internacional, varios jefes de familia e hijos varones están iniciando la migración a países como: EE.UU, España, Italia, entre otros, dentro del aporte a la economía están las remesas que los emigrantes generan, en algunos casos son utilizados en la actividad agrícola, en la compra de terrenos, construcciones de viviendas y pocos de los casos hacen mal uso de su dinero en alcoholismo, vestimenta occidental este caso es más relevante en los jóvenes de la comunidad.

Cuadro N° 42: Casos de migración permanente fuera del país en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

COMUNIDAD	CASOS REPORTADOS POR CIUDADES DE DESTINO						TOTAL DE CASOS REPORTADOS
	EE.UU.		ESPAÑA		ITALIA		
	NO.	%	NO.	%	NO.	%	
San Francisco de Cunuguachay	2	29	4	57	1	14	7

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Dentro de la comunidad se ha presenciado siete casos de migración hacia países como Estados Unidos, España e Italia por ser consideradas potencias económicas a nivel internacional.

i) Festividades

i. Festividades religiosas

La tradición que hasta la actualidad se mantiene tanto en las comunidades como en la cabecera parroquial es Semana Santa, llamado el mes de Pascuas del Señor con rituales de tiros en el aire a través de escopetas.

Las manifestaciones culturales religiosas guardan relación con las fuertes convicciones cristiano-católicas de sus habitantes así, se celebra al Santo Patrono Santiago de Calpi el 13 de Noviembre, Carnaval en el mes de Febrero en todas las comunidades, San Agustín en la tercera semana de Agosto en la comunidad de la Moya, navidad y Finados; cada festividad se acostumbra a celebrar con corrida de toros y banda de pueblo.

ii. Festividades no religiosas

En este grupo se considera a los aniversarios comunales y muchas de las veces son confundidas como festividades religiosas por llevar el nombre de algún patrono.

Entre otras festividades tenemos el día de la madre, del padre etc.

j) Educación

i. Escuelas

La disponibilidad de instituciones de educación es un proceso de vinculación y concienciación cultural, moral y conductual.

En la comunidad de San Francisco de Cunuguachay existe una escuela fiscal con un nivel de educación primaria la cual según las últimas disposiciones gubernamentales ya no está en funcionamiento y los niños deben ir a otras instituciones educativas cercanas en la comunidad de Nitiluisa.

Cuadro N° 43: Disponibilidad de instituciones educativas en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Nombre de la institución	Tipo de institución				Nivel de formación ofertado				Jornada			Idioma	
		Fiscal	Fisco Municipal	Municipal	Privada	Pre-escolar	Primaria	Ciclo básico	Bachillerato	Matutina	Vespertina	Nocturna	Hispana	Bilingüe
San Francisco de Cunuguachay	Escuela Quitumbe	x					x			x			x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

La escolita cuenta con 6 aulas, un comedor, una cocina, letrinas en estado regular.

3) **Ámbito Político-Administrativo**

a) **Estructura interna**

En la comunidad de San Francisco de Cunuguachay se puede evidenciar la presencia de 5 organizaciones internas divididas en: 1 organización de regantes, 2 organizaciones de mujeres, 1 organización juvenil y 1 organización dedicada a la comercialización y producción.

Cuadro N° 44: Número y tipo de organizaciones presentes en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	N° de organizaciones de regantes	N° de organizaciones administradoras de agua entubada	N° de organizaciones de mujeres	N° de organizaciones juveniles	N° de organizaciones dedicadas a la producción y/o comercialización	N° de organizaciones de abastecimiento	Número total de organizaciones presentes
San Francisco De Cunuguachay Mermeladas, Cuyes	1	0	2	1	1	0	5

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

b) **Estructura externa**

Las Instituciones que han estado presentes y han ejecutado acciones en la comunidad en los últimos 11 años, han sido:

Cuadro N° 45: Instituciones presentes y acciones ejecutadas en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.

Nombre de la institución/organización	Tipo de institución u organización			Señale las 3 principales acciones que desarrolla la organización (últimos 11 años)	Año de intervención
	Organismos del Gobierno Central	Gobiernos locales	Organismo no gubernamentales		
FUNDACIÓN EUGENIO ESPEJO	X			Vista	2000
				Odontología	2000
				Capacitación	2000
CONSEJO PROVINCIAL		X		Mejoramiento de vías	2003
				Ampliación de la vía	2005
				Entrega de plantas	2011
MIES “CHIMBORAZO”		X		Centro infantil	2001
				Aliméntate Ecuador	2001
				Incentivos adultos mayores	2006
MAGAP “CHIMBORAZO”		X		Alimentación para el ganado	2008
				Prevención de enfermedades	2006
				Capacitación	2007
MINISTERIO DE EDUCACION.	X			Libros escolares	2004
				Alimentación escolar	2007
				Maestros	2008

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

i. Fundación “Manuel Espejo”

Es de gran ayuda social está integrada por médicos ecuatorianos y cubanos, concluyó un estudio integral a las personas con discapacidad en la parroquia Santiago de Calpi. Las acciones que han venido desarrollando son vista, odontología y servicio social.

ii. Consejo Provincial

Siendo un organismo local y un aporte muy importante para el desarrollo de la provincia Chimborazo, en los últimos años ha intervenido en acciones como: mejoramiento de vías, en las comunidades de San José de Bayobug, Chamboloma, Chiquicaz, ampliación de la vías que comunica a Nitiluisa y limpieza de la carretera García Moreno, además este año entregó plantas como (aguacate, tomate medicinales, taxo, durazno, uva).

iii. Mies Chimborazo

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) promoverá y fomentará activamente la inserción económica de la población, de tal forma que se asegure el logro de una adecuada calidad de vida para todos los ciudadanos y ciudadanas, mediante la eliminación de aquellas condiciones, mecanismos o procesos que restringen la libertad de participar en la vida económica, social y política de la comunidad y que permiten, facilitan o promueven que ciertos individuos o grupos de la sociedad sean despojados de la titularidad de sus derechos económicos y sociales, y apartados, rechazados o excluidos de las posibilidades de acceder y disfrutar de los beneficios y oportunidades que brinda el sistema de instituciones económicas y sociales.

iv. MAGAP Chimborazo

Es la institución rectora del agro, responsable de regular, facilitar, controlar y evaluar la gestión de la producción agrícola, pecuaria, forestal, pesquera y acuícola del país, con acciones que permitan el incremento de la productividad y competitividad, para lograr su crecimiento y desarrollo permanentes a través de la asistencia técnica, zonificación y priorización de acciones que garanticen la sustentabilidad del agro.

En la actualidad el MAGAP ha impulsado campañas en prevención de enfermedades en especies mayores y menores con la vacunación para la fiebre aftosa y entrega de alimentación para los ganados vacunos.

v. Ministerio de Educación

Su objetivo es dirigir el desarrollo de la gestión educativa para asesorar las demandas sentidas institucionales o de la comunidad regional en el contexto de la producción, la ciencia y tecnología, como institución desconcentrada que promueve la investigación y la identidad etno-cultural. Se han entregado libros escolares, alimentación y capacitaciones a los maestros en las comunidades y en la cabecera parroquial.

c) Espacios de encuentro y recreación

El espacio de recreación tiene pues importancia social al ser un espacio de encuentro y de convivencia. A través de ese convivir, puede acontecer una toma de conciencia, o el incitar a la persona a descubrir que los espacios urbanos equipados, conservados para la recreación son indispensables para una vida mejor para todos y se constituyen en un derecho. La comunidad de San Francisco de Cunuguachay cuenta con una casa comunal, una cancha deportiva, un centro de salud del IESS y un estadio.

Cuadro N° 46: Disponibilidad de espacios de encuentro y recreación en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Casa Comunal	Canchas deportivas	Coliseo	Iglesia	Parque de recreación	Centro De Salud	Estadio
San francisco de Cunuguachay	x	X				x	X

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

4) **Ámbito Económico-Productivo**

a) **Aspectos económicos de la comunidad**

En cuanto al aspecto económico se ha determinado que los ingresos familiares de las personas de las comunidad se obtienen de la producción agrícola por medio de cultivos de (maíz, choclo suave, papas, zanahoria, alfalfa), lo que determina un 61,87% del total, seguida por la actividad pecuaria es decir crianza y comercialización de las especies mayores y menores con un 15,66 %, mientras que el 6,57% se dedica a la construcción o albañilería, esta actividad genera un promedio de \$40 por semana, con un 2,27% actividades relacionadas con el comercio, el 5,81% actividades artesanales y con un 7,83 % trabajan en el sector público y privado.

Cuadro N° 47: Ingresos familiares de las personas de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Actividad agrícola		Actividad pecuaria		Actividades de construcción		Actividades relacionadas con el comercio		Actividades artesanales		Empleados en el sector público		Empleados en el sector privado		Total de la población económicamente activa
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	
San Francisco De Cunuguachay	245	61.87%	62	15.66%	26	6.57%	9	2.27%	23	5.81%	12	3.03%	19	4.80%	396

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

b) Actividad económica derivada de la producción artesanal

Se ha podido identificar que la comunidad de San Francisco de Cunuguachay a más de basar su actividad económica a la producción agrícola, también está dedicada a la producción artesanal, hilandería, venta de artesanía y tejidos.

Cuadro N° 48: Caracterización de la producción de las empresas dedicadas a la producción artesanal en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Nombre o razón social de la empresa	En funcionamiento		Productos ofertados (señalar los 3 principales por volumen de producción)	Unidades producidas			Ciclo de venta anual	
		Si	No		Día	Semanas	Mes	Mes de	Mes de
San Francisco de Cunuguachay	Quilla Pakari	X		Llaveros		20		Abril	
				Aretes		20		Abril	
				Tejidos de paja			10	Abril	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Actualmente ésta comunidad fortalecen sus productos a través de los derivados de la lana de llama los mismos que son comercializados en la misma localidad, es decir en Hotel Quilla Pakari.

Cuadro N° 49: Imagen y comercialización de los productos de las empresas dedicadas a la producción artesanal en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Nombre de la empresa	Productos ofertados (señalar los 3 principales por volumen de producción)	Precio de venta en USD	Cuenta con una marca y empaque		Canal de distribución			Lugares de venta
				Si	No	Productor	Productor	Otra	
San Francisco de Cunuguachay	Quilla Pakari	Llaveros	\$ x.50 c/u	x		x			Almacenes artesanales, en la comunidad a turistas
		Aretes	\$ x.50 c/u	x		x			Almacenes artesanales, en la comunidad a turistas
		Tejidos de paja	\$ 5 c/u	x		x			Almacenes artesanales

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

c) Actividad económica destinada a la prestación de servicios turísticos

Algo muy característico en esta comunidad es que la gente gracias a la reintroducción de la llama se ha dedicado a la prestación de servicios turísticos entre los cuales se encuentran:

Cuadro N° 50: Caracterización de los productos ofertados dentro de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Nombre de la empresa o razón social	Tipo de atractivo que potencializa		Nombre del atractivo	Nombre del paquete turístico	Capacidad instalada para la prestación de servicios								
		Sitio natural	Manifestación cultural			Restaurante		Alojamiento		Guianza		Esparcimiento		Especiales
						N° de	Categoría	N° de	Categoría	Tipo de guía	N° de	N° de	Categoría	
San Francisco de Cunuguachay	KillaPakari	Montaña, bosques	Etnográficas Realizaciones artísticas	Mirador San Francisco	Caminatas, proyectos			8	3	Naturalistas	10	3	3	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

5) Ámbito Ecológico-Territorial

a) Clima

La temperatura media en la zona alta fluctúa en 9 grados y en los medios de 17 grados. El clima es variable, por lo tanto no se determina un patrón fijo estacionario por meses, caso que no sucedía en años anteriores esto es debido a la contaminación, a las actividades industriales ubicadas en las diferentes comunidades de la parroquia, incluso a la actividad volcánica generada por el Tungurahua y a la deforestación.

b) Suelos

Según el análisis de la cobertura vegetal de los suelos de la comunidad de San Francisco de Cunuguachay se puede determinar que son suelos con pendientes fuertes, arenosos y

áridos. En la zona desértica se pueden ver las estructuras internas de las montañas, erosionadas por la sequía y los fuertes vientos. Cuenta con páramos, pastos, cultivos, pastos y cultivos, zonas erosionadas, abandonadas y zonas rurales amenazadas. La topografía de la zona es irregular, pequeñas altiplanicies, ladera pajonal páramo

Cuadro N° 51: Uso actual de los suelos en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad	Páramo	Pastos	Cultivos	Pastos y cultivos	Zonas erosionadas	Zonas abandonadas	Zona rural amanzanada	Zonas extractivas e industriales
San Francisco De Cunuguachay	x	x	x	x	x	x	x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

c) Acciones de impacto sobre el recurso suelo en la zona de páramos

Gran parte de los suelos de las altas montañas en el Ecuador son derivados de materiales volcánicos los cuales tiene una alta reserva de carbono.

Los valores típicos de carbono en suelo de páramos son de alrededor de 100g kg⁻¹ en lugares húmedos (mayor a 900 mm año⁻¹) pueden encontrarse contenidos de carbono orgánico por encima de 0,4 g g⁻¹. En la provincia de Chimborazo la acumulación de materia orgánica es más lenta y se encuentra contenido de carbono de 0,07 g g⁻¹. Sobre esta se observa una disminución del contenido de nitrógeno y fósforo, y la descomposición realizada por animales del suelo y microorganismos.

Se ha determinado que las acciones que impactan sobre el recurso suelo en las zonas de páramo-pajonal son la presencia de desechos y basuras, el empleo de insumos químicos para el control de plagas y malezas.

Cuadro N° 52: Impactos sobre el recurso suelos en la zona de paramo en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Acciones de afectación	Comunidad	Extensión	Intensidad	Persistencia	Permanencia	Posible afectación sobre				
						Propiedades físicas	Propiedades	Poblaciones microbiológicas	Perdida de horizontes del suelo	Conservación del recurso
1. Presencia de desechos y basuras 2. Se realiza la quema para la pronta disponibilidad de vegetación fresca para el pastoreo. 3. Empleo de insumos químicos para el control de plagas y malezas Se cultiva en zonas de pendientes fuertes. 4. Se cultiva en zonas de pendientes fuertes.	San Fco. Cunuguachay	Extenso	Alta.	Temporal	Permanente	x	x		x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

d) Flora

i. Especies de flora presentes en la zona de producción

En el paisaje se divisan árboles exóticos de eucalipto, ciprés y pino; especies endémicas como pencos, capulíes, molle. Estos recursos son utilizados para la alimentación de especies mayores y menores como para el consumo humano, y en menor medida para la construcción de cerramientos y viviendas.

En las zonas de producción con frecuencia se aprecia el (aloflige, hilapo, Amapola, alquirder, alfalfa, grama, ortiga, el fuma, trébol, allcunicuna, trinitario, tipo, santa maría, sábila, borraja, ruda, linaza, kikuyo, llantén, malva, nabo, rábano amarillo) entre las más comunes.

Cuadro N° 53: Especies de flora presentes en la zona de producción de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Nombre común	Nombre científico	Tipo de vegetación			Uso					
		Arbórea	Arbustiva	Herbácea	Alimentación	Alimentación	Alimentación	Medicinal	Leña	Construcción
Alguirder	No se registra			x			x			
Alfalfa	Medicago sativa			x		x	x	x		
Gramma	Pennisetum clandestinum			x		x				
Ortiga	Urtica dioica			x		x		x		
El Fuma	No se registra			x		x				
Trébol	Trifolium repens			x			x			
Aloflige	No se registra		x			x				
Hilapo	No se registra		x					x		
Amapola	Papaver rhoeas		x					x		
Trinitaria	Otholobium mexicanum			x				x		
Tipo	Minthostachys mollis			x			x	x		
Santa María	Tanacetum parthenium			x				x		
Tilo	Sambucus nigra	x						x		
Sábila	Aloe vera			x				x		
Borraja	Borago officina			x				x		
Ruda	Ruta graveolens			x				x		
Linaza	No se registra			x				x		
Eucalipto	Acacia melanoxylon	X							x	
Pino	Pinus radiata	X							x	x
Kikuyo	Pennisetum clandestinum			x				x		
Llantén	Plantago major			x				x		
Malva	Lavatera arborea			x				x		
Nabo	Brassica napus			x		x		x		
Rábano Amarillo	Raphanus sativus			x				x		
Ciprés	Cupressus macrocarpa	X		x				x		x
Número total de especies reportadas						6	4	18	2	2

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Johanna Quinchuela, 2014

e) Fauna

i. Especies de fauna presentes en la comunidad de San Francisco de Cunuguachay

La comunidad cuenta con un recurso faunístico importante en la zona de producción de los cuales diferenciamos a 10 especies de aves como: Pájaros, Tórtolas, Mirlos, Huirachuro, Yuto, Palomas, Colibrí, Picaflor, Gavilán, en anfibios sapo, algunos de estos sirven para el uso medicinal como indica el cuadro.

Cuadro N° 54: Especies de fauna presentes en la zona de producción en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

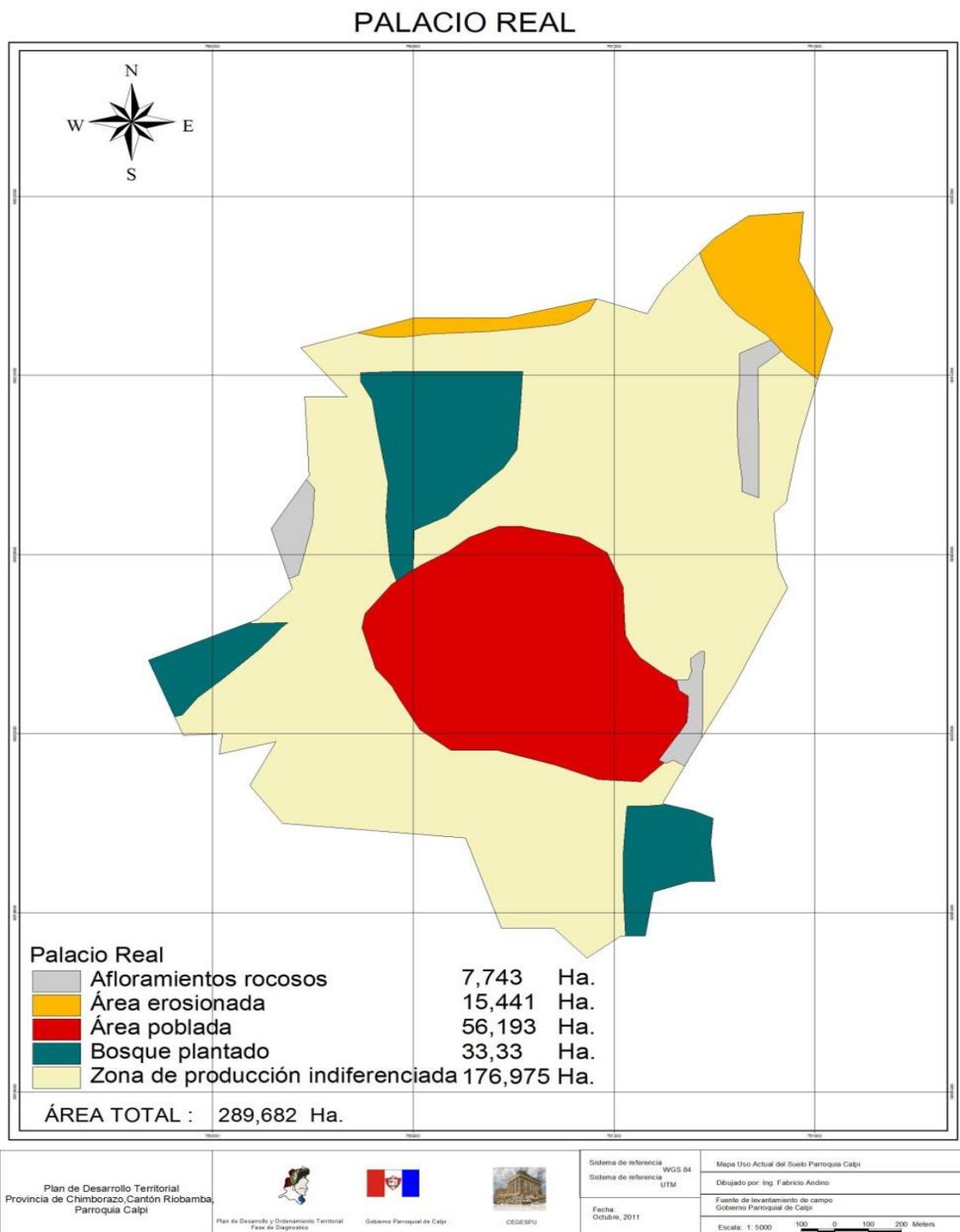
Nombre común	Nombre científico	Tipo				Uso			Abundancia		
		Mamíferos	Aves	Reptiles y anfibios	Peces	Alimentación humana	Medicinal	Otros	Poco	Frecuente	Mucho
Pájaros	No se registra		x					x	x		
Tórtolas	Zenaida auriculata		x				x			x	
Mirlos	Turduschiguanco		x					x		x	
Huirachuro	Pheucticuschrysopepl us		x					x	x		
Yuto	No se registra		x					x	x		
Palomas	No se registra		x					x	x		
Colibrí	Ensiferaensifera		x					x		x	
Picaflor	No se registra		x					x		x	
Gavilán	Buteomagnirostris		x						x	x	
Raton	caenolestesp.	X							x	x	
Número total de especies reportada		1	10	0	0	0	1	7	6	6	0

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

c. Comunidad de Palacio Real

Mapa N° 3: Comunidad Palacio Real



Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

1) **Ámbito Físico-Espacial**

a) **Ubicación**

La comunidad Palacio Real es una de los diecisiete caseríos (comunidades) pertenecientes jurídicamente a la parroquia Calpi, Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo. Se halla situada al norte de la parroquia Calpi, a una Latitud de 9°820.087 m y Longitud de 750.336 m con una altura de 3.235 m.s.n.m, la superficie aproximada es de 15 kilómetros cuadrados a la redonda.

b) **Limites**

Al Norte: Las comunidades San Vicente, Luisa y Gaushi.

Al Sur: Centro poblado de la parroquia Calpi y la comunidad Bayushi San Vicente

Al Este: Las comunidades Gaushi, Cunduana y Asunción.

Al Oeste: La comunidad Calpi loma, San Francisco y la parroquia San Juan.

c) **Infraestructura Básica.**

ii. **Agua**

La comunidad de Palacio Real es la segunda comunidades a nivel de toda la parroquia que cuenta con un sistema de agua potable.

Cuadro N° 55: Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano y uso doméstico en la comunidad Palacio Real.

Comunidad	Disponibilidad del servicio de agua de consumo humano (Entubada, Potable)		
	Entubada	Potable	No
Palacio Real		1	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De las 148 familias de la comunidad de Palacio Real, 56 familias tienen acceso al agua de riego en una proporción de 3.5 litros /segundo, y 120 litros/segundo, mientras que 91

familias tienen acceso al agua para consumo aclarando que esta es una de tres comunidades que cuentan con el servicio de agua potable.

Finalmente solo una familia cuenta con agua para emplearla como materia prima.

Cuadro N° 56: Acceso al recurso agua de las familias en los asentamientos humanos de la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	N° de familias con acceso al agua de riego	N° de familias con acceso al agua de consumo humano y uso doméstico	N° de familias con acceso al agua para piscicultura	N° de empresas que emplean agua como materia prima
PALACIO REAL	56	91	0	1

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

iii. Alcantarillado

La red de alcantarillado se considera un servicio básico, sin embargo la cobertura de estas redes en la Parroquia es muy limitada ya que solo cinco de las 17 comunidades tienen saneamiento, el resto no posee este servicio debido a la baja cobertura por parte del gobierno parroquial y al desordenado crecimiento poblacional, esto genera importantes problemas sanitarios para la población. La comunidad de Palacio Real si cuenta con el servicio de alcantarillado.

Cuadro N° 57: Infraestructura disponible para la disposición de aguas servidas en la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Forma de disposición de aguas servidas		
	Número de familias con alcantarillado	Número de familias con pozo séptico	Número de familias que disponen las aguas servidas directamente sobre ríos y quebradas
Palacio Real	95	-----	-----

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

iv. Electricidad

La parroquia Santiago de Calpi según información de la empresa eléctrica Riobamba S.A. en cuanto a la red pública nos demuestra que 2,747 residentes poseen medidores en sus viviendas tanto en la zona urbana como en cada una de las comunidades.

Cuadro N° 58: Disponibilidad del servicio de electricidad en la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Disponibilidad del servicio de electricidad		Forma de provisión		
	Si	No	Red pública	Fuente alternativa	Otros
Palacio Real	x		x		

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

v. Servicio de comunicación

En cuanto a la comunicación fija solo cuentan pocas comunidades, esto se debe a la baja cobertura de los servicios de CNT que no logra llegar a las demás comunidades, mientras que la telefonía móvil posee toda la población.

Cuadro N° 59: Disponibilidad de servicios básicos de comunicación en la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Servicio de Telefonía fija			Servicio de telefonía móvil			Servicio de locales multi-servicios	
	Si	No	N° de familias que cuentan con el servicio	Si	No	N° de familias que cuentan con el servicio	Si	No
Palacio Real	x		38	x		85		X

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

d) Transporte

El transporte ha desempeñado un papel estratégico, ya que por medio de este servicio se logra el traslado de personas, bienes y mercancías a su lugar de destino. Para llegar a la comunidad de Palacio Real se lo puede hacer mediante dos medios de transporte: el primero en bus y el segundo en camionetas particulares.

Cuadro N° 60: Servicios de transporte desde y hacia la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Tipo de medio de transporte				Nombre de la cooperativa	Horarios disponibles
	Buses	Camionetas	Rancheras	Taxis		
Palacio Real	x	x		x	Unidos	09h00 hasta 12h00

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

e) Manejo de desechos sólidos

Los desechos son desperdicios o sobrantes de las actividades humanas y por su origen se clasifican en orgánicos e inorgánicos.

Los desechos orgánicos son biodegradables (se descomponen naturalmente), son aquellos que tienen la característica de transformarse en otro tipo de materia orgánica.

Mientras que los inorgánicos son los que por sus características químicas sufren una descomposición natural muy lenta que por ende la mayoría de la gente de las comunidades optan por quemar este tipo de desechos o en el peor de los casos arrojarlas a ríos y quebradas generando un alto grado de contaminación ambiental.

2) Ámbito Socio-Cultural

a) Historia

Antiguamente la comunidad era conocida con el nombre “El Barrio Pagalo” el mismo que significa varón de cabeza pelada, cuyo origen es Aymará. En 1960 el primer presidente de la comunidad (Taita Manuel Acalo) junto con los señores de la misión andina escogieron el nombre “Palacio Loma” porque en los días de carnaval, la comunidad lo celebraba con bailes en la loma, el lugar era como un palacio para bailar. En la presidencia de Velasco Ibarra una comisión de la comunidad se dirigió a la presidencia y les preguntaron de donde son; ellos responden de Palacio; ¡Palacio! pues para conmemorar lo pusieron Palacio Real y cuando regresaron de Quito difundieron el nombre en la comunidad.

Se considera también que Simón Bolívar dio el nombre del pueblo, porque cuando se dirigía hacia el Chimborazo durmió en una de las haciendas más importantes de la comunidad y cuando le preguntaron “como durmió usted”, dijo “he dormido como en mi palacio”, el topónimo de las palabras Palacio Real viene del vocablo castellano. Desde el año 1820 – 1824 se empieza a conocer a la comunidad con el nombre actual.

b) Demografía

La comunidad de Palacio Real cuenta con un total de 338 habitantes, de los cuales 165 habitantes son hombres (48,81%) y 173 habitantes son mujeres (51,19%). Encontrándose en un rango de edad que oscila entre los 15 a 29 años.

Cuadro N° 61: Población desagregada por género y grupos de edad en la comunidad Palacio Real.

Comunidad	Menores		Entre 1 y		Entre 10 y		Entre 15 y		Entre 30 y		Entre 50 y		Más de 65 años		Total Población
	de 1 año		9 años		14 años		29 años		49 años		64 años				
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
Palacio real	2	0	35	27	20	19	44	45	30	30	19	43	15	9	338

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

c) Composición étnica

La composición étnica por asentamiento humano dentro de la comunidad de Palacio Real, está conformada mayoritariamente por población indígena y en una minoría mestiza.

Cuadro N° 62: Composición étnica por asentamiento humano en la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Población mayoritariamente indígena	Población Mayoritariamente mestiza
PALACIO REAL	x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

d) Idioma

En la comunidad de Palacio Real, la mayoría de sus habitantes hablan Kichwa sin exceptuarse también el dominio del idioma español aunque en un bajo porcentaje.

Cuadro N° 63: Idioma predominante en la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Población mayoritariamente de habla Bilingües	Población mayoritariamente de habla Hispana	Población mayoritariamente de habla Kichwa
Palacio Real			100%

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

e) Religión

La religión que prevalece en el lugar es la católica en un 99% de la población y el 1% es evangélico.

f) Vestimenta

i. Vestimenta tradicional empleada por género y grupos de edad

- Vestimenta tradicional empleada por el hombre adulto

Cuadro N° 64: Vestimenta tradicional por los hombres adultos de la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas				
	Alpargata	Pantalón de jerga	Zamarro	Sombrero de pensé	Poncho
PALACIO REAL				x	x

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

La forma de vestir tradicional por los hombres adultos se caracteriza por el Poncho y Sombrero.

- Vestimenta tradicional empleada por la mujer adulta

Cuadro N° 65: Vestimenta tradicional por las mujeres adultas de la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas														
	Anaco	Pollera	Debajero	Makana	Chalina	Bayeta	Faja	Chankalli	Alpargatas	Washka	Tupo	Sombrero de	Shikra	Cinta de pelo	Chauchera
PALACIO REAL	x				x	x	x			x		x	x	x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Las mujeres adultas usan anaco, chalina, bayeta, faja, washka, sombrero de lana, shikra y cinta de pelo.

- **Vestimenta tradicional empleada por los jóvenes**

Cuadro N° 66: Vestimenta tradicional empleada por los jóvenes de la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas				
	Alpargata	Pantalón de jerga	Zamarro	Sombrero de pense	Occidental
PALACIO REAL					x

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

La vestimenta tradicional que utilizan los hombres adolescentes de la comunidad es poncho y en muy pocos casos sombrero, ya que su manera de vestir es preferentemente occidental.

- **Vestimenta tradicional empleada por las mujeres adolescentes de la comunidad**

Cuadro N° 67: Vestimenta tradicional empleada por las mujeres adolescentes de la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Prendas tradicionales empleadas														
	Anaco	Pollera	Debajero	Makana	Chalina	Bayeta	Faja	Chankalli	Alpargatas de caucho	Washka	Tupo	Sombrero de lana	Shikra	Cinta de pelo	Chanchera
PALACIO REAL	x					x	x					x	x		

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De alguna forma las mujeres adolescentes de la comunidad aún siguen manteniendo su vestimenta tradicional aunque a veces la combinan con el estilo tradicional. Entre las prendas que integran la vestimenta tradicional tenemos el anaco, bayeta, faja, sombrero de lana y shikra.

g) Vivienda

La población de la parroquia posee escasos recursos, las viviendas llegan a tener características constructivas poco elaboradas o tradicional en dimensiones reducidas, además se han encontrado edificaciones mixtas que es la combinación de materiales como el bloque y teja aunque también existen construcciones de hormigón o loza pero en muy pocos casos.

En la comunidad de Palacio Real existe en un mayor porcentaje viviendas de construcción mixta.

Cuadro N° 68: Características constructivas de las viviendas en la comunidad de Palacio Real.

COMUNIDAD	Número de familias que cuentan con vivienda propia	Características constructivas de la vivienda		
		Número de viviendas con construcción tradicional	Número de viviendas con construcción mixta	Número de viviendas con construcción de hormigón
Palacio Real	95	1	5	3

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

h) Migración

i. Migración temporal dentro del país

La migración se ha constituido en estos últimos tiempos la manera de sobrevivir, así como un fenómeno que ha evidenciado cambios radicales en la vida de los habitantes de la parroquia.

Debido a la migración se ha disminuido la producción en los campos, aun siendo uno de los ingresos primordiales en la parroquia, ahora son sembrados por mujeres, niños y ancianos, actualmente los jóvenes y adultos abandonan los campos en busca de mejores días.

A partir del año 2000 en el país se produce un proceso migratorio debido a la crisis económica, esto provocó que sufran una disgregación familiar. Se calcula que 2 de cada 10 familias de las comunidades de la parroquia registran la presencia de un familiar directo en las ciudades como: Riobamba, Quito, Guayaquil o Puyo.

Cuadro N° 69: Casos de migración temporal en la comunidad Palacio Real.

Comunidad	Casos reportados por ciudades de destino						Total de casos reportados
	QUITO		GUAYAQUIL		PUYO		
	No.	%	No.	%	No.	%	
PALACIO REAL	3	50	2	33	1	17	6

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

En el caso de la comunidad de Palacio Real se ha presenciado 6 casos de migración interna, de los cuales 3 casos se dirigen a la ciudad de Quito que corresponde un (50%) del total, 2 casos a la ciudad de Guayaquil (33%) y 1 caso a la ciudad del Puyo (17%), siendo la ciudad de Quito a la que más migran por ser considerada como un lugar comercial, capital de los ecuatorianos.

ii. Migración permanente fuera del país

En los últimos años la parroquia Santiago de Calpi también enfrenta la migración internacional, varios jefes de familia e hijos varones están iniciando la migración a países como: EE.UU, España, Italia, entre otros, dentro del aporte a la economía están las remesas que los emigrantes generan, en algunos casos son utilizados en la actividad agrícola, en la compra de terrenos, construcciones de viviendas y pocos de los casos hacen mal uso de su dinero en alcoholismo, vestimenta occidental este caso es más relevante en los jóvenes de la comunidad.

Cuadro N° 70: Casos de migración permanente fuera del país dentro de la comunidad Palacio Real.

COMUNIDAD	CASOS REPORTADOS POR CIUDADES DE DESTINO						TOTAL DE CASOS REPORTADOS
	EE.UU.		ESPAÑA		ITALIA		
	NO.	%	NO.	%	NO.	%	
PALACIO REAL	0	0	3	100	0	0	3

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Dentro de la comunidad se ha presenciado tres casos de migración hacia España por ser consideradas como una potencia económica a nivel internacional.

i) Festividades

i. Festividades religiosas

La tradición que hasta la actualidad se mantiene tanto en las comunidades como en la cabecera parroquial es Semana Santa, llamado el mes de Pascuas del Señor con rituales de tiros en el aire a través de escopetas.

Las manifestaciones culturales religiosas guardan relación con las fuertes convicciones cristiano-católicas de sus habitantes así, se celebra al Santo Patrono Santiago de Calpi el 13 de Noviembre, Carnaval en el mes de Febrero en todas las comunidades, San Agustín en la tercera semana de Agosto en la comunidad de la Moya, navidad y Finados; cada festividad se acostumbra a celebrar con corrida de toros y banda de pueblo.

ii. Festividades no religiosas

En este grupo se considera a los aniversarios comunales y muchas de las veces son confundidas como festividades religiosas por llevar el nombre de algún patrono.

Entre otras festividades tenemos el día de la madre, del padre etc.

j) Educación

i. Escuelas

La disponibilidad de instituciones de educación es un proceso de vinculación y concienciación cultural, moral y conductual, es así que a través de la educación las nuevas generaciones asimilan y aprenden nuevos conocimientos, normas de conducta y modos de ser.

En la comunidad de Palacio Real existe una escuela fiscal con un nivel de educación primaria pero debido a las últimas ordenanzas gubernamentales ya no está en funcionamiento y los niños deben acudir a las escuelas de la cabecera parroquial.

Cuadro N° 71: Disponibilidad de instituciones de educación en la comunidad Palacio Real.

Comunidad	Nombre de la institución	Tipo de institución				Nivel de formación ofertado				Jornada			Idioma	
		Fiscal	Fisco Municipal	Municipal	Privada	Pre-escolar	Primaria	Ciclo básico	Bachillerato	Matutina	Vespertina	Nocturna	Hispana	Bilingüe
Palacio Real	Escuela “Pio Jaramillo”	x					x			x			x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

La infraestructura de la escuela Pio Jaramillo tiene una capacidad de 32 alumnos además posee 6 aulas en estado regular, posee una cocina un comedor y baños en estado regular.

ii. Centros de desarrollo infantil

La finalidad de los centros de desarrollo infantil es cuidar y velar por los niños de edades entre 0 a 5 años, dentro de ellos se quiere mejorar su alimentación y recreación mediante actividades y juegos pedagógicos.

Cuadro N° 72: Disponibilidad de centros de desarrollo infantil en Palacio Real.

Comunidad	Nombre de la institución	Forma de administración							Jornada			Idioma	
		INFA	INFA-Gad Parroquial	INFA-Gad Cantonal	INFA-Gad Provincial	INFA - ONG	ONG	Matutina	Vespertina	Nocturna	Hispana	Bilingüe	
Palacio Real	CIBV SUMA SISA	X	x					x					X

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

En la comunidad de la Palacio Real existe un Centro de desarrollo infantil llamado “Sumak Sisa” en donde cuidan a 16 niños(as) y hay 3 promotores.

3) **Ámbito Político-Administrativo**

a) **Estructura interna**

En la comunidad de San Francisco de Cunuguachay se puede evidenciar la presencia de 6 organizaciones internas divididas en: 1 organización de regantes, 1 organización de mujeres, 2 organizaciones juveniles, 1 organización dedicada a la comercialización y producción y 1 organización de ahorro y crédito.

Cuadro N° 73: Número y tipo de organizaciones presentes en la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	N° de organizaciones de regantes	organizaciones administradoras de agua	N° de organizaciones de mujeres	N° de organizaciones juveniles	organizaciones dedicadas a la producción y/o comercialización	N° de organizaciones de ahorro y crédito	Numero total de organizaciones presentes
PALACIO REAL tejido de lana de llama, guantes gorras	1	0	1	2	1	1	6

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

b) Estructura externa

Las Instituciones que han estado presentes y han ejecutado acciones en la comunidad en los últimos 11 años, han sido:

Cuadro N° 74: Instituciones presentes y acciones ejecutadas en la comunidad de Palacio Real.

Nombre de la institución/organización	Tipo de institución u organización			Señale las 3 principales acciones que desarrolla la organización (últimos 11 años)	Año de intervención
	Organismos del Gobierno Central	Gobiernos locales	Organismo no gubernamentales		
FUNDACIÓN EUGENIO ESPEJO	X			Vista	2000
				Odontología	2000
				Capacitación	2000
CONSEJO PROVINCIAL		x		Mejoramiento de vías	2003
				Ampliación de la vía	2005
				Entrega de plantas	2011
MIES “CHIMBORAZO”		x		Centro infantil	2001
				Aliméntate Ecuador	2001
				Incentivos adultos mayores	2006
MAGAP “CHIMBORAZO”		x		Alimentación para el ganado	2008
				Prevención de enfermedades	2006
				Capacitación	2007
MINISTERIO EDUCACION. DE	X			Libros escolares	2004
				Alimentación escolar	2007
				Maestros	2008

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

i. Fundación “Manuel Espejo”

Es de gran ayuda social está integrada por médicos ecuatorianos y cubanos, concluyó un estudio integral a las personas con discapacidad en la parroquia Santiago de Calpi. Las acciones que han venido desarrollando son vista, odontología y servicio social.

ii. Consejo Provincial

Siendo un organismo local y un aporte muy importante para el desarrollo de la provincia Chimborazo, en los últimos años ha intervenido en acciones como: mejoramiento de vías, en las comunidades de San José de Bayobug, Chamboloma, Chiquicaz, ampliación de la vías que comunica a Nitiluisa y limpieza de la carretera García Moreno, además este año entregó plantas como (aguacate, tomate medicinales, taxo, durazno, uva).

iii. Mies Chimborazo

El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) promoverá y fomentará activamente la inserción económica de la población, de tal forma que se asegure el logro de una adecuada calidad de vida para todos los ciudadanos y ciudadanas, mediante la eliminación de aquellas condiciones, mecanismos o procesos que restringen la libertad de participar en la vida económica, social y política de la comunidad y que permiten, facilitan o promueven que ciertos individuos o grupos de la sociedad sean despojados de la titularidad de sus derechos económicos y sociales, y apartados, rechazados o excluidos de las posibilidades de acceder y disfrutar de los beneficios y oportunidades que brinda el sistema de instituciones económicas y sociales.

El MIES ha intervenido para desarrollar las siguientes acciones a través del programa aliméntate ecuador en los centros infantiles, incentivo a adultos mayores, el bono alimentación para aquellos sectores vulnerables.

iv. MAGAP Chimborazo

Es la institución rectora del agro, responsable de regular, facilitar, controlar y evaluar la gestión de la producción agrícola, pecuaria, forestal, pesquera y acuícola del país, con acciones que permitan el incremento de la productividad y competitividad, para lograr su crecimiento y desarrollo permanentes a través de la asistencia técnica, zonificación y priorización de acciones que garanticen la sustentabilidad del agro.

En la actualidad el MAGAP ha impulsado campañas en prevención de enfermedades en especies mayores y menores con la vacunación para la fiebre aftosa y entrega de alimentación para los ganados vacunos.

1. Ministerio de Educación

Su objetivo es dirigir el desarrollo de la gestión educativa para asesorar las demandas sentidas institucionales o de la comunidad regional en el contexto de la producción, la ciencia y tecnología, como institución desconcentrada que promueve la investigación y la identidad etno-cultural. Se han entregado libros escolares, alimentación y capacitaciones a los maestros en las comunidades y en la cabecera parroquial.

c) Espacios de encuentro y recreación

El espacio de recreación tiene pues importancia social al ser un espacio de encuentro y de convivencia. A través de ese convivir, puede acontecer una toma de conciencia, o el incitar a la persona a descubrir que los espacios urbanos equipados, conservados para la recreación son indispensables para una vida mejor para todos y se constituyen en un derecho.

La comunidad de Palacio Real cuenta con una casa comunal, una cancha deportiva, una iglesia, una plaza y un estadio.

Cuadro N° 75: Disponibilidad de espacios de encuentro y recreación en la comunidad Palacio Real.

Comunidad	Casa Comunal	Canchas deportivas	Coliseo	Iglesia	Parque de recreación	Plaza	Estadio
Palacio Real	x	X		x		x	X

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

4) Ámbito Económico-Productivo

a) Aspectos económicos de la comunidad

En cuanto al aspecto económico se ha determinado que los ingresos familiares de las personas de las comunidades se obtienen de la producción agrícola por medio de cultivos

de (maíz, choclo suave, papas, zanahoria, alfalfa), lo que determina un 53,19% del total, seguida por la actividad pecuaria es decir crianza y comercialización de las especies mayores y menores con un 15,32 %, mientras que el 10,64% se dedica a la construcción o albañilería, esta actividad genera un promedio de \$40 por semana, con un 1,28% actividades relacionadas con el comercio, el 17,02% actividades artesanales y con un 2,55 % trabajan en el sector público y privado.

Cuadro N° 76: Ingresos familiares de las personas de Palacio Real.

Comunidad	Actividad agrícola		Actividad pecuaria		Actividades de construcción		Actividades relacionadas con el comercio		Actividades artesanales		Empleados en el sector público		Empleados en el sector privado		Total de la población económicamente activa
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	
PALACIO REAL	125	53.19%	36	15.32%	25	10.64%	3	1.28%	40	17.02%	4	1.70%	2	0.85%	235

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

b) Actividad económica derivada de la producción artesanal

Se ha podido identificar que la comunidad de Palacio Real a más de basar su actividad económica a la producción agrícola, también está dedicada a la producción artesanal, hilandería, venta de artesanía y tejidos.

Cuadro N° 77: Caracterización de la producción de las empresas dedicadas a la producción artesanal en la comunidad Palacio Real.

Comunidad	Nombre o razón social de la empresa	En funcionamiento		Productos ofertados (señalar los 3 principales por volumen de producción)	Unidades producidas			Ciclo de venta anual	
		Si	No		Día	Semana	Mes	Mes de	Mes de
Palacio Real	Sumak Kawsay	X		Suéter			10	Mayo	
				Gorras			20	Mayo	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Actualmente ésta comunidad fortalecen sus productos a través de los derivados de la lana de llama los mismos que son comercializados en la misma localidad, es decir en el museo de la llama ubicado en la misma comunidad.

Cuadro N° 78: Imagen y comercialización de los productos de las empresas dedicadas a la producción artesanal en la comunidad Palacio Real.

Comunidad	Nombre de la empresa	Productos ofertados (señalar los 3 principales por volumen de producción)	Precio de venta en USD	Cuenta con una y		Canal de distribución			Lugares de venta
				Si	No	Productor-consumidor	Productor-intermediario	Otra	
Palacio Real	Sumak Kawsay	Suéter	Diez dólares la unidad	X		x			Almacenes artesanales, en la comunidad a turistas
		Gorras	Ocho dólares	x		x			Almacenes artesanales, en la comunidad a turistas
		Museo	Dos dólares el ingreso	x		x			Almacenes artesanales, en la comunidad a turistas

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

c) Actividad económica destinada a la prestación de servicios turísticos

La OTC (Operación de Turismo Comunitario) Sumak Kawsay (Buen Vivir), ubicada en la comunidad Palacio Real, invita a conocer sobre los camélidos andinos a través del “Museo Cultural de la Llama”. También ofrece una caminata de 45 minutos por el sendero Simón Bolívar hacia el mirador natural Miraloma San Francisco, desde donde se pueden contemplar los nevados Chimborazo, Carihuairazo, Tungurahua y Altar en días despejados.

Cuadro N° 79: Caracterización de los productos ofertados en la comunidad Palacio Real.

Comunidad	Nombre de la empresa o razón social	Tipo de atractivo que potencializa		Nombre del atractivo	Nombre del paquete turístico	Capacidad instalada para la prestación de servicios									
		Sitio natural	Manifestación cultural			Restaurante		Alojamiento		Guianza		Esparcimiento		Especificar otra actividad	
						N°	Cate	N°	Cate	Tipo de	N° de	N°	Cate		
Palacio Real	Sumak kawsay	Montaña, Ambiente lacustre, Bosques	Historia, Etnografías, Cultura.	El camino de miraloma	Caminatas,	1		8		Naturalistas	11	1	1		

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

5) **Ámbito Ecológico-Territorial**

a) **Clima**

La temperatura media en la zona alta fluctúa en 9 grados y en los medios de 17 grados. El clima es variable, por lo tanto no se determina un patrón fijo estacionario por meses, caso que no sucedía en años anteriores esto es debido a la contaminación, a las actividades industriales ubicadas en las diferentes comunidades de la parroquia, incluso a la actividad volcánica generada por el Tungurahua y a la deforestación.

b) **Suelos**

Según el análisis de la cobertura vegetal de los suelos de la comunidad de Palacio Real se puede determinar que cuenta con Pastos, cultivos, pastos y cultivos, zonas abandonadas y zonas rurales amenazadas. La topografía de la zona es irregular, pequeñas altiplanicies, laderas.

Cuadro N° 80: Uso actual de los suelos en la comunidad de Palacio Real.

Comunidad	Páramo	Pastos	Cultivos	Pastos y cultivos	Zonas erosionadas	Zonas abandonadas	Zona rural amanzanada	Zonas extractivas e industriales
PALACIO REAL		x	x	x		x	x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

c) **Acciones de impacto sobre el recurso suelo en la zona de bosques.**

Se ha determinado que las acciones que impactan sobre el suelo en las zonas de bosques de la Parroquia, son la deforestación de bosques en Palacio Real.

Cuadro N° 81: Acciones que impactan en el recurso suelo de Palacio Real.

Acciones de afectación	Comunidad	Extensión	Intensidad	Persistencia	Permanencia	Posible afectación sobre				
						Propiedad clasificada	Propiedad clasificada	Poblacion	Perdida	Conservación
Deforestación de bosques.	PALACIO REAL	Extenso	Alta.	Temporal	Permanente.		x		x	

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

d) Flora

i. Especies de flora presentes en la zona de producción

En el paisaje se divisan árboles exóticos de eucalipto, ciprés y pino; especies endémicas como pencos, capulíes, molle. Estos recursos son utilizados para la alimentación de especies mayores y menores como para el consumo humano, y en menor medida para la construcción de cerramientos y viviendas.

En las zonas de producción con frecuencia se aprecia el (aloflige, hilapo, Amapola, alguirder, alfalfa, grama, ortiga, el fuma, trébol, allcunicuna, trinitario, tipo, santa maría, sábila, borraja, ruda, linaza, kikuyo, llantén, malva, nabo, rábano amarillo) entre las más comunes.

Cuadro N° 82: Especies de flora presentes en la zona de producción de la comunidad de Palacio Real.

Nombre común	Nombre científico	Tipo de vegetación			Uso					
		Arbórea	Arbustiva	Herbácea	Alimentación humana	Alimentación animal de	Alimentación animal de	Medicinal	Leña	Construcción de viviendas
El Fuma	No se registra			x		x				
Trébol	Trifoliumrepens			x			x			
Aloflige	No se registra		x			x				
Hilapo	No se registra		x					x		
Amapola	Papaverrhoeas		x					x		
Trinitaria	Otholobiummexicanum			x				x		
Tipo	Minthostachysmollis			x			x	x		
Santa María	Tanacetumparthenium			x				x		
Tilo	Sambucusnigra	x						x		
Sábila	Aloe vera			x				x		
Borraja	Boragoofficina			x				x		
Ruda	Ruta graveolens			x				x		
Linaza	No se registra			x				x		
Eucalipto	Acacia melanoxylon	X							x	
Pino	Pnus radiata	X							x	x
Kikuyo	Pennissetumclandistinum			x				x		
Llantén	Plantagomajor			x				x		
Malva	Lavateraarborea			x				x		
Ciprés	Cupressusmacrocarpa	X		x				x		x
Número total de especies reportadas						6	4	18	2	2

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

e) Fauna

i. Especies de fauna presentes en la comunidad de Palacio Real.

La comunidad cuenta con un recurso faunísticos importante en la zona de producción de los cuales diferenciamos a 10 especies de aves como: Pájaros, Tórtolas, Mirlos, Huirachuro, Yuto, Palomas, Colibrí, Picaflor, Gavilán, en anfibios sapo, algunos de estos sirven para el uso medicinal como indica el cuadro.

Cuadro N° 83: Especies de fauna presentes en la zona de producción de la comunidad de Palacio Real.

Nombre común	Nombre científico	Tipo				Uso			Abundancia		
		Mamíferos	Aves	Reptiles y anfibios	Peces	Alimentación humana	Medicinal	Otros	Poco	Frecuente	Mucho
Pájaros	No se registra		x					x	x		
Tórtolas	Zenaida auriculata		x				x			x	
Mirlos	Turduschiguanco		x					x		x	
Huirachuro	Pheucticuschrysopeplus		x					x	x		
Yuto	No se registra		x					x	x		
Palomas	No se registra		x					x	x		
Colibrí	Ensiferaensifera		x					x		x	
Picaflor	No se registra		x					x		x	
Gavilán	Buteomagnirostris		x						x	x	
Número total de especies reportadas		1	10	0	0	0	1	7	6	6	0

Fuente: GAD Parroquia Santiago de Calpi

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

2. Registro del patrimonio cultural inmaterial

a. Fichas de registro

1) Comunidad La Moya

a) Tradiciones y expresiones orales

i. Historia sobre la construcción de la iglesia de La Moya.

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000001	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Iglesia de La Moya. Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000001_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					

Historia sobre la construcción de la iglesia de La Moya - Calpi, Chimborazo	
Grupo social	Lengua (s)
Indígena	Kichwa
Ámbito	
Tradiciones y expresiones Orales	
Subámbito	Detalle del subámbito
Memoria local vinculada a acontecimientos históricos reinterpretados por las comunidades.	N/A
4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN	
<p>La historia sobre la construcción de la iglesia localizada en la comunidad La Moya, se sitúa en un lugar y una época específica; la cual parte de hechos que para la gente de la comunidad, fueron reales y que acontecieron en este emblemático lugar.</p> <p>Esta iglesia encierra una gran historia que aún se mantiene vigente en la memoria colectiva de la gente, según los comuneros de esta localidad, recuerdan según los relatos vertidos por sus padres y abuelos que ésta iglesia se construyó en honor al santo San Agustín que de una forma inexplicable apareció en forma humana en la comunidad y cuando murió le edificaron una iglesia en su honor.</p> <p>Además recuerdan que no todo en siempre la iglesia estuvo localizada en donde actualmente se encuentra que es la plaza central de la comunidad La Moya, dicen que antiguamente esta iglesia estuvo localizada a un ½ km de la comunidad, la cual es tan antigua como la iglesia de Balbanera que data desde el año 1534.</p> <p>La historia comienza con la llegada de un niño viajero a este sector de La Moya, se dice que este niño era oriundo de la ciudad de Cuenca al igual que sus padres, un día éste niño les ha venido siguiendo desde Cuenca a los papas, los cuales han venido montados en un caballo, mientras que el niño lleno de lágrimas les ha venido siguiendo a pie.</p> <p>Cerca del camino de Quitoñan que se encuentra ubicado a ½ km de la comunidad La Moya, el niño Agustín ya no avanzado a caminar y muy cansado se ha quedado sentado en este lugar.</p> <p>Justo por esos senderos ha pasado una señora lanera quien le ha visto al niño que ha estado sentado sollozando y le ha dicho “niño vamos conmigo” y el niño no ha querido y se ha quedado ahí sentado.</p> <p>Se dice que por las noches cuando no había nadie, el niño salía a caminar por ese sector algunas veces llorando, otras veces orando a dios es por eso que la gente le consideraba como un santo.</p> <p>Muchas personas le querían llevar a otras ciudades al santito, pero éste no se ha sabido querer mover de allí y mejor se ha sabido hacer más pesado para que nadie le mueva y en una ocasión en sueños le ha dicho a un comunero “yo no quiero irme de aquí, mejor llévame más arriba” y ahí le han llevado a la comunidad La Moya.</p> <p>Una vez llegado a ésta comunidad, la gente le ha situado en la esquina de la casa del fallecido taita Esteban y ahí colocado de pie, los mayores de la comunidad le han visto y han dicho “este niño se parece a un santito” y en su honor le han construido una choza a manera de iglesia con palo de cabuya negra y hoja de eucalipto.</p> <p>Ahí permaneció San Agustín, hasta que un terremoto destruyó la iglesia y de manera inexplicable solo el santo se salvó, se dice que el deslave de tierra pasó por cada lado del santo sin ni siquiera toparle o causarle algún daño, a lo que la gente considera un milagro.</p> <p>Después de lo sucedido el santito otra vez se aparece en sueños, pero en esta ocasión a la familia Romero y les ha dicho “ya no quiero estar aquí, mejor llévenme más arriba” y obedeciendo esta petición nuevamente los comuneros edifican una iglesia pero esta vez en el centro de la comunidad hecha de adobe y madera para que allí pueda permanecer San Agustín patrono de la comunidad.</p> <p>Actualmente la iglesia ha sido reconstruida, pero aún se mantiene su fachada original la cual resguarda la imagen de San Agustín, quien observándolo detenidamente y según los comuneros de La Moya, el santito no es ni de barro, ni de madera sino más bien da la impresión de un niño disecado a quien si se le pide con fe hace muchos milagros.</p>	

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
x	Anual	Esta historia es contada continuamente por la gente de la comunidad La Moya.			
	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La gente de la comunidad considera a esta historia muy importante no solo como símbolo de su identidad, sino también como parte fundamental dentro del turismo.					
Sensibilidad al Cambio					
x	Manifestaciones Vigentes		Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.		
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Miñarcaja Carmen		La Moya	N/A	Femenino	70
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
	IM-06-01-52-000-14-000001_2 JPEG		IM-06-01-52-000-14-000001_1 mp3		
10. ANEXOS					
					
<p>IM-06-01-52-000-14-000001_2 JPEG</p> <p>Descripción de la fotografía: Vista lateral de la actual iglesia de la Moya</p>					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	18	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	83		

ii. Cuento de la pastora y el cóndor

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000002	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Cuento de la pastora y el cóndor. Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000002_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Cuento de la pastora y el cóndor- La Moya, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Expresiones Orales			Cuentos		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Había una vez una señorita que sabía ir a pastar sus borregos con su perrito en una loma, ella siempre llevaba consigo su guango de lana para tejer, un día mientras pastaba; ha aparecido un cóndor transformado en un apuesto joven que siempre le inquietaba a jugar.

Después de algunos días, este joven nuevamente se ha transformado en un cóndor y le ha ido raptando a la chica hacia las montañas donde él vivía y le ha llevado con todo y sus borregos excepto a su perro "murusho" (obscurito), el mismo que al día siguiente ha ido aullando a la casa de los papas de la muchacha anunciando la desaparición de su dueña.

Los papas de la chica muy asustados le han preguntado al perrito "¿dónde está la wuawa?" Y el perrito solo aullando ha sabido estar viendo hacia los cerros.

A la mañana siguiente él papa, ha salido a buscarle en los peñascos y ha visto a un montón de cóndores comiendo algo y de repente el papá se acercado y le ha dicho ¿denme poquito de los que están comiendo? Y los cóndores le han respondido "bueno, pero no te acabaras" y al momento que él se aproximado ha ido vomitando sangre de ese lugar.

Una noche mientras la mamá de la chica dormía, la hija le hace soñar diciéndole "mamita en una pajita estoy, vengan a buscarme con un plato y una olla de barro ahí estoy" entonces los papas han salido de inmediato hacia el lugar donde la hija les ha indicado y ahí ellos han encontrado un montón de paja lleno de sangre, entonces los papas han recogido esas pajitas, y le han metido en una olla y le han traído de vuelta a la casa.

Así ha pasado esa noche y a la mañana siguiente cuando los papas le han ido a ver a la hija, para su sorpresa le encuentran nuevamente transformada.

Este es un cuento que no solo se relata dentro de esta comunidad La Moya, sino en muchos sectores indígenas de la provincia de Chimborazo, siendo la enseñanza que es preferible alejarse siempre del peligro.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Esta historia es contada continuamente por la gente de la comunidad La Moya.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Es un cuento muy importante para la comunidad debido a que dado el sector en el que se encuentran cerca del Chimborazo, es parte de su identidad.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la Memoria	

7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo	La Moya			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a				
9. ANEXOS				
Texto	Fotografías	Videos	Audios	
			IM-06-01-52-000-14-000002_1 mp3	
10. ANEXOS				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH				
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna				
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL				
Criterios		Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia		15		
Representatividad y reconocimiento comunitario		15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad		20		
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL		85		

iii. Cuento del lobo y el conejo

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000003	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Cuento del lobo y el conejo. Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000003_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Cuento del lobo y el conejo- La Moya, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Expresiones Orales			Cuentos		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Había una vez un lobo que siempre caía en las trampas que le hacía un audaz conejo.

Un día mientras el lobo iba caminando, asoma un conejo y llamándole la atención le dice “tío lobo a dónde te estas yendo” “ven ayúdame un ratito” entonces el lobo inocentemente acude al llamado del conejo y le pregunta “qué estás haciendo conejo” y éste responde “nada tío lobo solo quiero coger mi queso que se me cayó y está ahí en la mitad” señalándole una laguna de agua.

Ayúdame a recuperar mi queso y te doy un poquito, inclínate a cogerlo mientras yo te tengo del poncho; le dice el conejo al lobo.

En eso que el lobo se agacha para coger el supuesto queso dentro del agua, el conejo le suelta del poncho al lobo y se va corriendo y riendo.

El lobo completamente mojado, sale del agua y dice “Ahora que le vuelva a encontrar a este conejo me lo como para que me hizo trampa”

Así pasaron los días y mientras el lobo iba caminando se encuentra nuevamente con el conejo que le hizo la broma y le dice “Ahora si conejo bandido nadie te salva, te voy a comer” entonces el conejo asustado le dice: “No tío lobo espera un momento, no me comas, mejor comete un borrego que tengo guardado para ti; en la punta de esa loma, tú quédate aquí abajo y yo voy a empujarle al borrego para que se caiga abajo y te lo comas” entonces el lobo creyendo nuevamente en la palabra del conejo le dice “bueno entonces tu ándate arriba de la loma y yo me quedo acá abajo esperando que el borrego baje rodando”.

Como el conejo era muy audaz, sube a la punta del cerro y enseguida envuelve una piedra con la piel de un borrego y le manda rodando hacia abajo donde estaba el lobo.

El lobo contento de ver que un borrego venia rodando por el cerro, abre la boca para comerse e iba de un lado para otro hasta agarrarle al borrego; de repente y ya con la boca abierta el lobo se da cuenta que no era un borrego sino una piedra, la misma que le cayó en plena boca y le dejo con la lengua afuera.

Esta leyenda aporta con una moraleja que enseña a la gente a no ser muy confiada y peor a confiarse de personas audaces semejantes al conejo de este cuento.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Esta historia es contada ocasionalmente por la gente de la comunidad La Moya.
	Continua	
x	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Es un cuento muy importante dentro de cada familia puesto que cuando lo amerita se cuenta a los más pequeños de la casa.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	

	Manifestaciones de la Memoria	solo cuentan lo que se acuerdan.		
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo	La Moya			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a				
9. ANEXOS				
Texto	Fotografías	Videos	Audios	
			IM-06-01-52-000-14-000003_1 mp3	
10. ANEXOS				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH				
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna				
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL				
Criterios		Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia		10		
Representatividad y reconocimiento comunitario		10	RC	<input checked="" type="checkbox"/>
Equidad		15		
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL		70		

iv. Leyenda sobre la entrada secreta al Taita Chimborazo

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000004	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Leyenda sobre la ciudad perdida dentro del taita Chimborazo. Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000004_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Leyenda sobre la ciudad perdida dentro del taita Chimborazo- La Moya, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Leyendas			Leyendas asociadas a apariciones de seres sobrenaturales		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Cuenta la leyenda que cerca del “taita” (Papá) Chimborazo existía una hacienda, propiedad de la familia García que esta la actualidad existe y se encuentra localizada en la comunidad Chorrera Alto por el sector Pulinguí cercana al Templo Machay.

En esta hacienda según los moradores que criaba ganado bravo, ellos tenían bastante ganado que sacaban solo en las épocas de carnaval para las corridas de toro que se daban en el pueblo.

Todo este ganado era criado y cuidado en el páramo por un vaquero quien estaba a las órdenes de sus patronos.

Dicen que un día cerca de las fechas de carnaval el sr. García ordenó a su vaquero a que saque los mejores toros que tenga y que los lleve para un rodeo que se iba a dar esa tarde en el pueblo.

La tarde cayó y nunca llegaron ni el vaquero ni los toros, el sr. García se puso a buscarles por todo lado y no los encontró; no fue que al tercer día tanto el vaquero como los toros aparecieron en la hacienda justo cuando estaba allí el patrono; el cual les ha dicho “dónde estaban yo les busque por todos lados y no asomaron, donde te fuiste con el ganado” el vaquero muy seguro de lo que decía respondió: “Yo si me fui a la corrida de toros patrón, estaba yendo rectito y de repente se abrió una puerta a las faldas del Chimborazo era a manera de un templo oscuro y dentro había una ciudad perdida de cristal y ahí torearon los toros y hasta me pagaron patrón”.

El sr. García admirado por lo relatado por el vaquero dijo “Y cuánto te pagaron”, y ahí fue cuando el vaquero sacó los dos sacos de mazorcas y al abrirlo no eran mazorcas comunes sino era oro puro.

Se dice que de ahí proviene la riqueza de la familia García.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Esta historia es contada continuamente por la gente de la comunidad La Moya.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Es una leyenda muy importante para la gente de la comunidad ya que simboliza parte de su identidad respecto a la ubicación de su localidad.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la Memoria	

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo	La Moya			

8. ELEMENTOS RELACIONADOS			
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito
n/a			
9. ANEXOS			
Texto	Fotografías	Videos	Audios
			IM-06-01-52-000-14-000004_1 mp3
10. ANEXOS			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios		Valoración	Catalogación
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP <input type="checkbox"/> x
Trasmisión intergeneracional y vigencia		15	
Representatividad y reconocimiento comunitario		20	RC <input type="checkbox"/>
Equidad		15	
Respeto a la diversidad		15	M <input type="checkbox"/>
TOTAL		85	

b) Artes del espectáculo

i. Canto del Jaguay

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000005	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Canto del Jawuay. Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000005_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Canto del Jawuay- La Moya, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Artes del espectáculo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Música			N/A		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

El Jawuay es considerado por la gente de la comunidad de La Moya, como un canto ritual en época de la cosecha de la cebada, dirigido y en agradecimiento a la pacha mama que es la dadora del alimento para las familias, en donde varias veces a través del canto se repite la palabra Jaguay o haway que en lengua Kichwa significa ¡Arriba! ¡Arriba! Frase que da ánimo a los segadores de la cebada mientras van trabajando en la recolección de la misma.

Existen diferentes cantos del Jahuay en donde la mayoría de veces con el afán de disminuir el cansancio en la gente se menciona algo chistoso o algún acontecimiento que cause risa entre todos los segadores de la cebada, otros canticos por el contrario son más serios en donde la letra de la canción tiene una tonalidad triste.

Un ejemplo del canto de jaguay lo realizan las mujeres de la comunidad de La Moya las cuales solo recuerdan algunas partes de este ritual debido a que actualmente ya no se lo pone en práctica al momento de la cosecha de la cebada.

HAWAY

Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla

Alli pacha shamunka tukuy runakunapak
A llegado el tiempo de luz para todos los seres humanos
 tayta wirakuchata llakimanta llukchinka
Dios padre y madre me saca de las penas
 Alli pacha shamunka tukuy runakunapak
A llegado el tiempo de luz para todos los seres humanos
 tayta wirakuchata llakimanta shamunka
Dios padre y madre compadecido vendrá

Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla
 Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla

Ñawpa yuyakkunapak allí rurashkataka,
Las bienaventuranzas de los sabios ancestros
 paypak ñanta katishpa shuk shinalla kawsashun
siguiendo sus enseñanzas viviremos mejor
 Ñawpa yuyakkunapak allí rurashkataka
Las bienaventuranzas de los sabios ancestros
 paypak ñanta katishpa shuk shinalla kawsashun
siguiendo sus enseñanzas viviremos mejor

Ay Haway...!!!

Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla
 Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla, Ay Jawaylla jawaylla

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Este canto es entonado ocasionalmente por las mujeres de la comunidad, y lo hacen solo cuando alguien se lo pide o la ocasión lo amerita.			
	Continua				
x	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Para la gente de la comunidad es importante este canto, puesto que tienen la ilusión de algún día volver a practicar todo el ritual del Jaway.				
Sensibilidad al Cambio				
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente de la comunidad.		
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables			
	Manifestaciones de la Memoria			
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo	La Moya			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a				
9. ANEXOS				
Texto	Fotografías	Videos	Audios	
			IM-06-01-52-000-14-000005_1 mp3	
10. ANEXOS				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH				
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna				
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL				
Criterios		Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia		10		
Representatividad y reconocimiento comunitario		10	RC	<input checked="" type="checkbox"/>
Equidad		15		
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL		70		

c) Usos sociales, rituales y actos festivos

i. Fiesta en honor al patrono San Agustín.

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000006	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Fiesta en honor al patrono San Agustín. Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000006_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Fiesta en honor al patrono San Agustín- La Moya, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Usos sociales, rituales y actos festivos					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Fiestas			Fiestas o conmemoraciones religiosas		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Las fiestas en honor al patrono San Agustín son muy importantes a nivel local, es decir son de gran importancia dentro de la comunidad La Moya y son celebradas cada mes de Agosto.

Se dice que años atrás estas fiestas eran realizadas con gran esplendor, en donde asistía todo el pueblo desde los más pequeños, hasta las personas mayores, todo esto se lo realizaba sin escatimar gastos por parte de los priostes y de la gente de la comunidad.

Actualmente y debido a la situación económica de los comuneros de La Moya ya no se la realiza con magnificencia sino hasta donde la gente pueda colaborar y dura solo un día.

La fiesta comienza con las vísperas del sábado que implica una verbena, música y baile entre toda la gente de la comunidad.

Para amanecer al domingo, día propio de la festividad, la comunidad amanece con un buen albazo y continua con la tradicional corrida de toros, en donde se torea a los mejores exponentes traídos de Calpi u otras comunidades aledañas al sector, para este evento algunos moradores de la comunidad ponen como jocha los toros mientras otros donan las colchas para los arriesgados que ganen la corrida.

Posterior a este acto las mujeres de la comunidad se reúnen en la cocina de la comunidad para preparar una gran cantidad de comida para todos los comuneros De la misma forma que en el caso anterior otras personas de la comunidad donan ya sea en dinero o en alimentos para la preparación de la comida; entre los platos típicos que se preparan esta las papas con cuy, el caldo de gallina y el vaso de chicha.

Y después de un buen almuerzo, entre bailes ya sea con orquesta, banda o disco móvil el día domingo por la noche dan por concluido las fiestas de la comunidad en honor al patrono San Agustín.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
x	Anual	Esta fiesta se lo realiza anualmente la primera semana del de agosto dentro de la comunidad La Moya.
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Esta fiesta es muy importante para la gente de la comunidad debido a que se lo hace en honor a su patrono que es el protector de la comunidad.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer debido a muchos factores económicos dentro de la gente de la comunidad.
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la Memoria	

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Llesha María Agustina	La Moya		Femenino	31
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
Historia sobre la construcción de la iglesia de La Moya	Tradiciones y expresiones orales	Memoria local vinculada a acontecimientos históricos reinterpretados por las comunidades	N/A	
9. ANEXOS				
Texto	Fotografías	Videos	Audios	
			IM-06-01-52-000-14-000006_1 mp3	
10. ANEXOS				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH				
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna				
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL				
Criterios	Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia	10			
Representatividad y reconocimiento comunitario	12	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad	15			
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL	72			

ii. Fiesta del carnaval

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				IM-06-01-52-000-14-000007	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Fiesta del carnaval. Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000007_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Fiesta del carnaval- La Moya, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Usos sociales, rituales y actos festivos					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Fiestas			Fiestas o conmemoraciones religiosas		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Las fiestas del carnaval son una de las fiestas más importantes en la parroquia de Calpi

Esta celebración, producto del sincretismo; se encuentra inmersa y arraigada en muchas de las comunidades y barrios de la parroquia, consolidándose como el espacio y tiempo de reencuentro entre muchas de las familias del sector.

Para la realización de las mismas, se preparan un sinnúmero de eventos con juegos populares y actuaciones las cuales se llevan a cabo dentro de cada comunidad; el objetivo de estas programaciones es sin duda alguna, el festejo en honor al Carnaval así como también el sano esparcimiento entre toda la gente de la comunidad.

Dentro de la comunidad La Moya las festividades del carnaval se lo realiza con gran entusiasmo por toda la gente, los jóvenes suelen jugar con agua, harina y huevo, mientras que los adultos se reúnen entre vecinos a jugar y cantar coplas de carnaval acompañado de guitarras, tarros o lo que encuentren.

Algo muy tradicional de esta festividad es el juego de los gallos, este juego consiste en el día martes de carnaval por la tarde, colocar a lado de la casa comunal; dos postes de madera a cada lado con una soga en la mitad, para ahí colgar a los gallos que son donados por la misma gente.

Una vez que la estructura está lista, proceden a colgar en la soga a los gallos para después ya con la gente reunida; escoger a las personas que quieren participar del juego.

Ya la gente lista debe jalar del pescuezo a los gallos que están colgados de la soga, si en un caso logra sacar todo el gallo, se lo lleva como recompensa, pero también está comprometido a dar el doble de los gallos que saque como jocha para el próximo carnaval.

Según cuenta la gente más longeva de la comunidad antiguamente en las fiestas del carnaval se sabía sacar a los "warmitukushkas" (Hombres vestidos de mujer que iban bailando al son del carnaval por toda la comunidad) y que actualmente ya no se lo hace, también recuerdan que la cantidad de gallos que ponían para el juego era bastante cosa que ahora ya no se lo hace debido a que los gallos cuestan caro y más de 100 \$ se va solo donando unos 6-7 gallos.

Finalmente entre todas las mujeres de la comunidad la mayoría de veces preparan un bocadito para los carnavaleros y al son del carnaval dan por terminado este día de fiesta.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
x	Anual	Esta festividad se la realiza cada año en el mes de febrero.
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Esta fiesta es muy importante para la gente de la comunidad debido a que en esta ocasión toda la gente se une, colabora y festeja al máximo entre todos los vecinos del sector.

Sensibilidad al Cambio

Manifestaciones Vigentes	
--------------------------	--

x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer debido a muchos factores económicos dentro de la gente de la comunidad.		
	Manifestaciones de la Memoria			
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo	La Moya			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
9. ANEXOS				
Texto	Fotografías	Videos	Audios	
			IM-06-01-52-000-14-000007_1 mp3	
10. ANEXOS				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH				
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna				
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL				
Criterios	Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia	12			
Representatividad y reconocimiento comunitario	12	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad	15			
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL	74			

iii. Rito del matrimonio

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000008	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Rito del matrimonio. Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000008_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Rito del matrimonio- La Moya, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		

Ámbito	
Usos sociales, rituales y actos festivos	
Subámbito	Detalle del subámbito
Ritos	Ritos de paso
4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN	
<p>Uno de los ritos más importantes en la vida de las personas es el rito del matrimonio, el mismo que con el pasar del tiempo ha venido cambiando paulatinamente en la comunidad La Moya. No obstante la gente aún sigue manteniendo la mayor parte de las tradiciones que conlleva este ritual.</p> <p>Se dice que antiguamente; los padres que tenían hijas mujeres se daban la tarea de escoger detalladamente al que querían como esposo de su hija, por lo general se fijaban si era un hombre trabajador, que tenga terrenos o que sepa sembrar; no importaba cual fuera su edad; entre más maduro más apreciado era por los padres de la muchacha y así ella no lo quisiera le obligaban a casarse a la fuerza.</p> <p>Actualmente quizá este sea el único proceso que ha variado dentro de la gente de la comunidad ya que hoy en día los muchachos pueden escoger a la persona con quien quieren compartir su vida, ya no prevalece la condición económica sino más bien valoran más los sentimientos y características de la otra persona.</p> <p>Lo tradicional en este ritual comienza con la pedida de mano de la novia, para esto el novio debe ir a la casa de la muchacha acompañado de una persona que sea de suma confianza del papá de la novia y entrar a la casa con el pretexto de que quiere pedir un favor para sus terrenos, para esto deben llevar un borrego, una gallina y sin duda una botella de trago.</p> <p>Una vez que el papá de la novia ya les deja entrar a la casa, el amigo y el futuro yerno deben entrar saludando, pedirle algún favor para despistar al papá y enseguida darle las guanllas (regalos) que trajeron.</p> <p>Cuando el papá ya acepta los regalos se procede a consolidar la visita, dándole al papá de la muchacha una o dos copas de trago. Ya cuando estén mareados, recién le comunican al papá el verdadero objetivo de la visita diciéndole: "Bueno compradito esa copita que usted se toma no es en balde en realidad he venido para ayudar al muchacho a pedir la mano de su hija".</p> <p>La mayoría de veces los papás reaccionan de buena manera y llaman a la hija para constatar si ella también, está dispuesta a casarse.</p> <p>Una vez que todos están de acuerdo comienzan los preparativos del matrimonio iniciando con la boda civil para después de 15 días dar paso al matrimonio eclesiástico.</p> <p>Existen tres etapas dentro del ritual eclesiástico del matrimonio que son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hapirishita o Hapitukuy: Se traduce del Kichwa al español como la acción de (pedir y coger) Esta etapa se inicia el día jueves por la mañana, los "washa padrinos" (padrinos en segundo grado) de los novios se encargan de ver que se va a necesitar en la fiesta e ir a pedir lo que les haga falta como puede ser ollas, trastes etc. <p>El día viernes por el contrario comienzan con el preparativo de la comida, para lo cual las mujeres matan ganado, cuyes, chanchos, gallinas etc, mientras que los conocidos y parientes más allegados de los novios suelen visitar a la novia y dejar algunas donaciones para la fiesta razón por la cual se le conoce como hapirishita; lo más usual que dejan es: plátano, cuyes, panes, una cabeza de cerdo o chanco lo que sea necesario para preparar la comida de la fiesta.</p> <p>El día sábado, que es el día de la ceremonia religiosa la mamá de la novia le viste a la hija de punta en blanco con el traje típico que es en el caso de la novia: Un camión bordado, largo hasta la rodilla, el anaco negro, blusa blanca, un suéter, encima dos bayetas de colores rosado y verde o verde y rojo con cinta de colores además se la adorna con aretes, sombrero blanco, washca de perlas todo este gasto lo debe hacer la mamá sin escatimar gastos.</p>	

El novio por el contrario debe ir a la iglesia acompañado de su padre el cual debe vestirle a su hijo con un terno negro aclarando que antiguamente lo tradicional era que el novio utilice un poncho rojo con rayas blancas.

Una vez reunidos los novios en la iglesia proceden al ritual religioso y después proceden a retirarse e invitar a todos los acompañantes a la fiesta que puede darse primero en la casa de novio o la novia como los dos acuerden.

2. Siriche: Ésta es otra etapa fundamental dentro del matrimonio, traduciéndole al español significaría la noche de bodas de los novios.

Los “washa padrinos” después de la misa, son los encargados de dejar a la pareja de recién casados en una habitación para que duerman juntos, en esta etapa participan otros actores claves a más de los washa padrinos y son los porteros, quienes son los responsables de velar por la seguridad de los recién casados toda la noche e impedir que alguien les vaya robando ya sea al novio o a la novia o que roben alguna de sus pertenencias.

Esta tradición de irles robando a los recién casados es la parte más interesante de este ritual puesto que con el afán de que los recién casados no pasen la noche juntos vienen sus amigos o familiares y de formas muy perspicaces logran robarles ya sea a ellos o alguna de sus pertenencias, el objetivo de esta etapa es que a la mañana siguiente los recién casados salgan como entraron incluidas sus pertenencias.

Si en un caso y por mala suerte de los porteros y los “washa padrinos” les han ido robando a los esposos, ellos deben salir a media noche a buscarlos adivinando donde podrían haberles escondido, si en un caso le encuentran deben pagar una multa por haberles descuidado y deben dar a cambio dinero, una prenda o un litro de trago lo que pida la persona que ejecutó el rapto.

El domingo por la mañana los “washa padrinos” deben hacerle despertar a los novios para comenzar la fiesta y brindarles a todos los acompañantes un bocadito de comida para lo cual ellos amanecen cocinando.

Entre comida y bebida viene la segunda parte que es la entrega de regalos a los esposos, para esto en la huerta de la casa, los invitados ponen lo que con buena voluntad trajeron de regalo pero todo en pareja es decir: par de cuyes, par de conejos, par de borregos, chanchos etc. o sino también ponen electrodomésticos como refrigeradoras, cocinas, azadones etc.

Aquí también intervienen otros actores claves como los huerteros quienes cumplen el rol de hacer bailar y emborrachar a la novia para que ella no alcance a recoger todos los regalos de la huerta.

Domingo por la tarde antes de finalizar la fiesta los novios deben ir a la casa del papa de la novia para que les de la bendición para así acabar bien el día.

3. Camchacashtuy: Es la última etapa del matrimonio que traducido al español significa “comer o masticar el tostado”.

Esta etapa se lleva a cabo el día lunes en la casa de la novia. Los washa padrinos preparan algunos platos de comida para todos los acompañantes y en especial para los novios.

Al novio se le da de comer una batea de tostado, una batea de machica revuelta con la carne sacada de la parte íntima del borrego o de la vaca.

Algo particular es que sin que el novio se dé cuenta, le dan una cuchara de palo rota para que pueda degustar de estos platos de comida, si la cuchara se le rompe en la mano del novio la gente le dice que va a ser un mal marido pero si no se le rompe será un buen marido.

Para los acompañantes por el contrario se les prepara habas, machica con aji, papas cusa, carne asada y mucho trago.

Así concluyen el día lunes comiendo y “guanllando” (llevando) lo que más puedan de comida para el

calentado del siguiente día.

Finalmente para concluir con el ritual del matrimonio, el día martes los washa padrinos preparan un calentado con la comida que sobro del camchacashtuy para después de eso ir a devolver todas las cosas que pidieron prestado, mientras que los novios ya una vez unidos legalmente y unidos ante dios se quedan a vivir en la casa del novio y así dan por terminado este ritual.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Este ritual se lo realiza de forma continua debido a que siempre que hay un matrimonio se realiza todos los pasos del ritual.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

La realización de este ritual es de suma importancia para la comunidad, puesto que a más de afianzar nudos familiares; también se demostraba el grado de colaboración y solidaridad que tenían la gente para el desarrollo de dicha ceremonia.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un cierto grado de vulnerabilidad debido a que las diferencias religiosas han hecho que poco a poco se vaya dejando de lado dichas tradiciones.
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la Memoria	

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Miñarcaja Carmen	La Moya		Femenino	70

8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Nombre	Ambito	Subámbito	Detalle subámbito

9. ANEXOS

Texto	Fotografías	Videos	Audios
			IM-06-01-52-000-14-000008_1 mp3

10. ANEXOS

11. DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH

Registrado por: Quinchuela Jhoanna

Fecha de Registro: 2014/02/06

Revisado por: Solano Elizabeth

Fecha de Revisión: 2014/07/23

Aprobado por: Solano Elizabeth

Fecha de Aprobación:

Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna

12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	80		

iv. Rito del bautizo

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000009	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Rito del bautizo. Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000009_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Rito del bautizo- La Moya, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Usos sociales, rituales y actos festivos					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Ritos			Ritos de paso		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Uno de los ritos fundamentales en la vida de las personas es su iniciación en la vida católica, es decir el hecho de entregar a dios la vida de un niño para que lo cuide y lo proteja hasta el último día de su vida.</p> <p>Es así que en la comunidad de la Moya aún se mantienen algunas tradiciones en lo referente al rito del bautizo, antiguamente la gente tenía la costumbre de bautizar a los niños aproximadamente hasta los dos días de nacidos.</p> <p>La partera no dejaba que la mamá o el papá tomen entre sus brazos al recién nacido puesto que tenían la creencia de que si lo hacían el diablo se le iba a pasar a la criatura, la única persona que estaba autorizada para cargar al niño era su abuela, la misma que después tenía que convertirse en su madrina de bautizo.</p> <p>Ella sola tenía que ir a la iglesia y bautizar enseguida al niño para que esté protegido del mal del diablo y pueda ser amarcado por sus padres y presentado al resto de la comunidad a través de una comida que ella mismo se encargaba de preparar.</p> <p>Actualmente aún se sigue manteniendo esta tradición con la diferencia de que ahora la gente ya conocen desde que nacen a su hijo y propenden a escoger como padrinos a personas de altos recursos económicos dejando de lado la sabiduría y experiencia de la gente mayor.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Este ritual se lo realiza ocasionalmente dentro de la comunidad ya que se han dejado de lado ciertas creencias trasmitidas por la gente mayor.			
	Continua				
x	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
<p>La realización de este ritual es de suma importancia para la comunidad, puesto que a través del mismo la gente reanuda su fe católica e inculcan a sus hijos valores cristianos para su iniciación a la vida católica.</p>					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un cierto grado de vulnerabilidad debido a que las diferencias religiosas han hecho que poco a poco se vaya dejando de lado dichas tradiciones.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		La Moya			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	

9. ANEXOS			
Texto	Fotografías	Videos	Audios
			IM-06-01-52-000-14-000009_1 mp3
10. ANEXOS			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	10		
Representatividad y reconocimiento comunitario	10	RC	<input checked="" type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	70		

v. Rito de los velorios

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000010	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Rito de los velorios. Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000010_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Rito de los velorios- La Moya, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Usos sociales, rituales y actos festivos					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Ritos			Ritos de paso		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Para la gente de esta comunidad, la muerte no es otra cosa que el descanso eterno de esta vida hasta la llegada de nuestro señor Jesucristo.

Algo muy tradicional al momento en que fallece un poblador, es que se informe a toda la comuna sobre lo sucedido para que ellos procedan hacerle "Siriche" (Acostar) al muerto, primero le visten al cadáver como si fuera a una fiesta es decir con sus mejores prendas, después proceden a envolverle en una cobija y colocarle en la mitad del cuarto para que todas las personas puedan despedirse de él,

Algunos vecinos acuden al velorio con velas y algo de comida como panes, borregos y otros productos que producen sus terrenos, con el objetivo de colaborar con los deudos para que ellos puedan dar de comer a todos los acompañantes. Un plato típico que se sirve es carne de borrego, carne de chanco los cuales se reparten cuando todos están reunidos o a su vez van comiendo mientras los van preparando.

Después de la merienda, todos los acompañantes se ponen a cantar y a jugar hasta la madrugada para ayudar a mitigar el dolor de sus familiares, el último juego que se realiza es el juego del 4 y 4 en donde la gente sentada en el piso tira una moneda al suelo y dicen "4-4-4, vara, vara, vara" y prosiguen hasta el amanecer.

Una vez que han pasado dos días de velación, culminan enterrando el cadáver en el cementerio de la misma comunidad y los deudos agradeciendo por haberles acompañado en esos momentos de dolor.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Este ritual se lo realiza continuamente dentro de la comunidad ya que siempre que hay un fallecido se sigue el mismo ritual.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

La realización de este ritual es de suma importancia para la comunidad, puesto que a más de afianzar nudos familiares; también se demuestra el grado de colaboración y solidaridad que tiene la gente para el desarrollo de este ritual.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un cierto grado de vulnerabilidad debido a que las diferencias religiosas han hecho que poco a poco se vaya dejando de lado dichas tradiciones.
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la Memoria	

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Miñarcaja Carmen	La Moya		Femenino	70

8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito

9. ANEXOS			
Texto	Fotografías	Videos	Audios
			IM-06-01-52-000-14-000010_1 mp3
10. ANEXOS			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	80		

d) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

i. Primer hielero del Chimborazo

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000011	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón:	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Señor Manuel Miñarcaja primer hielero del Chimborazo Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000011_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Primer hielero del Chimborazo-Parroquia de Calpi, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruhá			Kichwa		
Ámbito					
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Técnicas y saberes productivos tradicionales			N/A		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

El oficio de los hieleros tiene raíces en el imperio romano y pueblos árabes en donde el hielo era traído de las montañas para conservar los productos y hacer helados, cuando llegaron los conquistadores a América Latina impusieron esta práctica a los pueblos andinos como una mita, es decir un trabajo obligatorios y gratuito.

En el Ecuador estas mitas se establecieron en Cayambe, Cotacachi y Chimborazo, así los pobladores de la comunidad La Moya fueron los primeros hieleros hasta mediados de los 80"s. Ellos se dedicaban a esta actividad por complementar sus ingresos económicos y así poderse liberar de las haciendas y de sus hacendados.

En tiempos de la colonia los hieleros del Chimborazo bajaban con aproximadamente unas 150 mulas cargadas de hielo y lo vendían a las poblaciones costeñas de Babahoyo, Vinces, Guayas así como también a poblaciones vecinas de Guaranda en donde intercambiaban el hielo por otros productos como maíz, trigo o trago de contrabando el cual era comercializado desde la Comunidad La Moya.

A pesar de que esta actividad recién comenzaba a entrar en auge existía serios problemas entre las dos familias que se dedicaban a esta actividad que es la Familia Miñarcaja perteneciente a la comunidad La Moya y quien inicio con la tradición y la Familia Ushka del sector Cuatro Esquinas quien ha mantenido la tradición hasta la actualidad.

Según pobladores de la Moya, esta comunidad ya no sigue con la práctica por la dificultad que conlleva la realización de dicha actividad.

Según relatan, el trabajo iniciaba con el ascenso del hielero a las 5 am hacia las minas en compañía de tres burros y herramientas como pico, pala, barra, hoz y un hacha.

Aproximadamente 4 horas es lo que el hielero se demoraba para subir al Chimborazo y otras 4 horas para bajar con la pesada carga, en el transcurso empleando la hoz, el hielero iba cortando por el camino bastante paja, la misma que posteriormente serviría para envolver los bloques de hielo y para elaborar sogas resistentes para amarrar los mismos, las cuales son realizadas mediante la técnica de la torsión.

Cuando el hielero llegaba a las minas, que es una capa de glaciar cubierto por tierra y rocas con la ayuda de su pala retiraba los montículos de tierra y con el pico iba rompiendo el trozo de hielo que quería moldear. Una vez picado lateralmente el trozo de hielo, con la barra el hielero aplicaba toda su fuerza y haciendo palanca empujaba el fragmento hasta que se desprenda de la mina.

Después de este proceso con el pico y un hacha procedía a tallar bloques más pequeños de hielo de 60 libras aproximadamente, luego envolvían cada bloque en la paja, les amaraban con las mismas sogas torcidas y las cargaban en sus mulas.

Según los antiguos hieleros de la comunidad el descenso era lo más difícil del trayecto ya que debido a la irregularidad del terreno y las variaciones del clima se les hacía más difícil guiar a las mulas cargadas, las cuales después de un largo tramo llegaban por la tarde completamente cansadas.

Posterior a un día de trabajo el hielero procedía a descargar el hielo y guardarlos en hoyos que han sido cavados en la tierra para se logre mantener la temperatura de los bloques.

Todo esto lo realizaban los días jueves y viernes, es decir un día antes de la feria del día sábado en la ciudad de Riobamba, debido a que el día de feria los hieleros salían a recorrer todos los mercados de la ciudad como La Merced, San Alfonso entre otros, en donde las comerciantes de jugos y expendedores de pescado compraban los bloques de hielo para poder ejercer su actividad.

El precio al que se vendía los bloques de hielo era de 3 dólares y hacían pedidos en grandes cantidades, sin embargo actualmente ya no se lo hace puesto que el hielo artificial vino a desplazar al hielo natural que según afirman los consumidores era mucho más rico, sabroso y duraba más.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Actualmente en la comunidad ya no se practica dicha actividad.			
	Continua				
	Ocasional				
x	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Antiguamente el desarrollo de esta actividad era de vital importancia dentro de la comunidad ya que formaba parte de la economía de la familia.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes		Es una manifestación que ya no se practica actualmente en la comunidad y cuyos conocimientos han quedado en la memoria colectiva de la gente.		
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
x	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		La Moya			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
N/A					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
	IM-06-01-52-000-14-000011_2 JPEG	IM-06-01-52-000-14-000011_1 flv			
	IM-06-01-52-000-14-000011_3 JPEG				
	IM-06-01-52-000-14-000011_4 JPEG				
	IM-06-01-52-000-14-000011_5 JPEG				
	IM-06-01-52-000-14-000011_6 JPEG				
10. ANEXOS					
					
IM-06-01-52-000-14-000011_2 JPEG Descripción: Torcion de la paja			IM-06-01-52-000-14-000011_3 JPEG Descripción: Desprendimiento del hielo de la mina		



IM-06-01-52-000-14-000011_4 JPEG



IM-06-01-52-000-14-000011_5 JPEG

Descripción: Envoltura del bloque de hielo en la paja Descripción: Descenso de los burros cargados



IM-06-01-52-000-14-000011_6 JPEG

Descripción: Venta de jugos con hielo del Chimborazo.

11. DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH

Registrado por: Quinchuela Jhoanna

Fecha de Registro: 2014/02/06

Revisado por: Solano Elizabeth

Fecha de Revisión: 2014/07/23

Aprobado por: Solano Elizabeth

Fecha de Aprobación:

Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna

12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL

Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	10		<input type="checkbox"/>
Representatividad y reconocimiento comunitario	20	RC	<input checked="" type="checkbox"/>
Equidad	20		<input type="checkbox"/>
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	85		<input type="checkbox"/>

ii. Uso de las plantas medicinales dentro de la comunidad La Moya.

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000012	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón:	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Imagen interpretativa sobre la planta de hierba mora Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000012_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Uso de plantas medicinales dentro de la comunidad La Moya-Parroquia de Calpi, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruhá			Kichwa		
Ámbito					
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Medicina tradicional			n/a		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Dentro de la comunidad existen un sinnúmero de plantas medicinales que se encuentran al alcance de la misma gente y que sirven para curar algunos malestares comunes. Lo único que necesitan es tener el conocimiento del uso correcto de las mismas.</p> <p>Entre las plantas existentes dentro de la comunidad están:</p>					
Nombre de la planta			Para que sirve		
Manzanilla			Para hacer aguas aromáticas		
Tipo			Para el dolor de barriga		
Ashku mikuna tili			Para la diarrea de los niños		
Matico			Para los golpes		
Simbalo, polalo y guaguay			Para el espanto de los niños		
Hierva Mora			Para golpes, caídas y lesionados		
Malva			Para los golpes		
Fulning			Para el dolor de muela		
<p>Según la gente de la comunidad, la mayoría de estas plantas crecen naturalmente sin necesidad de la intervención del hombre aunque especies como simbalo, polalo y guaguay comienzan a desaparecer y cada vez se encuentra muy pocas dentro de los terrenos de la comunidad.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
Anual		La utilización de estas plantas se lo hace continuamente dentro de la comunidad			
X	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Es una manifestación muy importante para la gente puesto que la mayoría de veces los comuneros prefieren utilizar las plantas que tienen cerca como medicina natural antes que comprar fármacos en las boticas.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un cierto grado de vulnerabilidad puesto que actualmente los jóvenes han dejado de lado la práctica de dichos conocimientos y los han cambiado por medicamentos genéricos que se los encuentra en cualquier farmacia.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
Taller de campo	La Moya				
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
N/A					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000012_1 mp3		
10. ANEXOS					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	20		
Respeto a la diversidad	20	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	80		

iii. Preparación de las tradicionales papas con cuy

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000013	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón:	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Preparación de las tradicionales papas con cuy Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000013_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Preparación de las tradicionales papas con cuy La Moya-Parroquia de Calpi, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruhá			Kichwa		
Ambito					
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Gastronomía			Gastronomía festiva		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Para cualquier fiesta, compromiso o visitas de autoridades lo tradicional dentro de la comunidad es “brindar un platito de comida a todo el que acompañe” y lo típico es el plato de papas con cuy asado al carbón.

La preparación de este plato comienza con la matanza del cuy el mismo que es criado por las mismas mujeres de la comunidad, después proceden a pelarle un día antes de la programación para que los aliños se concentren en el cuy.

El aliño consiste en ajo, sal y cebolla blanca, con esta preparación se adoba al cuy y se lo deja reposar toda la noche hasta el siguiente día que quede listo para asar.

En el proceso de asado, es en lo que las mujeres más se demoran ya que deben ir a recoger leña de eucalipto bien seca del bosque y traer con la ayuda de un burro aproximadamente una carga para que dure para toda la semana.

En el brasero se coloca aproximadamente unos 5 rajados de leña para que dure toda la media hora de asado y de ahí ir colocando más si llegara a faltar.

Con la ayuda de un palo de madera largo bifurcado en dos se asan los cuyes y según las mujeres mientras se van dorando el secreto es ponerle achiote para que el cuero del cuy se haga crujiente.

Uno de los indicativos de que el cuy está listo para comer es viendo si los dientes de la boca del cuy ya no tiene sangre osino rompiendo las uñas del mismo, si se quiebran fácilmente ya está listo para servir.

Por otra parte mientras van asando el cuy van también preparando las papas cocinadas y el maní, el cual lo preparan con cebolla blanca, paiteña y maní.

Finalmente el plato se sirve con las papas bañadas en salsa de maní con la presa del cuy y lechuga con rodajas de tomate y limón con un buen ají hecho a piedra.

Fecha o Período	Detalle de la periodicidad
Anual	La preparación de este plato típico se lo realiza ocasionalmente dentro de la comunidad dependiendo si hay fiestas o alguna programación.
Continua	
x Ocasional	
Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

La preparación de este plato típico es de suma importancia para la comunidad ya que este sirve para cumplir compromisos especiales, compadrazgos y vistas, además es utilizado en las festividades.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un cierto grado de sensibilidad puesto que actualmente la mayoría de mujeres jóvenes han remplazado dichas habilidades culinarias por otras de más fácil preparación.
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la Memoria	

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
---------------------	-----------	----------	------	------

Taller de campo	La Moya		
8. ELEMENTOS RELACIONADOS			
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito
N/A			
9. ANEXOS			
Texto	Fotografías	Videos	Audios
	IM-06-01-52-000-14-000013_2 JPEG		IM-06-01-52-000-14-000013_1 mp3
	IM-06-01-52-000-14-000013_3 JPEG		
	IM-06-01-52-000-14-000013_4 JPEG		
	IM-06-01-52-000-14-000013_5 JPEG		
	IM-06-01-52-000-14-000013_6 JPEG		
	IM-06-01-52-000-14-000013_7 JPEG		
10. ANEXOS			
			
<p>IM-06-01-52-000-14-000013_2 JPEG Descripción: Adobe de los cuyes</p>		<p>IM-06-01-52-000-14-000013_3 JPEG Descripción: Empalado de los cuyes</p>	
			
<p>IM-06-01-52-000-14-000013_2 JPEG Descripción: Salsa de maní</p>		<p>IM-06-01-52-000-14-000013_3 JPEG Descripción: Coccion de las papas a carbón</p>	
			
<p>IM-06-01-52-000-14-000013_2 JPEG Descripción: Mujeres de la comunidad sirviendo las papas con cuy</p>		<p>IM-06-01-52-000-14-000013_3 JPEG Descripción: Presentacion del plato</p>	

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	20	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	20		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	80		

iv. Preparación de platos típicos de la comunidad La Moya.

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000014	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón:	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Preparación de chigüiles Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000014_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Preparación de platos típicos de la comunidad La Moya-Parroquia de Calpi, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruhá			Kichwa		
Ámbito					
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Gastronomía			Gastronomía cotidiana		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

La base de la alimentación de las familias de la comunidad es a través de los granos que se dan en los terrenos de la misma, las mujeres preparan un sinnúmero de platos como:

- Sopa de arroz de cebada
- Colada de cauca
- Sopa de quinua
- Habas y choclos cocinados
- Papas cocinadas con cascara o también llamadas "Papas yana"
- Papas timbu
- Habas tasnu
- Caldo de gallina
- Colada de machica con papas
- Papas con achiote
- Sopa de avena
- Sopa de harina de alverja
- Sopa de nabo
- Chigüiles
- Machica con panela
- Empanadas con harina de maíz

Todas estas preparaciones se las hace a leña empleando aproximadamente una carga para todo el mes, conservando así ese sabor natural en las comidas.

Por lo general las mujeres se levantan a las 6 de la mañana y acaban de cocinar en media hora ya que según ellas manifiestan que la leña es muy rápida para cocinar además dicen que este método es muy bueno ya que mantiene la comida caliente y no hace daño a la barriga a diferencia de la cocción en las cocinas tradicionales que toca calentar a cada rato y eso es lo que hace mal al estómago.

Entre los utensilios que utilizan está, la tradicional cuchara de palo o cuchara mama ya que las mujeres cocinan en grandes cantidades y deben mezer la comida con algo grande y fuerte por eso amerita la utilización de estas cucharas además da un sabor diferente a la comida algo así como un sabor tradicional.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	La preparación de estos platos típicos se los realiza continuamente dentro de la comunidad ya que son la base de la alimentación familiar.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes de la Moya	200	Comuneros	La Moya	La Moya
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

La preparación de estos platos tradicionales es de suma importancia ya que constituyen la base de la alimentación familiar basada en productos nutritivos y orgánicos.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un cierto grado de sensibilidad puesto que actualmente la mayoría de mujeres jóvenes han remplazado dichas habilidades
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	

	Manifestaciones de la Memoria	culinarias por otras de más fácil preparación.		
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo	La Moya			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
N/A				
9. ANEXOS				
Texto	Fotografías	Videos	Audios	
			IM-06-01-52-000-14-000014_1 mp3	
10. ANEXOS				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH				
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna				
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL				
Criterios		Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia		15		
Representatividad y reconocimiento comunitario		20	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad		20		
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL		80		

e) Técnicas artesanales tradicionales

i. Tejido de shigras, bufandas, suéteres y guantes

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR		CÓDIGO			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO						IM-06-01-52-000-14-000015	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN							
Provincia	Chimborazo	Cantón:	Riobamba				
Parroquia	Calpi	Urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	Rural	<input type="checkbox"/>		
Localidad	La Moya						
Coordenadas	X (748993)	Y (9825375)	Altitud Z	(3245)			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL							
							
Descripción de la fotografía: Artesana tejiendo shigras en lana de borrego Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014							
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000015_1 JPEG							
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN							
Denominación							
Tejido de shigras, bufandas, suéteres y guantes La Moya-Parroquia de Calpi, Chimborazo							
Grupo social			Lengua (s)				
Puruhá			Kichwa				
Ambito							
Técnicas artesanales tradicionales							
Subámbito			Detalle del subámbito				
Técnicas artesanales tradicionales			Textilería				

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Antiguamente las mujeres en la comunidad La Moya se dedicaban al tejido de sus propias prendas de vestir en telares considerándose como un verdadero arte.

Actualmente se ha dejado de lado esta habilidad sin embargo aún se mantiene algunos conocimientos sobre tejido.

El proceso comienza con la esquila de la lana ya sea de llama, alpaca o borrego la única diferencia es que la lana de la llama y de la alpaca no se la lava después de cortarla ya que se estropea, mientras que la de borrego si se la debe lavar puesto que es muy mantecosa según afirman las mujeres de la comunidad.

La trasquilada del animal se lo hace comenzando primero desde las patas después se lo hace de cada lado y finalmente se lo hace en la barriga si en un caso no tiene mucha lana se lo deja para que no sienta frío el animal.

Posterior a esto se tiza o escarmena la lana y se le amarra haciendo guango, después con la ayuda de un sigse y un mortero se comienza con la torsión de a dos si es para ponchos o de uno si es para bufandas siempre para el lado izquierdo.

Ya con el hilo listo se comienza la tejida de bufandas, guantes, suéteres o shigras

Según los conocimientos de las mujeres, para los guantes se comienzan tejiendo los elásticos en donde entra 36 puntos, de ahí se continúa tejiendo 20 puntos más hasta los dedos y se va aumentando uno a uno, cada dedo lleva de 9 a 10 puntos para que entre los mismos y después se cose y se une las dos partes.

Para la tejida de las shigras primero se escoge la figura que va a ir plasmada como puede ser figuras de personas, animales tales como burros, gallinas, gallos o a su vez rombos, estrellas etc.

Con la figura definida proceden a dibujarla en un papel a cuadros y ahí colorearla calculando los espacios que se deberá tejer en la shigra. Los materiales que se emplean para la tejida son croshet y agujas.

Otras de las artesanías que elaboran en la comunidad son suéteres y bufandas para lo cual las mujeres emplean aproximadamente de 100 a 200 gramos de lana y agujones demorándose uno o dos días dependiendo de las actividades con las que las alternen, entre las puntadas que realizan están la puntada coco, hojas, churo, margarita lomo de pescado, cola de pavo entre otras, mismas que tienen un grado de dificultad medio.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Es una actividad que se realiza continuamente entre las mujeres de la comunidad.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades	Asociación de Mujeres tejedoras "La Moya"	5	Dinamizan el trabajo artesanal en la comunidad	La Moya	La Moya
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad					
Es una manifestación muy importante para la comunidad puesto que a más de ser una actividad artesanal y que es utilizada para consumo propio también es una fuente extra de ingresos económicos.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un alto grado de sensibilidad al cambio debido a la falta de interés que tienen las jóvenes en aprender dicha actividad.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de Campo		La Moya			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
9. ANEXOS					
Texto		Fotografías	Videos	Audios	
				IM-06-01-52-000-14-000015_1 mp3	
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH					
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna					
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL					
Criterios		Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia		10			
Representatividad y reconocimiento comunitario		15	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad		15			
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL		75			

2) Comunidad San Francisco de Cunuguachay

a) Tradiciones y expresiones orales

i. Leyenda sobre el castigo de Dios

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000001	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Terrenos de la comunidad			Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014		
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000001_1 JPEG					

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Leyenda sobre el castigo de Dios -San Francisco de Cunuguachay i, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Leyendas			Leyendas asociadas a imágenes religiosas		
4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Cuentan los pobladores de la comunidad que antiguamente Jesús anduvo por estas tierras, y como en todo lugar hubo gente que lo recibió de buena manera mientras que otros lo difamaban.</p> <p>Un dio Jesús haciéndose pasar por un pordiosero, había ido a visitar a un hombre rico que tenía una hacienda en la Pampa de Pausil, con muchos sembríos de cebada y animales, él procedió a pedirle que le regale un poco de cebada para comer y este hombre en vez de mostrarse caritativo con el pordiosero dicen que había insultado al pobre hombre diciéndole vago, forastero, e incluso le había hecho morder con sus perros; viendo esta reacción el pordiosero se ha retirado y le ha dicho al hacendado “Bueno hijito, mas luego veras lo que va a pasar con todo lo que tienes”.</p> <p>Inmediatamente después de salir de la hacienda dicen que éste pordiosero se había dirigido a una montaña y cuando ha llegado a la cima, él ha pateado la loma hasta derrumbarla y tapar por completo la hacienda con todos sus animales, sembríos y hasta el propietario adentro.</p> <p>Todo esto según los pobladores pasó como castigo de Dios por haber sido tacaño con el mendigo que resultó ser el mismo Dios disfrazado de pordiosero.</p> <p>Actualmente aún existe este lugar como muestra de aquel acontecimiento y según los comuneros dicen que al pasar por allí en las noches se escucha ladridos de perros, sonidos de campanas, llanto de bestias entre otros lamentos.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
Anual		Esta historia es contada continuamente por la gente de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.			
x	Continua				
Ocasional					
Otro					
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	200	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La gente de la comunidad considera a esta historia muy importante no solo como símbolo de su identidad, sino también como parte fundamental dentro del turismo.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes		Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.		
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				

7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo	San Francisco de Cunuguachay			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a				
9. ANEXOS				
Texto	Fotografías	Videos	Audios	
			IM-06-01-52-000-14-000001_1 mp3	
10. ANEXOS				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH				
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna				
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL				
Criterios		Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia		15		
Representatividad y reconocimiento comunitario		15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad		15		
Respeto a la diversidad		20	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL		85		

ii. La ira de la mama Tungurahua

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				IM-06-01-52-000-14-000002	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Vista panorámica de la Mama Tungurahua Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000002_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
La ira de la Mama Tungurahua -San Francisco de Cunuguachay , Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Leyendas			Leyendas asociadas a elementos naturales		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Tungurahua palabra Kichwa que significa “Garganta de fuego” es personificado por la gente de la comunidad como una mujer que entra en erupción cada vez que tiene iras.</p> <p>Según los pobladores cuenta que sus antecesores solían venerar y reconocer a dos grandes guerreros de los Andes conocidos como Volcán Cotopaxi y Volcán Chimborazo, mismos que vivían en la misma región interandina.</p> <p>Estos dos guerreros pasaron gran parte del tiempo pelando mediante erupciones volcánicas para poseer a la bella Tungurahua.</p> <p>Dicen que en una última batalla el volcán Chimborazo salió vencedor y se casó con la hermosa Tungurahua y de esta unión nació su hijo conocido como el Wawa Pichincha.</p> <p>Es de ahí que nace la leyenda de que cuando llora el wawa (niño en Kichwa), la Mama Tungurahua contesta, siendo esa la razón lógica para explicar porque los dos volcanes tras varios años de tranquilidad entran en erupción al mismo tiempo.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Esta historia es contada continuamente por la gente de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	200	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
<p>La gente de la comunidad considera a esta historia muy importante no solo como símbolo de su identidad, sino también como parte fundamental dentro del turismo.</p>					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		San Francisco de Cunuguachay			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000002_1 mp3		
10. ANEXOS					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	20	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	85		

iii. Cuento del Walak Tunkuri

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000003	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Vivienda tradicional de la comunidad Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000003_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Cuento del Walak Tunkuri -San Francisco de Cunuguachay, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Expresiones Orales			Cuentos		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Según cuentan los pobladores en esta comunidad había una chica soltera a quien le pretendía un muchacho y durante varios años no le daba el sí para que pudieran casarse, pero él no se dio por vencido hasta conseguir su aceptación.</p> <p>Sin embargo ese gran día llegó y la muchacha le dio el sí al muchacho, entonces se casaron y vivieron felices por muy poco tiempo ya que tiempo después el esposo murió quedando la pobre mujer desconsolada.</p> <p>De pronto después de varios meses llegó a la casa de la mujer un hombre igualito al difunto marido, ella pensando que se trataba de la misma persona le hizo pasar a su casa y le dio de comer.</p> <p>Cuentan que ese hombre comía y comía pero no se llenaba y a cada rato pedía más, hasta que se acabó la comida de la olla. La mujer asustada por lo sucedido enciende la luz y se da cuenta que ese hombre tenía en su garganta un enorme agujero, entonces ella aterrorizada dicen que sale corriendo de la casa, se sube a un árbol y se queda allí paralizada hasta el amanecer, lo único que la mujer sentía es que ese hombre con ayuda de otras personas intentaban tumbar el árbol para alcanzar a la mujer.</p> <p>Ya cuando el sol salió la mujer bajó del árbol y se asombró al darse cuenta que no había nada solo había un hueso con el cual el fantasma del marido quería llevarla junto a él.</p> <p>Desde ahí la gente dice que la mujer ya no volvió a sufrir por el marido y lo dejó descansar en paz.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Esta historia es contada continuamente por la gente de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	200	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La gente de la comunidad considera a esta historia muy importante no solo como símbolo de su identidad, sino también como parte fundamental dentro del turismo.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		San Francisco de Cunuguachay			

8. ELEMENTOS RELACIONADOS			
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito
n/a			
9. ANEXOS			
Texto	Fotografías	Videos	Audios
			IM-06-01-52-000-14-000003_1 mp3
10. ANEXOS			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Crterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	80		

iv. Supersticiones y creencias

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL ECUATORIANO			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000004	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Taller levantamiento PCI			Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014		
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000004_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Supersticiones y Creencias -San Francisco de Cunuguachay, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Expresiones Orales			Proverbios, dichos supersticiones y creencias		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>En la comunidad San Francisco de Cunuguachay desde hace varios años atrás, la gente ha vivido basado en creencias y supersticiones relativas a diversas deidades naturales como el taita Chimborazo o diferentes animales propios de la zona.</p> <p>Es así que la gente cree que cuando los kurikinkes o ankas (gavilanes) pasan llorando por encima de un muchacho o muchacha, éste se va a casar muy pronto.</p> <p>Otra de las creencias es que cuando un lobo o chukuri se cruza por el camino es porque algún familiar de esa persona va a morir.</p> <p>También dicen que cuando se escucha llorar a un chushik es símbolo de que un pariente cercano va a morir.</p> <p>Igualmente cuando los perros aúllan también es símbolo de que alguien va a morir muy pronto.</p> <p>Otra creencia dice que cuando un gavilán pasa llorando por encima de alguien es porque éste se va quedar solo es decir va a quedar viudo o viuda.</p> <p>Finalmente otra de las creencias es que cuando se duerme al filo del taita Chimborazo, tiene hijos Chimborazo cabezas blancas.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Estas creencias son difundidas continuamente dentro de la comunidad			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	200	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La gente de la comunidad considera a esta manifestación muy importante ya que por varios años atrás la gente ha vivido basado en estas creencias y han tratado de tomar precauciones conforme lo dicho.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		San Francisco de Cunuguachay			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a					
9. ANEXOS					
Texto		Fotografías	Videos	Audios	
				IM-06-01-52-000-14-000004_1	

			mp3
10. ANEXOS			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	20	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	85		

b) Artes del espectáculo

i. Juego del conejo

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL ECUATORIANO		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000005	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Representación del juego del conejo Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000005_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Juego del Conejo -San Francisco de Cunuguachay, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Artes del espectáculo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Juegos tradicionales			Juegos rituales o festivos		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>El juego del conejo es un juego tradicional que se practica únicamente en los velorios, para evitar que la gente se quede dormida mientras acompañan al difunto. Ya que existe la creencia que cuando alguien o todos se quedan dormidos en el velorio, a media noche el muerto se levanta de su ataúd y camina por encima de los que se están durmiendo.</p> <p>Para realizar este juego se necesita de la participación de 15 personas que estén acompañando al difunto; luego deben de sentarse todos muy juntos en forma de círculo.</p> <p>Para jugar las mujeres deben dar una bayeta para que hagan un nudo simulando que es un conejo, por otro lado los participantes deben formar un círculo y pasar el conejo o bayeta de lado a lado, el cual debe pasar por el medio de las piernas de todos los participantes completando todo el círculo y procurando de que el “perro” no lo atrape. (Se denomina perro a la persona designada por el grupo para atrapar a cualquier costo al conejo).</p> <p>Lo particular del juego es que mientras la persona que hace de perro trata de coger al conejo desde una postura de cuclillas, los demás participantes que tienen el conejo para evitar que el perro le atrape le deben pegar con la misma bayeta. Si en un caso el perro atrapa al conejo, la persona que se dejó quitar el conejo pasa a ocupar el lugar del perro y así hasta que todos hayan participado.</p> <p>Quien actué como perro debe ser una persona que se ingenie la forma más rápida de atrapar al conejo, porque si no seguirá recibiendo los golpes que la gente le da con el conejo.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Este juego se lo practica ocasionalmente dentro de la comunidad en ocasiones de velorios.			
	Continua				
x	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	200	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Es una manifestación muy importante dentro de la comunidad, puesto que se la realiza con el objetivo de animar a los deudos del fallecido y además para que se mantenga dicha tradición.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un grado de vulnerabilidad medio, ya que la mayoría de jóvenes han adoptado costumbres foráneas en cuanto a la realización de los velorios.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
Taller de campo	San Francisco de Cunuguachay				

8. ELEMENTOS RELACIONADOS			
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito
n/a			
9. ANEXOS			
Texto	Fotografías	Videos	Audios
			IM-06-01-52-000-14-000005_1 mp3
10. ANEXOS			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Crterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	80		

ii. Juego de la gallina colgada

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000006	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Desfile de mujeres con sus gallinas en la mano Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000006_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Juego de la gallina colgada -San Francisco de Cunuguachay, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Artes del espectáculo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Juegos tradicionales			Juegos rituales o festivos		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>El juego de la gallina colgada es un juego que se lo practica frecuentemente en las festividades populares de la comunidad.</p> <p>El juego consiste en plantar en un patio grande; dos postes de madera, uno al frente de otro, a una distancia de 2 metros aproximadamente tanto de largo como de ancho.</p> <p>Una vez instalado, proceden a templar una soga entre cada poste, el cual servirá para colgar las gallinas que la gente dona para el juego.</p> <p>Cuando ya está todo preparado los organizadores escogen a los participantes, los cuales deberán esforzarse saltando y así para poder atrapar a las gallinas que están colgadas, si alguien logra atrapar a una gallina, el participante se lo lleva y si no se va con las manos vacías.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Este juego se lo practica continuamente dentro de cada festividad en la comunidad.			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	200	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Es una manifestación muy importante dentro de la comunidad, puesto que se la realiza con el objetivo de animar a la gente y además para que se mantenga dicha tradición.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un grado de vulnerabilidad medio, ya que la mayoría de jóvenes han introducido juegos propios de la ciudad.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		San Francisco de Cunuguachay			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000006_1 mp3		
10. ANEXOS					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Crterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	20		
Respeto a la diversidad	10	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	80		

c) Usos sociales, rituales y actos festivos

i. Rito del funeral

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000007	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Comunidad San Francisco de Cunuguachay Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000007_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Rito del Funeral -San Francisco de Cunuguachay, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Usos sociales, rituales y actos festivos					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Ritos			Rito de paso		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Los actos funerarios en la comunidad se destacan por la organización comunitaria basada en la solidaridad.

Según los pobladores cuentan que antiguamente cuando apenas moría una persona, el deceso era comunicado inmediatamente a toda la comunidad a través de una campana, con el fin de que todos se enteraran y asistan a la casa del difunto, después hacían el levantamiento del cadáver y procedían a humear y limpiar la casa botando toda la ropa usada del difunto por encima de la casa para que así se vaya la mala suerte, siendo éste rito practicado hasta la actualidad.

Posteriormente los dolientes dan van a dar parte a las autoridades y proceden a comprar el ataúd, una vez que llega el féretro a la casa del difunto, lo visten con sus mejores prendas para que se vea bien hasta en el último momento. Finalmente los familiares le envuelven con un poncho y lo colocan en la caja quedando listo para velarlo.

Según cuentan los pobladores, antes las velaciones duraban de dos a tres días y toda la gente de la comunidad debían acompañar sin excepción alguna pero debían llevar una "Hucha" (colaboración), la cual antiguamente consistía en llevar una vela para rezar al muertito, pero actualmente la Hucha consiste en que los acompañantes deben llevar una porción de granos como arroz, azúcar, fideo, harina, bebidas según las posibilidades y la voluntad que tengan y dejarlos al doliente principal ya sea el esposo o esposa del muerto o a los hijos.

Durante los días de velación los dolientes tienen la obligación de dar de comer a todos los que llegan a acompañar al difunto los cuales a manera de gratitud hacen oraciones, canticos religiosos para que el alma del muerto se salve.

Otra de las actividades tradicionales que realizan son diversos juegos como como el juego del conejo, del gallo o a su vez suelen quemar el cabello de los que se quedan dormidos, todo esto lo hacen con la finalidad de que los familiares del difunto se olvide por un momento del dolor que está atravesando.

En el día del traslado de la misma forma todos acuden acompañando el féretro a la iglesia para después acompañarlo al cementerio donde le dan cristiana sepultura, según los pobladores dicen que antiguamente después de salir de la iglesia los deudos brindaban a los acompañantes un bocadito de comida como machica con chicha actualmente lo han remplazado por arroz con morada.

Una vez que se ha llevado a cabo el entierro, la gente procede a realizar el ultimo ritual que se lo conoce como "chanta armay" (Lavatorio) el cual consiste en hacer bañar tanto a la gente que cargó el ataúd como a la viuda o viudo en un río, como símbolo de purificación, después proceden a lavar la ropa del difunto con ortiga y sigse y finalmente brindan a todos los participantes un vaso de canela con trago para tensionar la sangre.

Actualmente aún se sigue manteniendo esta tradición, sin embargo en el ritual del lavatorio en vez de hacerlo en un río, lo hacen sumergiendo una rosa en agua y rociando a todos los presentes, además dependiendo de la religión que profesen utilizan aproximadamente por un año un atuendo negro como símbolo de luto hacia el difunto aunque otros continúan manteniendo su vestimenta típica con su tradicional poncho rojo.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Esta manifestación se realiza continuamente dentro de la comunidad y aun son practicados la mayoría de ritos que ésta conlleva.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	200	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay

Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
El funeral es una instancia donde según la gente de la comunidad se refuerzan las relaciones de amistad con los dolientes y con los acompañantes.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que aún se sigue manteniendo dentro de la comunidad pero tiene un cierto grado de vulnerabilidad debido a que ciertas tradiciones están siendo remplazadas por otras dependiendo de la religión que profese.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		San Francisco de Cunuguachay			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
	Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
	n/a				
9. ANEXOS					
	Texto	Fotografías	Videos	Audios	
				IM-06-01-52-000-14-000007_1 mp3	
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH					
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna					
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL					
Criterios		Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia		15			
Representatividad y reconocimiento comunitario		15	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad		15			
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL		80			

ii. Rito de la cosecha

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000008	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Representación de la cosecha de la cebada Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000008_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Rito de la cosecha -San Francisco de Cunuguachay, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Usos sociales, rituales y actos festivos					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Ritos			Ritos propiciatorios		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Según la gente de la comunidad antiguamente la “Allpa Mama” (Madre Tierra) era quien proveía en abundancia de alimentos como la cebada a toda la comunidad, por esta razón cuando era ya el tiempo de cosecha un número grande de comuneros se unían en conjunto con peones para cosechar la cebada.

Según recuerdan, la cosecha duraba aproximadamente dos meses, comenzando desde el mes de junio y terminando en el mes de julio, estas cosechas eran dirigidas por sacerdotes quienes tenían la obligación de reclutar la mayor cantidad de gente para realizar esta actividad y una vez que la concluían toda la producción pasaba a manos de los “Apus” (Jefes) de Calpi, quienes aprovechando la temporada de cosecha y las fiestas de Calpi realizaban una fiesta que tenía una duración de 3 días.

El proceso de cosecha comenzaba escogiendo a todos los peones que iban a colaborar en la cosecha, los sacerdotes primero escogían a los encargados de la yunta o de los toros conocidos en Kichwa como (Turu Washayuk), después escogían a los “tambor washayuk” (Encargados de los maestros del tambor), “banda washayuk” (Encargado de la banda), “Colchas washayuk” (Encargados de las colchas), “Tragu wuashayuk” (Encargado del trago), “Churana washayuk” (Encargado de los trajes), “Aswa Washayuk” (Encargado de la chicha), “Yaku y Yanta Washayuk” (Encargado de agua y leña), así como también rogaban a las cocineras para que ayuden cocinando e incluso escogían peones para que espanten los perros, en fin todos cumplían con una labor específica y debían trabajar en la temporada de la cosecha hasta terminar con la misma.

El primer día, el Pakidor que era el que dirigía; llevaba a toda la gente al lugar de trabajo y comenzaban dando gracias a la Pacha Mama por la fertilidad y los granos en abundancia que le brindaban.

Además dicen que había comida en abundancia y que mientras la gente iba trabajando todos iban cantando el Haway, considerado por la gente como un cantito que daba fuerzas a los trabajadores para que sigan con su labor.

Después que culminaban el proceso de cosecha llevaban la cebada a trillar, luego como pago el sacerdote daba una ración de la misma cebada ya sea en espiga o trillada a toda la gente que colaboro con la cosecha.

Actualmente según los pobladores los terrenos no son muy productivos y ya no da granos en abundancia, como si la Pacha Mama estuviera resentida por algo.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
x	Anual	Esta manifestación se realiza anualmente dentro de la comunidad en los meses de cosecha.
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	200	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

El rito de la cosecha es de vital importancia dentro de la comunidad ya que la mayoría de la gente considera que la Pacha Mama es la madre que les provee de los alimentos de cada día.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que a pesar que se mantiene vigente, tiene un rango de vulnerabilidad alto ya que actualmente la gente por vergüenza o desinterés ha ido dejando de lado la realización de dicha práctica.		
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables			
	Manifestaciones de la Memoria			
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo	San Francisco de Cunuguachay			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a				
9. ANEXOS				
Texto	Fotografías	Videos	Audios	
			IM-06-01-52-000-14-000008_1 mp3	
10. ANEXOS				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH				
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna				
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL				
Criterios		Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia		10		
Representatividad y reconocimiento comunitario		15	RC	<input checked="" type="checkbox"/>
Equidad		15		
Respeto a la diversidad		10	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL		70		

iii. Prácticas comunitarias al momento de servirse los alimentos

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000009	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Grupo de mujeres preparando los alimentos Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000009_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Prácticas comunitarias al momento de servirse los alimentos -San Francisco de Cunuguachay, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Usos sociales, rituales y actos festivos					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Prácticas comunitarias tradicionales			n/a		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Desde aproximadamente cinco siglos atrás hasta la actualidad, la gente indígena ha tenido la firme convicción de que todo el sustento proviene de la Pacha Mama y que éste; se refleja en el acto mismo de la preparación de los alimentos y en el provecho de los mismos.

Para la gente de la comunidad el acto de servirse los alimentos es uno de los actos más importantes del su diario vivir, en donde ellos prestan una atención reverencial con mucho respeto y gratitud ante la Pacha Mama proveedora de los alimentos.

Es así el respeto y la gratitud que sienten; que cada actitud que adoptan al momento de comer tiene un significado especial como por ejemplo al momento en que la gente tiene el plato de comida en la mano, todos se sacan el sombrero y hacen una oración ya sea a la Pacha Mama o a Dios por proveer de los alimentos en ese día y comienzan a comer en silencio como si entablaran un dialogo con lo invisible.

Otro de los elementos que toman en cuenta es la posición al momento de comer, por lo general la mayoría se pone en cuclillas cuando se están sirviendo los alimentos y esto se debe a que por varios siglos atrás en tiempos de la conquista los patronos no dejaban que los indios coman tranquilos sus alimentos y siempre andaban huyendo o a su vez tenían que comer rápido para seguir trabajando, es por eso que esta práctica se mantiene hasta la actualidad; por lo general cuando están comiendo en grupo en vez de sentarse lo hacen en cuclillas como quien están listos para seguir con sus actividades diarias sin perder tiempo. Pero suele también darse el caso de que cuando están con personas desconocidas prefieren comer parados ya que no les da tanta confianza o a su vez cuando están en familia lo hacen sentados en la tierra estableciendo un sentimiento de confianza entre la Pacha Mama y sus familiares.

Las horas en que se sirve los alimentos es otro de los aspectos importantes, ya que esto está en función de las horas de labor agrícola, por lo general la gente de la comunidad tienen 3 comidas fuertes siendo la principal el desayuno ya que antes de salir al campo deben comer bien para que tengan fuerza para trabajar.

El lugar en donde se sirve los alimentos es también algo primordial dentro de cada familia el lugar preferido para comer es la cocina debido a que es el lugar más caliente de la casa y se asemeja a un ambiente más familiar.

Cuando alguna familia tiene visitas, las mujeres de la comunidad suelen mostrarse muy hospitalarias y amables con el que llega; por lo general algo muy tradicional es poner un poncho en el piso para que la visita se siente si en un caso fuera un pariente lejano mientras que si es alguna autoridad o gente de la ciudad suelen poner delante una mesita con un mantel ya sea de plástico o inclusive un costal pero limpio todo con el objetivo de que la persona que le visita se sienta bien. Otra de las tradiciones es lo que preparan para comer que por lo general es un plato de papas con cuy y aunque lo tradicional en la cultura indígena no son los postres suelen brindar alguna bebida después de la comida acompañada de la típica frase de "Acepte nuestra pobreza" esperando siempre por parte del invitado un "Dios se lo pague".

Finalmente otro de las practicas comunitarias que tiene la gente es cuando se sirven algún alimento realizando una actividad comunitaria como las mingas en donde la chicha o también conocida como (aswa) no puede faltar, después de servirse un vaso de esta típica bebida la gente suele dejar caer una gotas de la bebida en la tierra como símbolo de agradecimiento a la Pacha Mama.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Todas estas prácticas comunitarias se las realiza diariamente dentro de la comunidad.
X	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	300	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La realización de esta práctica al momento de servirse los alimentos es de vital importancia puesto que en cada ritual expresan su agradecimiento tanto a la Pacha Mama así como también a Dios.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que a pesar que se mantiene vigente, tiene un rango de vulnerabilidad medio ya que nuevas costumbres y tradiciones comienzan a desplazar a esta práctica que después de varios siglos aún sigue siendo practicada.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres	Dirección		Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo	San Francisco de Cunuguachay				
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000009_1 mp3		
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH					
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna					
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL					
Criterios		Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia		15			
Representatividad y reconocimiento comunitario		20	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad		20			
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL		90			

d) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

i. Limpias ancestrales del Yachak de la comunidad

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				IM-06-01-52-000-14-000010	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Imagen de los cuyes empleados en las limpieas Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000010_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Limpieas ancestrales del Yachak de la comunidad -San Francisco de Cunuguachay, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Medicina Tradicional			n/a		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Dentro de la comunidad San Francisco de Cunuguachay existen tres personas que se destacan por su sabiduría en la medicina ancestral y por la misma razón son considerados como “yachak” o sabios.

Según la gente de la comunidad ellos han curado muchas enfermedades que para los médicos son incurables, sin embargo si la enfermedad es grave ellos mismos son los que recomiendan que visiten a un doctor puesto que no descartan la ayuda de la medicina química.

Son diversas las técnicas que utilizan para curar las enfermedades que aqueja a la gente de la comunidad y entre una de ellas están las limpias, las cuales antes de dar inicio el yachak primero comienzan haciendo una oración a Dios Padre, hijo y espíritu santo, después rezan 24 estrofas para que el divino niño les ayuden además invocan al Taita Inti (Padre sol), Mama Killa (Madre luna), a las estrellas, luceros, al Taita Chimborazo, a los ríos, piedras, a la Mama Isabela (Sangay) y a la Mama Tungurahua sin olvidarse de los 4 “Suyos” que evocan al norte, sur, este y oeste de la tierra, todo esto lo hacen para tener el equilibrio, el poder y la sabiduría de la naturaleza.

Luego de las oraciones empiezan hacer el diagnóstico del paciente a través de diferentes tipos de limpias que según la cosmovisión andina constituyen un procedimiento terapéutico que sirve para restituir la salud.

Entre los tipos de limpias que utilizan los yachak están las limpias con velas en donde la llama de la misma representa la parte espiritual de la persona y la variación de coloración es básica para determinar el estado del “sinchi” o (Fuerza) de la persona.

Otra de las limpias que realizan son a base de un cuy cuyo sexo depende del paciente, si es hombre se emplea un macho si es mujer un cuy hembra; a través de éste roedor el yachak lo va sobando y se va deteniendo en los lugares donde el paciente siente más dolor, la mayoría de veces según afirma el yachak el cuy muere después de la limpia puesto que según la cosmovisión; el animal absorbe todas las energías negativas y muere, si ese no es el caso; entonces después de la limpia el yachak procede a desollar al cuy para emitir su diagnóstico basado en la coloración que presenta en su interior el cuerpo del animal, por ejemplo si el corazón del cuy tiende a mostrar un color negrozco es porque el paciente tiene algún problema en el corazón.

Otra de las limpias que los yachak suele realizar es a base del huevo de gallina, el sabio va sobando el huevo por todo el cuerpo del paciente y al finalizar rompe el mismo en un vaso de cristal con agua y dependiendo de su forma, disposición o burbujas el yachak realiza el diagnóstico y el tratamiento.

Finalmente después de realizar cualquiera de las limpias antes especificadas, el yachak concluye su trabajo con una limpia a base de plantas medicinales como: floripondio, santa maría, altamiso, eucalipto, chilca dulce, después se fuma un tabaco y un palo de chonta las cuales deben ser escogidas directamente por el yachak, el cual acompañado de algunos canticos va dejando que la Pacha mama vaya curando de una forma tangible al paciente.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	El empleo de las limpias se lo hace ocasionalmente dentro de la comunidad siempre y cuando sea solicitado por el paciente.
	Continua	
x	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	200	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Es una actividad muy importante dentro de la comunidad debido a que es una forma alternativa de curación al paciente basado en la sabiduría ancestral de la naturaleza.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que aún se mantiene vigente dentro de la comunidad pero tiene un grado de vulnerabilidad medio debido a que la mayoría de personas han perdido la fe en la medicina natural y en el poder del cosmos y la Pacha Mama.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		San Francisco de Cunuguachay			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000010_1 mp3		
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH					
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna					
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL					
Criterios		Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia		10			
Representatividad y reconocimiento comunitario		15	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad		15			
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL		75			

ii. Sitio sagrado Tampu Wasi

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000011	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay				
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z	(3252)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Comunidad San Francisco de Cunuguachay Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000011_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Sitio sagrado Tampu Wasi -San Francisco de Cunuguachay, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Espacios simbólicos			n/a		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Desde hace varios años atrás la gente de la comunidad ha considerado al "Tampu Wasi" o (Casa de posada) como un lugar sagrado dentro de la localidad, puesto que desde ese lugar nace el agua que abastece a toda las familias de la comunidad, además según cuentan los pobladores en este lugar existe un material llamado likamancha que sirve para para curar lisiaduras de cualquier parte del cuerpo, por esta razón la gente guarda mucho respeto a este sitio tal es el caso que existe una creencias en donde las mujeres embarazadas no se deben acercar a este lugar puesto que si lo hacen se puede secar el líquido vital que llevan en su vientre, por esa razón solo los hombres pueden hacerlo.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anuual	Este espacio simbólico para la comunidad es respetado continuamente dentro de la localidad.			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes San Fco Cunuguachay	64	Comuneros	San Fco. Cunuguachay	San Fco. Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
<p>Este sitio es muy importante dentro de la comunidad ya que representa un sitio natural de donde nace el agua que abastece a todas las familias y se puede obtener un material que ayuda a curar las lisiaduras de todo el cuerpo.</p>					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que aún se mantiene vigente dentro de la comunidad puesto que la gente sigue guardando respeto a este lugar, sin embargo tiene un grado de vulnerabilidad medio ya que los jóvenes han dejado de lado el respeto ante este sitio sagrado.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
Taller de campo	San Francisco de Cunuguachay				
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000011_1 mp3		
10. ANEXOS					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	12		
Representatividad y reconocimiento comunitario	12	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	74		

iii. Preparación de mermelada artesanal a base de zanahoria y frutilla.

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO			CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000012
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>
Localidad	San Francisco de Cunuguachay		Rural
Coordenadas	X (748911)	Y (9821092)	Altitud Z (3252)
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Mermelada artesanal de zanahoria y frutilla Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014			
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000012_1 JPEG			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		La Moya - Calpi, Chimborazo	
Grupo social	Indígena	Lengua (s)	Kichwa
Ámbito			
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo			
Subámbito	Detalle del subámbito		
Técnicas y saberes productivos tradicionales	N/A		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Dentro de la comunidad hace años atrás nació por parte de las mujeres, la idea de producir mermeladas naturales a base de zanahoria y frutilla, debido a que estos dos ingredientes son muy ricos en azúcares y caroteno que constituye la provitamina A y juntos dan una combinación muy rica y atractiva para el turista nacional y extranjero.

El proceso comienza con la adquisición de la materia prima que en este caso según las mujeres de la comunidad solo son dos; la zanahoria, la frutilla o la guayaba las cuales se compran en cantidades grandes dependiendo de cuantas mermeladas se vaya a producir, por ejemplo para la elaboración de unos 200 frascos de mermelada las mujeres deben comprar aproximadamente un quintal de zanahoria y cuatro cajones de frutilla, las cuales una vez adquiridas deben pasar a un proceso de limpieza y desinfectado, después se debe pelar la zanahoria y colocar en una olla a que se cocine al igual que la frutilla hasta extraer solo la pulpa.

Una vez cocinada la zanahoria se pasa al proceso de licuado, donde sin ninguna cantidad de agua se licua la zanahoria hasta que quede solo la pulpa de la misma.

Por otro lado en una olla se pone la pulpa de la frutilla y de la zanahoria y se le mantiene a fuego lento hasta que se cocine en su totalidad, una vez bien cocinado estos dos ingredientes. Se procede a colocar aproximadamente unas 40 libras de azúcar con el objetivo de que de cuerpo a la mermelada es decir para que aumente, diluya y espese la misma.

Finalmente se concluye esterilizando los frascos a 40° centígrados y una vez listos se coloca la mermelada en la empacadora y se llena los frascos con el peso justo debidamente sellados.

Los precios de la mermelada dependen de tamaño del frasco si es un frasco de 250g cuesta 1,50 \$ pero si es un frasco de 500 g llega a costar 2,50 \$, siendo los frascos pequeños los más preferidos por los turistas nacionales y extranjeros que visitan a la comunidad los cuales han llegado a comprar hasta 10 frascos por persona para llevarse a sus países de origen en el caso de los turistas extranjeros.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	La elaboración de estas mermeladas se lo hace continuamente dentro de la comunidad.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Susana Paca	7	Encargada de la preparación de mermelada	San Francisco de Cunuguachay	San Francisco de Cunuguachay
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

La elaboración de estas mermeladas son muy importantes dentro de la comunidad ya que son consideradas como un ingreso económico extra para las mujeres así como también es considerado como un atractivo gastronómico para los turistas tanto nacionales como extranjeros propio de la zona.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que aún se mantiene vigente dentro de la comunidad pero que tiene un grado de sensibilidad medio al tratar de competir con productos similares de otras marcas.
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la Memoria	

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Susana Paca	San Francisco de Cunuguachay		Femenino	25
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a				
9. ANEXOS				
Texto	Fotografías	Videos	Audios	
			IM-06-01-52-000-14-000012_1 mp3	
10. ANEXOS				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH				
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna				
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL				
Crterios	Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15			
Representatividad y reconocimiento comunitario	18	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad	17			
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL	85			

3) Comunidad Palacio Real

a) Tradiciones y expresiones orales

i. Leyenda del paso de Simón Bolívar por la comunidad de Palacio Real.

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000001	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Reconstrucción de la hacienda donde se hospedó Simón Bolívar Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000001_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Leyenda del paso de Simón Bolívar por la comunidad Palacio Real–Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Leyendas			Leyenda asociada a personajes heroicos		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Como en todos los países de la antigua Gran Colombia conformada por los territorios de Venezuela, Nueva Granada y Quito, la imagen de Simón Bolívar fue también de gran importancia en el Ecuador. Su presencia fue tan solemne y conmemorable, que cada lugar y cada sitio por el que paso “El Libertador” en su viaje hacia la ciudad de Guayaquil, se convirtieron en iconos emblemáticos que más tarde construyeron gran parte de la historia del país en la época de dominio español.

Según algunos historiadores como (Jurado Fernando, 1991), quien basado en la memoria colectiva de la gente afirma que Simón Bolívar permaneció en el Ecuador aproximadamente 23 meses, siendo su fecha de arribo un 12 de junio de 1822, día que según el analista marco por completo la historia del país.

Otra de las fechas insignes para recordar fue un 18 de junio de 1822 en donde Simón Bolívar conoce en la ciudad de Quito al gran amor de su vida Manuelita Sáenz reconocida por la gente como la “Libertadora del Libertador” y quien a partir de ese momento se convirtió en su compañera y asesora de su movimiento libertario.

Seguido de este acontecimiento, otro suceso que formó parte de la historia fue; el encuentro que tuvo el Libertador con el majestuoso nevado Chimborazo.

Se dice que Simón Bolívar sale de Quito y el 30 de junio arriba a Ambato y el 1 de julio de 1822 parte hacia Riobamba. Descansa pocas horas en el tambo de Mocha y desde allí observa la magnificencia del Chimborazo.

En la hacienda Chuquipoggio, el Cabildo de Riobamba en pleno lo recibe. No falta el jefe civil y militar de Riobamba, León de Febres Cordero y algunos militares que lo escoltan en lo que resta del viaje. Durante la jornada, “el Chimborazo le persigue, minuto a minuto, hasta convertirse en un guardián permanente de su espíritu”, dicen los esposos Costales. Al llegar a las goteras de Riobamba, Bolívar es objeto de festejos y saludos, y luego trasladado a su alojamiento en la ciudad de Riobamba. Los dos días siguientes se traslada a Guaranda, donde se ocupa de asuntos relacionados con la situación de Guayaquil.

El 4 de julio regresa a Riobamba y dispone que se organice todo para ascender al Chimborazo, montaña que no se había despegado de sus pensamientos.

Según algunos pobladores de la parroquia de Calpi dicen que antes del ascenso de Simón Bolívar hacia el coloso, esa noche se quedó a dormir en una de las haciendas más importantes de Calpi ubicada en lo que hoy es la comunidad de Palacio Real pero conocida antiguamente como Barrio Pagálo, hacienda que por varias ocasiones le sirvió de hospedaje al Libertador, así mismo dicen que al día siguiente cuando él despertó, la gente le había preguntado “como durmió usted”, a lo que él respondió “he dormido como en mi palacio”, Desde ahí se empieza a conocer a la comunidad con el nombre actual de Palacio Real.

El 5 de julio de 1822, en el momento del primer canto del gallo, la comitiva estuvo lista para acompañar a Bolívar, quien según los indígenas de Calpi, para combatir el frío de la madrugada llevaba un poncho de bayeta de castilla de dos caras, además también relatan que cambiaron los gallardos corceles por pequeños y robustos caballos acostumbrados a las inclemencias del páramo.

Una vez preparados partieron hacia el encuentro con el Taita Chimborazo como le conocía la gente indígena de la zona, “taita” (papá) al cual guardaban mucho respeto y devoción puesto que en épocas incaicas este coloso era considerado como su dios, su deidad y nadie había podido desafiarlo cayendo todos rendidos ante su majestuosidad incluso el mismo “Libertador” quien una vez que pisó las nieves del coloso y sentado desde una piedra se inspiró para escribir uno de sus más grandes y únicos poemas en prosa titulado “Mi delirio sobre el Chimborazo” en donde expone su testimonio de deslumbramiento ante tan magistral belleza milenaria.

Mi delirio sobre el Chimborazo

Yo venía envuelto en el manto de Iris,
 desde donde paga su tributo el caudaloso Orinoco
 al Dios de las aguas.
 Había visitado las encantadas fuentes amazónicas,
 y quise subir al atalaya del Universo.
 Busqué las huellas de La Condamine y de Humboldt
 seguías audaz, nada me detuvo;
 llegué a la región glacial,
 el éter sofocaba mi aliento.
 Ninguna planta humana había hollado la corona diamantina
 que pusieron las manos de la Eternidad
 sobre las sienas excelsas del dominador del los Andes.
 Yo me dije: este manto de Iris que me ha servido de estandarte,
 ha recorrido en mis manos sobre regiones infernales,
 ha surcado los ríos y los mares,
 ha subido sobre los hombros gigantescos de los Andes;
 la tierra se ha allanado a los pies de Colombia,
 y el tiempo no ha podido detener la marcha de la libertad.
 Belona ha sido humillada por el resplandor de Iris,
 ¿y no podré yo trepar sobre los cabellos canosos del gigante de la tierra?
 Sí podré! Y arrebatado por la violencia de un espíritu desconocido para mí,
 que me parecía divino, dejé atrás las huellas de Humboldt,
 empañando los cristales eternos que circuyen el Chimborazo.
 Llego como impulsado por el genio que me animaba,
 y desfallezco al tocar con mi cabeza la copa del firmamento:
 tenía a mis pies los umbrales del abismo.
 Un delirio febril embarga mi mente;
 me siento como encendido por un fuego extraño y superior.
 Era el Dios de Colombia que me poseía.

De repente se me presenta el Tiempo
 bajo el semblante venerable de un viejo cargado
 con los despojos de las edades:
 ceñudo, inclinado, calvo, rizada la tez, una hoz en la mano...

«Yo soy el padre de los siglos,
 soy el arcano de la fama y del secreto,
 mi madre fue la Eternidad;
 los límites de mi imperio los señala el Infinito;
 no hay sepulcro para mí, porque soy más poderoso que la Muerte;
 miro lo pasado, miro lo futuro, y por mis manos pasa lo presente.
 ¿Por qué te envaneces, niño o viejo, hombre o héroe?
 ¿Crees que es algo tu Universo?
 ¿Que levantaros sobre un átomo de la creación, es elevaros?
 ¿Pensáis que los instantes que llamáis siglos pueden servir de medida a mis arcanos?
 ¿Imagináis que habéis visto la Santa Verdad?
 ¿Suponéis locamente que vuestras acciones tienen algún precio a mis ojos?
 Todo es menos que un punto a la presencia del Infinito que es mi hermano».

Sobrecogido de un terror sagrado,
 «¿cómo, ¡oh Tiempo! —respondí—
 no ha de desvanecers e el mísero mortal que ha subido tan alto?
 He pasado a todos los hombres en fortuna,
 porque me he elevado sobre la cabeza de todos.
 Yo domino la tierra con mis plantas;
 llego al Eterno con mis manos;
 siento las prisiones infernales bullir bajo mis pasos;
 estoy mirando junto a mí rutilantes astros, los soles infinitos;

*mido sin asombro el espacio que encierra la materia,
y en tu rostro leo la Historia de lo pasado y los pensamientos del Destino».*

*«Observa —me dijo—,
aprende, conserva en tu mente lo que has visto,
dibuja a los ojos de tus semejantes el cuadro del Universo físico,
del Universo moral;
no escondas los secretos que el cielo te ha revelado: di la verdad a los hombres».*

El fantasma desapareció.

*Absorto, yerto, por decirlo así,
quedé exánime largo tiempo,
tendido sobre aquel inmenso diamante que me servía de lecho.
En fin, la tremenda voz de Colombia me grita;
resucito, me incorporo,
abro con mis propias manos los pesados párpados:
vuelvo a ser hombre, y escribo mi delirio.*

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Esta historia es contada continuamente por la gente de la comunidad Palacio Real.			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La gente de la comunidad considera a esta historia muy importante no solo como símbolo de su identidad, sino también como parte fundamental dentro del turismo.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Luz Pagalo		Palacio Real		Femenino	48
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000001_1 mp3		
10. ANEXOS					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	19		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	20	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	89		

ii. Leyenda del prioste rico y el prioste pobre

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000002	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000002_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Leyenda del prioste rico y el prioste pobre –Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Leyendas			Leyenda asociada a elementos naturales		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Según cuentan los pobladores, antiguamente a la comunidad de Palacio Real solía venir bastante gente de Ambato para ayudar en la cosechas de la cebada.

En una ocasión dicen que había venido un señor bien pobre y un señor bien rico a trabajar en la comunidad y que éste señor pobre necesitaba laborar duro para juntar mucho dinero; puesto que para ese año había sido elegido en su ciudad de Ambato como prioste de las fiestas al igual que este señor rico, el cual era elegido sin falta cada año debido a su estatus económico.

Un día estos dos señores se habían encontrado y habían sacado a relucir todo lo que iban a realizar y dar para la fiesta, es así que el prioste pobre por no quedar mal había prometido ante todos dar 50 alumbrados, 50 guioneros, 50 alastradas, 50 bandereros, 50 floreros, 50 sawma toros y 50 de todo mientras que el prioste rico prometía dar lo mismo pero le retaba a que antes de donar todo eso los dos desfilaran con sus donaciones para que toda la gente lo vea y así quedaron de acuerdo.

Dicen que paso el tiempo para celebrar la fiesta, pero el prioste pobre no tenía nada de lo que había prometido andaba muy preocupado por que como ya se acercaba la fiesta no quería quedar mal con la gente ni con el prioste rico, entonces éste hombre ha decidido viajar a trabajar a la provincia de Chimborazo a la comunidad de Palacio Real.

Mientras el señor venia caminando a la provincia se ha quedado dormido y horas después ha despertado y ha visto a un señor trillando la cebada.

Lo que no sabía es que el señor que estaba trillando la cebada no era un señor común y corriente sino era el Taita Chimborazo quien con la ayuda de otros amigos estaba aventando el grano.

Entonces este prioste pobre ha decidido acercarse ante el señor para pedirle trabajo, pero el taita Chimborazo de una forma muy generosa ha cogido una pala y ha comenzado a llenar de grano un costal que traía consigo el prioste pobre, advirtiéndole que solo podía abrirlo al llegar a su casa y si en un caso le hiciera falta más solo debía venirlo a visitar.

El hombre muy contento y a la vez muy agradecido se marchó de ese lugar hasta llegar a su casa y reuniendo a toda su familia les contó lo sucedido, de que se encontró con un señor blanco con poncho azul y le había regalado un costal de cebada, entonces la familia muy contenta comienza a abrir el saco y para sorpresa de ellos, el saco no estaba relleno de cebada sino de oro.

Es así que el prioste pobre pudo realizar la fiesta y dar no solo el 50 de lo que había ofrecido sino dio el 100 por ciento de todo lo que ofreció, quedando el prioste rico completamente confundido y sin gente que le acompaña para organizar y disfrutar de la fiesta

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Esta historia es contada continuamente por la gente de la comunidad Palacio Real.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

La gente de la comunidad considera a esta historia muy importante no solo como símbolo de su identidad, sino también como parte fundamental dentro del turismo.

Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a					
9. ANEXOS					
Texto		Fotografías	Videos	Audios	
				IM-06-01-52-000-14-000002_1 mp3	
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH					
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna					
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL					
Criterios		Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia		15			
Representatividad y reconocimiento comunitario		15	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad		15			
Respeto a la diversidad		20	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL		85			

iii. Mitología de los cerros

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000003	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Nevado Chimborazo			Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014		
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-00003_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Mitología de los cerros –Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Mitos			Mitos teogónicos		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Según la cosmovisión indígena dentro de la comunidad de Palacio Real los cerros son considerados como seres divinos que tienen vida, sentimientos y al igual que los seres humanos son hombres y mujeres buenos, malos, celosos, bandidos, jóvenes, viejos, guardianes, sabios, poderosos y divinidades menores.</p> <p>Según lo que cuentan los pobladores, ellos después de cada cosecha o del nacimiento de algún animalito agradecen a estas divinidades para que mediante su poder aseguren la buenaventura tanto de las cosechas así como también de los animales.</p> <p>Si en un caso la gente no mostrara su gratitud, los cerros suelen castigar y traer largas temporadas de sequía y hambruna a las tierras de la comunidad acompañada con días lluviosos e incluso hasta terremotos como lo era en tiempos atrás. Otra de las razones por la que los cerros se enojan y manifiestan su ira es al momento en que quieren disputarse un puesto con los santos católicos de la iglesia.</p> <p>Según la gente manifiesta que para ellos los cerros son considerados como su padre y su madre, ellos les cuidan y les protegen así como también les castigan cuando desobedecen, las formas como estas divinidades muestran su ira es nublándose, o a través de truenos en las cumbres etc.</p> <p>Sea cual sea su forma de manifestarse, la gente dice que ellos nunca descansan, siempre están en continuo recorrido, rodeando los valles con apariencia de comunes mortales y recompensando la bondad o castigando la avaricia de la gente.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Este mito de la divinidad de los cerros es contado continuamente dentro de la comunidad.			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La gente de la comunidad considera a este mito muy importante ya que es parte de su identidad además de ser considerado como parte esencial para el turismo.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					

9. ANEXOS			
Texto	Fotografías	Videos	Audios
			IM-06-01-52-000-14-000003_1 mp3
10. ANEXOS			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	20	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	85		

iv. Cuento del niño y el chancho carnavalero

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL ECUATORIANO			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000004	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI			Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014		
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-00004_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Cuento del niño y el chancho carnavalero –Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Expresiones orales			Cuentos		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Se cuenta que en una ocasión en temporada de carnaval, una familia se puso a pelar un chanco para hacer fritada, entonces el hijo más pequeño de la casa le pregunta a su madre ¿Mamá, mamá para quien es ese chanco?, entonces la mamá en son de broma y cansada de tantas preguntas de su hijo le respondió, hijo ese chanco es para el Taita Carnaval.</p> <p>Después de unas horas la mamá del niño tuvo que salir a comprar otros ingredientes para la fritada y en ese momento se presentó en la casa del niño un señor que se decía llamar el Taita Carnaval, entonces el niño desconcertado le manda dando el chanco que la mama estaba preparando tal y como su madre le había dicho.</p> <p>Por esta razón se dice que a los niños no se les debe mentir y siempre se les debe hablar con la verdad.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Este cuento es relatado continuamente dentro de la comunidad			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La gente de la comunidad considera que el relato de dichos cuentos son muy importantes para los niños de la comunidad ya que dejan una enseñanza para que ellos lo apliquen en su diario vivir.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000003_1 mp3		
10. ANEXOS					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	80		

v. Cuento del padre ambicioso

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC INstituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000005	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-00005_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Cuento del padre ambicioso–Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ambito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Expresiones orales			Cuentos		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Se cuenta que antiguamente en la comunidad existía un padre muy ambicioso tal es el caso que cuando su mujer estaba embarazada soñaba con conseguir un buen padrino para su hijo, que tenga mucho dinero y que este bien vestido con poncho rojo, pantalón negro y que tenga un buen caballo negro.

Tal fue su obsesión que cuando la mujer estaba dando a luz el padre ambicioso ve pasar a un señor por la calle igual a la descripción que él había hecho para que sea el padrino de su hijo y corre hacia donde él para pedirle que sea el padrino tal y como lo había planificado y sin reproche alguno el señor engalanado aceptó la propuesta.

En el día del bautizo el padre del niño le hace vestir tanto al niño como a su madre con prendas sumamente viejas para que el padrino tuviera pena de ellos y sin lugar a duda el padrino rico mandó a dejar en su caballo negro un saco de dinero para el padre pero a cambio pidió una sola cosa, que cuando el niño crezca se le sea entregado a su padrino para que él lo cuide por el resto de su vida.

El padre del niño sin ponerse a pensar aceptó la propuesta con el único objetivo de que le den todo el dinero que él había deseado, así los años pasaron y el niño creció rápidamente, un día el padre necesitado de dinero mandó a su hijo a la casa de su padrino para que le mande más dinero, en eso el niño entra a la casa y su padrino le pide que se recueste en una cama con sábanas color anaranjado, al momento que el niño se acuesta en la cama le comienza a quemar todo su cuerpo como si estuviera acostado sobre candela, después de esto vuelta le hace parar para que se recueste en otra cama con sábanas de color azul pero éstas eran tan frías como el hielo del Chimborazo.

El niño muy asustado logra escaparse de la casa de su padrino y se va corriendo a su casa para contarle a su padre lo sucedido, el cual quedó también asustado por lo relatado y pidiendo perdón a su hijo por la avaricia que él tenía, le prometió jamás volverle a mandar a la casa de ese hombre que no era humano sino demonio.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Este cuento es relatado continuamente dentro de la comunidad.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

La gente de la comunidad considera que el relato de dicho cuentos es muy importante para los niños de la comunidad ya que dejan una enseñanza para que ellos lo apliquen en su diario vivir.

Sensibilidad al Cambio

	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables	
	Manifestaciones de la Memoria	

7. INTERLOCUTORES

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
---------------------	-----------	----------	------	------

Taller de campo	Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a				
9. ANEXOS				
Texto	Fotografías	Videos	Audios	
			IM-06-01-52-000-14-000005_1 mp3	
10. ANEXOS				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH				
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna				
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL				
Criterios		Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia		15		
Representatividad y reconocimiento comunitario		15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad		15		
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL		80		

vi. Supersticiones y creencias de la comunidad Palacio Real

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL ECUATORIANO			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000006	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: : Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000006_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Supersticiones y Creencias –Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Tradiciones y expresiones Orales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Expresiones Orales			Proverbios, dichos supersticiones y creencias		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

En la comunidad de Palacio Real desde hace varios años atrás, la gente ha vivido basado en creencias y supersticiones relativas a diversas deidades naturales como el taita Chimborazo o diferentes animales propios de la zona.

Es así que la gente cree que cuando dos curiwingues pasan volando por una casa es símbolo de que se producirá un matrimonio en aquella casa, mientras que cuando solo pasa volando uno es símbolo de que esa persona va a quedar viudo/a. Según las creencias indígenas, el curiwingue es una ave que dependiendo de su forma de vuelo trae buenos o malos augurios para la comunidad.

Otra de las creencias es que si el día del matrimonio llueve es para irles mal en su vida de casados y va a vivir llorando toda su vida.

Dicen también que el llanto o aullido de un perro asegura de que algo malo va a suceder o alguien va a morir muy pronto.

Cuando un curiwingue entra a una casa, es signo de que algún integrante de la familia va a morir o también dicen que un ladrón puede entrar a la casa.

Cuando un árbol se parte sus ramas es señal de que alguien va a morir.

Cuando el chawarkiru y la cabuya crecen juntos, es señal de que ese año va haber hambruna o no va haber cosechas.

Cuando vienen las golondrinas es señal de que pronto va a llover.

Cuando los perros comienzan a escarbar a lado de una casa es símbolo de que en ese lugar hay enterrado algo malo.

Cuando en una siembra salen unas arañas cargando bolitas en la espalda a manera de alverjas es señal de que ese año toda la cosecha ira muy bien.

Cuando pelean los perros en una fiesta, se dice que más tarde habrá peleas en dicha fiesta.

Cuando muere alguna persona no se debe ir con niños pequeños puesto que les da mal aire y no pueden dormir en toda la noche.

Cuando entran ratas a una casa es señal de mala suerte.

Cuando el arco iris nace desde una piedra por las montañas, nadie debe acercarse a esa roca puesta que le da mal aire.

Cuando entra una mariposa a la casa conocida por la gente de la comunidad como uku aya es signo de que pronto entrara un ladrón a la casa.

Si un lobo se cruza por el camino de una persona es símbolo de que va a morir.

Cuando un perro se cruza por la mañana en el camino de alguna persona es símbolo de que va a pasar ocioso todo el día.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Estas creencias son difundidas continuamente dentro de la comunidad			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función	Dirección	Localidad

			actividad		
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La gente de la comunidad considera a esta manifestación muy importante ya que por varios años atrás la gente ha vivido basado en estas creencias y han tratado de tomar precauciones conforme lo dicho.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que con el pasar del tiempo ha comenzado a desaparecer de la memoria colectiva de la gente longeva de la comunidad, razón por la cual ellos solo cuentan lo que se acuerdan.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		San Francisco de Cunuguachay			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a					
9. ANEXOS					
Texto		Fotografías	Videos	Audios	
				IM-06-01-52-000-14-000006_1 mp3	
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH					
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna					
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL					
Criterios		Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia		15			
Representatividad y reconocimiento comunitario		15	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad		15			
Respeto a la diversidad		20	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL		85			

b) Artes del espectáculo

i. Juego del Bara-Bara o Cuatro-Cuatro

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000007	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000007_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Juego del Bara-Bara o Cuatro-Cuatro –Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Artes del espectáculo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Juegos tradicionales			Juegos rituales o festivos		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Este es un juego que especialmente se lo practica en los velorios, el juego consiste en colocar a toda la gente que está acompañando al difunto en el centro del cuarto en forma de círculo, luego gritando “bara-bara o cuatro-cuatro” los participantes deben botar una moneda y dependiendo si cae cara o sello la gente debe gritar diciendo “cama-cama” “ya mismo amanece” y son “las 4”.</p> <p>Este juego se lo debe jugar cerca del ataúd del muertito y se lo debe hacer a las cuatro de la mañana de ahí nace su nombre, el objetivo es que la gente no se duerma y se cuide el cuerpo y el alma del muertito ya que si no se lo hace tienen la creencia de que los demonios entran y se llevan el cuerpo del difunto.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Este juego se lo practica ocasionalmente dentro de la comunidad en ocasiones de velorios.			
	Continua				
x	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Es una manifestación muy importante dentro de la comunidad, puesto que se la realiza con el objetivo de animar a los deudos del fallecido y además para que se mantenga dicha tradición.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un grado de vulnerabilidad medio, ya que la mayoría de jóvenes han adoptado costumbres foráneas en cuanto a la realización de los velorios.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000007_1 mp3		
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH					
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna					

12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Crterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	10		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	20		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	80		

ii. Juego de los gallos y cuyes enterrados

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC INstituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO			
			CÓDIGO
			IM-06-01-52-000-14-000008
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba
Parroquia	Calpi	Urbana	Rural <input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real		
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z (3202)
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014			
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000008_1 JPEG			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación			
Juego de los gallos y cuyes enterrados –Palacio Real, Chimborazo			
Grupo social		Lengua (s)	
Indígena		Kichwa	
Ámbito			
Artes del espectáculo			
Subámbito		Detalle del subámbito	
Juegos tradicionales		Juegos rituales o festivos	

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Este juego según la gente de la comunidad es practicado en temporadas festivas en donde toda la gente participa y gana algún premio.</p> <p>El juego consiste en recolectar o pedir donaciones ya sea de cuyes o gallos a los comuneros para que se lleve a cabo el mismo, una vez que se cuenta con los animales el organizador procede a cavar unos huecos en el patio que debe ser de tierra y ahí enterrar al animal.</p> <p>Después el mismo organizador debe escoger a la gente que va a participar, les vendan los ojos, les dan vueltas y les hacen caminar a unos 15 pasos de donde vio el entierro.</p> <p>Cada participante tiene un lapso de tiempo para encontrar al cuy o gallo enterrado de 5 minutos, si en ese tiempo no lo encuentra se le debe dar paso a otra persona para que haga el intento, si logra encontrarlo el premio obviamente es el gallo o cuy enterrado.</p> <p>El objetivo de este juego es distraer e incentivar a la gente a que participe y gane los premios.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Este juego se lo practica continuamente dentro de la comunidad en épocas festivas.			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Es una manifestación muy importante dentro de la comunidad ya que incentiva la colaboración y promueve el compañerismo entre los habitantes de la comunidad.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un grado de vulnerabilidad medio, ya que la mayoría de jóvenes han introducido nuevos juegos que no son muy típicos de la comunidad.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
Taller de campo	Palacio Real				
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000008_1 mp3		
10. ANEXOS					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Crterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	10		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	20		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	80		

iii. Juego de las cometas

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC INstituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO			
		CÓDIGO	
		IM-06-01-52-000-14-000009	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z (3202)
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014			
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000009_1 JPEG			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación			
Juego de las cometas –Palacio Real, Chimborazo			
Grupo social		Lengua (s)	
Indígena		Kichwa	
Ámbito			
Artes del espectáculo			
Subámbito		Detalle del subámbito	
Juegos tradicionales		Prácticas deportivas y recreativas	

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>El juego de las cometas, es una práctica que se ha venido realizando desde años atrás en la comunidad, el juego se basa en la elaboración de una cometa que es una estructura plana y ligera elaborada a base de los palos de sigse (<i>Cortadeira radiumscola</i>) dándole la forma de una rosa de los vientos o de un círculo; a la cual posteriormente se le recubre con plásticos usados o papel de los costales de azúcar. Una vez ya elaborada se le añade en la parte inferior la cola de la cometa hecha con trapos viejos o ropas que ya no se utilice procurando que quede lo más largo posible para que pueda elevarse con mayor facilidad.</p> <p>Finalmente a la creación se le añade piola o hilo proveniente de los mismos ovillos de lana de borrego que hilan las mujeres de la comunidad con el objetivo de sujetar a la cometa al momento en que se encuentre elevada en el aire.</p> <p>Ya concluida la cometa, los niños suelen ir a hacer volar la misma en los meses de Agosto, desde el cerro Mira Loma por ser el lugar más estratégico y elevado que tiene la comunidad.</p> <p>Desde años atrás los niños han venido jugando a vilar las cometas desde este sector y lo siguen haciendo hasta la actualidad.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
x	Anual	Este juego se lo practica anualmente dentro de la comunidad exclusivamente en el mes de Agosto por ser uno de los meses con más vientos que tiene el mes.			
	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	100	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Es una manifestación muy importante dentro de la comunidad ya que incentiva la sana distracción de los niños y al compañerismo entre los mismos.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un grado de vulnerabilidad medio, ya que la mayoría de jóvenes han introducido nuevos juegos que no son típicos de la comunidad.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
Taller de campo	Palacio Real				
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000009_1 mp3		
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					

Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	18		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	83		

iv. Juega de las bolas de acero

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC INstituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO			
		CÓDIGO	
		IM-06-01-52-000-14-000010	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z (3202)
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014			
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000010_1 JPEG			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación			
Juego de las bolas de acero –Palacio Real, Chimborazo			
Grupo social		Lengua (s)	
Indígena		Kichwa	
Ámbito			
Artes del espectáculo			
Subámbito		Detalle del subámbito	
Juegos tradicionales		Prácticas deportivas y recreativas	

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>El juego de las bolas de acero es una de las practicas realizadas desde varios años atrás en la comunidad y durante todo este tiempo la gente lo ha venido practicando en los meses de finados.</p> <p>El juego consiste en dibujar en el patio de arena un circulo grande donde se coloca máximo unas 6 bolas de acero y con otra bola los participantes debían ir lanzando estas bolas haciendo chocar con cualquiera de las bolas existentes hasta sacarlas del circulo y hacerle perder a su contrincante.</p> <p>Este juego actualmente casi no se lo practica dentro de los pobladores de la comunidad solo las personas más longevas en sus momentos de ocio lo practican.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
x	Anual	Este juego se lo practica anualmente dentro de la comunidad exclusivamente en el mes de noviembre en la temporada de finados por ser uno de los meses en que la gente católica dedica un tiempo al descanso del cuerpo.			
	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	100	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Es una manifestación muy importante dentro de la comunidad ya que incentiva la sana distracción y al compañerismo entre la gente de la comunidad.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que tiene un grado de vulnerabilidad medio, ya que la mayoría de jóvenes han introducido nuevos juegos que no son típicos de la comunidad.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ambito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000010_1 mp3		
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH					
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna					

12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	10		
Representatividad y reconocimiento comunitario	10	RC	<input checked="" type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	70		

c) Usos sociales, rituales y actos festivos

i. Fiesta del carnaval

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR		CÓDIGO IM-06-01-52-000-14-000011	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-0000011_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Fiesta del carnaval–Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Usos sociales, rituales y actos festivos					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Fiestas			Fiestas o conmemoraciones religiosas		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Según algunos pobladores de Palacio Real, la fiesta del carnaval siempre se ha realizado dentro de la comunidad hasta la actualidad con algunas variaciones pero siempre con ese espíritu festivo.

Dicen que antiguamente el carnaval no se jugaba con agua solo se iba cantando sin usar guitarras solo con instrumentos tradicionales como el bombo, rondador y tambor, además el tiempo de duración era más prolongado y se brindaba para beber solo chicha.

Actualmente ha sufrido algunas variaciones, manteniéndose aun los rasgos principales de la fiesta, es así que ya faltando pocos días para el carnaval, la gente de la comunidad comienza a alistar sus instrumentos musicales como tambores, rondador y guitarras instrumento musical que no lo utilizaban antiguamente.

Desde el domingo por la mañana la gente baja al pueblo a escuchar la santa misa y así encontrarse con la gente que esta animosa para jugar el carnaval, una vez concluida la misa para el regreso se juntan los conocidos que tienen sus tambores, rondadores y guitarras para regresar a la comunidad cantando al son de los carnavaletos ya sea en Kichwa o en español.

Por la noche de ese mismo día algunas familias cantando al son del carnaval pasan visitando a sus familiares que se encuentren dentro de la misma comunidad.

El día lunes por la mañana nuevamente la gente coge sus instrumentos y se va a visitar a otros familiares que tengan lejos de la comunidad como Calpi Loma, Bayushig etc, por lo general después de este recorrido ya de regresos a la comunidad la mayoría de los carnavaletos regresan borrachos debido a que en cada parada que hacen la chicha no puede faltar como muestra de gratitud ante la visita realizada.

Por el contrario el día martes de carnaval la gente que salió el día lunes a visitar a sus familiares, ya no salen de sus casas con el fin de recibir vuelta a sus conocidos y amigos en general.

El día miércoles por la mañana reciben la santa ceniza y por la tarde vuelven a jugar carnaval.

El día jueves para el entierro del carnaval la gente dentro de la comunidad realiza una programación a cargo del prioste que previamente fue escogido por la comunidad. Este prioste un día antes va de casas en casa pidiendo la colaboración de los comuneros, los cuales conmovidos por el espíritu carnavaletos donan cuyes, gallos, conejos según la voluntad de cada familia.

Por lo general en este día, el prioste suele organizar diversos juegos como el gallo enterrado, cuy enterrado, carrera de niños, carrera de bicicletas, carrera de burros quienes al son de la banda de música demuestran sus habilidades de competencia.

Ya por la noche la gente más alegre, sigue con el festejo y comienzan a elegir al prioste del próximo carnaval dando así por culminado o enterrado el carnaval de ese año.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
x	Anual	Es una festividad que se realiza anualmente dentro de la comunidad cada mes de Febrero.
	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					

6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
El carnaval es una de las festividades más importantes dentro de la comunidad, ya que en estas fechas la mayoría de la gente visita a sus familiares y comparten de un momento agradable con sus vecinos y conocidos.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que a pesar de que aún se sigue realizando dentro de la comunidad tiene un grado de vulnerabilidad medio ya que se comienza a desaparecer algunas costumbres propias de la festividad.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
n/a					
9. ANEXOS					
Texto		Fotografías	Videos	Audios	
				IM-06-01-52-000-14-0000011_1 mp3	
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH					
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna					
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL					
Criterios		Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia		15			
Representatividad y reconocimiento comunitario		15	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad		15			
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL		80			

ii. Fiesta de la virgen del Rosario

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC INstituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000012	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000012_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Fiesta de la virgen del Rosario–Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Usos sociales, rituales y actos festivos					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Fiestas			Fiestas o conmemoraciones religiosas		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Según los pobladores de la comunidad, la fiesta en honor a la virgen del Rosario dicen que se sabía realizar cada mes de octubre infaltablemente, sin embargo actualmente ya no se la realiza puesto que ha muerto la tradición.</p> <p>Según lo que se recuerdan, dicen que la fiesta en honor a la virgen comenzaba con la petición de permiso por parte de los sacerdotes hacia los fundadores, quienes tenían en su poder a la imagen. Ellos debían ir a rogar a los fundadores que les den permiso para realizar la fiesta y para que ellos tengan la autorización debían hacer emborrachar bien al fundador caso contrario no le daban permiso y mejor les mandaban hablando diciendo que su no tienen dinero como van hacer la fiesta para la virgen.</p> <p>Si en un caso ya les daban permiso, los sacerdotes comenzaban con los preparativos de la misma siendo una de las tradiciones la elaboración de la chicha por barriles con la frase “que sobre pero que no falte”.</p> <p>El día de la fiesta los sacerdotes solían sacar a la virgencita de la iglesia y hacer recorrer toda la comunidad haciendo rezar con un catequista en conjunto con otros devotos de la misma, el objetivo era ir haciendo oraciones y canticos pidiendo por el bienestar de toda la comunidad y por la protección de cada familia, así se recorrían toda la comunidad y como muestra de devoción daban a toda la gente un vaso de chicha para que acompañe en todo el recorrido.</p> <p>Actualmente según cuentan los comuneros esta fiesta ha desaparecido a raíz de la muerte del fundador y desde que les quitaron la imagen de la patrona virgen del rosario a la comunidad, ahora la virgen se encuentra en la cabecera parroquial y ya nadie se recuerda de festejarle a la patrona por eso la gente sostiene que la virgen les ha abandonado.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Esta festividad ya no se la práctica dentro de la comunidad.			
	Continua				
	Ocasional				
x	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	100	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Esta festividad era muy importante en la comunidad puesto que de esta forma la gente manifestaba su fe y devoción a través de su patrona la santísima virgen del Rosario.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación cuya realización solo se encuentra en la memoria colectiva de la gente de la comunidad puesto a que ya no se la realiza desde varios años atrás.			
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
x	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
Taller de campo	Palacio Real				
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					

9. ANEXOS			
Texto	Fotografías	Videos	Audios
			IM-06-01-52-000-14-0000012_1 mp3
10. ANEXOS			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Crterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	0		
Representatividad y reconocimiento comunitario	5	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	5		
		M	<input checked="" type="checkbox"/>
Respeto a la diversidad	5		
TOTAL	35		

d) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

i. Lugar sagrado conocido como la piedra endiablada

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000013	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000013_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Lugar sagrado conocido como la Piedra endiablada –Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Indígena			Kichwa		
Ámbito					
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Espacios simbólicos			n/a		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Este lugar se encuentra ubicado en la hacienda de la Familia Valencia ubicado en la comunidad de Palacio Real, en esta hacienda según sus pobladores se hospedo Simón Bolívar cuando iba de paso al nevado Chimborazo allí se quedó a dormir y cuando la gente le pregunto al siguiente día como había pasado, él dijo "Pase como en un palacio" desde allí se le conoce a la comunidad como Palacio Real.</p> <p>Cerca de esta misma hacienda se encuentra ubicada una piedra que según la gente de la comunidad esta endiablada ya que hace años atrás sus habitantes intentaron mover esta piedra para colocarla en otra parte pero les fue imposible hacerlo de repente sucedió algo extraño comenzó a llover y la gente comenzó a sentir dolor de cabeza y estomago desde ese entonces la gente piensa que la piedra esta encantada y que nadie la puede mover.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Este espacio simbólico para la comunidad es respetado continuamente dentro de la localidad siempre le guardan su debido respeto al no saber a qué se debe dicho suceso.			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Este sitio es muy importante dentro de la comunidad por las creencias que se vierten acerca del mismo.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que aún se mantiene vigente dentro de la comunidad puesto que la gente sigue guardando respeto a este lugar, sin embargo tiene un grado de vulnerabilidad medio ya que los jóvenes han dejado de lado el respeto ante este sitio sagrado.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito		
n/a					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías	Videos	Audios		
			IM-06-01-52-000-14-000013_1 mp3		
10. ANEXOS					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	15	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		
Respeto a la diversidad	20	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	85		

ii. Preparación de la Chicha

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				IM-06-01-52-000-14-000014	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón:	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Grupos de trabajo sobre PCI Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000014_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Preparación de la chicha - Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruhá			Kichwa		
Ámbito					
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Gastronomía			Gastronomía cotidiana		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Su consumo en forma de bebida, se basa en la famosa chicha alcohólica, llamada en quichua también con el nombre de "aswa", que por su versatilidad, puede ingerirse en distintos estados y formas de maduración.</p> <p>La preparación de esta bebida según las mujeres de la comunidad, consiste en moler el maíz germinado o seco hasta que quede una especie de polvo blanco al que se le conoce como jora, después se pone a hervir una olla de agua a la cual se le agrega la jora conjuntamente con especias naturales como cedrón y hierba luisa, una vez que hierve por completo se le retira del fuego se le cierne y se le endulza con panela negra al gusto. Lista la preparación se procede a dejarle fermentar utilizando un barril de madera por unos días entre más tiempo más fermentación convirtiéndose en una bebida embriagante.</p> <p>Se dice que antiguamente el consumo de la chicha era muy frecuente ya que era considerada por los mayores de la comunidad como una bebida sagrada y energética y era servida en la mayoría de actos festivos o en momentos importantes de la vida de cada persona como en el nacimiento de un hijo o en el matrimonio, muerte o ceremonias agrarias.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	La preparación de esta bebida se lo realiza ocasionalmente dentro de la comunidad.			
	Continua				
x	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La preparación de esta bebida es de vital importancia dentro de la comunidad ya que es considerada como una bebida energética para la realización de cualquier trabajo y también como una bebida embriagante para actos festivos.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que a pesar de que aún se mantiene dentro de la comunidad tiene un rango de vulnerabilidad medio, debido a que dichas costumbres gastronómicas han sido remplazadas por otras costumbres de la ciudad.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
N/A					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías		Videos	Audios	
				IM-06-01-52-000-14-000014_1 mp3	
10. ANEXOS					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	18		
Representatividad y reconocimiento comunitario	18	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	20		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	91		

iii. Preparación del chawarmishki (dulce de la cabuya)

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				IM-06-01-52-000-14-000015	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón:	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Planta de cabuya Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000015_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Preparación del chaguarmishki-Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruhá			Kichwa		
Ámbito					
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Gastronomía			Gastronomía cotidiana		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Según la gente de la comunidad antiguamente los mayores sabían consumir en vez de azúcar o cualquier otra bebida dulce el chaguarmishki, un néctar natural que no era tan dañino como las bebidas artificiales que existen actualmente las cuales producen un sinnúmero de enfermedades como la diabetes, cáncer entre otras.</p> <p>El chaguarmishque es el líquido que segrega la planta de cabuya (penco azul), una planta muy abundante en la zona, las mujeres suelen prepararle haciendo un orificio de unos 15cm de diámetro en la mitad de la planta, después retiran algunas hojas dándole la forma de una batea en donde después de unos 4 o cinco días comenzara a verter el dulce obteniendo aproximadamente unos 6 litros por día.</p> <p>Con este dulce se prepara la cebada o arroz de dulce inclusive la gente suele tomarse directamente siendo este un remedio natural para el dolor de huesos y si se le deja reposar por más tiempo se obtiene licor.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	La preparación de esta bebida se lo hace ocasionalmente dentro de la comunidad, dependiendo de las temporadas de corte de la cabuya.			
	Continua				
x	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	200	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La preparación de esta bebida es de suma importancia dentro de la comunidad ya que es considerada por la gente como una bebida energética y también como alimento de sus animales.					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que a pesar de que aún se mantiene en la comunidad tiene un grado de vulnerabilidad medio ya que dichos conocimientos en cuanto a su preparación están desapareciendo y los jóvenes prefieren remplazarlo por otras bebidas artificiales.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de campo		Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
N/A					
9. ANEXOS					
Texto	Fotografías		Videos	Audios	
				IM-06-01-52-000-14-000015_1 mp3	
10. ANEXOS					

11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	15		
Representatividad y reconocimiento comunitario	20	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	20		
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	90		

iv. Preparación de arroz de quinua con carne de llama

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ECUADOR			
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				CÓDIGO	
				IM-06-01-52-000-14-000016	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón:	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input checked="" type="checkbox"/>
Localidad	Palacio Real				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Plato típico de arroz con quinua y carne de llama Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000016_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Preparación de arroz con quinua y carne de llama, Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruhá			Kichwa		
Ámbito					
Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Gastronomía			Gastronomía festiva o ritual		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
<p>Unos de los platos típicos de la comunidad La Moya es el arroz de quinua o también conocido como trigo inca con carne de llama, mismo que ha sido reconocido por los turistas y la misma gente de la comunidad como un plato muy nutritivo y proteínico.</p> <p>Según las mujeres de la comunidad para preparar este plato se necesita de ingredientes básicos que se los obtiene dentro del mismo sector como son:</p> <p>La quinua La carne de llama Tomate de carne Pimiento Ajo Cebolla paiteña Lechuga Maduro Aguacate Sal</p> <p>Primero se lava la quinua y se le pone a cocinar en agua con sal, unas dos libras aproximadamente para unas 4 personas, después en una olla se procede hacer el estofado con la carne de la llama, se le corta en cuadritos medianos se le adoba con ajo y sal después se le pone a sudar con el tomate pimiento y se le sazona. Una vez listo se le sirve en el plato y se le acompaña con unas hojas de lechuga fresca pasadas por agrio con rodajas de tomate, también se le pone aguacate y unos maduros fritos y está listo para servir junto a un vaso de chicha de quinua.</p>					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
	Anual	La preparación de este plato se lo prepara continuamente dentro del restaurante de la comunidad.			
x	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Habitantes Palacio Real	7	Comuneros	Palacio Real	Palacio Real
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
<p>La preparación de este plato es de suma importancia para las mujeres de la asociación Sumak Kawsay, puesto que es considerado como un plato típico de la zona y es fuente de ingresos económicos para la comunidad y funciona como un atractivo turístico dentro de la localidad.</p>					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes		Es una manifestación que se mantiene vigente dentro de la comunidad pero que tiene un cierto rango de vulnerabilidad debido a que costumbres culinarias externas dejan de lado dichos conocimientos propios de la comunidad.		
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Luz Pagalo		Palacio Real		Femenino	48

8. ELEMENTOS RELACIONADOS			
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito
N/A			
9. ANEXOS			
Texto	Fotografías	Videos	Audios
			IM-06-01-52-000-14-000016_1 mp3
10. ANEXOS			
11. DATOS DE CONTROL			
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH			
Registrado por: Quinchuela Jhoanna		Fecha de Registro: 2014/02/06	
Revisado por: Solano Elizabeth		Fecha de Revisión: 2014/07/23	
Aprobado por: Solano Elizabeth		Fecha de Aprobación:	
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna			
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL			
Criterios	Valoración	Catalogación	
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial	20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>
Trasmisión intergeneracional y vigencia	20		<input type="checkbox"/>
Representatividad y reconocimiento comunitario	20	RC	<input type="checkbox"/>
Equidad	15		<input type="checkbox"/>
Respeto a la diversidad	15	M	<input type="checkbox"/>
TOTAL	90		<input type="checkbox"/>

e) Técnicas artesanales tradicionales

i. Hilado y tejido de artesanías en lana de llama y alpaca

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO				IM-06-01-52-000-14-000017	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón:	Riobamba		
Parroquia	Calpi	Urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	Rural	<input type="checkbox"/>
Localidad	La Moya				
Coordenadas	X (750673)	Y (9820027)	Altitud Z	(3202)	
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Mujer hilando la lana de llama Foto: Jhoanna Quinchuela, 2014					
Código fotográfico: IM-06-01-52-000-14-000017_1 JPEG					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Hilado y tejido de artesanías en lana de llama y alpaca – Palacio Real, Chimborazo					
Grupo social			Lengua (s)		
Puruhá			Kichwa		
Ámbito					
Técnicas artesanales tradicionales					
Subámbito			Detalle del subámbito		
Técnicas artesanales tradicionales			Textilería		

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

Antiguamente las mujeres en la comunidad de Palacio Real se dedicaban al tejido de sus propias prendas de vestir en telares considerándose dicha actividad como un verdadero arte.

Actualmente se ha dejado de lado esta habilidad, sin embargo aún se mantiene algunos conocimientos sobre éste proceso.

El proceso comienza con la esquila de la lana ya sea de llama, alpaca o borrego la única diferencia es que la lana de la llama y de la alpaca no se la lava después de cortarla ya que se estropea, mientras que la de borrego si se la debe lavar puesto que es muy mantecosa según afirman las mujeres de la comunidad.

La trasquilada del animal se lo hace comenzando primero desde las patas después se lo hace de cada lado y finalmente se lo hace en la barriga si en un caso no tiene mucha lana se lo deja para que no sienta frío el animal.

Posterior a esto se tiza o escarmena la lana y se le amarra haciendo guango, después con la ayuda de un sigse y un mortero se comienza con la torsión de a dos o de uno si es para prendas simples como bufandas y casi siempre para el lado izquierdo.

Según cuentan las mujeres, en tiempos pasados una vez ovillada la lana mandaban a teñir en Calpi o San Juan, dejaban la lana al maestro y regresaban después de una semana para retirarla, pocas eran las mujeres de la comunidad que sabían sobre este proceso por lo general cuando querían prendas de vestir como anacos negros o shigras de diferentes colores mandaban donde alguien cercano que sepa.

En Palacio Real las prendas que más se tejen son suéteres, gorras, bufandas, guantes entre otras sin embargo todas estas se las hace a croshet siendo éste un cambio notorio que ha dado puesto que antes se lo hacía en telares de cintura o telares de pared.

Sea cual sea los instrumentos utilizados éstas prendas son muy cotizadas en especial las prendas de lana de llama o alpaca ya que son mucho más suaves a diferencia de las prendas con lana de borrego que son algo ásperas al momento de ponérselas, de la misma forma los precios varían desde los 5 hasta los 50 dólares dependiendo de la complejidad de la prenda, es decir entre más grande y laboriosa más cara debido a que todo es hecho a mano por las mujeres de la comunidad.

Fecha o Período		Detalle de la periodicidad
	Anual	Es una actividad que se realiza continuamente entre las mujeres de la comunidad.
x	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

5. PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades	Asociación de Mujeres tejedoras "Sumak Kawsay"	14	Dinamizan el trabajo artesanal en la comunidad	Palacio Real	Palacio Real
Instituciones					

6. VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Es una manifestación muy importante para la comunidad puesto que a más de ser una actividad artesanal y que es utilizada para consumo propio también es una fuente extra de ingresos económicos.

Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes	Es una manifestación que a pesar de que se mantiene tiene un grado de vulnerabilidad medio ya que el desinterés y la falta de conocimientos en el arte van dejando de lado dicha actividad.			
x	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Taller de Campo		Palacio Real			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
9. ANEXOS					
Texto		Fotografías	Videos	Audios	
				IM-06-01-52-000-14-000017_1 mp3	
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural- Regional 3 / ESPOCH					
Registrado por: Quinchuela Jhoanna			Fecha de Registro: 2014/02/06		
Revisado por: Solano Elizabeth			Fecha de Revisión: 2014/07/23		
Aprobado por: Solano Elizabeth			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico: Quinchuela Jhoanna					
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL					
Criterios		Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial		20	BP	<input checked="" type="checkbox"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia		18			
Representatividad y reconocimiento comunitario		20	RC	<input type="checkbox"/>	
Equidad		20			
Respeto a la diversidad		15	M	<input type="checkbox"/>	
TOTAL		93			

b. Tabla resumen del inventario de atractivos culturales

1) Comunidad La Moya

a) Tabla resumen

Cuadro N° 84: Tabla resumen de atractivos culturales de la comunidad La Moya

Comunidad:		La Moya				
N°	Manifestación	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Valoración	Catalogación
1	Cuento del lobo y el conejo	Tradiciones y expresiones Orales	Expresiones orales	Cuentos	70	RC
2	Canto del jahuay	Artes del espectáculo	Música	N/A	70	RC
3	Rito del bautizo	Usos sociales, rituales y actos festivos	Ritos	Rito de paso	70	RC
4	Fiesta en honor al patrono San Agustín	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas o conmemoraciones religiosas	72	BP
5	Fiesta del carnaval	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas o conmemoraciones religiosas	74	BP
6	Tejido de shigras, suéteres, bufandas y guantes	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	Textilería	75	BP
7	Rito del matrimonio	Usos sociales, rituales y actos festivos	Ritos	Rito de paso	80	BP
8	Rito de los velorios	Usos sociales, rituales y actos	Ritos	Rito de paso	80	BP

		festivos				
9	Uso de plantas medicinales	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Medicina tradicional	N/A	80	BP
10	Preparación de las tradicionales papas con cuy	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía festiva	80	BP
11	Preparación de platos típicos de la comunidad	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía Cotidiana	80	BP
12	Historia sobre la construcción de la iglesia de la Moya	Tradiciones y expresiones Orales	Memoria local vinculada a acontecimientos históricos reinterpretados por las comunidades.	N/A	83	BP
13	Primer hielero del Chimborazo	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Técnicas y saberes productivos tradicionales	N/A	85	BP
14	Cuento de la pastora y el cóndor	Tradiciones y expresiones Orales	Expresiones orales	Cuentos	85	BP
15	Leyenda sobre la entrada secreta al Taita Chimborazo.	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas	Leyendas asociadas a apariciones de seres sobrenaturales	85	BP

Fuente: Taller de Campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

b) Declaratoria de la imagen turística cultural

La comunidad La Moya cuenta con 15 manifestaciones culturales de las cuales 4 corresponden al ámbito de Tradiciones y expresiones orales, 1 corresponden al ámbito de Artes del espectáculo, 5 corresponden al ámbito de Usos sociales, rituales y actos festivos, 4 corresponden al ámbito de Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y 1 corresponde al ámbito de Técnicas artesanales tradicionales.

La catalogación en que se encuentran cada manifestación a Diciembre del 2014 fecha del registro es la siguiente: el 80% (12 manifestaciones) se encuentra dentro del rango BP que significa Bien patrimonial, el 20% (3 manifestación) está en el rango de RC que significa Revitalización Cultural.

Dadas las jerarquías alcanzadas por las manifestaciones culturales se puede indicar que el 80% de las mismas merecen ser reconocidas como bienes patrimoniales y pueden ser incluidas como atractivos culturales en la actividad turística, siendo el ámbito de Tradiciones y Expresiones Orales seguido de Conocimientos y Usos relacionados con la Naturaleza y el Universo las que mayor puntaje obtuvieron dentro de la valoración.

Entonces la imagen turística cultural de la comunidad es: La Moya; pasadizo secreto que conduce al corazón del Taita Chimborazo, “Dios del Hielo”, montaña sagrada de los Puruháes que guarda en su interior infinitos misterios y mágicas leyendas ancestrales.

Esta imagen turística puede ser aprovechada mediante la modalidad de Turismo comunitario, en donde a través de estas prácticas se genere ingresos económicos que ayuden a la satisfacción de las necesidades básicas de la población y que a su vez contribuyan al desarrollo, promoción y manejo de programas de conservación de los recursos naturales y culturales de la zona, para que así estos no sigan desapareciendo con el pasar del tiempo.

2) Comunidad San Francisco de Cunuguachay

a) Tabla resumen

Cuadro N° 85: Tabla resumen de atractivos culturales de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Comunidad:		San Francisco de Cunuguachay				
N°	Manifestación	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Valoración	Catalogación
1	Rito de la cosecha	Usos sociales, rituales y actos festivos	Ritos	Ritos propiciatorios	70	RC
2	Sitio sagrado Tampu Wasi	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Espacios simbólicos	N/A	74	BP
3	Limpia ancestrales del yachak de la comunidad	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Medicina Tradicional	N/A	75	BP
4	Cuento del Walak Tunkuri	Tradiciones y expresiones orales	Expresiones Orales	Cuentos	80	BP
5	Juego del conejo	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	Juegos rituales o festivos	80	BP
6	Juego de la gallina colgada	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	Juegos rituales o festivos	80	BP
7	Rito del funeral	Usos sociales, rituales y actos festivos	Ritos	Rito de paso	80	BP
8	Preparación de mermelada	Conocimientos y usos	Técnicas y saberes	N/A	85	BP

	artesanal a base de zanahoria y frutilla	relacionados con la naturaleza y el universo	productivos tradicionales			
9	Leyenda sobre el castigo de Dios	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas	Leyendas asociadas a imágenes religiosas	85	BP
10	La ira de la Mama Tungurahua	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas	Leyendas asociadas a elementos naturales	85	BP
11	Supersticiones y creencias	Tradiciones y expresiones orales	Expresiones Orales	Proverbios, dichos supersticiosos y creencias	85	BP
12	Prácticas comunitarias al momento de servirse los alimentos	Usos sociales, rituales y actos festivos	Prácticas comunitarias tradicionales	N/A	90	BP

Fuente: Taller de Campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

b) Declaratoria de la imagen turística cultural

La comunidad San Francisco de Cunuguachay cuenta con 12 manifestaciones culturales de las cuales 4 corresponden al ámbito de Tradiciones y expresiones orales, 2 corresponden al ámbito de Artes del espectáculo, 3 corresponden al ámbito de Usos sociales, rituales y actos festivos, 3 corresponden al ámbito de Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.

La catalogación en que se encuentran cada manifestación a Diciembre del 2014 fecha del registro es la siguiente: el 92% (11 manifestaciones) se encuentra dentro del rango BP que significa Bien patrimonial, el 8% (1 manifestación) está en el rango de RC que significa Revitalización Cultural.

Dadas las jerarquías alcanzadas por las manifestaciones culturales se puede indicar que el 92% de las mismas merecen ser reconocidas como bienes patrimoniales y pueden ser

incluidas como atractivos culturales en la actividad turística, siendo el ámbito de Usos Sociales, Rituales y Actos festivos seguidos de Tradiciones y Expresiones Orales las que mayor puntaje obtuvieron dentro de la valoración.

Entonces la imagen turística cultural de la comunidad es: San Francisco de Cunuguachay un espacio de convivencia comunitaria que guarda los principios vitales de una armoniosa relación entre el “Yo y su entorno natural”.

Esta imagen turística puede ser aprovechada mediante la modalidad de Turismo comunitario, en donde a través de estas prácticas se genere ingresos económicos que ayuden a la satisfacción de las necesidades básicas de la población y que a su vez contribuyan al desarrollo, promoción y manejo de programas de conservación de los recursos naturales y culturales de la zona, para que así estos no sigan desapareciendo con el pasar del tiempo.

3) Comunidad Palacio Real

a) Tabla resumen

Cuadro N° 86: Tabla resumen de atractivos culturales de la comunidad Palacio Real.

Comunidad:		Palacio Real				
N°	Manifestación	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Valoración	Catalogación
1	Fiesta de la virgen del Rosario	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas o conmemoraciones religiosas	35	M
2	Juego de las bolas de acero	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	Prácticas deportivas y recreativas	70	RC
3	Cuento del niño y el chancho carnalero	Tradiciones y expresiones Orales	Expresiones orales	Cuentos	80	BP
4	Cuento del padre ambicioso	Tradiciones y expresiones	Expresiones orales	Cuentos	80	BP

		Orales				
5	Juego del Bara-Bara o Cuatro-Cuatro	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	Juegos rituales o festivos	80	BP
6	Juego de los gallos y cuyes enterrados	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	Juegos rituales o festivos	80	BP
7	Fiesta del carnaval	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas o conmemoraciones religiosas	80	BP
8	Juego de las cometas	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	Prácticas deportivas y recreativas	83	BP
9	Leyenda del prioste rico y el prioste pobre	Tradiciones y expresiones Orales	Leyendas	Leyenda asociada a elementos naturales	85	BP
10	Mitología de los cerros	Tradiciones y expresiones Orales	Mitos	Mitos teogónicos	85	BP
11	Supersticiones y creencias de la comunidad de Palacio Real	Tradiciones y expresiones Orales	Expresiones Orales	Proverbios, dichos supersticiosos y creencias	85	BP
12	Lugar sagrado conocido como la piedra endiablada	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Espacios simbólicos	n/a	85	BP
13	Leyenda del paso de Simón Bolívar por la comunidad de Palacio Real.	Tradiciones y expresiones Orales	Leyendas	Leyendas asociadas a personajes heroicos	89	BP
14	Preparación del chawarmishki (dulce de cabuya)	usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía cotidiana	90	BP
15	Preparación de arroz de quinua con	Conocimientos y usos relacionados	Gastronomía	Gastronomía ritual o festiva	90	BP

	carne de llama	s con la naturaleza y el universo				
16	Preparación de la chicha	usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	Gastronomía cotidiana	91	BP
17	Hilado y tejido de artesanías en lana de llama y alpaca	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	Textilería	93	BP

Fuente: Taller de Campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

b) Declaratoria de la imagen turística cultural

La comunidad Palacio Real cuenta con 17 manifestaciones culturales de las cuales 6 corresponden al ámbito de Tradiciones y expresiones orales, 4 corresponden al ámbito de Artes del espectáculo, 2 corresponden al ámbito de Usos sociales, rituales y actos festivos, 4 corresponden al ámbito de Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y 1 corresponde al ámbito de Técnicas artesanales tradicionales. La catalogación en que se encuentran cada manifestación a Diciembre del 2014 fecha del registro es la siguiente: el 88% (15 manifestaciones) se encuentra dentro del rango BP que significa Bien patrimonial, el 6% (1 manifestación) está en el rango de RC que significa Revitalización Cultural y el otro 6% (1 manifestación) está dentro del rango de M que significa Simple Manifestación.

Dadas las jerarquías alcanzadas por las manifestaciones culturales se puede indicar que el 88% de las mismas merecen ser reconocidas como bienes patrimoniales y pueden ser incluidas como atractivos culturales en la actividad turística, siendo el ámbito de Técnicas artesanales tradicionales y gastronomía las que mayor puntaje obtuvieron dentro de la valoración.

Entonces la imagen turística cultural de la comunidad es: Palacio Real; hogar de la llama, “Reina de los Andes”, símbolo de la tradición e identidad de los pueblos andinos expresada a través de su exquisita gastronomía y sus suaves tejidos artesanales.

Esta imagen turística puede ser aprovechada mediante la modalidad de Turismo comunitario, en donde a través de estas prácticas se genere ingresos económicos que

ayuden a la satisfacción de las necesidades básicas de la población y que a su vez contribuyan al desarrollo, promoción y manejo de programas de conservación de los recursos naturales y culturales de la zona, para que así estos no sigan desapareciendo con el pasar del tiempo.

3. Estudio de mercado

a. Análisis de la demanda

1) Universo

Según datos proporcionados por el Ministerio del Ambiente el número de turistas nacionales que visitan la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo asciende a un total de 53,969 pax, mientras que los turistas extranjeros ascienden a un total de 9,634 pax.

2) Muestra

Aplicando la fórmula de Cannavos se determinó que se debían aplicar un total de 119 encuestas dirigidas a los turistas nacionales y 118 dirigidas a los turistas extranjeros.

3) Caracterización de la demanda

a) Turistas nacionales

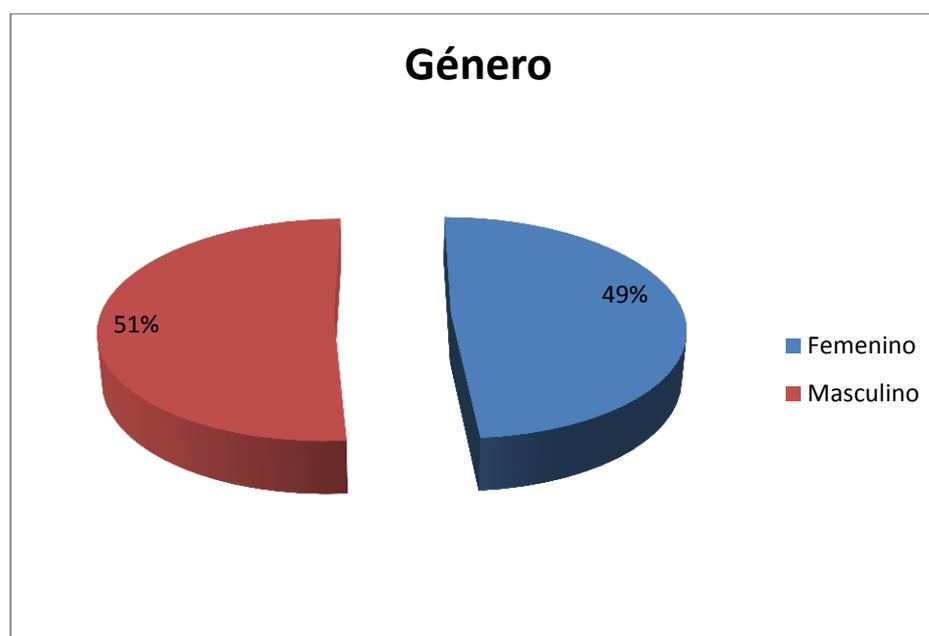
i. Género de turistas nacionales

Cuadro N° 87: Género de los turistas nacionales.

GÉNERO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Femenino	58	58	49	49
Masculino	61	119	51	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 1: Género de los turistas nacionales.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

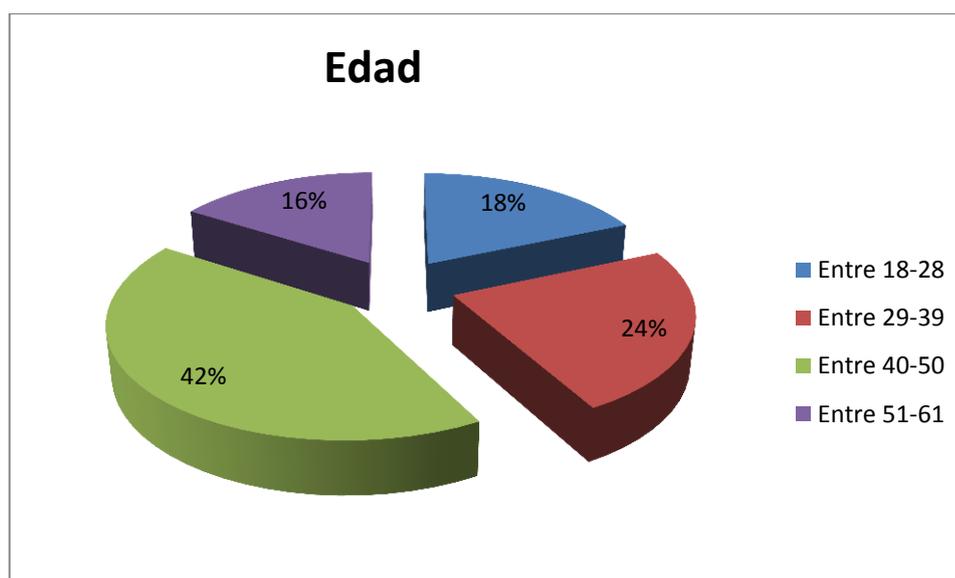
De acuerdo al cuadro 87 y gráfico 1, el 51% de los encuestados pertenecen al género masculino mientras que el 49% pertenecen al género femenino.

ii. Edad de turistas nacionales

Cuadro N° 88: Edad de los turistas nacionales.

EDAD	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Entre 18-28	22	22	18	18
Entre 29-39	28	50	24	42
Entre 40-50	50	100	42	84
Entre 51-61	19	119	16	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 2: Género de los turistas nacionales.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 88 y gráfico 2, el 42% de los encuestados se encuentra entre los 40-50 años de edad, el 24% se encuentra entre los 29-39 años de edad, el 18% se encuentra entre los 18-28 años de edad, el 16% se encuentra entre los 51-60 años de edad.

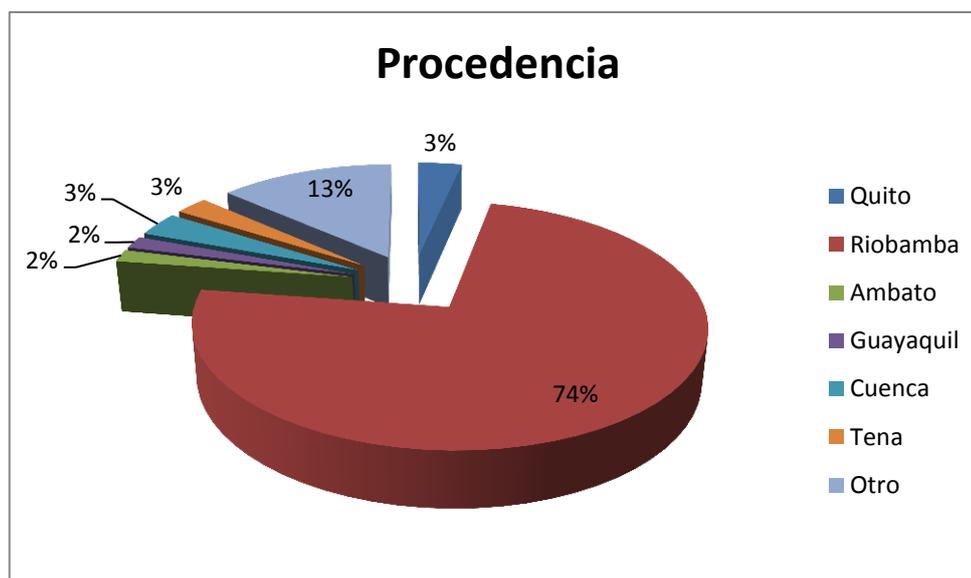
iii. Procedencia de turistas nacionales

Cuadro N° 89: Procedencia de los turistas nacionales.

PROCEDENCIA	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Quito	4	4	3	3
Riobamba	88	92	74	77
Ambato	2	94	2	79
Guayaquil	2	96	2	81
Cuenca	4	100	3	84
Tena	3	103	3	87
Otro	16	119	13	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 3: Procedencia de los turistas nacionales.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

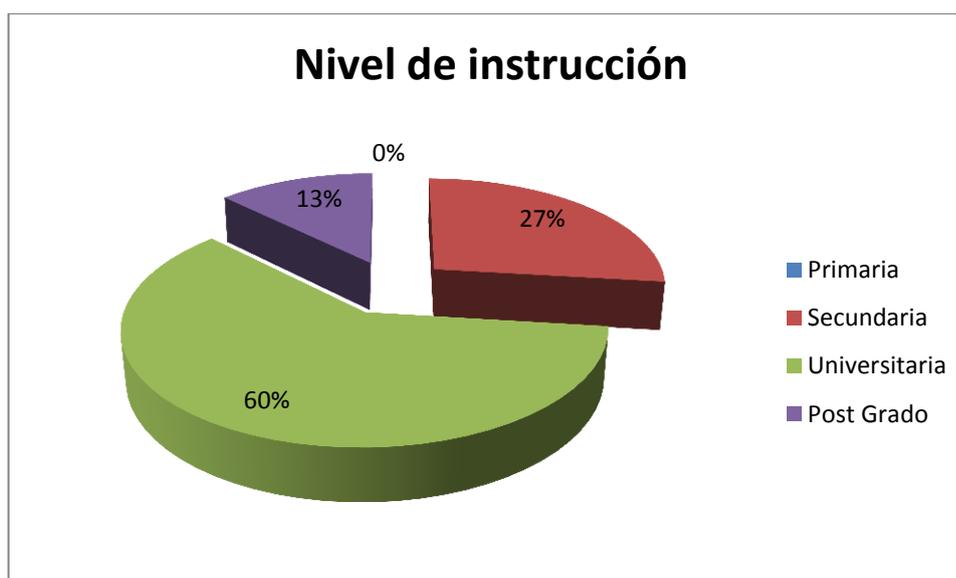
De acuerdo al cuadro 89 y gráfico 3, el 74% de los encuestados provienen de la ciudad de Riobamba, el 13% provienen de otras ciudades como Cañar, Santo Domingo, Alausí, Orellana, el 3% provienen de la ciudad del Tena, el 3% provienen de la ciudad de Quito, el 3% provienen de la ciudad de Cuenca, el 2% provienen de la ciudad de Guayaquil y el 2% provienen de la ciudad de Ambato.

iv. Nivel de instrucción de turistas nacionales

Cuadro N° 90: Nivel de instrucción de los turistas nacionales.

INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Primaria	0	0	0	0
Secundaria	32	32	27	27
Universitaria	72	104	61	87
Post Grado	15	119	13	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 4: Procedencia de los turistas nacionales.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

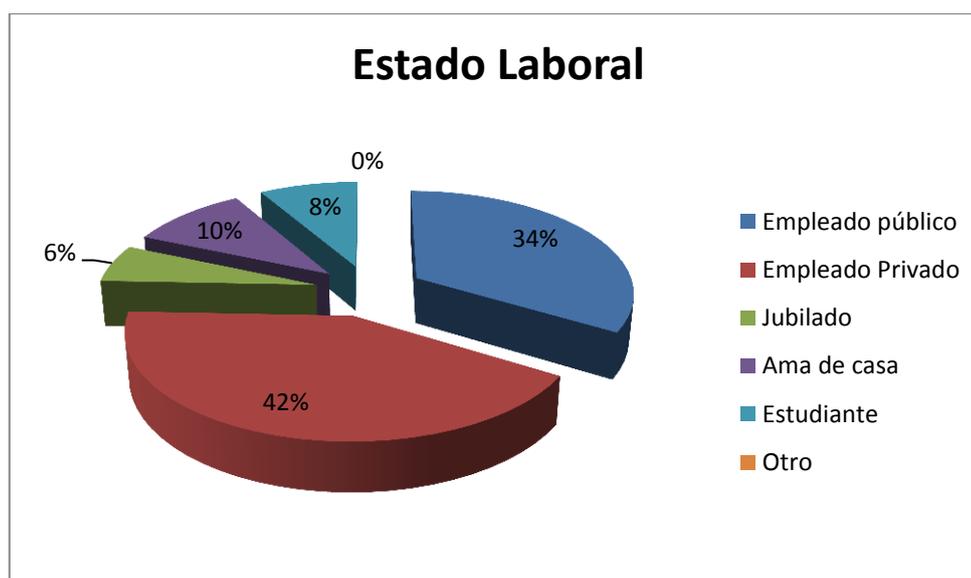
De acuerdo al cuadro 90 y gráfico 4, el 60% de los encuestados tienen un nivel de instrucción universitaria, el 27% tienen un nivel de instrucción secundaria y el 13% tienen un nivel de instrucción de post grado.

v. Estado laboral actual de los turistas nacionales

Cuadro N° 91: Estado laboral actual de los turistas nacionales.

ESTADO LABORAL	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Empleado público	40	40	34	34
Empleado Privado	50	90	42	76
Jubilado	7	97	6	82
Ama de casa	12	109	10	92
Estudiante	10	119	8	100
Otro	0	119	0	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 5: Estado laboral de los turistas nacionales.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 91 y gráfico 5, el 42% de los encuestados son empleados privados, el 34% son empleados públicos, el 10% son ama de casa, el 8% son estudiantes y el 6% son jubilados.

vi. Ingresos económicos mensuales de los turistas nacionales

Cuadro N° 92: Ingresos económicos mensuales de los turistas nacionales.

INGRESOS ECONÓMICOS	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Inferior 318	18	18	15	15
318	31	49	26	41
Superior 318	70	119	59	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 6: Ingresos económicos mensuales de los turistas nacionales.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 92 y gráfico 6, el 59% de los encuestados perciben un ingreso económico mensual superior a 318 dólares, el 26% perciben un ingreso mensual económico de 318 dólares y el 15% perciben un ingreso económico mensual inferior a 318\$ que es el sueldo básico unificado a nivel nacional.

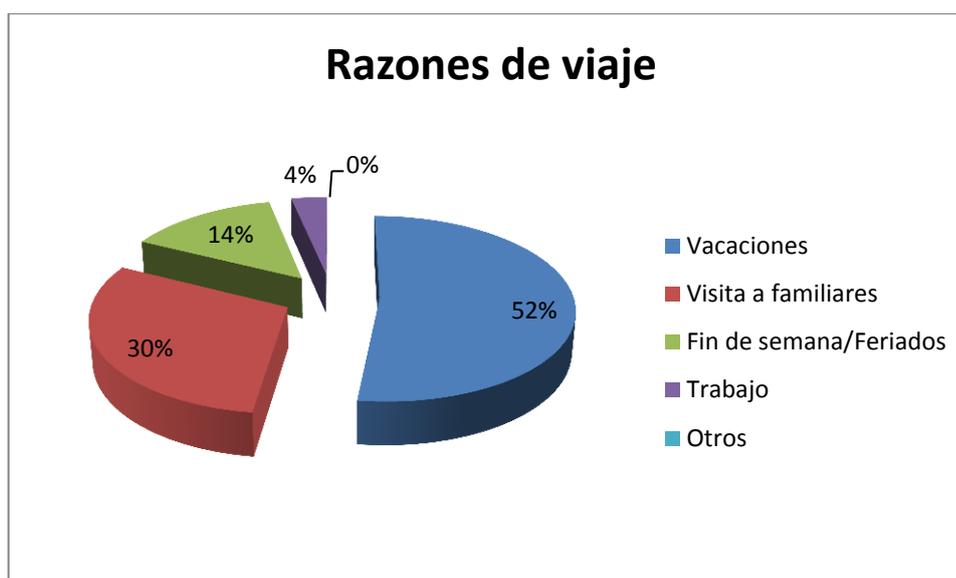
vii. Razones de viaje de los turistas nacionales

Cuadro N° 93: Razones por las que viajan los turistas nacionales.

RAZONES DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Vacaciones	62	62	52	52
Visita a familiares	36	98	30	82
Fin de semana/Feridos	17	115	14	97
Trabajo	4	119	3	100
Otros	0	119	0	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 7: Razones por las que viajan los turistas nacionales.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 93 y gráfico 7, el 52% de los encuestados viajan por motivo de vacaciones, el 30% lo hace por motivos de visita a familiares y amigos, el 14% viaja por motivos de feriados y fines de semana y el 4% lo hace por motivos de trabajo.

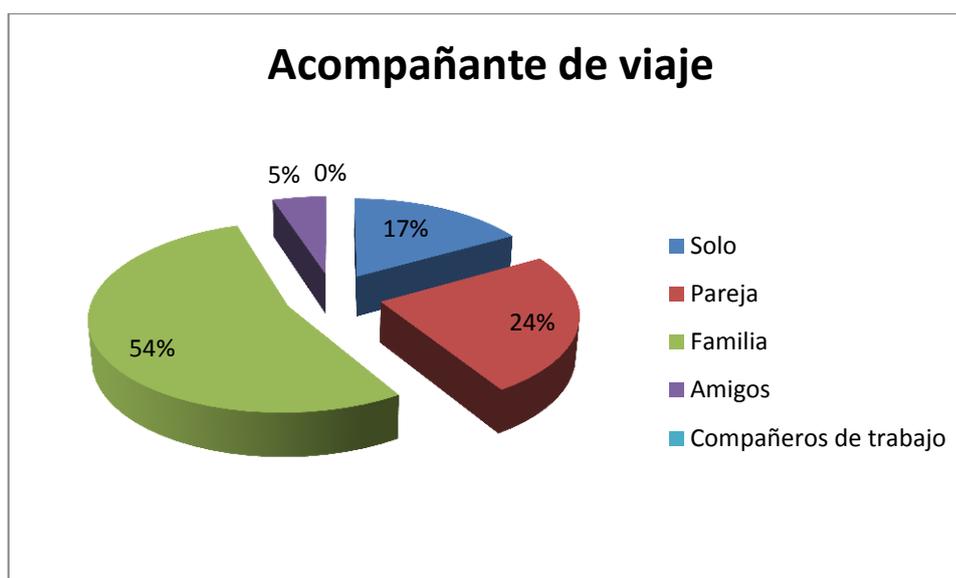
viii. Acompañante de viaje de los turistas nacionales

Cuadro N° 94: Acompañantes con los que viajan los turistas nacionales.

ACOMPAÑANTE DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Solo	20	20	17	17
Pareja	29	49	24	41
Familia	64	113	54	95
Amigos	6	119	5	100
Compañeros de trabajo	0	119	0	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 8: Acompañante con los que viajan los turistas nacionales.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 94 y gráfico 8, el 54% de los encuestados viajan en familia acompañados de 3 a 4 miembros familiares, el 24% viajan en pareja, el 17% viajan solos, el 5% viajan con amigos en grupos de 3 a 5 personas.

ix. Formas de viaje de los turistas nacionales

Cuadro N° 95: Formas de viaje de los turistas nacionales.

FORMAS DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Cuenta propia	119	119	100	100
Agencias/Operadora	0	119	0	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 9: Formas de viaje de los turistas nacionales.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 95 y gráfico 9, el 100% de los encuestados viajan por su propia cuenta.

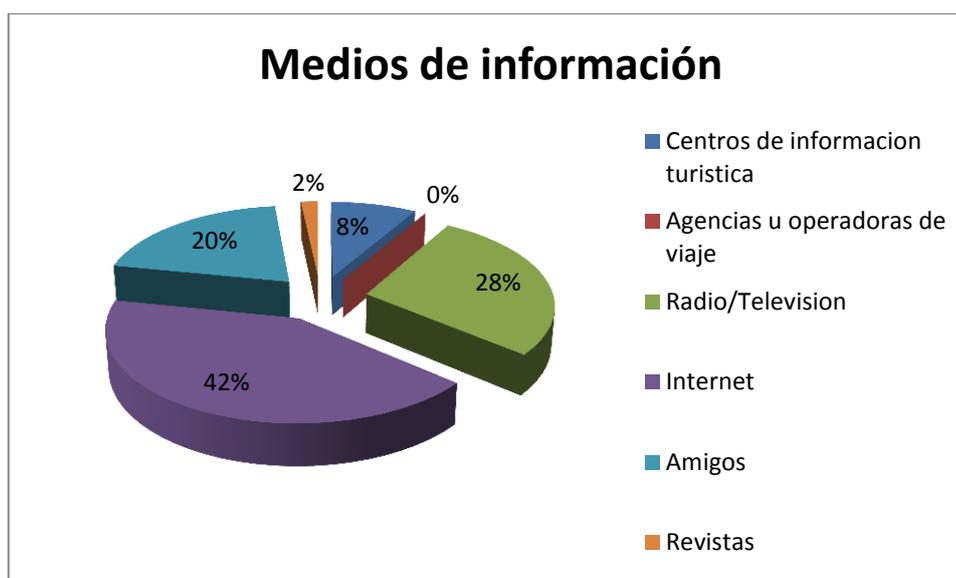
x. Medios de información que utilizan los turistas nacionales

Cuadro N° 96: Medios de comunicación que los turistas nacionales utilizan para informarse acerca de destinos turísticos.

MEDIOS DE INFORMACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Centros de información turística	10	10	8	8
Agencias u operadoras de viaje	0	10	0	8
Radio/Televisión	33	43	28	36
Internet	50	93	42	78
Amigos	24	117	20	98
Revistas	2	119	2	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 10: Formas de viaje de los turistas nacionales.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 96 y gráfico 10, el 42% de los encuestados al momento de viajar se informan de los diferentes destinos turísticos a través del internet, el 28% se informan a través de la radio y la televisión, el 20% se informan a través de amigos, el 8% se informa a través de centros de información turística, el 2% se informan a través de revistas.

xi. Conocimientos sobre patrimonio cultural inmaterial por parte de los turistas nacionales

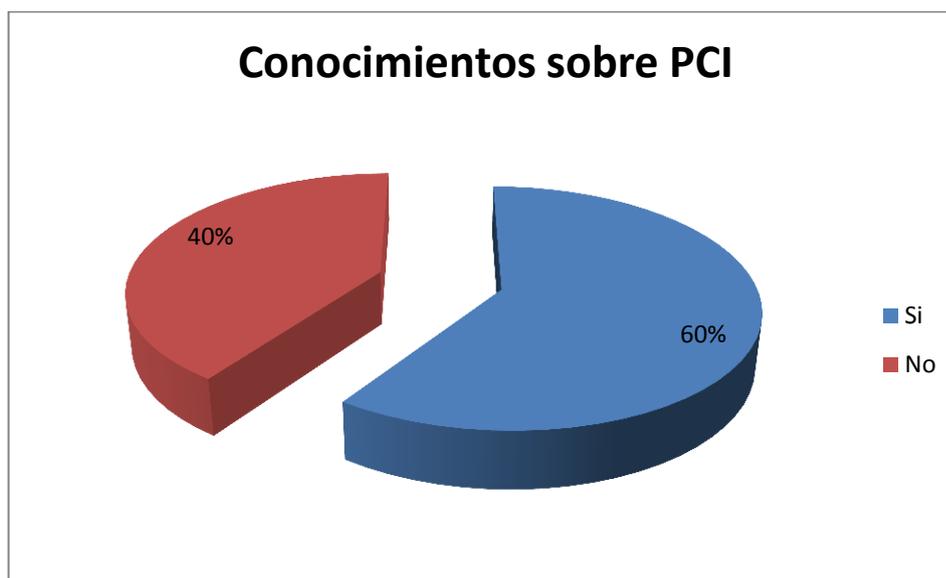
Cuadro N° 97: Que conocimientos tiene el turista nacional sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial.

CONOCIMIENTO SOBRE PCI	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Si	71	71	60	60
No	48	119	40	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 11: Que conocimientos tiene el turista nacional sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 97 y gráfico 11, el 60% de los encuestados conocen sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial mientras que el 40% no conoce sobre el tema.

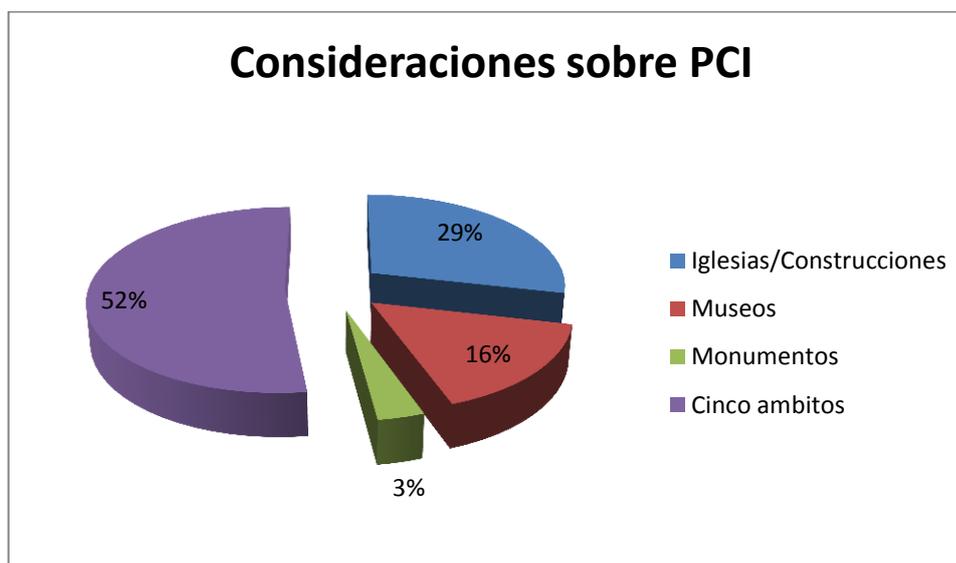
xii. Consideraciones del patrimonio cultural inmaterial por parte de los turistas nacionales

Cuadro N° 98: A que considera el turista nacional patrimonio cultural inmaterial.

CONSIDERACIONES DEL PCI	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Iglesias/Construcciones	34	34	29	29
Museos	19	53	16	45
Monumentos	4	57	3	48
Cinco ámbitos	62	119	52	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 12: A que considera el turista nacional patrimonio cultural inmaterial.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 98 y gráfico 12, el 52% de los encuestados consideran que al hablar de patrimonio cultural inmaterial se refiere a las tradiciones, fiestas, conocimientos, danzas y técnicas artesanales, el 29% considera que al hablar de patrimonio cultural inmaterial se refiere a las diferentes iglesias y construcciones existentes en el país, el 16% considera que al hablar de patrimonio cultural inmaterial se refiere a los museos que existen en el país y el 3% considera que al hablar de patrimonio cultural inmaterial se refiere a los monumentos existentes en el país.

xiii. Preferencias por conocer un producto turístico cultural por parte de los turistas nacionales.

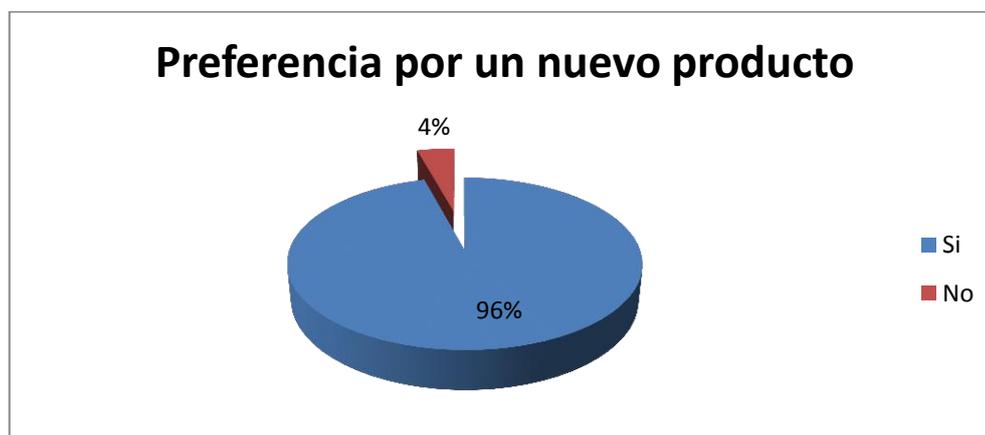
Cuadro N° 99: Preferencias de los turistas nacionales por conocer un producto turístico cultural.

PREFERENCIAS	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Si	114	114	96	96
No	5	119	4	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 13: Preferencias de los turistas nacionales por conocer un producto turístico cultural.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 99 y gráfico 13, el 96% de los turistas nacionales encuestados tienen interés por conocer sobre un nuevo producto turístico cultural mientras que el 4% no tiene interés.

xiv. Actividades que a los turistas nacionales les gustaría realizar

Cuadro N° 100: Actividades que a los turistas nacionales les gustaría realizar.

ACTIVIDADES A REALIZAR	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Conocer sobre tradiciones orales	52	52	29	29
Participar en juegos tradicionales	12	64	7	36
Participar en las prácticas tradicionales de la gente	8	72	5	40
Conocer sobre la sabiduría ecológica tradicional	12	84	7	47
Visita a espacios o lugares simbólicos	22	106	12	60
Conocer sobre la medicina tradicional	26	132	15	74
Degustar y aprender a preparar platos típicos	24	156	13	88
Participación en técnicas artesanales	22	178	12	100
TOTAL	178		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 14: Actividades que a los turistas nacionales les gustaría realizar.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 100 y gráfico 14, el 29% de los turistas encuestados les gustaría conocer sobre las tradiciones orales de las comunidades, el 15% les gustaría conocer sobre la medicina tradicional, el 13% les gustaría degustar y aprender a preparar platos típicos de la zona, el 12% les gustaría participar en técnicas artesanales seguido de otro 12% que también les gustaría visitar espacios o lugares simbólicos, el 7% le gustaría participar en juegos tradicionales seguido d otro 7% que les gustaría conocer sobre la sabiduría ecológica tradicional y el 5% le gustaría participar en las prácticas tradicionales de la gente.

xv. Otras actividades a realizar por los turistas nacionales.

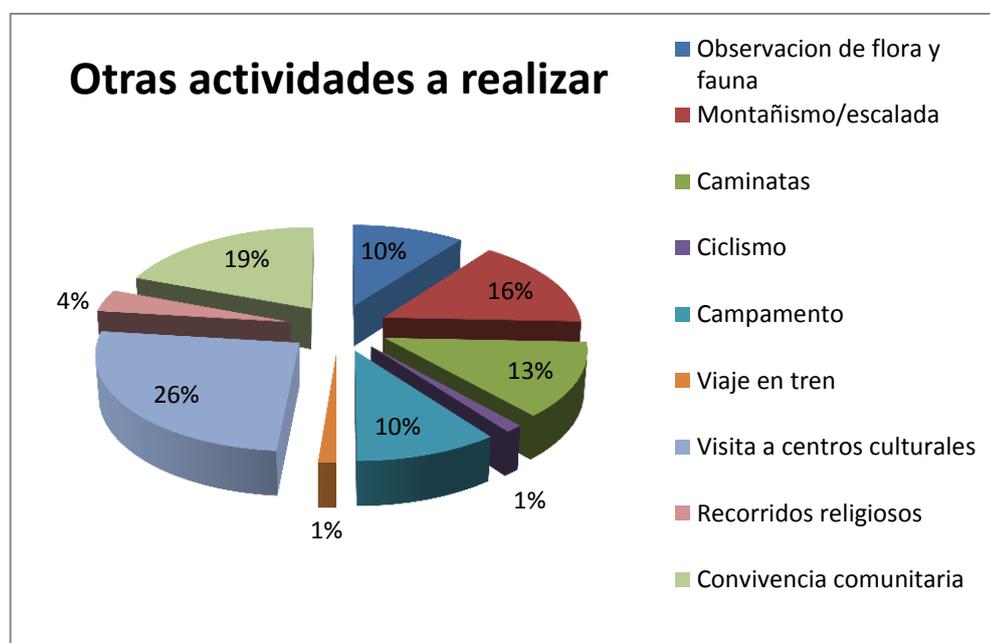
Cuadro N° 101: Otras actividades a realizar por parte de los turistas nacionales.

ACTIVIDADES A REALIZAR	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Observación de flora y fauna	16	16	10	10
Montañismo/escalada	24	40	16	26
Caminatas	20	60	13	38
Ciclismo	2	62	1	40
Campamento	16	78	10	50
Viaje en tren	2	80	1	51
Visita a centros culturales	40	120	26	77
Recorridos religiosos	6	126	4	81
Convivencia comunitaria	30	156	19	100
TOTAL	156		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Johanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 15: Otras actividades a realizar por parte de los turistas nacionales.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Johanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 101 y gráfico 15, el 26% de los turistas les gustaría realizar otras actividades como visitas a centros culturales, el 19% les gustaría convivir con la gente de la comunidad, el 16% les gustaría realizar otras actividades como montañismo y escalada, el 13% les gustaría realizar caminatas, el 10% les gustaría hacer campamentos seguido de otro 10% que les gustaría observar la flora y fauna del lugar, el 4% le gustaría realizar recorridos religiosos, el 1% les gustaría realizar recorridos en bicicleta y el 1% les gustaría realizar viajes en tren.

xvi. Días de permanencia de los turistas nacionales

Cuadro N° 102: Días de permanencia en la provincia por parte de los turistas nacionales.

DÍAS DE PERMANENCIA	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
1 día	12	12	10	10
2 días	61	73	51	61
3 días	38	111	32	93
Más de 3 días	8	119	7	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 16: Días de permanencia en la provincia por parte de los turistas nacionales.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 102 y gráfico 16, el 51% de los turistas encuestados les gustaría permanecer 2 días en la provincia para realizar turismo, el 32% les gustaría permanecer 3 días en la provincia, el 10% les gustaría permanecer 1 día en la provincia y el 7% les gustaría permanecer más de 3 días en la provincia.

xvii. Servicios a incluir en el paquete

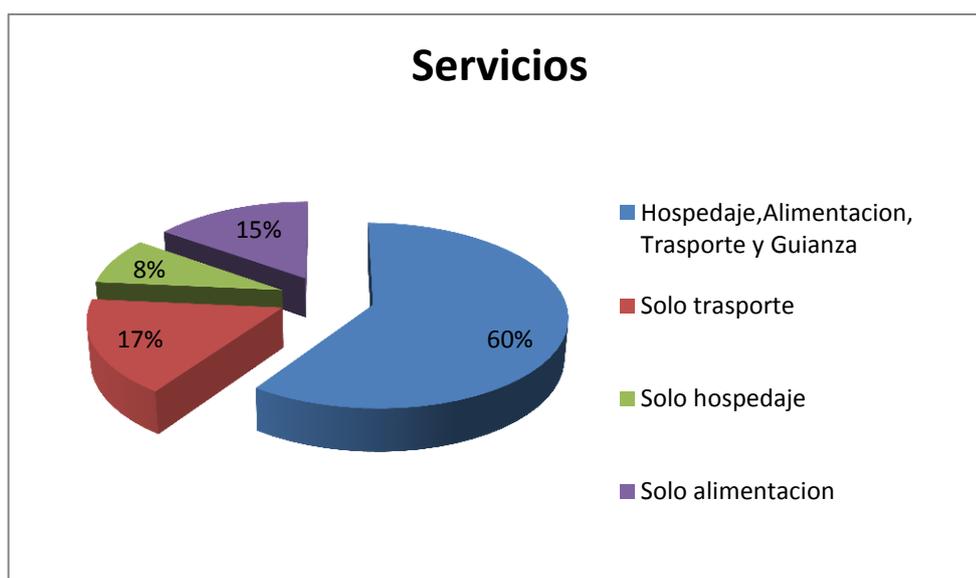
Cuadro N° 103: Servicios que a los turistas nacionales les gustaría incluir en el paquete.

SERVICIOS	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Hospedaje, Alimentación, Transporte y Guiánza	71	71	60	60
Solo transporte	20	91	17	76
Solo hospedaje	10	101	8	85
Solo alimentación	18	119	15	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 17: Servicios que a los turistas nacionales les gustaría incluir en el paquete.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 103 y gráfico 17, el 60% de los turistas entrevistados les gustaría que su paquete incluyera los servicios de hospedaje, alimentación, transporte y guía, mientras que el 17% les gustaría que incluya solo el transporte, el 15% les gustaría que incluya solo alimentación y el 8% solo hospedaje.

xviii. Capacidad de gasto por parte de los turistas nacionales

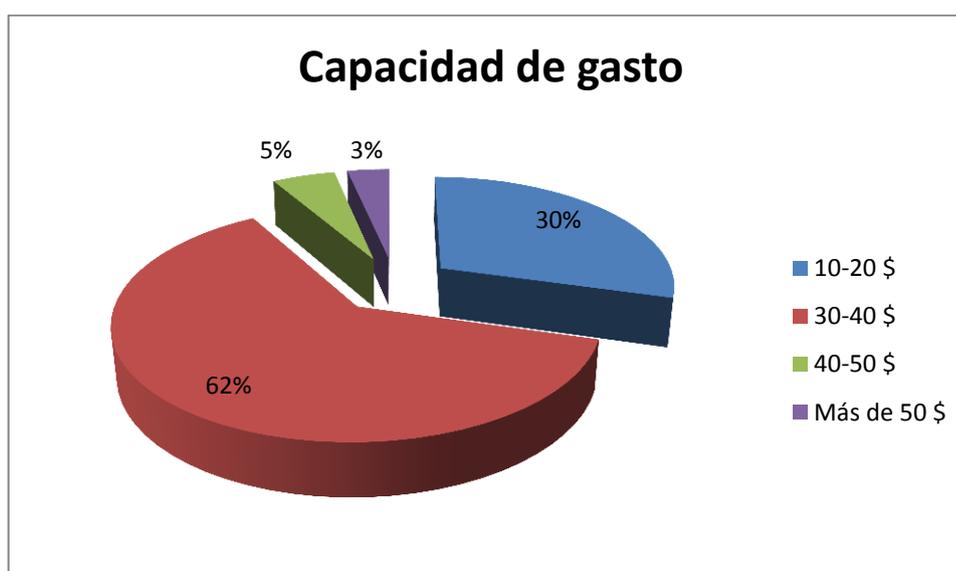
Cuadro N° 104: Capacidad de gasto que podría afrontar un turista nacional por día y por persona.

CAPACIDAD DE GASTO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
10-20 \$	35	35	29	29
30-40 \$	74	109	62	92
40-50 \$	6	115	5	97
Más de 50 \$	4	119	3	100
TOTAL	119		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 18: Capacidad de gasto que podría afrontar un turista nacional por día y por persona.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas nacionales en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 104 y gráfico 18, el 62% de los turistas encuestados estarían dispuestos a pagar por un producto turístico cultural nuevo de 30-40 dólares, el 30% estaría dispuesto a pagar de 10-20 dólares, el 5% de 40-50 dólares y tan solo el 3% estarían dispuestos a pagar más de 50 dólares.

b) Turistas extranjeros

i. Género de los turistas extranjeros

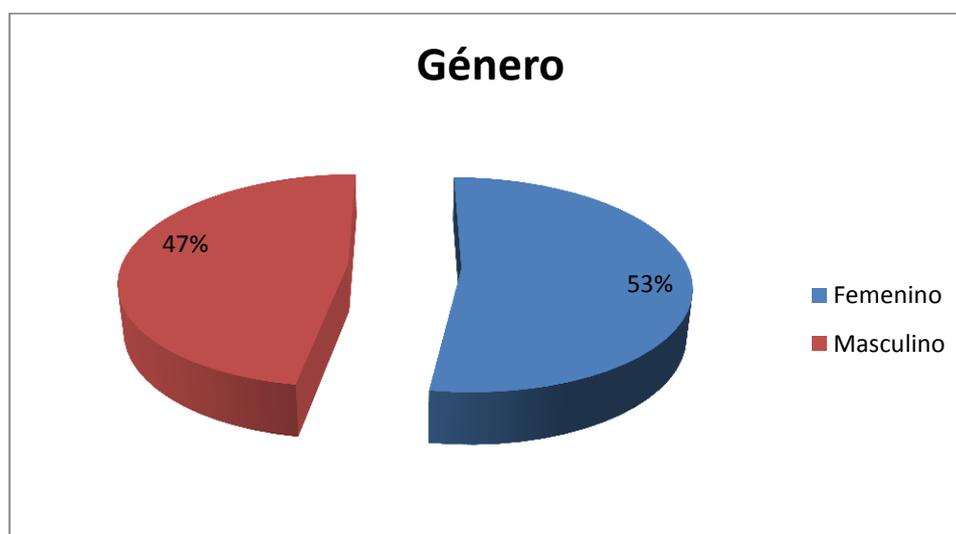
Cuadro N° 105: Género de los turistas extranjeros.

GENERO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Femenino	62	62	53	53
Masculino	56	118	47	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 19: Género de los turistas extranjeros.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjero en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 105 y gráfico 19, el 53% de los encuestados pertenecen al género femenino, mientras que el 47% pertenecen al género masculino.

ii. Edad de los turistas extranjeros

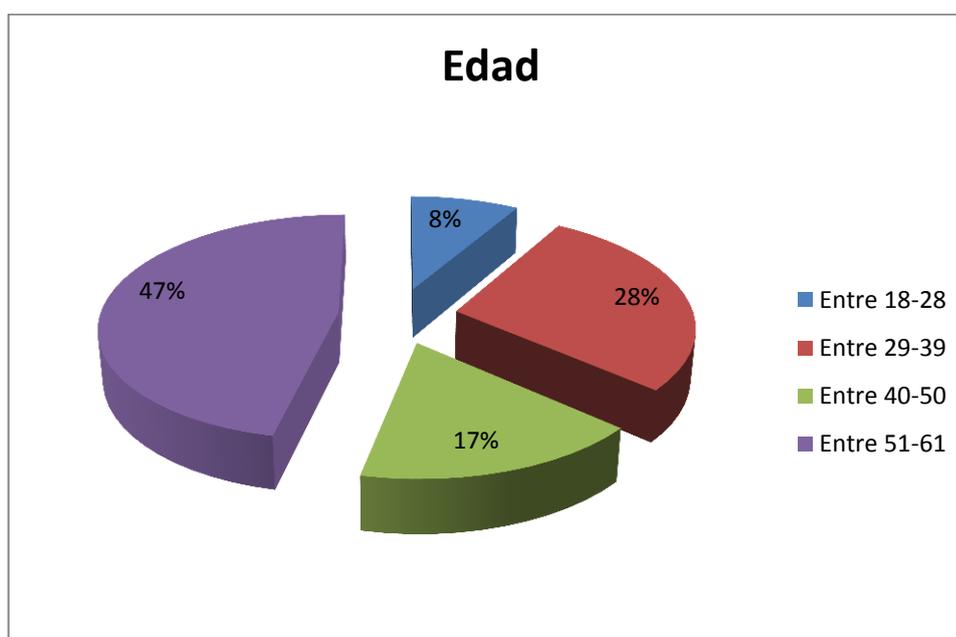
Cuadro N° 106: Edad de los turistas extranjeros.

EDAD	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Entre 18-28	10	10	8	8
Entre 29-39	33	43	28	36
Entre 40-50	20	63	17	53
Entre 51-61	55	118	47	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 20: Género de los turistas extranjeros.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 106 y gráfico 20, el 47% de los encuestados se encuentra entre los 51-61 años de edad, el 28% se encuentra entre los 29-39 años de edad, el 17% se encuentra entre los 40-50 años de edad, el 8% se encuentra entre los 18-28 años de edad.

iii. Procedencia de los turistas extranjeros

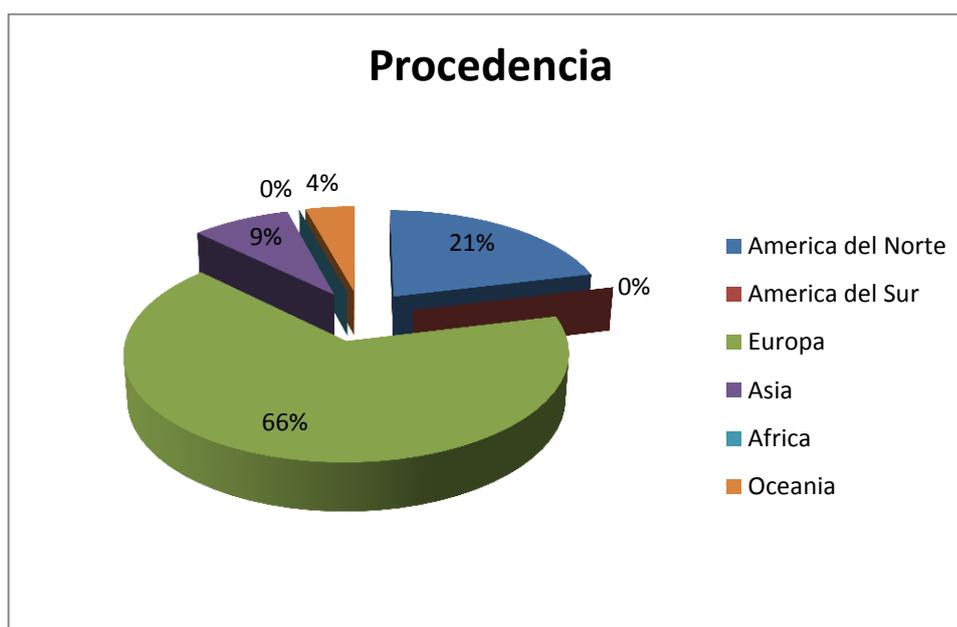
Cuadro N° 107: Procedencia de los turistas extranjeros.

PROCEDENCIA	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
América del Norte	25	25	21	21
América del Sur	0	25	0	21
Europa	78	103	66	87
Asia	10	113	9	96
África	0	113	0	96
Oceanía	5	118	4	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 21: Procedencia de los turistas extranjeros.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 107 y gráfico 21, el 66% de los encuestados provienen del continente Europeo de la ciudad de Francia, España, Alemania, Suiza, Holanda ; el 21% provienen de América del Norte de ciudades como Estados Unidos, el 9% provienen del continente Asiático y el 4% provienen de Oceanía.

iv. Nivel de instrucción de los turistas extranjeros

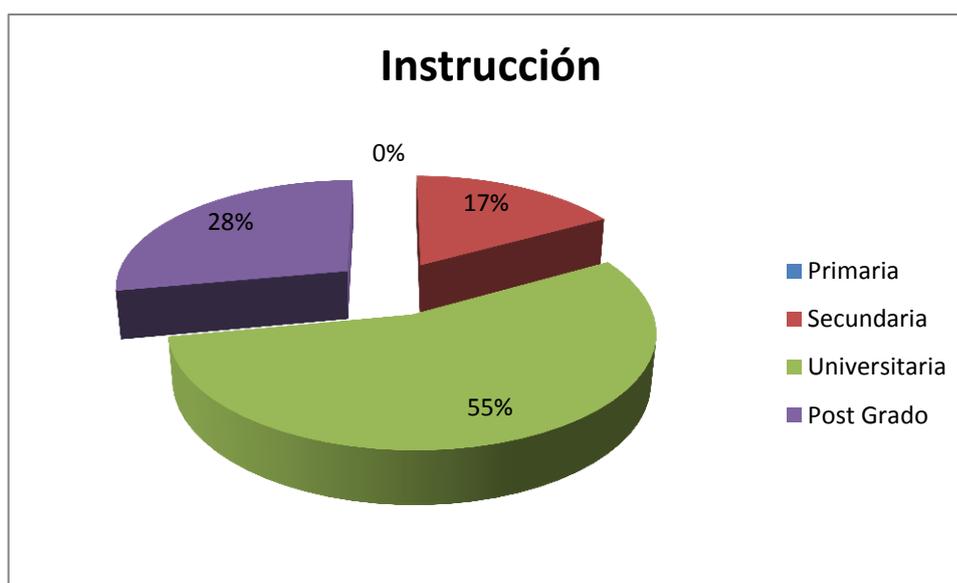
Cuadro N° 108: Nivel de instrucción de los turistas extranjeros.

INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Primaria	0	0	0	0
Secundaria	20	20	17	17
Universitaria	65	85	55	72
Post Grado	33	118	28	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 22: Procedencia de los turistas extranjeros.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 108 y gráfico 22, el 55% de los encuestados tienen un nivel de instrucción universitaria, el 28% tienen un nivel de post grado y el 17% tienen un nivel de secundaria.

v. Estado laboral actual de los turistas extranjeros

Cuadro N° 109: Estado laboral actual de los turistas extranjeros.

ESTADO LABORAL	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Empleado público	10	10	9	8
Empleado Privado	83	93	70	79
Jubilado	15	108	13	92
Ama de casa	0	108	0	92
Estudiante	10	118	8	100
Otro	0	118	0	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 23: Estado laboral de los turistas extranjeros.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 109 y gráfico 23, el 70% de los encuestados son empleados privados, el 13% son jubilados, el 9% empleados públicos, el 8% son estudiantes.

vi. Ingresos económicos mensuales de los turistas extranjeros

Cuadro N° 110: Ingresos económicos mensuales de los turistas extranjeros.

INGRESOS ECONÓMICOS	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Inferior 318	3	3	3	3
318	10	13	8	11
Superior 318	105	118	89	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Johanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 24: Ingresos económicos mensuales de los turistas extranjeros.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Johanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 110 y gráfico 24, el 89% de los encuestados perciben un ingreso económico mensual superior a 318 dólares, el 8% perciben un ingreso mensual económico de 318 dólares y el 3% perciben un ingreso económico mensual inferior a 318\$ que es el sueldo básico unificado a nivel nacional.

vii. Razones de viaje de los turistas extranjeros

Cuadro N° 111: Razones por las que viajan los turistas extranjeros.

RAZONES DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Vacaciones	118	118	100	100
Visita a familiares	0	118	0	100
Fin de semana/Feriados	0	118	0	100
Trabajo	0	118	0	100
Otros	0	118	0	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 25: Razones por las que viajan los turistas extranjeros.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 111 y gráfico 25, el 100% de los encuestados viajan por motivo de vacaciones.

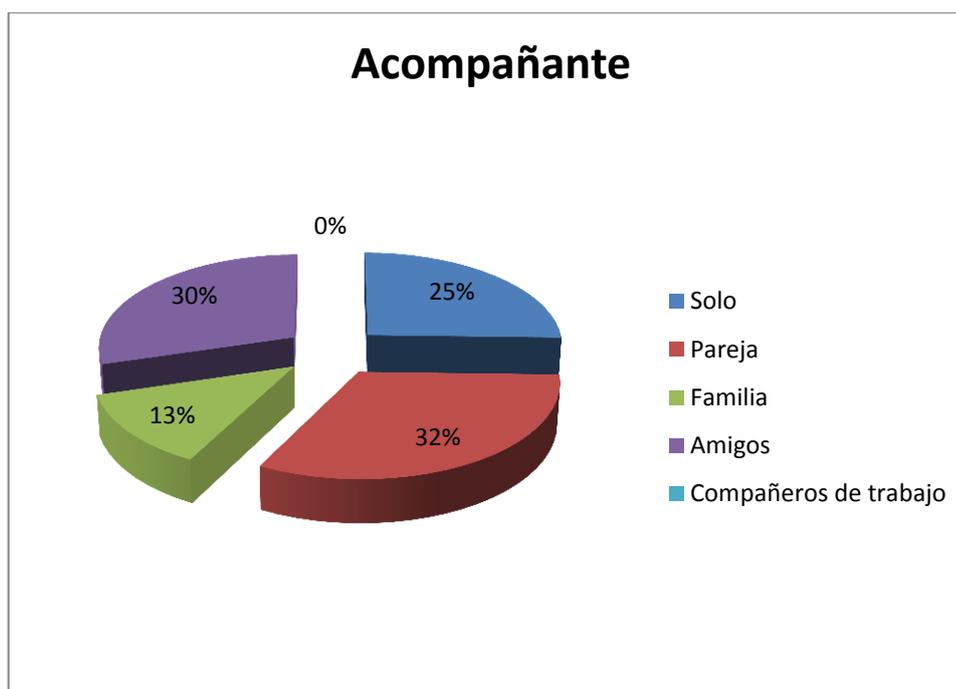
viii. Acompañante de viaje de los turistas extranjeros

Cuadro N° 112: Acompañantes con los que viajan los turistas extranjeros.

ACOMPAÑANTE DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Solo	30	30	25	25
Pareja	38	68	32	58
Familia	15	83	13	70
Amigos	35	118	30	100
Compañeros de trabajo	0	118	0	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 26: Acompañante con los que viajan los turistas extranjeros.

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 112 y gráfico 26, el 32% de los encuestados viajan en pareja, el 25% viajan solo, el 30% viajan con amigos de 2 a 6 cada grupo, el 13% viajan con familia conformada por un grupo de 3-4 personas.

ix. Formas de viaje de los turistas extranjeros

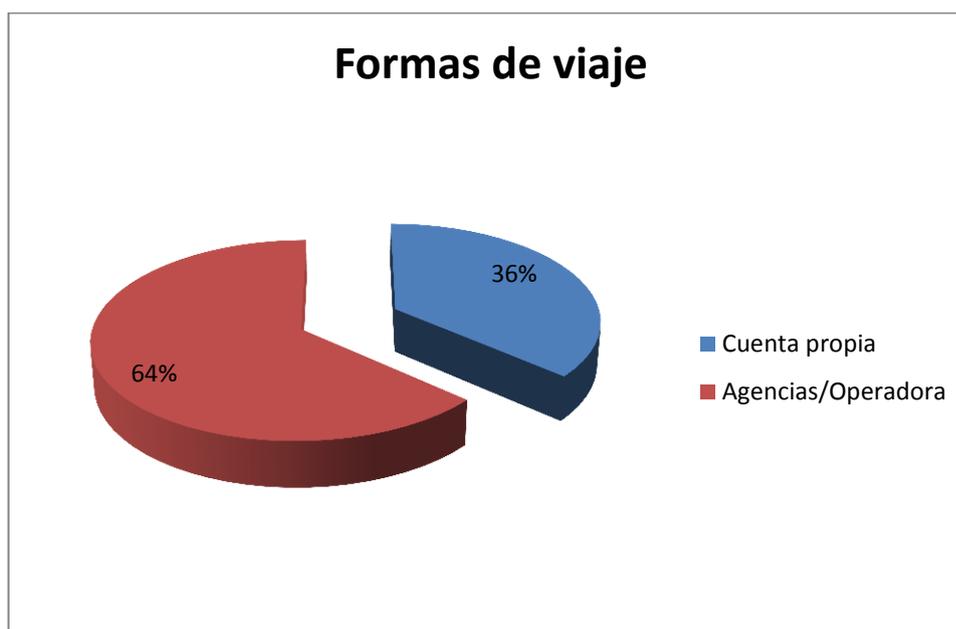
Cuadro N° 113: Formas de viaje de los turistas extranjeros.

FORMAS DE VIAJE	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Cuenta propia	43	43	36	36
Agencias/Operadora	75	118	64	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 27: Formas de viaje de los turistas extranjeros.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 112 y gráfico 27, el 64% de los encuestados viajan por Agencias y operadoras mientras que el 36% lo hace de forma independiente.

x. Medios de información por parte de los turistas extranjeros

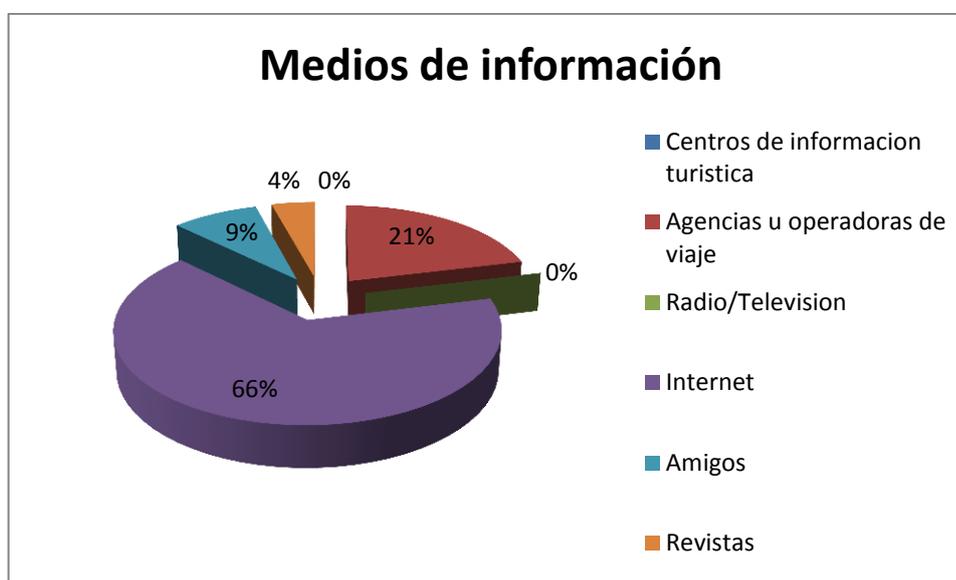
Cuadro N° 114: Medios de comunicación que los turistas extranjeros utilizan para informarse acerca de destinos turísticos.

MEDIOS DE INFORMACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Centros de información turística	0	0	0	0
Agencias u operadoras de viaje	25	25	21	21
Radio/Televisión	0	25	0	21
Internet	78	103	66	87
Amigos	10	113	9	96
Revistas	5	118	4	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Johanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 28: Medios de comunicación que los turistas extranjeros utilizan para informarse acerca de destinos turísticos.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Johanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 113 y gráfico 28, el 66% de los encuestados al momento de viajar se informan de los diferentes destinos turísticos a través del internet, el 21% se informan a través de Agencias u operadoras de viajes, el 9% se informan a través de amigos, el 4% se informa a través de revistas.

xi. Conocimientos sobre patrimonio cultural inmaterial por parte de los turistas extranjeros

Cuadro N° 115: Que conocimientos tiene el turista extranjero sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial.

CONOCIMIENTO SOBRE PCI	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Si	118	118	100	100
No	0	118	0	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjero en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 29: Que conocimientos tiene el turista extranjeros sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 114 y gráfico 29, el 100% de los encuestados conocen sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial.

xii. Consideraciones del patrimonio cultural inmaterial por parte de los turistas extranjeros

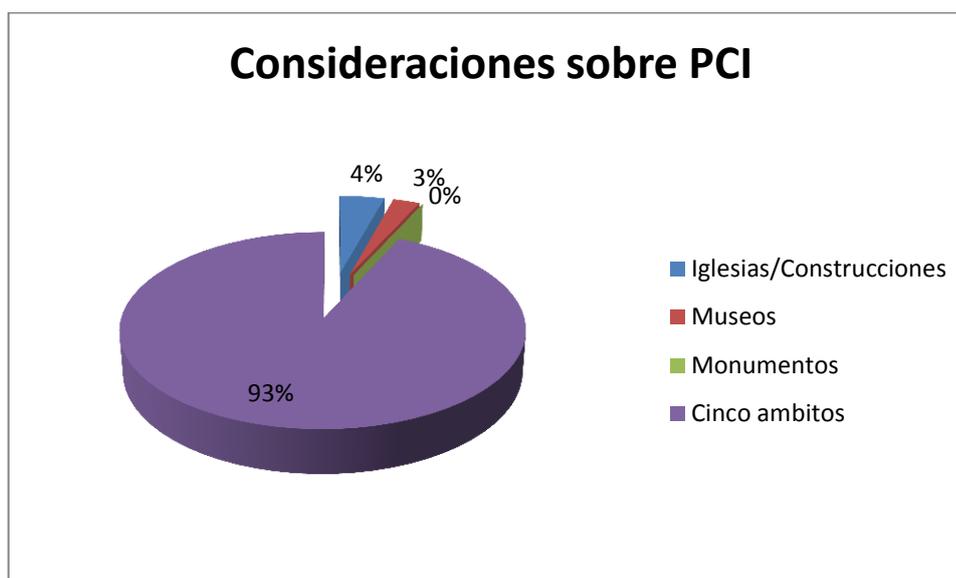
Cuadro N° 116: A que considera el turista extranjero patrimonio cultural inmaterial.

CONSIDERACIONES DEL PCI	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Iglesias/Construcciones	5	5	4	4
Museos	3	8	3	7
Monumentos	0	8	0	7
Cinco ámbitos	110	118	93	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjero en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 30: A que considera el turista extranjero patrimonio cultural inmaterial.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjero en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 115 y gráfico 30, el 93% de los encuestados consideran que al hablar de patrimonio cultural inmaterial se refiere a las tradiciones, fiestas, conocimientos, danzas y técnicas artesanales, el 4% considera que al hablar de patrimonio cultural inmaterial se refiere a las diferentes iglesias y construcciones existentes en el país, el 3% considera que al hablar de patrimonio cultural inmaterial se refiere a los museos que existen en el país y el 3%.

xiii. Preferencias por conocer un producto turístico cultural por parte de los turistas extranjeros.

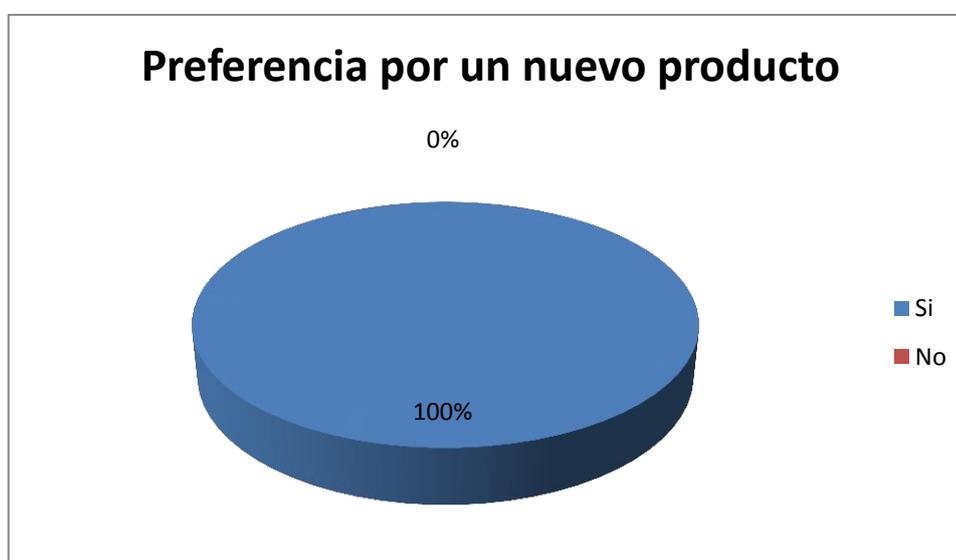
Cuadro N° 117: Preferencias de los turistas extranjeros por conocer un producto turístico cultural.

PREFERENCIAS POR UN PRODUCTO TURISTICO CULTURAL	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Si	118	118	100	100
No	0	118	0	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 31: Preferencias de los turistas extranjeros por conocer un producto turístico cultural.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 116 y gráfico 31, el 100% de los turistas nacionales encuestados tienen interés por conocer sobre un nuevo producto turístico cultural.

xiv. Actividades que a los turistas extranjeros les gustaría realizar

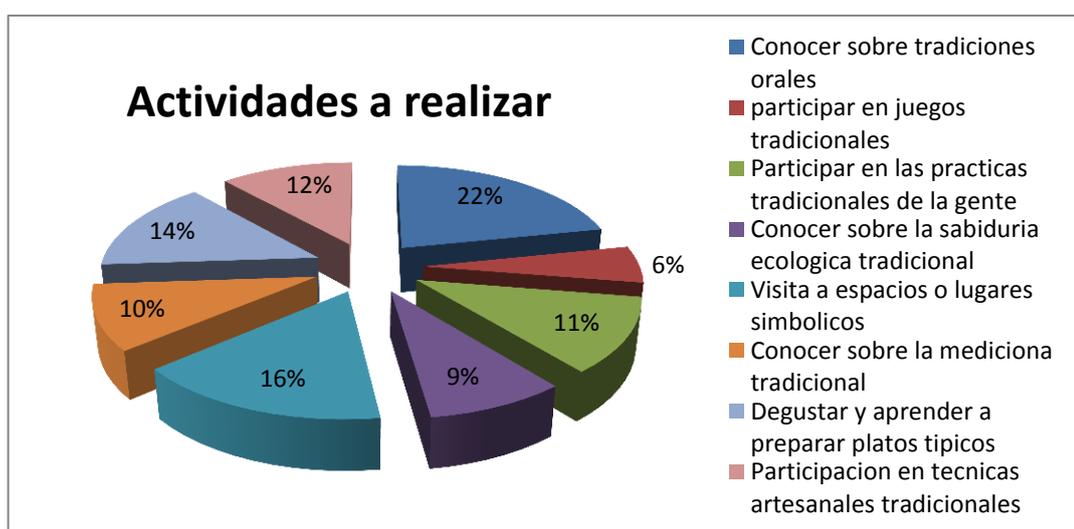
Cuadro N° 118: Actividades que a los turistas extranjeros les gustaría realizar.

ACTIVIDADES A REALIZAR	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Conocer sobre tradiciones orales	75	75	22	22
participar en juegos tradicionales	20	95	6	28
Participar en las prácticas tradicionales de la gente	40	135	11	39
Conocer sobre la sabiduría ecológica tradicional	30	165	9	48
Visita a espacios o lugares simbólicos	55	220	16	64
Conocer sobre la medicina tradicional	35	255	10	74
Degustar y aprender a preparar platos típicos	50	305	14	88
Participación en técnicas artesanales tradicionales	40	345	12	100
TOTAL	345		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 32: Actividades que a los turistas extranjeros les gustaría realizar.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 117 y gráfico 32, el 22% de los turistas encuestados les gustaría conocer sobre las tradiciones orales de las comunidades, el 16% les gustaría conocer espacios simbólicos, el 14% les gustaría degustar y aprender a preparar platos típicos de

la zona, el 12% les gustaría participar en técnicas artesanales seguido de otro 11% que también les gustaría participar en las prácticas tradicionales de la gente, el 10% le gustaría conocer sobre la medicina tradicional, el 9% les gustaría conocer sobre la sabiduría ecológica tradicional y el 6% le gustaría participar en juegos tradicionales.

xv. Otras actividades a realizar por los turistas extranjeros.

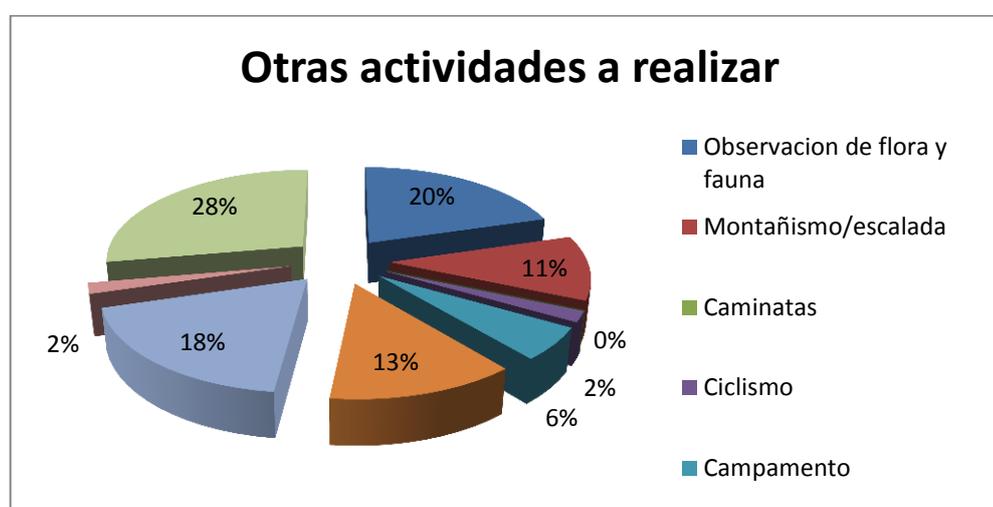
Cuadro N° 119: Otras actividades a realizar por parte de los turistas extranjeros.

ACTIVIDADES A REALIZAR	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Observación de flora y fauna	55	55	20	20
Montañismo/escalada	30	85	11	31
Caminatas	0	85	0	31
Ciclismo	5	90	2	33
Campamento	15	105	6	39
Viaje en tren	35	140	13	52
Visita a centros culturales	50	190	18	70
Recorridos religiosos	5	195	2	72
Convivencia comunitaria	75	270	28	100
TOTAL	270		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 33: Otras actividades a realizar por parte de los turistas extranjeros.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 118 y gráfico 33, el 28% de los turistas les gustaría realizar otras actividades como convivencias comunitarias, el 18% les gustaría visitar centros culturales, el 20% les gustaría observar la flora y fauna, el 13% les gustaría viajar en tren hacia las comunidades, el 11% les gustaría realizar montañismo, el 6% le gustaría realizar campamentos, el 2% les gustaría realizar recorridos religiosos, el 2% les gustaría realizar ciclismo.

xvi. Días de permanencia de los turistas extranjeros

Cuadro N° 120: Días de permanencia en la provincia por parte de los turistas extranjeros.

DÍAS DE PERMANENCIA	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
1 día	5	5	4	4
2 días	60	65	51	55
3 días	28	93	24	79
Más de 3 días	25	118	21	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 34: Días de permanencia en la provincia por parte de los turistas extranjeros.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 119 y gráfico 34, el 51% de los turistas encuestados les gustaría permanecer 2 días en la provincia para realizar turismo, el 24% les gustaría permanecer 3 días en la provincia, el 21% les gustaría permanecer más de 3 días y el 4% les gustaría permanecer más de 1 día en la provincia.

xvii. Servicios a incluir en el paquete

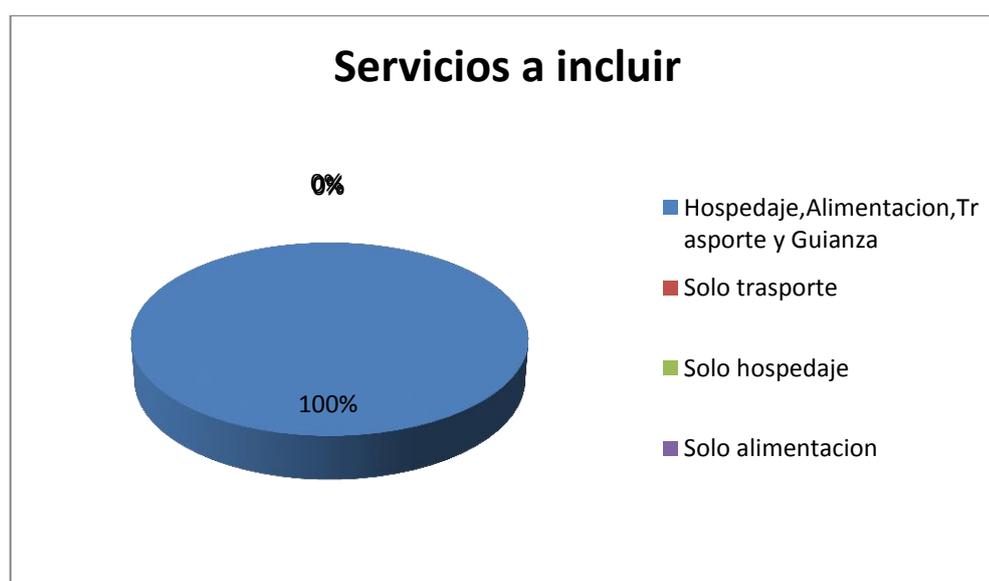
Cuadro N° 121: Servicios que a los turistas extranjeros les gustaría incluir en el paquete.

SERVICIOS	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
Hospedaje, Alimentación, Transporte y Guianza	118	118	100	100
Solo transporte	0	118	0	100
Solo hospedaje	0	118	0	100
Solo alimentación	0	118	0	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 35: Servicios que a los turistas extranjeros les gustaría incluir en el paquete.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 119 y gráfico 35, el 100% les gustaría incluir dentro de sus paquetes los 4 servicios básicos que son alimentación, transporte, alojamiento y guíaanza.

xviii. Capacidad de gasto por parte de los turistas extranjeros

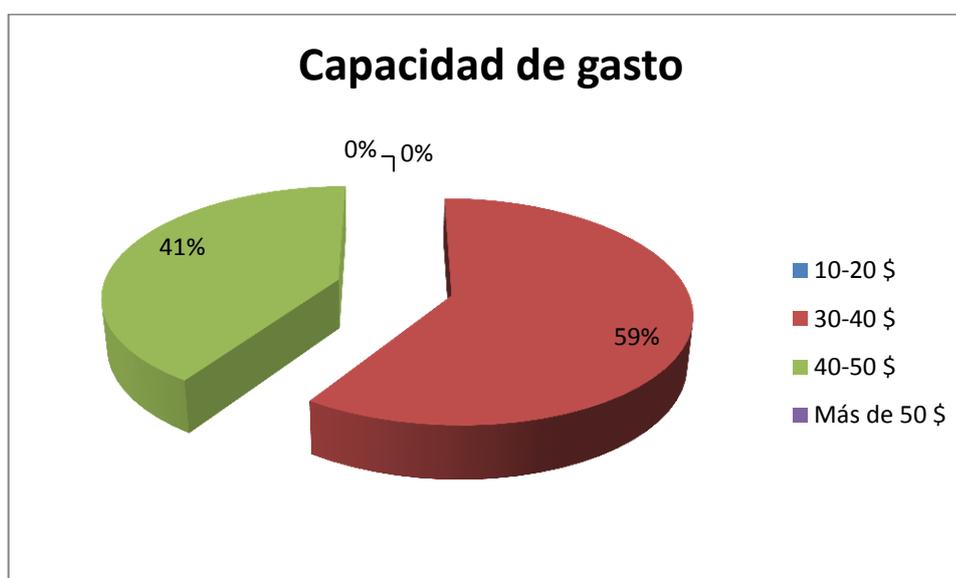
Cuadro N° 122: Capacidad de gasto que podría afrontar un turista extranjero por día y por persona.

CAPACIDAD DE GASTO	FRECUENCIA ABSOLUTA		FRECUENCIA RELATIVA	
	Frecuencia Acumulada	Frecuencia A. Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia R. Acumulada
10-20 \$	0	0	0	0
30-40 \$	70	70	59	59
40-50 \$	48	118	41	100
Más de 50 \$	0	118	0	100
TOTAL	118		100	

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjero en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

Gráfico N° 36: Capacidad de gasto que podría afrontar un turista extranjero por día y por persona.



Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjero en el mes de septiembre del año 2014

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela, 2014

De acuerdo al cuadro 120 y gráfico 36, el 59% de los turistas encuestados estarían dispuestos a pagar por un producto turístico cultural nuevo de 30-40 dólares, el 41% estaría dispuesto a pagar de 40-50 dólares.

4) Perfil del turista nacional

Del 100% de turistas nacionales encuestados que visitan la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, el (51%) pertenecen al género masculino y el (49%) pertenece al género femenino mostrando un equilibrio entre los dos, en cuanto a su edad el (42%) se encuentran dentro de un rango que va desde los 40 hasta los 50 años de edad, siendo la mayoría es decir en un (74%) provenientes de la ciudad de Riobamba y cantones aledaños.

Por otra parte el (60%) de los turistas nacionales tienen un rango de estudio universitario lo cual indica que son profesionales y trabajan, de los cuales el (42%) se desenvuelven en empleos privados mientras que el (34%) en empleos públicos percibiendo en un (59%) un sueldo mayor a los 318 \$ que está contemplado como el salario básico unificado.

En cuanto a sus tendencias de viaje el (52%) suele viajar en época de vacaciones y en un (54%) lo hacen en familia con un número de 4 a 5 miembros aproximadamente, siendo organizados los viajes en un (100%) por cuenta propia e informándose en un (42%) través del internet y un (28%) a través de radio y televisión.

Del (100%) de turistas entrevistados tan solo el (60%) han escuchado hablar sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial a lo cual el (52%) afirma que se trata de todas las manifestaciones que realizan la gente de una comunidad. Del mismo (100%) tan solo el (96%) está interesado en conocer un nuevo producto turístico basado en los bienes patrimoniales de la zona, a lo cual en un (29%) les gustaría realizar actividades como el conocimiento sobre las tradiciones orales de la gente, en un (15%) les gustaría conocer sobre la medicina tradicional, en un (13%) les gustaría degustar y aprender a preparar platos típicos de la localidad. Entre otras actividades que les gustaría realizar a los turistas están en un (26%) visita a centros culturales, en un (19%) convivencia con la

gente de la comunidad, en un (16%) les gustaría realizar montañismo o escalada y tan solo en un (13%) les gustaría realizar caminatas dentro de la localidad.

En cuanto a la permanencia del (100%) de turistas encuestados el (51%) les gustaría pasar como mínimo 2 días dentro de la localidad y tan solo el (32%) les gustaría quedarse 3 días, por otra parte el (60%) de los turistas preferirían comprar un paquete que incluya todos los servicios elementales como hospedaje, alimentación, transporte y guía, estando en un (62%) dispuestos a pagar por un paquete por día y por persona de 30 a 40 dólares americanos.

5) Perfil del turista extranjero

Del 100% de turistas extranjeros encuestados que visitan la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, el (47%) pertenecen al género masculino y el (53%) pertenece al género femenino mostrando un equilibrio entre los dos, en cuanto a su edad el (47%) se encuentran dentro de un rango que va desde los 51 hasta los 61 años de edad, siendo la mayoría es decir en un (66%) provenientes del continente Europeo de ciudades como Francia, España, Suiza, Holanda y Alemania.

Por otra parte el (55%) de los turistas extranjeros tienen un rango de estudio universitario lo cual indica que son profesionales y trabajan, de los cuales el (70%) se desenvuelven en empleos privados, percibiendo en un (89%) un sueldo mayor a los 318 \$ dólares americanos que está contemplado como el salario básico unificado dentro del país.

En cuanto a sus tendencias de viaje el (100%) suele viajar en época de vacaciones y en un (32%) lo hacen en parejas y en un (25%) lo hacen solos, siendo organizados los viajes en un (64%) por agencias de viaje y operadoras e informándose en un (66%) través del internet y un (21%) por agencias y operadoras de turismo.

Del (100%) de turistas entrevistados el (100%) han escuchado hablar sobre el tema de patrimonio cultural inmaterial a lo cual el (93%) afirma que se trata de todas las manifestaciones que realizan la gente de una comunidad. Del mismo (100%) todos están interesados en conocer un nuevo producto turístico basado en los bienes patrimoniales

de la zona, a lo cual en un (22%) les gustaría realizar actividades como el conocimiento sobre las tradiciones orales de la gente, en un (16%) les gustaría conocer espacios simbólicos, en un (14%) les gustaría degustar y aprender a preparar platos típicos de la localidad. Entre otras actividades que les gustaría realizar a los turistas están en un (28%) convivir con la gente de la comunidad, en un (18%) visitas a centros culturales, en un (20%) les gustaría realizar observaciones de flora y fauna y tan solo en un (13%) les gustaría realizar viajes en tren hasta estas comunidades.

En cuanto a la permanencia del (100%) de turistas encuestados el (51%) les gustaría pasar como mínimo 2 días dentro de la localidad y tan solo el (24%) les gustaría quedarse 3 días, por otra parte el (100%) de los turistas preferirían comprar un paquete que incluya todos los servicios elementales como hospedaje, alimentación, transporte y guía, estando en un (59%) dispuestos a pagar por un paquete por día y por persona de 30 a 40 dólares americanos.

b. Análisis de la oferta

1) Oferta actual

a) Comunidad La Moya

i. Atractivos turísticos

Actualmente la comunidad de La Moya no cuenta con un inventario de atractivos turísticos existentes tanto naturales como culturales, sin embargo posee algunos recursos naturales que han sido utilizados para el desarrollo de la actividad turística entre estos tenemos: el Cerro Punta Loma desde donde se puede observar una gran variedad de flora y fauna así como también algunos vestigios incas plasmados a través de un paredón y una mina, La iglesia de la Moya, El nevado Chimborazo y un museo conocido como el Museo de las Montañas.

En lo referente a los atractivos culturales la comunidad posee una gran riqueza cultural expresada a través de sus prácticas diarias comunitarias, a través de sus expresiones orales, de sus cantos, sus fiestas y de sus habilidades de tejido entre otras cosas.

ii. Servicios turísticos existentes

- **Infraestructura, facilidades y equipamiento**

En cuanto a los servicios existentes, la comunidad cuenta con un museo recién inaugurado en donde se expone a los turistas información referente a las montañas aledañas a la zona; también hablan sobre la vida de los hieleros y finalmente a través de una visita a uno de los cuartos del museo se puede conocer como es el la entrada al Templo Machay considerada por la gente como la entrada secreta al nevado Chimborazo, el costo de la entrada al museo es de 1,50 \$.

A demás del museo la comunidad cuenta con dos senderos guiados hacia dos puntos claves desde donde se puede observar una variedad de flora y fauna típica de la zona, el primer sendero se lo conoce como: Lobo Ñan: puesto que aquí con un poco de suerte durante el recorrido se pude observar un lobo de páramo que habita en la zona.

El segundo sendero es conocido como Inca Ñan: debido a que al finalizar el recorrido se visita los vestigios incas como un paredón y una mina inca y con un poco de suerte también se puede observar a los curiangues ave típica de la zona.

- **Alojamiento y alimentación**

En cuestión al servicio de hospedaje y alimentación la comunidad no cuenta con un local adecuado desde donde se pueda ejercer dicha actividad, al momento lo hacen de forma aleatoria, hospedando siempre al turista en hogares de las mismas familias de la comunidad, sin embargo cuentan con un terreno cuya área bordea aproximadamente los 36m², el cual quieren usarlo para construir una instalación en donde funcione ya sea un restaurante o un albergue comunitario.

- **Guiánza**

En cuanto al servicio de guiánza existe dentro de la comunidad 15 mujeres capacitadas para ejercer dicha actividad, cada guía puede dirigir un grupo máximo de hasta 5 personas y el costo de la guiánza es de 8 \$.

b) Comunidad San Francisco de Cunuguachay

i. Atractivos turísticos

La comunidad San Francisco de Cunuguachay no cuenta con un inventario de atractivos turísticos existentes tanto naturales como culturales, sin embargo posee algunos recursos naturales que han sido utilizado para el desarrollo de la actividad turística entre estos tenemos: Un refugio o cueva conocido como Tampu Wasi desde donde nace el agua que abastece a la mayoría de las comunidades, otro de los atractivos son los vestigios de cuevas que han dejado los conejos que antiguamente habitaban en abundancia en la zona y de la misma forma que en los casos anteriores la comunidad aprovecha el paisaje que tiene para dar a conocer las montañas cercanas a la zona.

En lo referente a los atractivos culturales la comunidad posee una gran riqueza cultural expresada en su mayoría a través de sus prácticas diarias comunitarias como las mingas, cosechas, pastoreo de animales, preparación de alimentos entre otras cosas.

ii. Servicios turísticos existentes

• Infraestructura, facilidades y equipamiento

La comunidad no cuenta con muchas facilidades turísticas, solo cuenta con un local desde donde los turistas pueden observar la elaboración artesanal de las mermeladas de zanahoria.

También cuentan con un sendero guiado hacia la cueva del agua o también conocido como Tampu Wasi, el cual inicia su recorrido desde la comunidad, pasa por los vestigios de antiguas cuevas de los conejos que habitaban la zona y se sale por la comunidad de Rumipamba.

Y como servicio adicional se ofrece dentro del edificio el servicio de internet con un precio de 1\$ la hora; así como también ofrecen llamadas telefónicas; cada llamada tiene un costo de 20 ctvs el minuto si es local, 35 ctvs el minuto si es nacional y 50 ctvs si es a celular.

- **Alojamiento y alimentación**

A diferencia de las dos comunidades anteriores; San Francisco de Cunuguachay se caracteriza por brindar especialmente el servicio de hospedaje y alimentación a los turistas que llegan a la zona y se desglosan de la siguiente manera:

Cuadro N° 123: Servicios de alojamiento y alimentación de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Servicio	N	Tipo	Capacidad	Características	Precio
Alojamiento	2	Chozas	8 habitaciones matrimoniales	Construcción alternativa, paredes de ladrillo y adobe con techo de paja y baño compartido	10 \$
	2	Hab.	14 personas	Cada cuarto consta de camas literas que sumadas dan un total de 7 camas	5 \$
Alimentación		Comedor		Desayunos continentales, lleva pan, leche, mantequilla o mermelada y el vaso de jugo.	2.50 \$
				Almuerzos con diversidad de platos como: Sopa de quinua, papas con salsa de maní y carne frita con postre y vaso de jugo	3 \$
				Meriendas lleva sopa, el plato fuerte y un vaso de jugo	3 \$

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

- **Guiánza**

En cuanto al servicio de guiánza, existe dentro de la comunidad mujeres capacitadas para ejercer dicha actividad, cada guía puede dirigir un grupo máximo de hasta 5 personas y tiene un costo de 10 dólares.

c) Comunidad Palacio Real

i. Atractivos turísticos

La comunidad Palacio Real no cuenta con un inventario de atractivos turísticos existentes tanto naturales como culturales, sin embargo posee algunos recursos naturales que han sido utilizado para el desarrollo de la actividad turística entre estos tenemos: Un cerro conocido como Mira Loma desde donde se puede observar diferentes animales y plantas propias de la zona, también aprovechan el paisaje que tiene para dar a conocer algunas montañas como el Chimborazo, el Cariguairazo, la mama Tungurahua y el altar.

En lo referente a los atractivos culturales la comunidad posee una gran riqueza cultural expresada a través de sus conocimientos en lo que es crianza de animales, conocimiento de leyendas y habilidades para tejer prendas de vestir utilizando fibras naturales como es la lana de llama y alpaca.

ii. Servicios turísticos existentes

• Infraestructura, facilidades y equipamiento

La comunidad Palacio Real cuenta con un museo donde se proporciona al turista información acerca de la llama sus historias, curiosidades y algunas propiedades de la misma.

Cuentan también con tres senderos guiados, el primero se dirige al cerro Mira Loma, el segundo visita la Hacienda donde posiblemente se hospedo Simón Bolívar y el tercero recorre 13 piedras contando algunas leyendas sobre la llama.

Finalmente también cuentan con un taller donde se exhiben todas las artesanías que ahí producen a base de la fibra de la llama.

• Alojamiento y alimentación

En lo que se refiere al alojamiento, la comunidad no brinda este servicio y cuando los turistas piden el mismo las mujeres de la asociación les hospedan en la casa de alguna compañera de la comunidad.

En cuestión de alimentación, la comunidad se especializa en este servicio y se lo desglosa en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 124: Servicio de alimentación ofrecido en la comunidad Palacio Real.

Servicio	N	Tipo	Capacidad	Características	Precio
Alimentación	1	Restaurante	50 personas	Ofrece: Almuerzos variados	2 \$
				Plato típico que consiste en arroz de quinua con carne de llama y un vaso de jugo o chicha de quinua.	6 \$

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

- **Guiánza**

En cuanto al servicio de guiánza, existe dentro de la comunidad mujeres capacitadas para ejercer dicha actividad, cada guía puede dirigir un grupo máximo de hasta 5 personas y tiene un costo de 6 \$ la hora.

Por otra parte también para el servicio de guiánza las mujeres suelen alquilar llamas el cual tiene un costo de 10 \$ el día.

2) Oferta complementaria

Al ser las comunidades de la Moya, San Francisco de Cunuguachay y Palacio Real, sectores turístico culturales en potencia; los servicios turísticos existentes deben complementarse con los servicios existentes en la ciudad de Riobamba por ser el sector más próximo a las localidades antes mencionadas. A continuación se hace una descripción de la oferta turística existente en la ciudad de Riobamba que podría

vincularse con el desarrollo turístico de estas tres comunidades pertenecientes a la parroquia de Calpi.

c. Análisis de la competencia

1) Oferta- Identificación de los competidores

Para realizar el análisis de la competencia se tomó en cuenta a las organizaciones que ofrecen turismo comunitario cultural en comunidades cercanas a la parroquia de Calpi, las cuales fueron consideradas principalmente por su ubicación geográfica, por su cercanía al nevado Chimborazo y por su trayectoria en el mercado turístico.

Es así que se identificaron cuatro organizaciones que ofertan turismo comunitario de forma consolidada con atractivos culturales similares a los antes identificados en las tres comunidades pertenecientes a la parroquia de Calpi y estas son: Casa Cóndor, Operación de Turismo Comunitario Razu Ñan, Operación de Turismo Comunitario Achik Ñan, Operación de Turismo Comunitario “UCASAJ”.

d) Detalle de los competidores

i. Operación de Turismo Comunitario “CASA CÓNDOR”

Cuadro N° 125: Servicios que ofrece la OTC “CASA CÓNDOR”.

Nombre:	Operación de Turismo Comunitario “CASA CÓNDOR”				
Ubicación:	Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Comunidad Pulinguí San Pablo en las faldas del Chimborazo. Ubicado junto a la vía Riobamba-Guaranda por el arenal.				
Servicios	N°	Tipo	Capacidad	Características	Precio
Alojamiento	2 1	Cabañas pequeñas Cabaña grande	10 pax 24 pax	Mixtas (cemento, asbesto, paja, madera)	8 \$ la noche
Alimentación y Bebidas	Cada cabaña cuenta con una cocina a gas, baño con agua caliente y una mini sala. Por lo cual el turista es responsable de la preparación de sus alimentos.				4\$ cada comida
Guiánza	1	Nativo	1-9 pax	Guía a turistas nacionales o extranjeros	25 \$
Paquetes	2	Excursión al Templo Machay	2-3 pax 4-9 pax	1 día a caballo 1 día caminata 1 día a caballo 1 día caminata	60 \$ 35 \$ 54 \$

					30 \$
		Excursión al Bosque de Polylepis	2-3 pax 4-9 pax	1 día a caballo 1 día caminata 1 día a caballo 1 día caminata	60 \$ 35 \$ 54 \$ 30 \$
Comercialización	Por medio de la página web: www.redindigena.net/wamanway . Tienen contactos con revistas internacionales quienes difunden sus productos. Tienen trípticos y afiches del lugar. Trabajan con la operadora de Turismo Puruhá Razurku.				
Demanda	Mercado Nacional e Internacional (Canadá, Francia, Italia y Holanda)				
Observaciones	La cabaña grande tiene la forma de un cóndor. Disponen de un laboratorio de computación (10 computadoras); centro de abastecimiento de víveres y confites y un centro artesanal con (3 telares).				

Fuente: “Estructuración de un Producto Turístico Comunitario para el Centro de Turismo Comunitario Sisid Anejo, parroquia Ingapirca, Cantón Cañar, Provincia de Cañar” Tesis: Sr. Carlos Armando Guamán García 2010

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

ii. Operación de Turismo Comunitario “ACHIK ÑAN”

Cuadro N° 126: Servicios que ofrece la OTC “ACHIK ÑAN”.

Nombre:	Operación de Turismo Comunitario “ACHIK ÑAN”				
Ubicación:	Provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, Parroquia San Juan, Comunidad Chimborazo.				
Servicios	N°	Tipo	Capacidad	Características	Precio
Alojamiento	2 1 4	Cabaña Suite Cabañas	10 pax 4 pax 32 pax	Mixtas (ladrillo y madera)	8 \$ la noche
Alimentación y Bebidas	1	Restaurante	70 pax	Desayunos, almuerzos y cenas	2,60 \$ por pax
Guiánza	1	Nativo	1-9 pax	Guía a turistas nacionales o extranjeros	20 \$
Paquetes	4	Aire andino	3 días	Cada paquete incluye alojamiento, guiánza y alimentación	109,92 \$
		Whimper	3 días		159,25 \$
		Curiquingue	2 días		34,58 \$
		Chuquiragua	2 días		20,03 \$
Comercialización	Por medio de la página web: www.chimborzoadventure.com				
Demanda	Mercado Nacional e Internacional.				

Observaciones	Cada cabaña cuenta con un baño y un closet. Las cenas son previa reservación.
---------------	---

Fuente: “Estructuración de un Producto Turístico Comunitario para el Centro de Turismo Comunitario Sisid Anejo, parroquia Ingapirca, Cantón Cañar, Provincia de Cañar” Tesis: Sr. Carlos Armando Guamán García 2010

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

iii. Operación de Turismo Comunitario “RAZU ÑAN”

Cuadro N° 127: Servicios que ofrece la OTC “RAZU ÑAN”.

Nombre:	Operación de Turismo Comunitario “RAZU ÑAN”				
Ubicación:	Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Comunidad de Pulinguí Centro con su Asociación de guías Razu Ñan y el albergue Santa Anita una iniciativa comunitaria al pie del Chimborazo.				
Servicios	N°	Tipo	Capacidad	Características	Precio
Alojamiento	4 1	Habitaciones Habitación	16 pax 9 pax	Construida de bloque, cemento y eternit	8 \$ la noche
Alimentación y Bebidas	1	Comedor amplio	32 pax	Desayunos, almuerzos y cenas	4 \$ cada plato
Servicios complementarios	1	Salón grande para eventos y capacitaciones			
Guiánza	1 1	Nativo Alquiler de caballo	1-9 pax 1 pax	Guía a turistas nacionales o extranjeros	25 \$ día 15 \$ día
Paquetes	2	Los hieleros del Chimborazo	1 noche-2 días	2-3 pax 4-9 pax Más de 10 pax	70 \$ 65 \$ 55 \$
		Hieleros del Chimborazo	2 noches-3 días	2-3 pax 4-9 pax Más de 10 pax	140 \$ 130 \$ 120 \$
Comercialización	Directo al consumidor a través de la Operadora Puruhá Razurku				
Demanda	Mercado Nacional e Internacional. (Canadá, Francia, Italia, Holanda)				
Observaciones	Dos habitaciones tienen baño privado y las otras dos con baño compartido.				

Fuente: “Estructuración de un Producto Turístico Comunitario para el Centro de Turismo Comunitario Sisid Anejo, parroquia Ingapirca, Cantón Cañar, Provincia de Cañar” Tesis: Sr. Carlos Armando Guamán García 2010

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

iv. Operación de Turismo Comunitario “UCASAJ”

Cuadro N° 128: Servicios que ofrece la OTC “UCASAJ”.

Nombre:	Operación de Turismo Comunitario “UCASAJ”				
Ubicación:	Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Parroquia San Juan, Organizaciones campesinas de San Juan.				
Servicios	N°	Tipo	Capacidad	Características	Precio
Alojamiento	4	Habitaciones	15 pax	Mixtas (ladrillo y madera)	8 \$ la noche
Alimentación y Bebidas	1	Restaurante			
Servicios complementarios		Caminatas, cabalgatas, camping, convivencia cultural.			
Guiánza	1	Nativo	1-9 pax	Guía a turistas nacionales o extranjeros	25 \$ día
Paquetes	1	Compartiendo la vida indígena	1-9 pax	Dos días de convivencia	51 \$ día
Comercialización	Directo al consumidor a través de la Operadora Puruhá Razurku				
Demanda	Mercado internacional, principalmente a estudiantes canadienses				
Observaciones	Cada habitación tiene baño privado y una chimenea.				

Fuente: “Estructuración de un Producto Turístico Comunitario para el Centro de Turismo Comunitario Sisid Anejo, parroquia Ingapirca, Cantón Cañar, Provincia de Cañar” Tesis: Sr. Carlos Armando Guamán García 2010

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Cada una de las organizaciones de turismo comunitario antes señaladas ofertan una diversidad de servicios turísticos, todos estos diseñados e instalados de acuerdo a su capacidad y demanda turística, que junto a la riqueza cultural y natural les permiten formular productos que responden a las realidades de la población local.

Sin embargo no existe mayor diferencia entre las 4 organizaciones de turismo, siendo la Organización Casa Cóndor una de las más competitivas dentro del sector debido a que ya se encuentran posicionados en el mercado y tienen una gran afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros. Entre sus ventajas competitivas son: la ubicación de

ésta con respecto a la ciudad de Riobamba, en cuanto al servicio de hospedaje sobresale la tipología, el material utilizado y la capacidad de estos servicios. También sobresale la disponibilidad de paquetes turísticos, la cercana ubicación de esta organización al nevado Chimborazo y el Bosque de Polylepis que son atractivos de interés internacional.

Por otra parte hay que mencionar que a más de las ventajas que la organización tiene, ésta posee también algunas debilidades que impiden un desarrollo óptimo del turismo, debilidades como la falta de capacitación en las diferentes áreas, la escasa o nula señalización, las vías en malas condiciones entre otras desventajas que las diferentes comunidades de la Parroquia de Calpi deberá superarlas en pro de una mejor calidad de vida para sus habitantes y como para el turista que visita la zona.

Cuadro N° 129: Total de turistas que captó la competencia.

ORGANIZACIÓN	INGRESO DE TURISTAS ANUALES	ATRATIVOS PRINCIPALES
Casa Cóndor, Operación de Turismo Comunitario Razu Ñan, Operación de Turismo Comunitario Achik Ñan, Operación de Turismo Comunitario "UCASAJ".	1073 pax	<ul style="list-style-type: none"> • Nevado Chimborazo • Templo Machay • Bosque de Polylepis • Convivencia comunitaria
	Nacionales	719 pax
	Extranjeros	354 pax
	Total	1073 pax

Fuente: FEPTCE 2013

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

El dato de turistas que recibe nuestra competencia se obtuvo de los registros de visita que maneja la FEPTCE para la red CORDTUCH las cuales ascienden a un total de 1073 visitas al año, aclarando que de este total el 67% corresponden a la visita por parte de turistas nacionales mientras que el 33% pertenecen a la visita de turistas extranjeros.

2) Proyección de la oferta

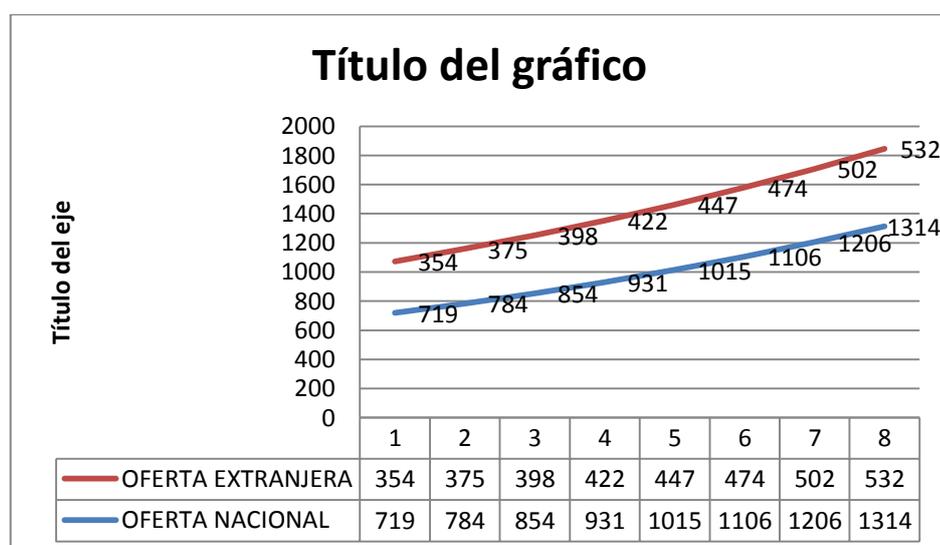
AÑO	OFERTA NACIONAL	OFERTA EXTRANJERA	TOTAL OFERTA
2013	719	354	1073
2014	784	375	1159
2015	854	398	1252
2016	931	422	1353
2017	1015	447	1462
2018	1106	474	1580
2019	1206	502	1708
2020	1314	532	1846

Fuente: FEPTCE, MAE, Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Para proyectar la oferta se utilizó el número de turistas que adquirieron los servicios de las cinco organizaciones de turismo comunitario filiales a la CORDTUCH en el año 2013 alcanzando los resultados a un total de 1073 pax, de los cuales 719 son turistas nacionales y 354 son turistas extranjeros, estos datos se los proyectó con la fórmula de interés compuesto con una tasa de incremento del 6% para turistas extranjeros y del 9% para turistas nacionales, datos que según el MAE y la Corporación Municipal del Parque Nacional Cajas corresponden a la afluencia de visitantes a la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo.

Gráfico N° 37: Proyección de la oferta nacional y extranjera para los próximos 5 años.



Fuente: FEPTCE, MAE, Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

d. Confrontación de la demanda vs. Oferta

1) Demanda insatisfecha proyectada

Cuadro N° 130: Demanda insatisfecha de turistas nacionales

AÑO	DEMANDA NACIONAL	OFERTA NACIONAL	DEMANDA INSATISFECHA
2013	53969	719	53250
2014	58826	784	58042
2015	64121	854	63267
2016	69891	931	68960
2017	76182	1015	75167
2018	83038	1106	81932
2019	90511	1206	89305
2020	98657	1314	97343

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Cuadro N° 131: Demanda insatisfecha de turistas extranjeros

AÑO	DEMANDA INTERNACIONAL	OFERTA INTERNACIONAL	DEMANDA INSATISFECHA
2013	9634	354	9280
2014	10212	375	9837
2015	10825	398	10427
2016	11474	422	11052
2017	12163	447	11716
2018	12892	474	12418
2019	13666	502	13164
2020	14486	532	13954

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Según el análisis de la tabla 130, para el 2016 se tendrá una demanda insatisfecha de 68960 turistas nacionales, mientras que para el 2020 la demanda insatisfecha será de 97343 turistas.

Según el análisis de la tabla 131, para el 2016 se tendrá una demanda insatisfecha de 11052 turistas extranjeros, mientras que para el 2020 la demanda insatisfecha será de 13954 turistas.

2) Demanda potencial del mercado

La demanda potencial del proyecto pretende captar anualmente el 26% de la demanda insatisfecha de turistas nacionales y el 18 % de turistas extranjeros, tomando en cuenta la buena aceptación o demanda de los servicios y actividades por parte de los turistas. Por otra parte la cuota objetivo de mercado a captar es del 8% lo cual permitirá cubrir con la inversión y los gastos de emprendimiento.

Cuadro N° 132: Demanda potencial y objetiva de mercado nacional y extranjero.

Año	Demanda Nacional Insatisfecha	Demanda potencial del mercado nacional 26%	Demanda Extranjera Insatisfecha	Demanda potencial del mercado extranjero 18%	Total demanda objetivo del mercado nacional e internacional	Cuota objetivo de mercado 8%
2013	53250	13845	9280	1670	15515	1241
2014	58042	15091	9837	1771	16862	1349
2015	63267	16449	10427	1877	18326	1466
2016	68960	17930	11052	1989	19919	1594
2017	75167	19543	11716	2109	21652	1732
2018	81932	21302	12418	2235	23538	1883
2019	89305	23219	13164	2370	25589	2047
2020	97343	25309	13954	2512	27821	2226

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

La demanda objetiva del mercado a captar en el primer año de operación 2016 será de 1594 turistas, mientras que para el 2020 será de 2226 turistas.

e. Análisis situacional interno

1) Comunidad La Moya

a) FODA

Para este análisis se trabajó con cartillas de cuatro colores que permitan visualizar de mejor manera las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la comunidad, las cuales estaban identificadas de la siguiente manera.

Fortalezas
Oportunidades
Debilidades
Amenazas

Esta metodología permitió que la gente se concentre solo en los aspectos de la información que se quería recolectar.

Cuadro N° 133: Análisis FODA de la comunidad La Moya.

MATRIZ FODA			
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	La comunidad cuenta con una carretera de primer orden asfaltado.	O1	Financiamiento de una ONG de Francia para proyectos de desarrollo productivos.
F2	Existe una asociación de mujeres en turismo y tejidos que trabajan mancomunadamente.	O2	Ministerio de educación apoya con clases de tejido.
F3	Se conserva la preparación de comida típica.	O3	Estudios e investigaciones universitarias.
F4	La gente de la comunidad aún conserva su vestimenta típica.	O4	Apoyo por parte del Ministerio de turismo
F5	En la comunidad se realiza artesanías con la lana de la llama, alpaca y borrego.	O5	Apoyo del párroco de la parroquia para la realización de proyectos turísticos dentro de la comunidad.
F6	La comunidad cuenta con senderos que permite acceder algunos atractivos naturales de la comunidad.	O6	Apoyo de Instituto Nacional de Patrimonio Cultural en la recuperación de la iglesia existente en la comunidad.
F7	La comunidad cuenta con un museo que a través de exhibiciones itinerantes relata sobre los inicios de la actividad de los hieleros y sobre el taita Chimborazo.	O7	Apoyo por parte del Consejo Provincial de Chimborazo.
F8	La comunidad cuenta con una iglesia patrimonial cuya fecha de construcción según sus pobladores data del año 1534.		
F9	En la comunidad existe una diversidad de aves y plantas nativas.		
F10	La gente de la comunidad en		

	especial la asociación de mujeres dedicado a tejido y turismo han recibido algunas capacitaciones.		
F11	Entre toda la comunidad existe buena comunicación y colaboración.		
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Las mujeres de la asociación de tejido no pueden ampliarse por que los telares existentes en la comunidad están en mal estado.	A1	Contaminación ambiental y destrucción de la vida silvestre debido a la quema de pajonal, acabando con los animalitos del páramo como zorros, conejos, curiungues, nidos de pájaros.
D2	Las mujeres de la asociación de tejidos no tienen conocimientos sobre el tejido de suéteres, ponchos, makanas, anacos y otras artesanías en lana de llama y alpaca etc.	A2	Migración
D3	La comercialización de las artesanías que elaboran las mujeres es muy baja.	A3	Falta de apoyo e interés por parte de los moradores de la comunidad.
D4	El turismo dentro de la comunidad está muy bajo por falta de atractivos turísticos y de una buena planta turística.	A4	Falta de apoyo por parte de gobiernos seccionales y empresas públicas.
D5	Falta de señalética para llegar a la comunidad la Moya.	A5	Falta de apoyo por parte de diferentes Ministerios.
D6	No existe un sistema de recolección de basura.	A6	Inestabilidad política dentro del país.
D7	No existe alcantarillado ni agua potable.		
D8	Toda la comunidad no cuenta con alumbrado público.		
D9	Se va a perder la escuelita de la comunidad lo cual va hacer que los niños salgan de la comunidad de la Moya a otras comunidades que si cuentan con escuelitas como Jatari y Nitiluisa.		
D10	Escasas fuentes de trabajo en la comunidad.		

D11	Inconciencia de la gente de otras comunidades cercanas que botan animales muertos y basura.		
------------	---	--	--

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

b) Claves del éxito y nudos críticos

Cuadro N° 134: Análisis de las claves del éxito y nudos críticos de la comunidad La Moya.

COMBINACIÓN MATRIZ (F+O) (D+A)	FORTALEZAS		DEBILIDADES
		F1	D1
		F2	D2
		F3	D3
		F4	D4
		F5	D5
		F6	D6
		F7	D7
		F8	D8
		F9	D9
		F10	D10
	F11	D11	
OPORTUNIDADES	Claves de éxito (F+O)		
O1	(F1+O7)	Apoyo por parte del Consejo Provincial de Chimborazo en proyectos de vialidad dentro de la comunidad.	
O2	(F2;11+O1;5)	Gestión y financiamiento directo por parte de la ONG AWANA de procedencia francesa para el desarrollo de proyectos turístico productivos dentro de la localidad.	
O3	(F3;4;8+O6)	Apoyo por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural en la recuperación de la iglesia de la comunidad y la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial existente en la localidad.	
O4			
O5	(F5+O2;10)	Existencia de conocimientos de tejido en las mujeres de la comunidad y apoyo del Ministerio de Educación impartiendo cursos con la finalidad de fortalecer dichos conocimientos productivos-artesanales.	
O6			
O7	(F6;7;9+O3;4)	Alto interés de los pobladores de la comunidad y apoyo por parte del Ministerio de	

		Turismo para el desarrollo y fortalecimiento de la actividad turística en la zona basada en su potencial tanto natural como cultural.	
AMENAZAS			Nudos críticos (D+A)
A1			(D1;2;3+A3) Desorganización y desinterés por parte de los moradores de la comunidad para emprender proyectos productivos artesanales en la zona.
A2			(D4;5+A3;5) Desinterés por parte de los pobladores y ministerios sobre la actividad turística sostenible en la zona.
A3			(D6;7;8+A4) Desinterés por parte de gobiernos seccionales y empresas públicas para la dotación de alcantarillado, alumbrado público y agua potable en la comunidad.
A4			(D9+A6) Preocupación por parte de los moradores de la comunidad debido a la inestabilidad en cuanto a políticas gubernamentales relacionado a la educación de los niños de la comunidad.
A5			(D10+A2) Índice de migración medio por la inexistencia de fuentes de trabajo en la comunidad.
A6			(D11+A1) Contaminación ambiental, destrucción de los páramos por la presencia de basura y desconocimiento de la gente sobre el manejo y conservación de los páramos.

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

c) Estrategias o alternativas

Cuadro N° 135: Formulación de estrategias basado en los nudos críticos de la comunidad La Moya.

Nudos críticos		
Combinación	Problema	Estrategias
(D1;2;3+A3)	Desorganización y desinterés por parte de los moradores de la comunidad para emprender proyectos productivos artesanales en la zona.	Capacitar a la gente de la comunidad en temas micro empresariales y artesanales. Realizar un curso intensivo de tejido de prendas tradicionales propias de la localidad.
(D4;5+A5)	Desinterés por parte de los pobladores y ministerios sobre la actividad turística sostenible en la zona.	Contratar ingenieros en ecoturismo para realizar la actualización periódica tanto de atractivos naturales como culturales. Crear nuevos circuitos y paquetes turísticos en la zona. Realizar un proyecto de diseño e implementación de señalética orientativa, informativa e interpretativa dentro de la comunidad.
(D6;7;8+A4)	Desinterés por parte de gobiernos seccionales y empresas públicas para la dotación de alcantarillado, alumbrado público y agua potable en la comunidad.	Gestionar ante las autoridades de turno y entidades involucradas un estudio para la dotación de alcantarillado, agua potable y alumbrado público para la zona.
(D9+A6)	Preocupación por parte de los moradores de la comunidad debido a la inestabilidad en cuanto a políticas gubernamentales relacionado a la educación de los niños de la comunidad.	Gestionar ante el ministerio de educación la socialización de las nuevas políticas en cuanto al tema de educación se refiere para que la gente se encuentre informada sobre los cambios que se viven en el país.
(D10+A2)	Índice de migración medio por la inexistencia de fuentes de trabajo en la comunidad.	Elaborar proyectos productivos basados en los beneficios de los camélidos y especies menores que es la actividad productiva de mayor relevancia para la gente. Buscar créditos en entidades financieras a bajas tasas de interés para el impulso de proyectos productivos.

		Buscar apoyo económico en los diferentes programas impulsados por el gobierno nacional.
(D11+A1)	Contaminación ambiental, destrucción de los páramos por la presencia de basura y desconocimiento de la gente sobre el manejo y conservación de los páramos.	Impartir talleres de educación ambiental y manejo de paramos a la gente de la comunidad.

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

2) Comunidad San Francisco de Cunuguachay

a) FODA

Cuadro N° 136: Análisis FODA de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

MATRIZ FODA			
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	La comunidad cuenta con carreteras de primer y segundo orden.	O1	Financiamiento de la ONG AWANA de Francia a través del Párroco de Calpi para desarrollo de proyectos de desarrollo turístico y productivo.
F2	Cuentan con servicios básicos como agua potable, alcantarillado y luz eléctrica.	O2	Estudios e investigaciones universitarias.
F3	Existe una asociación de mujeres en turismo que trabajan mancomunadamente.	O3	Apoyo por parte del Ministerio de Turismo
F4	La gente aún conserva sus tradiciones tanto en la vestimenta como en la gastronomía y sus quehaceres diarios.	O4	Apoyo de Instituto Nacional de Patrimonio Cultural en la salvaguardia del patrimonio cultural.
F5	El ambiente de la comunidad se caracteriza por su tranquilidad y seguridad tanto para la población como para los turistas.	O5	Apoyo por parte del Consejo Provincial de Chimborazo.
F6	La comunidad cuenta con cabañas	O6	Asesoramiento por parte de

	para hospedaje.		agropecuarios.
F7	La mayoría de la gente se dedica a la agricultura y crianza de animales.	O7	Apoyo por parte de empresas públicas de servicios.
F8	Existe una pequeña empresa que se dedica a la elaboración de mermeladas.	O8	Apoyo por parte de las mujeres de la comunidad.
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	La asociación de turismo Quilla Pakari no ha recibido muchas capacitaciones en cuanto al tema de hospedaje y alimentación se refiere.	A1	Contaminación ambiental
D2	El turismo no se ha fortalecido dentro de la comunidad.	A2	Migración
D3	La comercialización de las mermeladas es muy baja.	A3	Falta de apoyo e interés por parte de los moradores de la comunidad.
D4	Inconciencia de la gente que bota basura.	A4	Falta de apoyo por parte de autoridades de turno.
D5	Escasas fuentes de trabajo en la comunidad.	A5	Falta de apoyo por parte de diferentes Ministerios.
D6	Perdida del idioma Kichwa.	A6	Introducción de nuevas costumbres por parte de los turistas.

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

b) Claves del éxito y nudos críticos

Cuadro N° 137: Análisis de las claves del éxito y nudos críticos de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

COMBINACIÓN MATRIZ (F+O) (D+A)	FORTALEZAS		DEBILIDADES
		F1	D1
		F2	D2
		F3	D3
		F4	D4
		F5	D5
		F6	D6
		F7	
		F8	
OPORTUNIDADES	Claves de éxito (F+O)		
O1	(F1+O5)	Apoyo por parte del Consejo Provincial de Chimborazo en proyectos de vialidad dentro de la comunidad.	

O2	(F2+O7)	Existencia de servicios básicos en la zona, gracias al apoyo de empresas públicas.	
O3	(F3;6+O2;3;8)	Apoyo de estudiantes de turismo y del MINTUR para el desarrollo de proyectos turísticos con la ayuda de las mujeres de la comunidad.	
O4			
O5	(F4+O4)	Apoyo por parte del INPC para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial existente en la comunidad.	
O6			
O7	(F7+O6)	Asesoramiento por parte de técnicos agropecuarios para impulsar y mejorar la actividad agrícola en la zona.	
O8	(F8+O1)	Financiamiento por parte de ONG AWANA de Francia para el desarrollo de proyectos productivos dentro de la comunidad.	
AMENAZAS			Nudos críticos (D+A)
A1			(D1+A5) Falta de capacitación a la asociación de mujeres Quilla Pakari en el tema de buenas prácticas en el ámbito hotelero.
A2			(D2+A3) Escasa difusión de los productos y atractivos turísticos existentes en la comunidad.
A3			(D3+A4) Falta de interés de las autoridades de turno para el fortalecimiento de la micro empresa de mermeladas localizada dentro de la comunidad.
A4			(D4+A1) Índice de contaminación ambiental medio debido al mal manejo de la basura dentro de la localidad.
A5			(D5+A2) Escasas fuentes de trabajo en la comunidad.

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

c) **Estrategias o alternativas**

Cuadro N° 138: Formulación de estrategias basado en los nudos críticos de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Nudos críticos		
Combinación	Problema	Estrategias
(D1+A5)	Falta de capacitación a la asociación de mujeres Quilla Pakari en el tema de buenas prácticas en el ámbito hotelero.	Elaborar un plan de capacitación de buenas prácticas hoteleras dirigido a los prestadores de servicios de la zona. Diseñar un Plan de Operación Hotelera para el hostel Quilla Pakari.
(D2+A3)	Escasa difusión de los productos y atractivos turísticos existentes en la comunidad.	Elaborar un Plan de Marketing Mix para la comunidad
(D3+A4)	Falta de interés de las autoridades de turno para el fortalecimiento de la micro empresa de mermeladas localizada dentro de la comunidad.	Elaborar un proyecto de fortalecimiento de la micro empresa de mermeladas
(D4+A1)	Índice de contaminación ambiental medio debido al mal manejo de la basura dentro de la localidad.	Impartir talleres de educación ambiental y manejo de desechos sólidos dirigido a toda la comunidad.
(D5+A2)	Escasas fuentes de trabajo en la comunidad.	Generar proyectos productivos basados en las diversas potencialidades de la comunidad.
(D6+A6)	Pérdida paulatina de la lengua Kichwa por parte de las mujeres de la asociación que se dedican a turismo dentro de la comunidad.	Realizar talleres con las mujeres de la asociación de turismo en donde se ponga en práctica la enseñanza y fortalecimiento del idioma Kichwa.

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

3) Comunidad Palacio Real

a) FODA

Cuadro N° 139: Análisis FODA de la comunidad Palacio Real.

MATRIZ FODA			
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Existencia de alcantarillado	O1	MAGAP aporto con llamas para que la gente las crie.
F2	Existencia de luz eléctrica	O2	Apoyo por parte del padre Pierrick con la donación de alpacas.
F3	La mayoría de las familias cuentan con agua de riego.	O3	Apoyo del IEOS en el agua potable
F4	Existencia de agua potable.	O4	Consejo provincial con la construcción de carreteras
F5	La comunidad cuenta con carreteras de primer orden y de fácil accesibilidad.	O5	Ministerio de Educación ayuda con clases de tejidos.
F6	La comunidad practica el turismo comunitario y cuentan con una asociación de mujeres que venden paquetes turísticos.	O6	Empresa Eléctrica alumbrado publico
F7	La comunidad cuenta con un restaurante que vende comida típica a base de carne de llama.	O7	Ministerio de salud da atención médica en el sub centro.
F8	La comunidad cuenta con un museo en donde se expone a través de exhibiciones itinerantes la vida de la llama.	O8	Ayuda por parte de la fundación AWUANA de Francia con el apoyo de proyectos turísticos a través del padre.
F9	Dentro de la comunidad aún existen conocimientos sobre hilado y tejido.	O9	Apoyo por parte del Ministerio de Turismo.
F10	Algunas familias de la comunidad se dedican a la crianza de llamas y alpacas.		
F11	La comunidad cuenta con un sub centro de salud		

DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Falta de capacitaciones en el área de tejido que es la actividad a la que la mayoría de mujeres se dedican.	A1	Cambio de políticas gubernamentales.
D2	La mitad de la comunidad no cuenta con un criadero de llamas.	A2	Aculturación causada por la visita de los turistas a la comunidad
D3	Erosión de los suelos al no ser cultivarlos adecuadamente y por abandonarlos al ser considerada como una actividad poco rentable.	A3	Cambios de climas y plagas para los cultivos
D4	Perdida de la cultura reflejada a través del idioma.	A4	Contaminación ambiental por basura.
D5	La gastronomía de la comunidad se va perdiendo ya no hay los conocimientos.	A5	División, desorganización y falta de apoyo por parte de algunos pobladores de la comunidad.
D6	Inconsciencia de la gente sobre la conservación del medio ambiente.	A6	Desinterés por parte de gobiernos seccionales.
D7	Delincuencia y falta de UPC	A7	Desinterés por parte de los turistas en comprar las artesanías que se producen en la comunidad.
D8	Aumento de tasas en los cobros de los terrenos.		

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

b) Claves del éxito y nudos críticos

Cuadro N° 140: Análisis de las claves del éxito y nudos críticos de la comunidad Palacio Real.

COMBINACIÓN MATRIZ (F+O) (D+A)	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1	D1
	F2	D2
	F3	D3
	F4	D4
	F5	D5
	F6	D6
	F7	D7
	F8	D8
	F9	
	F10	
	F11	

OPORTUNIDADES	Claves de éxito (F+O)	
O1	(F1,2,3,4+O3;6)	Existencia de servicios básicos en la zona, gracias al apoyo de la empresa eléctrica y el EIOS.
O2	(F5+O4)	Apoyo por parte del Consejo Provincial de Chimborazo en proyectos de vialidad dentro de la comunidad.
O3	(F6,7,8+O8;9)	Apoyo por parte del MINTUR y la fundación AWANA de Francia para el desarrollo y financiamiento de proyectos turísticos productivos en la zona.
O4		
O5	(F9+O5)	Apoyo por parte del Ministerio de Educación impartiendo cursos de tejido a las mujeres de la comunidad con la finalidad de fortalecer los conocimientos productivos artesanales existentes en la localidad.
O6		
O7	(F10+O1;2)	Apoyo por parte del MAGAP y del párroco de Calpi a través de la donación y concesión de llamas y alpacas como un incentivo que dinamice la economía dentro de la comunidad.
O8	(F11+O7)	Existencia de un sub centro de salud que brinda atención médica a los pobladores de la comunidad.
O9		
AMENAZAS	Nudos críticos (D+A)	
A1	(D1+A7)	Desconocimiento por parte de las mujeres tejedoras de la comunidad en cuanto a cómo mejorar e innovar sus artesanías para una mejor aceptación por parte del turista que visita la zona.
A2	(D2+A5)	Desconfianza y poco apoyo por parte de ciertas familias de la comunidad para emprender proyectos productivos en la localidad.
A3	(D3+A3)	Desinterés por parte de

		algunos agricultores de la comunidad al considerar a ésta actividad como rentable y productiva.
A4	(D4;5+A2)	Perdida del idioma Kichwa, símbolo de identidad así como también de su gastronomía típica cotidiana.
A5	(D6+A4)	Indicie de contaminación ambiental medio debido al mal manejo de la basura en la comunidad.
A6	(D7+A6)	Desinterés por parte de gobiernos seccionales en cuanto a la seguridad de la población y de los turistas que visitan la zona.
A7	(D8+A1)	Desconocimiento de las nuevas políticas gubernamentales en cuanto al aumento en las tasas de cobro de los terrenos.

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

c) Estrategias o alternativas

Cuadro N° 141: Formulación de estrategias basado en los nudos críticos de la comunidad Palacio Real.

Nudos críticos		
Combinación	Problema	Estrategias
(D1+A7)	Desconocimiento por parte de las mujeres tejedoras de la comunidad en cuanto a cómo mejorar e innovar sus artesanías para una mejor aceptación por parte del turista que visita la zona.	Contratación de una consultoría para el diseño de un proyecto de fortalecimiento artesanal en la rama de tejido y bordado dirigido a las mujeres de la comunidad.
(D2+A5)	Desconfianza y poco apoyo por parte de ciertas familias de la comunidad para emprender proyectos productivos en la localidad.	Capacitar a la comunidad en cuanto al tema de creación de empresas y microempresas. Elaborar un proyecto sobre manejo y crianza de llamas y alpacas. Formar una asociación de llamingueros que promueva la actividad ovina en la comunidad.

(D3+A3)	Desinterés por parte de algunos agricultores de la comunidad al considerar a ésta actividad como poco rentable y productiva.	Incentivar a estudiantes para que realicen investigaciones sobre las diversidades de semillas nativas y cultivos. Impartir talleres teóricos - prácticos sobre las formas óptimas de cultivo.
(D4;5+A2)	Perdida del idioma Kichwa, símbolo de identidad así como también de su gastronomía típica cotidiana.	Realizar talleres con los niños y jóvenes de la comunidad para fortalecer y enseñar el idioma Kichwa. Impulsar ferias gastronómicas a nivel parroquial para dar a conocer sobre la gastronomía típica de la zona.
(D6+A4)	Indicie de contaminación ambiental medio debido al mal manejo de la basura en la comunidad.	Elaborar un proyecto de manejo de desechos sólidos a nivel comunitario.
(D7+A6)	Desinterés por parte de gobiernos seccionales en cuanto a la seguridad de la población y de los turistas que visitan la zona.	Gestionar la construcción de un UPC. Formar brigadas comunitarias de seguridad.
(D8+A1)	Desconocimiento de las nuevas políticas gubernamentales en cuanto al aumento en las tasas de cobro de los terrenos.	Gestionar ante el municipio de Riobamba, la socialización de las nuevas políticas en cuanto al tema de cobro de tasas de los terrenos se refiere para que la gente se encuentre informada sobre los cambios que se viven en el país.

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

f. Análisis de involucrados

Cuadro N° 142: Cuadro de involucrados o actores.

INSTITUCIÓN	ACTIVIDADES	INTERESES	POTENCIALIDADES	LIMITACIONES	IMPLICACIONES
CONSEJO PROVINCIAL DE CHIMBORAZO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promoción y difusión de las artesanías mediante participación en ferias ✓ Financiamiento de proyectos productivos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo cantonal 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos económicos ✓ Equipo técnico y capacitado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desinterés ✓ Falta de tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión permanente por parte de las autoridades parroquiales
MUNICIPIO DE RIOBAMBA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar e impulsar la parte cultural del cantón 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo cantonal 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos económicos ✓ Equipo técnico y capacitado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desinterés ✓ Falta de tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión permanente por parte de las autoridades parroquiales
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL R3	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Educación patrimonial 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear un alto nivel de valorización del patrimonio 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos ✓ Técnicos capacitados 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de tiempo ✓ Material insuficiente para las capacitaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión permanente por parte de las autoridades parroquiales ✓ Coordinación
JUNTA DE	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Permite la 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contar con 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inestabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión

DEFENSA DEL ARTESANO	<ul style="list-style-type: none"> formación asociaciones ✓ Proporciona la titulación a maestros artesanos de tejidos. 	gremios artesanales en la provincia	✓ Equipo técnico capacitado	<ul style="list-style-type: none"> en la ley artesanal. ✓ Desinterés por parte del presidente de la Junta. 	permanente por parte de la asociación de maestras tejedoras.
INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Permite patentar ya sea los conocimientos o marcas de la producción textil 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Protege y defiende los derechos de propiedad intelectual reconocidos por el instituto 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sistemas de información globales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Que no sea objeto de protección 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión permanente por parte de la asociación de maestros artesanos tejedores
MINISTERIO COORDINADOR DE PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayuda a la exportación, promoción y difusión de las artesanías ✓ Capacitaciones sobre emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Impulsa los emprendimientos en el país 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos ✓ Equipo técnico capacitado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de tiempo ✓ Falta de gestión 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión permanente por parte de la asociación de maestros artesanos tejedores
MINISTERIO DE TURISMO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayuda a la publicidad ✓ Ofrece capacitación ✓ Ayuda a la conformación de empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Impulsar el turismo en el cantón 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos ✓ Equipo técnico 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de recursos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión permanente por parte de las autoridades parroquiales
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayuda a 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Impulsa el 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recursos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desinterés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión

JUNTA PARROQUIAL DE CALPI	<p>gestionar a nombre parroquial las actividades propuestas</p> <p>✓ Ayuda a financiar proyectos productivos</p>	desarrollo de la parroquia	<p>✓ Vocales de trabajo</p> <p>✓ Técnicos capacitados</p>	✓ Falta de tiempo	permanente por parte de la asociación de maestros artesanos tejedores
FUNDACIÓN AWANA	✓ Financia Proyectos turísticos o productivos	✓ Impulsa el desarrollo de la las comunidades indígenas	<p>✓ Recursos</p> <p>✓ Apoyo y gestión a través del párroco de Calpi</p>	✓ Desinterés	✓ Gestión permanente por parte de las autoridades la asociación de maestros artesanos
BANCO NACIONAL DE FOMENTO	✓ Financia proyectos productivos a las asociaciones	✓ Facilita créditos a pequeños artesanos	<p>✓ Recursos</p> <p>✓ Técnicos capacitados</p>	<p>✓ Falta de presupuesto</p> <p>✓ Falta de gestión</p> <p>✓ El proyecto no sea rentable</p>	✓ Gestión permanente por parte de las autoridades la asociación de maestros artesanos
ESPOCH	<p>✓ Realización consultorías e investigaciones científicas</p> <p>✓ Planifica y dirige</p>	<p>✓ Impulsa el conocimiento cultural</p> <p>✓ Generación de plazas de trabajo en esta</p>	✓ Equipo técnico y capacitado	<p>✓ Recursos económicos limitados</p> <p>✓ Dificultades para la movilización</p>	<p>✓ Designar un presupuesto acorde a las a actividades a realizar</p> <p>✓ Facilitar el</p>

	capacitaciones y motivaciones	área			transporte
SECRETARIA NACIONAL DE PUEBLOS, MOVIMIENTOS SOCIALES, PARTICIPACION CIUDADANA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planifica y dirige capacitaciones sobre igualdad y no discriminación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Articula procesos sociales incluyentes para consolidar el poder ciudadano en su diversidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Equipo técnico y capacitado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de gestión 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión permanente por parte de las autoridades de la parroquia
MIPRO	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrece capacitaciones en gestión empresarial ✓ Ayuda a la creación de planes de negocio y financiamiento con la CFN 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Generación de capacidades productivas ✓ Calidad como eje de desarrollo productivo ✓ Sustitución estratégica de importaciones ✓ Fomento de la oferta exportable. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Equipo técnico y capacitado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de gestión 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión permanente por parte de las autoridades de la parroquia
MINISTERIO DE CULTURA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Salvaguarda la memoria social y el patrimonio cultural 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Equipo técnico y capacitado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de gestión 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión permanente por parte de las autoridades de la parroquia.

SECRETARIA TECNICA DE CAPACITACION Y FORMACION PROFECCIONAL	✓ Ofrece capacitaciones en gestión empresarial	✓ Fomenta la inclusión económica y social de los grupos de atención prioritaria fortaleciendo sus capacidades y conocimientos, como sustento del desarrollo social y económico. ✓	✓ Equipo técnico y capacitado	✓ Falta de gestión	✓ Gestión permanente por parte de las autoridades de la parroquia
MIES	✓ Gestiona apoyo económico a niños, jóvenes, adultos mayores, personas con discapacidad y personas que se encuentran en extrema pobreza.	✓ Establecer y ejecutar políticas, regulaciones, programas y servicios para la protección social	✓ Equipo técnico y capacitado	✓ Falta de gestión	✓ Gestión permanente por parte de las autoridades de la parroquia

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

B. ESTRUCTURACIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO TURÍSTICO PATRIMONIAL.

1. Localización del proyecto

a. Macro localización

El producto turístico patrimonial está localizado en el Ecuador, Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Parroquia de Calpi.

b. Micro localización

El proyecto de turismo se desarrollará en tres comunidades de la Parroquia de Calpi que son: Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y La Moya.

2. Diseño conceptual del producto

La “Ruta Real del Gigante de los Andes”; será una ruta turística cultural que permitirá al turista dar a conocer sobre el patrimonio cultural inmaterial existente en tres comunidades pertenecientes a la parroquia de Calpi a partir de visitas realizadas a éstas localidades y en donde el turista podrá convivir con la gente de la comunidad, conocer sus costumbres, tradiciones, formas de vida así como también se podrá enriquecer con sus conocimientos ancestrales y degustar de toda la gastronomía típica de la zona a más de realizar una diversidad de actividades como paseos en llama, participación en actividades agrícolas y tracking a la entrada secreta del Taita Chimborazo conocida también como “El templo Machay”.

3. Objetivo de la ruta

Fortalecer a la parroquia de Calpi y convertir a las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y La Moya en destinos turísticos comunitarios de calidad que oferten un producto turístico nuevo siendo su principal atractivo la riqueza cultural y patrimonial existente en la localidad.

4. Potencialidad turística de la ruta

Los atractivos turísticos culturales que se utilizaron para el diseño de la ruta son aquellos que obtuvieron en la valoración el mayor puntaje y que a más de eso son los más significativos y con los cuales la gente de la comunidad se siente más identificada tanto así que incluso los han considerados como parte de su identidad y éstos son:

- La leyenda sobre la entrada secreta al taita Chimborazo, perteneciente a la comunidad La Moya.
- Las diferentes prácticas comunitarias tradicionales de San Francisco de Cunuguachay.
- La leyenda del paso de Simón Bolívar por la comunidad de Palacio Real y los usos de la lana de llama para los tejidos.

5. Identificación de los elementos del sistema turístico del producto.

a. Identificación de los bienes patrimoniales

Las manifestaciones culturales con las que se va a trabajar dentro del producto turístico son aquellas que después del registro, obtuvieron un puntaje alto que les hizo catalogarse como bienes patrimoniales y pueden tranquilamente ser incluidas como atractivos culturales dentro de la actividad turística sin riesgos a que dicha manifestación pueda verse afectada o pasar por un proceso de aculturación y éstas son:

1) Comunidad La Moya

De 15 manifestaciones registradas se trabajará solo con 12 manifestaciones debido a que fueron catalogadas por la gente como bienes patrimoniales.

Cuadro N° 143: Listado de manifestaciones culturales existentes en la comunidad La Moya.

N°	Atractivo Cultural	Categoría	Ámbito	Subámbito	Pts.	Categorización
1	Fiesta en honor al patrono San Agustín	Manifestación Cultural	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	72	BP
2	Fiesta del carnaval	Manifestación Cultural	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	74	BP
3	Tejido de shigras, suéteres, bufandas y guantes	Manifestación Cultural	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	75	BP
4	Rito del matrimonio	Manifestación Cultural	Usos sociales, rituales y actos festivos	Ritos	80	BP
5	Rito de los velorios	Manifestación Cultural	Usos sociales, rituales y actos festivos	Ritos	80	BP
6	Uso de plantas medicinales	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Medicina tradicional	80	BP
7	Preparación de las tradicionales papas con cuy	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	80	BP
8	Preparación de platos típicos de la comunidad	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	80	BP
9	Historia sobre la construcción de la iglesia de la Moya	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones Orales	Memoria local vinculada a acontecimientos históricos reinterpretados por las comunidades.	83	BP
10	Primer hielero del Chimborazo	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Técnicas y saberes productivos tradicionales	85	BP
11	Cuento de la pastora y el cóndor	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones Orales	Expresiones orales	85	BP
12	Leyenda sobre	Manifestación	Tradiciones y	Leyendas	85	BP

	la entrada secreta al Taita Chimborazo.	Cultural	expresiones orales			
--	---	----------	--------------------	--	--	--

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

2) Comunidad San Francisco de Cunuguachay

De 12 manifestaciones registradas se trabajará solo con 11 manifestaciones debido a que fueron catalogadas por la gente como bienes patrimoniales.

Cuadro N° 144: Listado de manifestaciones culturales existentes en la comunidad San Francisco de Cunuguachay.

N°	Atractivo Cultural	Categoría	Ámbito	Subámbito	Pts.	Categorización
1	Sitio sagrado Tampu Wasi	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Espacios simbólicos	74	BP
2	Limpia ancestrales del yachak de la comunidad	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Medicina Tradicional	75	BP
3	Cuento del Walak Tunkuri	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones orales	Expresiones Orales	80	BP
4	Juego del conejo	Manifestación Cultural	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	80	BP
5	Juego de la gallina colgada	Manifestación Cultural	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	80	BP
6	Rito del funeral	Manifestación Cultural	Usos sociales, rituales y actos festivos	Ritos	80	BP
7	Preparación de mermelada artesanal a base de zanahoria y frutilla	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Técnicas y saberes productivos tradicionales	85	BP
8	Leyenda sobre el castigo de Dios	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas	85	BP

9	La ira de la Mama Tungurahua	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones orales	Leyendas	85	BP
10	Supersticiones y creencias	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones orales	Expresiones Orales	85	BP
11	Practicas comunitarias al momento de servirse los alimentos	Manifestación Cultural	Usos sociales, rituales y actos festivos	Practicas comunitarias tradicionales	90	BP

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

3) Comunidad Palacio Real

De 17 manifestaciones registradas se trabajará solo con 15 manifestaciones debido a que fueron catalogadas por la gente como bienes patrimoniales.

Cuadro N° 145: Listado de manifestaciones culturales existentes en la comunidad Palacio Real.

N°	Atractivo Cultural	Categoría	Ámbito	Subámbito	Pts.	Categorización
1	Cuento del niño y el chancho carnavalero	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones Orales	Expresiones orales	80	BP
2	Cuento del padre ambicioso	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones Orales	Expresiones orales	80	BP
3	Juego del Bara-Bara o Cuatro-Cuatro	Manifestación Cultural	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	80	BP
4	Juego de los gallos y cuyes enterrados	Manifestación Cultural	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	80	BP
5	Fiesta del carnaval	Manifestación Cultural	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	80	BP
6	Juego de las cometas	Manifestación Cultural	Artes del espectáculo	Juegos tradicionales	83	BP
7	Leyenda del prioste rico y el prioste pobre	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones Orales	Leyendas	85	BP
8	Mitología de los cerros	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones Orales	Mitos	85	BP

9	Supersticiones y creencias de la comunidad de Palacio Real	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones Orales	Expresiones Orales	85	BP
10	Lugar sagrado conocido como la piedra endiablada	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Espacios simbólicos	85	BP
11	Leyenda del paso de Simón Bolívar por la comunidad de Palacio Real.	Manifestación Cultural	Tradiciones y expresiones Orales	Leyendas	89	BP
12	Preparación del chawarmishki (dulce de cabuya)	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	90	BP
13	Preparación de arróz de quinua con carne de llama	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	90	BP
14	Preparación de la chicha	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía	91	BP
15	Hilado y tejido de artesanías en lana de llama y alpaca	Manifestación Cultural	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	93	BP

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

b. Identificación y selección de la planta turística

1) Hospedaje

En lo referente al hospedaje se utilizará los servicios que brinda la comunidad San Francisco de Cunuguachay cuyas instalaciones tiene una capacidad de instalada para 30 pax.

2) Alimentación

El servicio de alimentación será ofrecido por las tres comunidades de la localidad las cuales tienen una capacidad de:

- a) Comunidad Palacio Real:** Cuenta con un restaurante que ofrece desayunos, almuerzos y meriendas y tiene una capacidad para 50 pax.
- b) Comunidad San Francisco de Cunuguachay:** Cuenta con un comedor comunitario que ofrece desayunos, almuerzos y meriendas y tiene una capacidad para 30 pax.
- c) Comunidad La Moya:** No cuenta con la infraestructura necesarias, pero si poseen un terreno de 6m x 6m, en donde se construirá un restaurante para brindar el servicio de alimentación.

i. Área de construcción del restaurante en la comunidad la Moya

La comunidad La Moya cuenta con un terreno de 6m x 6m, en el cual se construirá un restaurante que estará distribuido para un comedor, cocina, baño y una chimenea.

ii. Tipología de construcción del restaurante

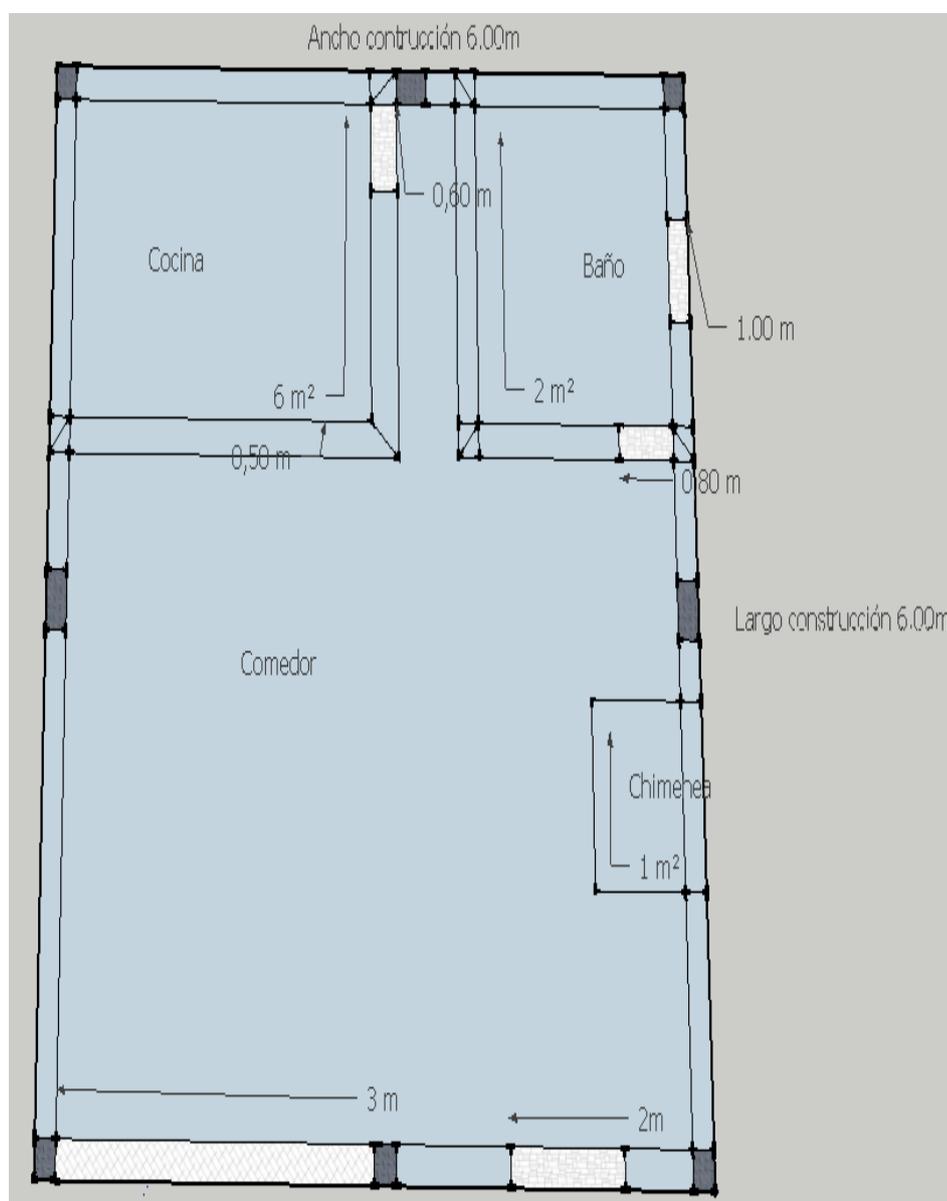
La construcción del restaurante será de una sola planta, tipo cabaña estilo rustico.

Los materiales que se utilizaran serán en su mayoría los existentes en la zona para no provocar impactos ambientales.

Las paredes serán de ladrillo revocado con columnas de madera, el techo será de paja con dos aguas, el piso del comedor será de madera, el piso del baño será cubierto con cerámica, el piso de la cocina será recubierto de baldosa para una óptima limpieza y finalmente las puertas del restaurante serán de madera.

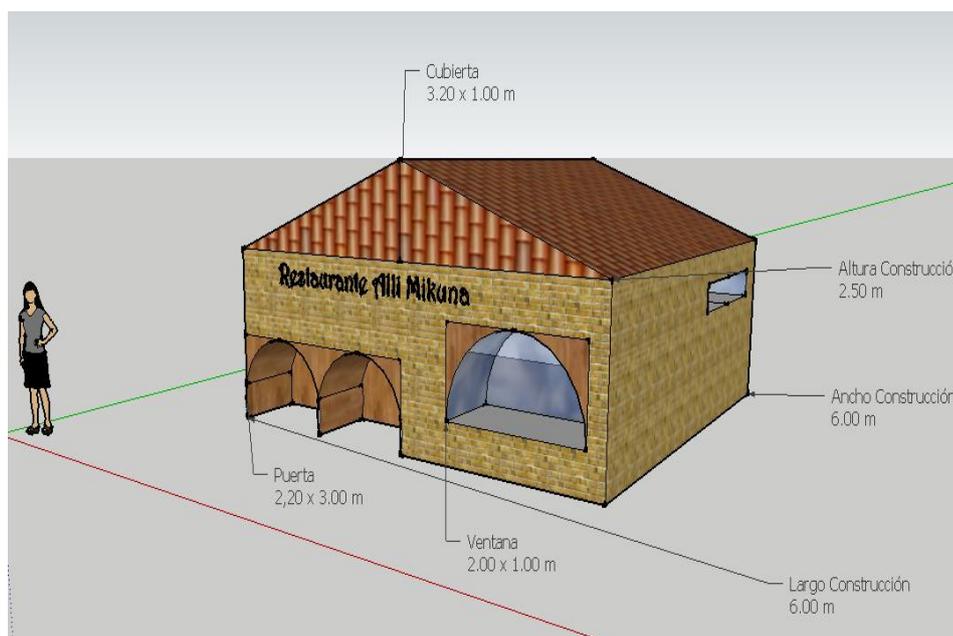
iii. Diseño del restaurante en la comunidad la Moya.

Gráfico N° 38: Vista de la planta de la construcción.



Fuente: Taller de campo
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

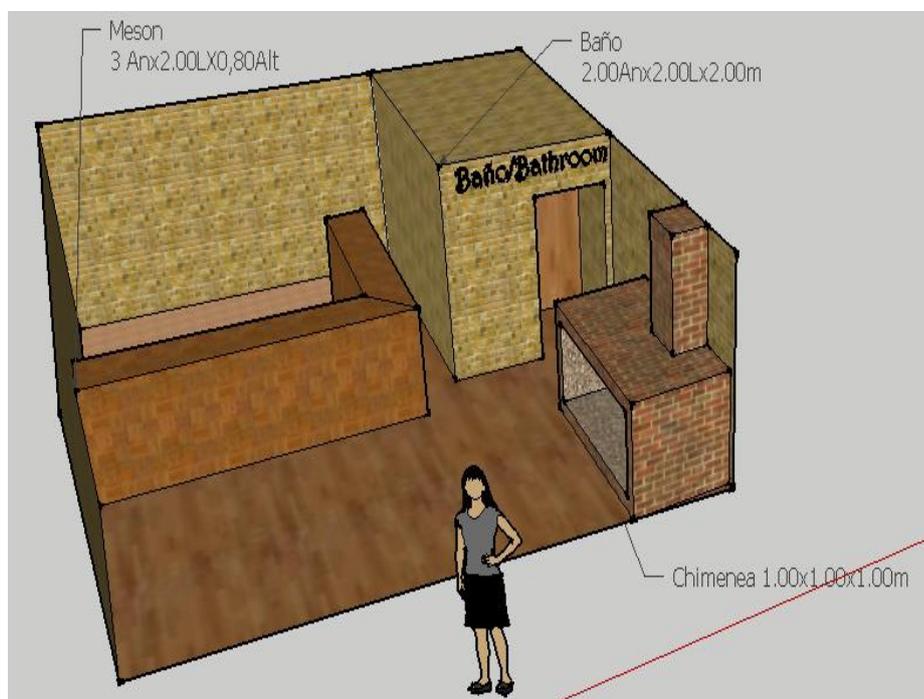
Gráfico N° 39: Vista panorámica de la fachada frontal del restaurante.



Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Gráfico N° 40: Vista panorámica del corte transversal del restaurante.



Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

iv. Presupuesto de construcción

Cuadro N° 146: Presupuesto de construcción del restaurante Alli Mikuna.

INSTITUCION:	ESCUOLA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO				
PROYECTO:	CONSTRUCCION DE UNA CABAÑA RESTAURANTE				
UBICACIÓN:	COMUNIDAD LA MOYA				
ELABORADO:	JHOANNA QUINCHUELA				
PRESUPUESTO					
ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	LIMPIEZA Y DESBROCE DE TERRENO	M2	36	0,26	9,36
2	EXCAVACION DE CIMIENTOS	M3	2,3	1,06	2,44
3	REPLANTEO DE OBRA	M2	36	0,59	21,24
4	HORMIGON EN PLINTOS	M3	2,3	73,49	169,03
5	PILAR DE MADERA 0,15X0,15X3	UNIDAD	8	32,38	259,04
6	VIGAS PRINCIPALES 0,15X0,15X3	UNIDAD	17	23,38	397,46
7	VIGAS DE CORONA 0,15X0,15X4	UNIDAD	6	29,38	176,28
8	TIRAS 0,02X0,02X2,5	UNIDAD	73	5,62	410,26
9	CUBIERTA	M2	49	15,19	744,31
10	CONTRAPISO	M3	7,2	13,8	99,36
11	PISO DE MADERA	M2	12	11,07	132,84
12	MUROS DE LADRILLO	M2	75,5	12,5	943,75
13	ENLUCIDO VERTICAL	M2	75,5	6,89	520,20
14	ENLUCIDO HORIZONTAL	M2	10	5,6	56,00
15	CERAMICA DE PISO	M2	10	17,03	170,30
16	PUERTA INTERIOR	UNIDAD	1	119,49	119,49
17	PUERTA EXTERIOR	UNIDAD	1	226,29	226,29
18	VENTANAS	M2	2,1	117,19	246,10
19	PUNTO DE LUZ	PTO	6	18,87	113,22
20	PUNTO TOMA CORRIENTE	PTO	4	15,81	63,24
21	CAJA BRAKERS	UNIDAD	1	100,82	100,82
22	PUNTO PVC 4"	PTO	1	32,42	32,42
23	PUNTO PVC 3"	PTO	3	16,3	48,9
24	CAJA DE REVISION	UNIDAD	3	71,4	214,2
25	INODORO	UNIDAD	1	149,17	149,17
26	LAVAMANOS + JUEGO DE BAÑO	UNIDAD	1	168,29	168,29
27	LAVANDIN + MEZCLADOR	UNIDAD	1	148,58	148,58
28	PUNTO DE AGUA FRIA	PTO	2	34,42	68,84
29	PINTURA EXTERIOR	M2	60	4,69	281,4
30	PINTURA INTERIOR	M2	70	4,34	303,8
				TOTAL	6396,62

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

v. Presupuesto de equipamiento

Cuadro N° 147: Presupuesto de equipamiento para el restaurante Alli Mikuna en la comunidad La Moya.

DETALLE	CANTIDAD	P/UNITARIO	P/TOTAL
EQUIPO DE COCINA			
REFRIGERADORA	1	\$ 600,00	\$ 600,00
COCINA INDUSTRIAL 4 QUEMADORES	1	\$ 200,00	\$ 200,00
MICROONDAS	1	\$ 150,00	\$ 150,00
LICUADORA SEMI INDUSTRIAL	1	\$ 150,00	\$ 150,00
BATIDORA	1	\$ 30,00	\$ 30,00
CAFETERA PQUEÑA SEMI INDUSTRIAL	1	\$ 80,00	\$ 80,00
HORNO A GAS	1	\$ 100,00	\$ 100,00
CILINDRO DE GAS	2	\$ 50,00	\$ 100,00
PIEDRA DE MOLER A PIEDRA	1	\$ 15,00	\$ 15,00
EXTINTOR DE INCENDIOS	1	\$ 50,00	\$ 50,00
UTENCILLOS DE COCINA			
OLLA DE ALUMINIO PEQUEÑA	2	\$ 15,00	\$ 30,00
OLLA DE ALUMINIO MEDIANA	2	\$ 30,00	\$ 60,00
OLLA DE ALUMINIO GRANDE	2	\$ 65,00	\$ 130,00
OLLA PEQUEÑA DE BARRO	2	\$ 2,00	\$ 4,00
OLLA MEDIANA DE BARRO	2	\$ 6,00	\$ 12,00
OLLA GRANDE DE BARRO	2	\$ 10,00	\$ 20,00
JUEGO DE SARTENES	1	\$ 42,00	\$ 42,00
JUEGO DE LAVACARAS	1	\$ 10,00	\$ 10,00
JUEGO DE COLADORES	1	\$ 2,00	\$ 2,00
JUEGO DE MOLDES PARA HORNO	1	\$ 18,00	\$ 18,00
PIREX PARA MICROONDAS	1	\$ 10,00	\$ 10,00
JUEGO DE CUCHILLOS DE COCINA	1	\$ 20,00	\$ 20,00
TABLA PICADORA DE PLASTICO	1	\$ 5,00	\$ 5,00
TABLA PICADORA DE MADERA	1	\$ 3,00	\$ 3,00
JUEGO DE CUCHARONES	1	\$ 10,00	\$ 10,00
CUCHARA MAMA DE MADERA	1	\$ 5,00	\$ 5,00
PINZA DE ENSALADA	1	\$ 2,00	\$ 2,00
JUEGO DE ESPATURLAS	1	\$ 5,00	\$ 5,00
RALLADOR	1	\$ 2,00	\$ 2,00
JUEGO DE RECIPIENTES DE CONDIMENTOS	1	\$ 20,00	\$ 20,00
PORTA LEGUMBRES DE PLASTICO	1	\$ 15,00	\$ 15,00
ABRE LATAS	1	\$ 1,50	\$ 1,50
DESTAPA CORCHOS	1	\$ 1,50	\$ 1,50

EXPRIMIDOR DE LIMONES ALUMINIO	1	\$ 3,00	\$ 3,00
LENCERIA DE COCINA			
MANTELES DE COCINA	5	\$ 1,00	\$ 5,00
MUEBLES DE COMEDOR			
JUEGO DE MESAS PARA RESTAURANTE	5	\$ 25,00	\$ 125,00
MESA MEDIANA PARA LA COCINA	1	\$ 25,00	\$ 25,00
EQUIPOS			
AMPLIFICADOR MEDIANO	1	\$ 256,00	\$ 256,00
GRABADORA MEDIANA	1	\$ 62,00	\$ 62,00
PARLANTES MEDIANOS	2	\$ 220,00	\$ 440,00
TELEFONO INALAMBRICO	1	\$ 150,00	\$ 150,00
VAJILLA ESPECIAL EN CERAMICA			
PLATO BASE	30	\$ 1,25	\$ 37,50
CONSUMERAS	30	\$ 1,25	\$ 37,50
PLATOS PLANOS	30	\$ 1,40	\$ 42,00
TAZAS Y PLATOS DE CAFÉ	30	\$ 1,25	\$ 37,50
AJICEROS	30	\$ 1,00	\$ 30,00
VAJILLA EN BARRO			
PLATO BASE	30	\$ 1,00	\$ 30,00
CONSUMERAS	30	\$ 1,00	\$ 30,00
PLATOS PLANOS	30	\$ 1,00	\$ 30,00
TAZAS Y PLATOS DE CAFÉ	30	\$ 1,50	\$ 45,00
VASOS DE JUGO GRANDE	30	\$ 0,84	\$ 25,20
JARROS PARA CAFÉ	30	\$ 1,20	\$ 36,00
JARROS PARA JUGO	5	\$ 6,00	\$ 30,00
JUEGO DE CUBIERTOS DE MESA	30	\$ 1,84	\$ 55,20
JUEGO DE ESPECIES	5	\$ 3,00	\$ 15,00
LENCERIA DE COMEDOR			
MANTELES DE MESA BORDADOS	5	\$ 25,00	\$ 125,00
SERVILLETAS PARA MESA BORDADOS	30	\$ 5,00	\$ 150,00
MANTELES DE MESA DE COCINA	1	\$ 20,00	\$ 20,00
ACCESORIOS NECESARIOS			
UNIFORMES DELANTAL Y GORRO	3	\$ 30,00	\$ 90,00
ADORNOS DE MESA	5	\$ 5,00	\$ 25,00
ESCOBA	2	\$ 3,00	\$ 6,00
LAMPA	2	\$ 1,00	\$ 2,00
TACHOS DE BASURA	2	\$ 5,00	\$ 10,00
CORTINA DE 1,50X1M BORDADA	1	\$ 25,00	\$ 25,00
SUB TOTAL			\$ 3.902,90
IMPREVISTOS 10 %			\$ 390,29
TOTAL			\$ 4.293,19

Fuente: Taller de campo

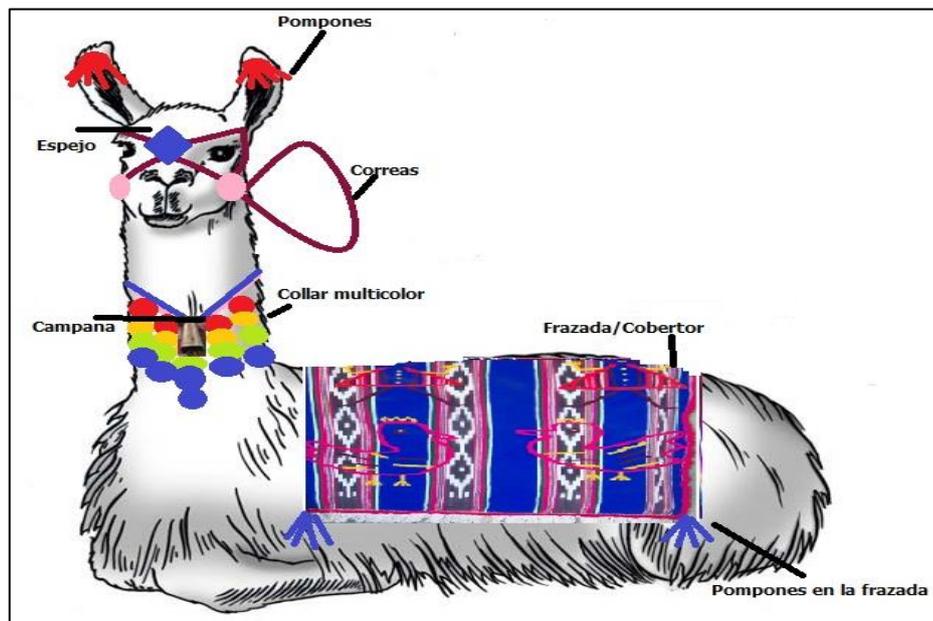
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

3) Transporte

Para el proyecto se utilizará dos tipos de movilización: la primera será mediante la contratación de camionetas doble cabina perteneciente a la cooperativa Calpi que realiza carreras a las diferentes comunidades de la parroquia y cuenta con un total de 10 camionetas debidamente equipadas.

El segundo medio de movilización será mediante la contratación de llamas pertenecientes a la comunidad Palacio Real, a las cuales se las engalanará con adornos y cobertores tejidos artesanalmente con la misma lana de llama.

Gráfico N° 41: Ornamentos de la llama.



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Toda la vestimenta constará de 6 partes fundamentales que son:

- **Pompones en las orejas:** Significa la relación existente entre el dueño y la llama, sus colores pueden variar siendo el más típico el color rojo.
- **Correas:** Son soportes que se colocan a la llama, sirven como sujetadores al momento del viaje.
- **Espejos:** Sirven como un adorno y para centralizar la energía de la llama.

- **Collar Multicolor:** Sirven también como adorno para llamar la atención en el camino y al entrar a un poblado y cada color tiene un significado; es así que el color rojo simboliza la sangre y el sacrificio; el color anaranjado representa las montañas y las plantas; el color verde representa los pastizales y finalmente el color azul simboliza el agua y el azul del cielo.
- **Campana:** El sonido de las campanas contribuyen de manera efectiva a la extracción de la energía y a mantener el equilibrio con la naturaleza.
- **Frazada o cobertor:** Este actúa como un manto que recubre el lomo del animal y lleva las figuras de la Chakana en color azul; símbolo de la identidad Puruhá.

Cuadro N° 148: Sondeo de materia prima para la confección de la vestimenta para 10 llamas.

CANTIDAD	DETALLE	P/UNITARIO	P/TOTAL
10 Unidades	Cobertores de colores	75	750
10 libras	Hilos de colores rojo, anaranjado, verde, azul, rojo y rosado	1,60	16,00
10 unidades	Campanas	2,00	20,00
10 unidades	Espejos	0,25	2,50
		Sub total	788,50
		10 % imprevistos	78,85
		Total	867,35

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

4) Guiánza

El servicio de guiánza será prestado por los guías nativos existentes en las tres comunidades, los cuales poseen conocimientos previos sobre su cultura y su territorio, siendo su principal objetivo el guiar al turista y salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial existente en la localidad.

Gráfico N° 42: Credencial de identificación del personal de guía.

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Cuadro N° 149: Costo de las credenciales.

Cantidad	Detalle	Precio /Unitario	Precio /Total
12	Impresión a full color láser, en tesling micado 8cm de ancho por 12 cm de largo.	1,40	16,80
		Total	16,80

Fuente: Trabajo de campo

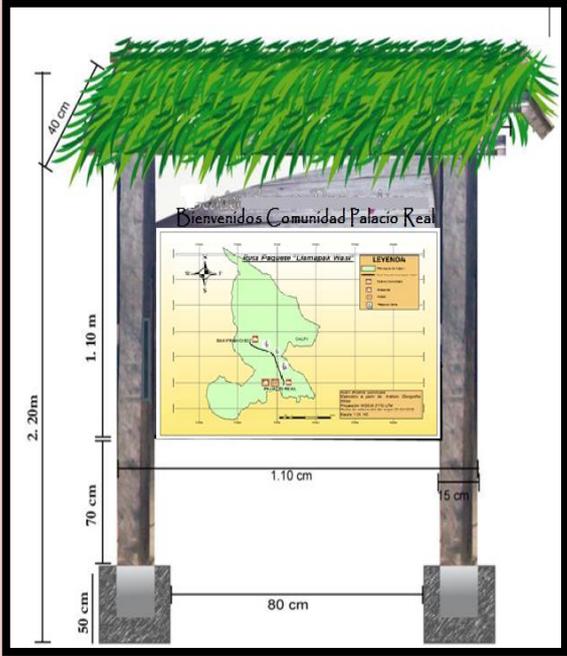
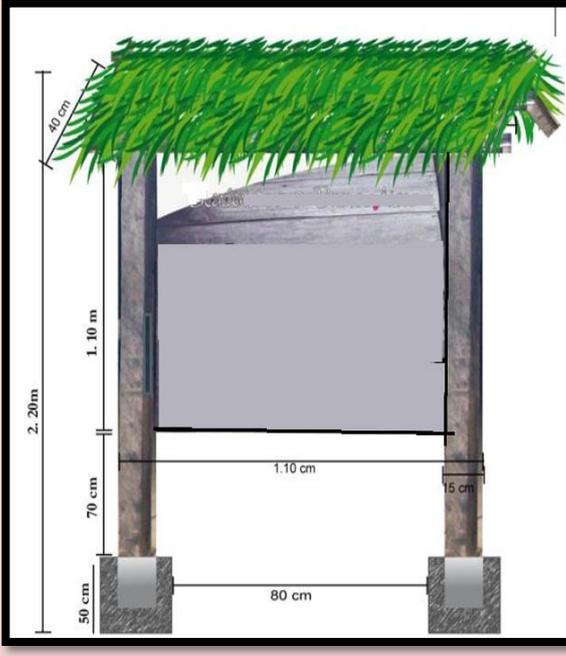
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

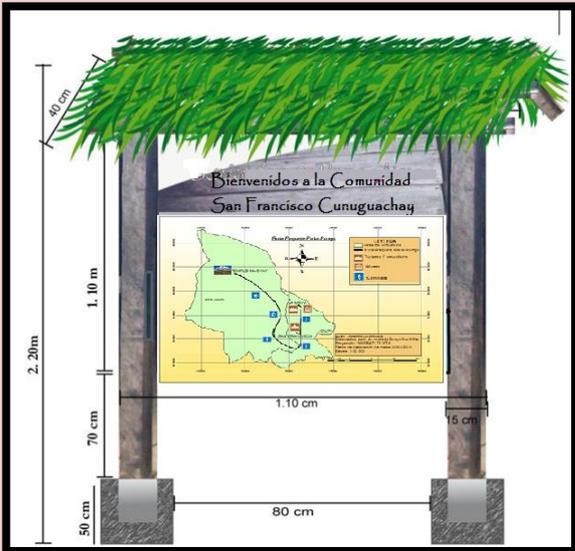
c. Identificación y selección de las facilidades turísticas

En cuanto a las facilidades turísticas se detectó que para que se pueda poner en marcha el producto turístico se necesita señalética que oriente la llegada a la comunidad La Moya; es decir se propone implementar 6 medidos interpretativos que parta desde la comunidad San Francisco de Cunuguachay hasta la comunidad La Moya y cuyo diseño se propone a continuación:

1) Paneles Informativos

Cuadro N° 150: Diseño de paneles informativos.

Ficha N.	01	Función:	Informar al visitante sobre su ubicación geográfica y la ubicación del recorrido del paquete
Nombre Medio Interpretación:	Señalética Informativa	Ubicación:	Entrada de la comunidad Palacio Real Entrada de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.
Modelo Exhibición		Cantidad:	2
Diseño		Plano	
			

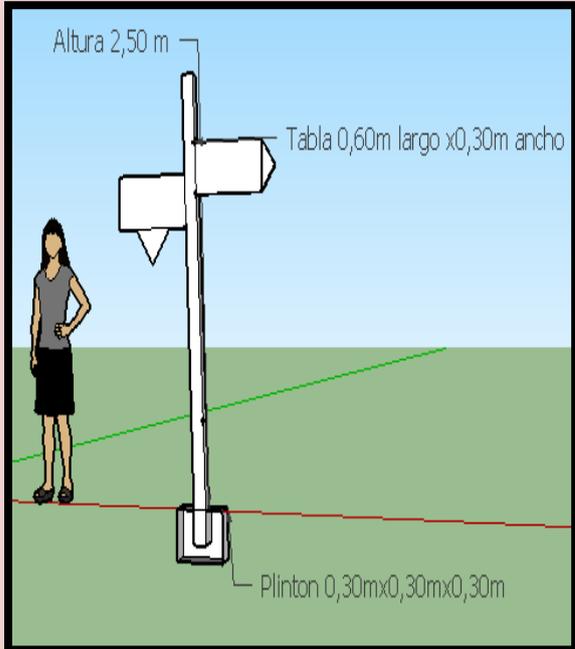
																															
<p>Materiales y Características Técnicas:</p>	<p>Plinto: De hormigón con dimensiones de 0,30m de ancho x 0,30 m de largo x 0,50 de alto.</p> <p>Columna: De madera con dimensiones de 0,15m de ancho x 0,15 m alto x 3 m de largo.</p> <p>Tablero: De madera de dimensión 1,10 m de largo x 1,10 de ancho.</p> <p>Mapa: Será impreso en lona gruesa, tipo gigantografía resistente a los rayos solares.</p> <p>Cubierta: Paja existente en la zona y base de madera utilizando tiras de madera de 0,02 X 0,02 X 2,5.</p>																														
<p>Leyenda:</p>	<p>La leyenda que contendrá será una frase de bienvenida a la comunidad de Palacio Real y San Francisco de Cunuguachay por ser los dos ejes desde donde se iniciaran tanto el paquete 1 como el paquete 2 y los dos mapas de ubicación y recorrido de cada paquete.</p>																														
<p>Mantenimiento:</p>	<p>Se requiere de una revisión semanal del estado del letrero.</p>																														
<p>Costos:</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cantidad</th> <th>Detalle</th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2</td> <td>Plinto de hormigón</td> <td>40,00</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Viga de madera</td> <td>40,00</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Tiras de madera</td> <td>1,25</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>Tablas de madera tratada</td> <td>20,00</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Pirograbado</td> <td>30,00</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Gigantografías</td> <td>12,00</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Subtotal</td> <td>143,25</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Mano de obra 25%</td> <td>35,81</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Total</td> <td>179,06</td> </tr> </tbody> </table>	Cantidad	Detalle	Costo	2	Plinto de hormigón	40,00	4	Viga de madera	40,00	5	Tiras de madera	1,25	10	Tablas de madera tratada	20,00	2	Pirograbado	30,00	2	Gigantografías	12,00		Subtotal	143,25		Mano de obra 25%	35,81		Total	179,06
Cantidad	Detalle	Costo																													
2	Plinto de hormigón	40,00																													
4	Viga de madera	40,00																													
5	Tiras de madera	1,25																													
10	Tablas de madera tratada	20,00																													
2	Pirograbado	30,00																													
2	Gigantografías	12,00																													
	Subtotal	143,25																													
	Mano de obra 25%	35,81																													
	Total	179,06																													
<p>Observación:</p>	<p>Se utilizará materiales acorde al medio para evitar impactos ambientales</p>																														

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

2) Letrero orientativo

Cuadro N° 151: Diseño del letrero orientativo.

Ficha N.	02	Función:	Guiar al turista sobre el camino a la comunidad La Moya.
Nombre Medio Interpretación:	Señalética Orientativa	Ubicación:	A 6 km de la comunidad San Fco. Cunuguachay.
Modelo Exhibición		Cantidad:	1
Diseño		Plano	
			
Materiales y Características Técnicas:	<p>Plinto: De hormigón con dimensiones de 0,30m de ancho x 0,30 m de largo x 0,30 de alto.</p> <p>Columna: De madera con dimensiones de 0,08m de ancho x 0,08 m alto x 3 m de largo.</p> <p>Tabla del letrero: De madera de dimensión 0,60 m de largo x 0,30 de ancho.</p>		
Leyenda:	<p>La leyenda contendrá el nombre de las dos comunidades a las que el sendero lleva. (Comunidad San Francisco de Cunuguachay) y (Comunidad La Moya).</p> <p>La letra que se empleara será en estilo Garamond color blanco de 230 pts.</p>		
Mantenimiento:	Se requiere de una revisión semanal del estado del letrero.		

Costos:	Cantidad	Detalle	Costo
	1	Plinto de hormigón	20,00
	1	Viga de madera	10,00
	1	Tabla de madera tratada	2,00
	2	Pirograbado	30,00
	1	Laca y barniz	5,00
		Subtotal	67,00
		Mano de obra	16,75
	Total	83,75	

Observación: Se utilizara materiales acorde al medio para evitar impactos ambientales.

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

3) Letrero interpretativo

Cuadro N° 152: Diseño del letrero interpretativo.

Ficha N.	03	Función:	Dar a conocer sobre la actividad de los hieleros.
Nombre Medio Interpretación:	Señalética Interpretativa	Ubicación:	A 29 klm de la comunidad San Fco. Cunuguachay.
Modelo Exhibición		Cantidad:	1
Diseño		Plano	
Materiales y Características	Plinto: De hormigón con dimensiones de 0,30m de ancho x 0,30 m de largo x 0,50 de alto.		

Técnicas:	Columna: De madera con dimensiones de 0,15m de ancho x 0,15 m alto x 3 m de largo. Tablero: De madera de dimensión 1,10 m de largo x 1,10 de ancho. Cubierta: Paja existente en la zona y base de madera utilizando tiras de madera de 0,02 X 0,02 X 2,5.		
Leyenda:	La leyenda que contendrá será: Sabías que: En tiempos de la colonia los hieleros del Chimborazo bajaban con aproximadamente unas 150 mulas cargadas de hielo y lo vendían a poblaciones de la costa o a las poblaciones vecinas de Guaranda en donde intercambiaban el hielo por trago de contrabando. Además: La familia que comenzó con la actividad de extracción de hielo fue la Familia Miñarcaja oriundos de la comunidad La Moya.		
Mantenimiento:	Se requiere de una revisión semanal del estado del letrero.		
Costos:	Cantidad	Detalle	Costo
	2	Plinto de hormigón	40,00
	2	Viga de madera	20,00
	5	Tiras de madera	1,25
	5	Tablas de madera tratada	10,00
	1	Pirograbado	30,00
	1	Impresión de una foto	5,00
		Subtotal	106,25
		Mano de obra 25%	26,56
		Total	132,81
Observación:	Se utilizará materiales acorde al medio para evitar impactos ambientales		

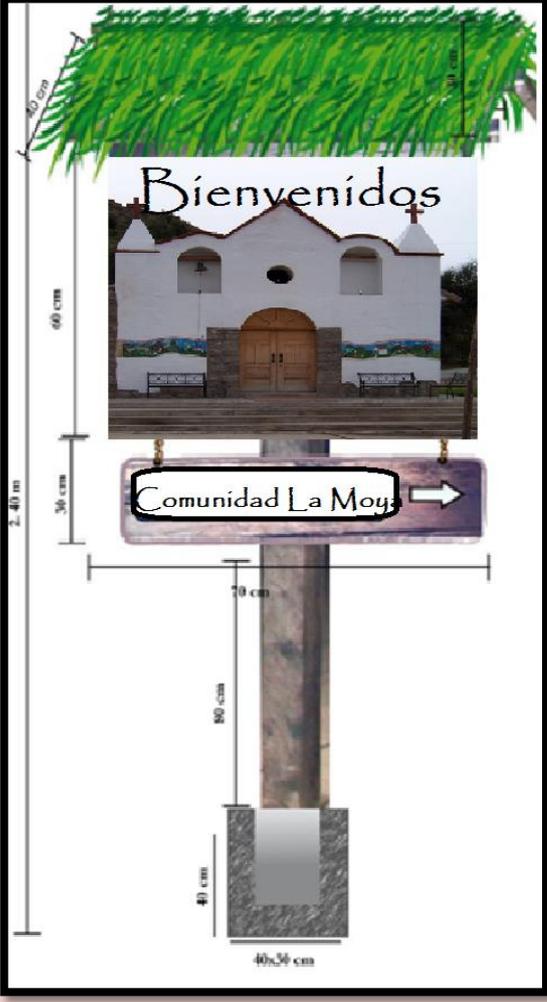
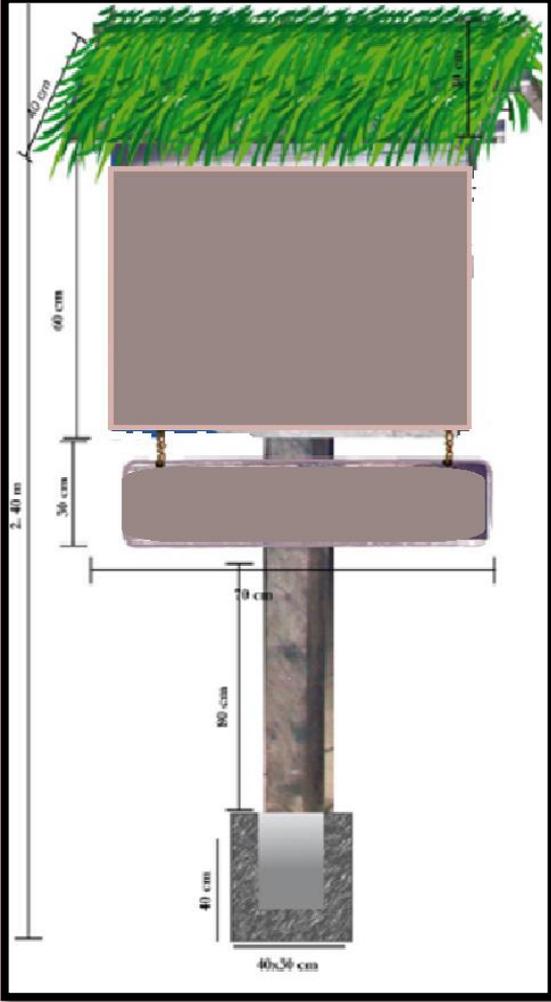
Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

4) Letrero direccional

Cuadro N° 153: Diseño del letrero direccional.

Ficha N.	04	Función:	Orientar al visitante sobre la ubicación de la comunidad
Nombre Medio Interpretación:	Señalética Direccional	Ubicación:	A 6 km de la comunidad La Moya.
Modelo Exhibición		Cantidad:	1

Diseño	Plano															
																
<p>Materiales y Características Técnicas:</p>	<p>Plinto: De hormigón con dimensiones de 0,30m de ancho x 0,30 m de largo x 0,40 de alto.</p> <p>Columna: De madera con dimensiones de 0,15m de ancho x 0,15 m alto x 3 m de largo.</p> <p>Tablero: De madera de dimensión 0,90 m de largo x ,70 de ancho.</p> <p>Cubierta: Paja existente en la zona y base de madera utilizando tiras de madera de 0,02 X 0,02 X 2,5.</p>															
<p>Leyenda:</p>	<p>La leyenda que contendrá será:</p> <p>Una gigantografía con la foto de uno de los atractivos principales de la comunidad como es su iglesia, la cual llevará un rotulo que diga bienvenidos, además en la parte inferior llevará un rotulo que diga Comunidad La Moya.</p>															
<p>Mantenimiento:</p>	<p>Se requiere de una revisión semanal del estado del letrero.</p>															
<p>Costos:</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cantidad</th> <th>Detalle</th> <th>Costo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Plinto de hormigón</td> <td>20,00</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>Viga de madera</td> <td>10,00</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Tiras de madera</td> <td>1,25</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Tablas de madera tratada</td> <td>8,00</td> </tr> </tbody> </table>	Cantidad	Detalle	Costo	1	Plinto de hormigón	20,00	1	Viga de madera	10,00	5	Tiras de madera	1,25	4	Tablas de madera tratada	8,00
Cantidad	Detalle	Costo														
1	Plinto de hormigón	20,00														
1	Viga de madera	10,00														
5	Tiras de madera	1,25														
4	Tablas de madera tratada	8,00														

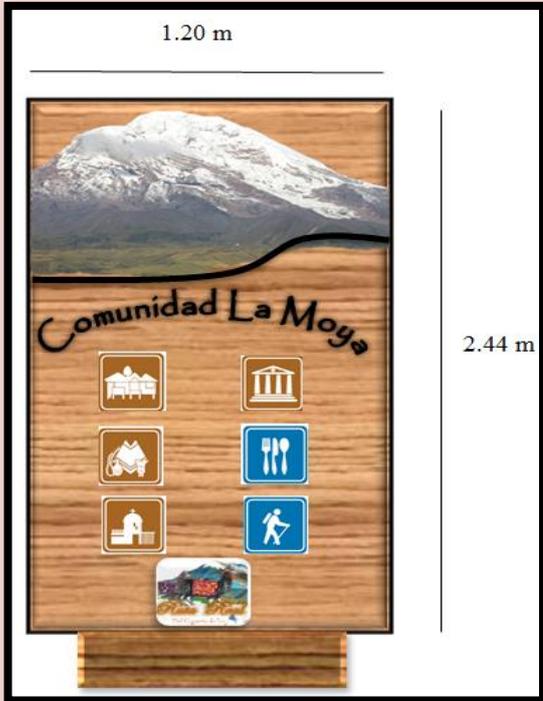
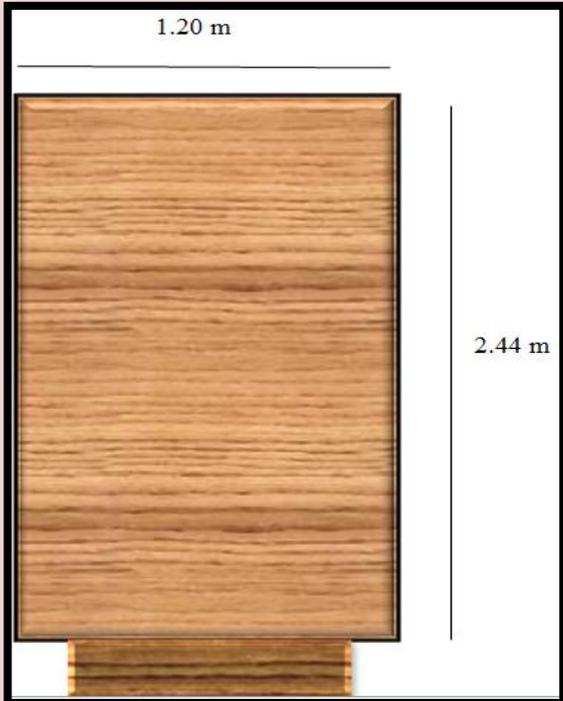
	1	Pirograbado	15,00
	1	Impresión de una foto	5,00
		Subtotal	59,25
		Mano de obra 25%	14,81
		Total	74,06
Observación:	Se utilizará materiales acorde al medio para evitar impactos ambientales .		

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

5) Diseño de Tótem

Cuadro N° 154: Diseño del tótem.

Ficha N.	05	Función:	Informar al visitante sobre los atractivos y servicios existentes en la comunidad
Nombre Medio Interpretación:	Señalética Informativa	Ubicación:	A lado de la iglesia de la comunidad que queda al ingreso de la misma.
Modelo Exhibición		Cantidad:	1
Diseño		Plano	
			
Materiales y Características Técnicas:	Plinto: Tronco de madera acostado de dimensiones 0,15 m de ancho x 0,80 m de largo		

	Tablero: Tablas de madera tratada de dimensiones 1,20 m de ancho x 0,20 m de ancho.		
Leyenda:	La leyenda que contendrá será: Pictogramas que identifican los servicios y actividades que se puede realizar y acceder dentro de la comunidad.		
Mantenimiento:	Se requiere de una revisión semanal del estado del letrero.		
Costos:	Cantidad	Detalle	Costo
	1	Plinto de madera	10,00
	10	Tablas de madera tratada	20,00
	1	Pintado	30,00
	1	Laca	5,00
		Subtotal	65,00
		Mano de obra 25%	16,25
		Total	81,25
Observación:	Se utilizará materiales acorde al medio para evitar impactos ambientales .		

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

6. Paquetes turísticos

Para la operación de la ruta se elaboraron paquetes turísticos que se estructuraron con la información obtenida de la demanda, la potencialidad turística patrimonial existente en las tres comunidades y la disponibilidad de servicios de la zona.

Es así que se han elaborado dos paquetes turísticos denominados:

- Paquete N°1: "Llamapak Wasi" o El hogar de la Llama.
- Paquete N°2: "Paka Pungu" o La entrada secreta al corazón del taita Chimborazo.

Los dos paquetes llevan su nombre en Kichwa por ser el idioma propio de las tres comunidades y por mantener viva dentro de la localidad esta lengua milenaria.

a. Paquete N°1

1) Estructuración técnica

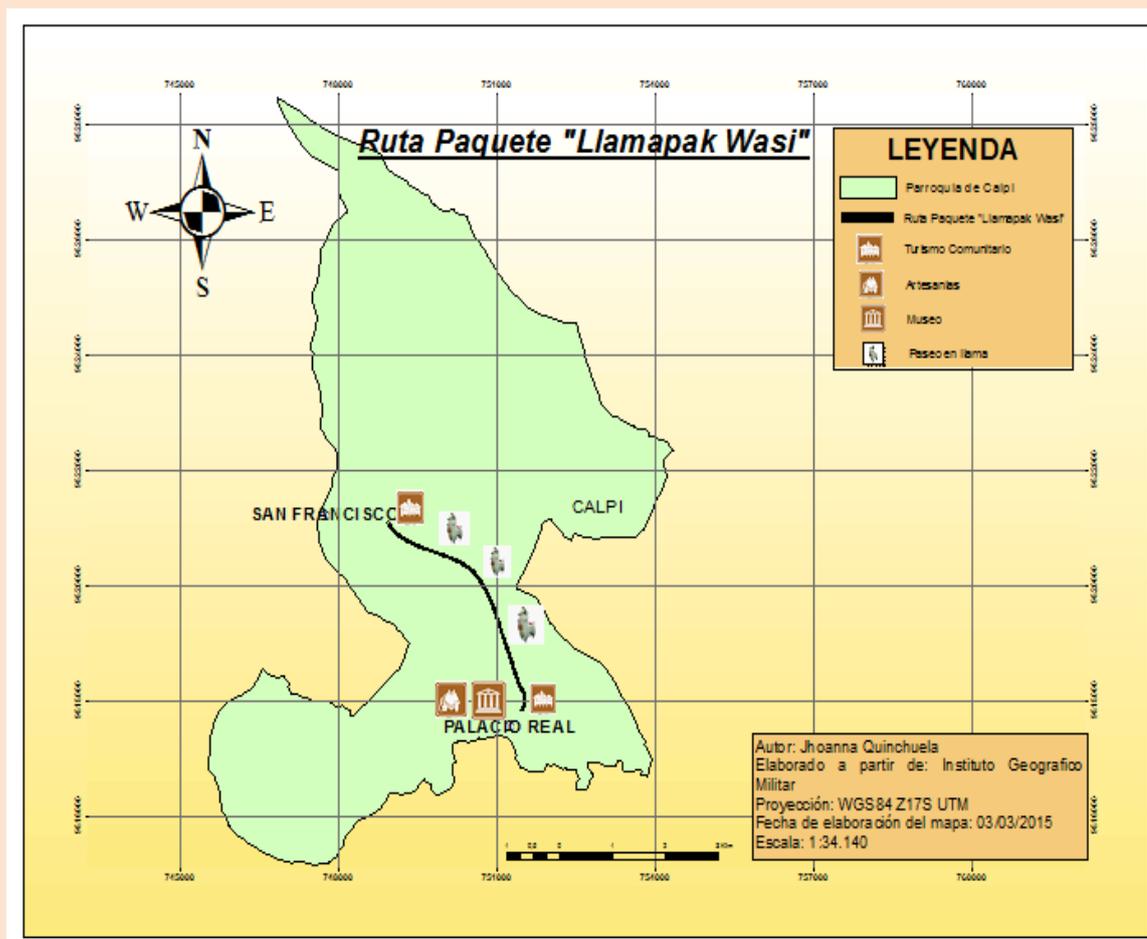
Cuadro N° 155: Paquete N°1 “Llamapak Wasi” o El hogar de la llama.

PAQUETE N° 1			
Denominación:	“Llamapak Wasi” El hogar de la llama		
Código:	CTCPR001	Altitud:	3202 msnm
Carácter:	Turismo Cultural	Localidad Receptora:	Comunidad Palacio Real
Duración:	2 días y 1 noche	Recorrido:	Comunidad Palacio Real- Comunidad San Francisco de Cunuguachay.
Tiempo:	23 horas y media	Idioma guía:	Español
Temporada:	Todo el año	Dificultad:	Fácil
ITINERARIO			
DÍA	HORA	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	
DÍA 1	08H00	Concentración en la iglesia central de Calpi donde el guía dará una charla introductoria, se explicará sobre el itinerario y posteriormente se trasladará hacia la comunidad Palacio Real.	
	08H30	Arribo al CTC Sumak Kawsay y degustación de un desayuno típico preparado por las mujeres de la comunidad.	
	09H00	Visita al museo de la “Llama”, en donde se realizará una interpretación acerca de las historias y beneficios de éste camélido.	
	09H30	Visita al taller artesanal en donde se dará una interpretación del proceso de tejido con la fibra natural de la llama.	
	10H00	Recorrido por el sendero de la Llama en donde en compañía de éste camélido se conocerá los alrededores de la comunidad y se relatará mágicas historias sobre el mismo.	
	13h00	Degustación de un almuerzo típico a base de carne de llama y “Trigo Inka” (Arroz de quinua).	
	13H45	Toma de fotografías y caminata hacia la legendaria hacienda donde se hospedó el libertador Simón Bolívar antes de ascender al Chimborazo.	
	14H45	Visita al sector de la piedra endiablada considerado como un lugar sagrado para la gente de la comunidad.	
	15H30	Retorno al CTC Sumak Kawsay y concentración en los alrededores del centro en donde se relataran algunas leyendas mitológicas y se convivirá un momento de armonía y paz interior con la Pacha Mama.	
	17H00	Entrega de un souvenir, llenado de encuestas de satisfacción, despedida comunitaria y alistamiento de una llama que le guiará hacia la comunidad San Francisco de Cunuguachay en donde se hospedará plácidamente.	
	18H00	Arribo al CTC Quilla Pacari, registro y asignación de habitaciones.	
	19H30	Cena tradicional de bienvenida.	
20H00	Noche de tertulia donde se narrará algunos cuentos y leyendas ancestrales de la comunidad.		
	06H00	Participación en el proceso de ordeño de la leche de vaca y otras actividades cotidianas de la gente de la comunidad.	

DÍA 2	07H00	Desayuno típico a base de los alimentos que se obtuvieron por la mañana.
	08H00	Convivencia con una familia de la comunidad en donde se enseñará algunas prácticas agrícolas ancestrales y algunas técnicas para el cuidado de especies menores.
	12H00	Participación en una Pampa Mesa o almuerzo comunitario, donde se pondrá en práctica algunas tradiciones al momento de servirse los alimentos.
	13H00	Visita al sector “Tampu Wasi” sendero que conduce a un sitio sagrado para la gente; de donde nace el agua que abastece a toda la comunidad.
	14H30	Retorno al CTC e intervención en el proceso de preparación de mermeladas caseras con la ayuda de las mujeres de la comunidad.
	17H00	Entrega de un souvenir, llenado de encuesta de satisfacción, despedida comunitaria y transfer a la parroquia de Calpi.
	17H30	Arribo a la parroquia de Calpi y fin del servicio.
El paquete Incluye:		<ul style="list-style-type: none"> • Transporte en camioneta 4x4 desde la parroquia de Calpi hasta las comunidades. • Guiánza: 1 guía nativo x 5 pax. • Alimentación: (2) desayunos, (2) almuerzos y (1) cena. • Hospedaje por (1) noche. • Alquiler de Llamas. • Souvenir (2). • Visita a los senderos. • Entradas a proyectos comunitarios.
El paquete no incluye:		<ul style="list-style-type: none"> • Comidas ni bebidas extras. • Gastos personales o en productos. • Compra de artesanías. • Propinas. • Lo no especificado en el programa.
Requerimientos de la visita:		<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales para el registro. • Ropa abrigada: guantes, bufanda, gorra y ropa impermeable. • Cámara fotográfica. • Zapatos cómodos. • Accesorios personales.
Prohibiciones de la visita:		<ul style="list-style-type: none"> • No ingerir licor ni drogas. • No portar armas de fuego o armas blancas. • No fumar.
Normas de comportamiento:		<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura. • Guardar silencio y no recolectar especies de flora y fauna. • Mantener respeto hacia la identidad cultural de la localidad.

	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar las Instalaciones, áreas protegidas y espacios verdes de los centros.
Precios:	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 pax: 100 \$ • 3-5 pax: 74 \$ • 6-10 pax: 72 \$

MAPA TEMÁTICO DEL RECORRIDO



Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

2) Costos del paquete

Cuadro N° 156: Costo del Paquete N°1 “Llamapak Wasi” o El hogar de la llama.

PAQUETE “LLAMAPAK WASI”		2 DIAS Y 1 NOCHE	
PAX	2	5	10
COSTOS GENERALES			
Guiánza	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 100,00
Trasporte camioneta	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 12,00
Prácticas Agrícolas Familiares	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Total Costos Generales	\$ 61,00	\$ 66,00	\$ 122,00
COSTOS INDIVIDUALES			
Desayuno (2)	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Almuerzo (2)	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
Cena (1)	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Hospedaje (1)	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Alquiler de Llama	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Suvenir (2)	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
Total Costos Individuales	\$ 36,50	\$ 36,50	\$ 36,50
CALCULO DE COSTO POR PERSONA			
Costos Generales x Pax	\$ 30,50	\$ 13,20	\$ 12,20
Costos individuales	\$ 36,50	\$ 36,50	\$ 36,50
Total de Costos x Pax	\$ 67,00	\$ 49,70	\$ 48,70
GASTOS			
Gastos Administrativos 10%	\$ 6,70	\$ 4,97	\$ 4,87
Gastos de depreciación y venta 5%	\$ 3,35	\$ 2,49	\$ 2,44
Total Precio al Costo	\$ 77,05	\$ 57,16	\$ 56,01
Margen del Rango de utilidad 15%	\$ 13,60	\$ 10,09	\$ 9,88
Precio Neto	\$ 90,65	\$ 67,24	\$ 65,89
Precio venta Gross (10%)	\$ 9,06	\$ 6,72	\$ 6,59
P.V.P.	\$ 100	\$ 74	\$ 72

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

b. Paquete N°2

1) Estructuración técnica

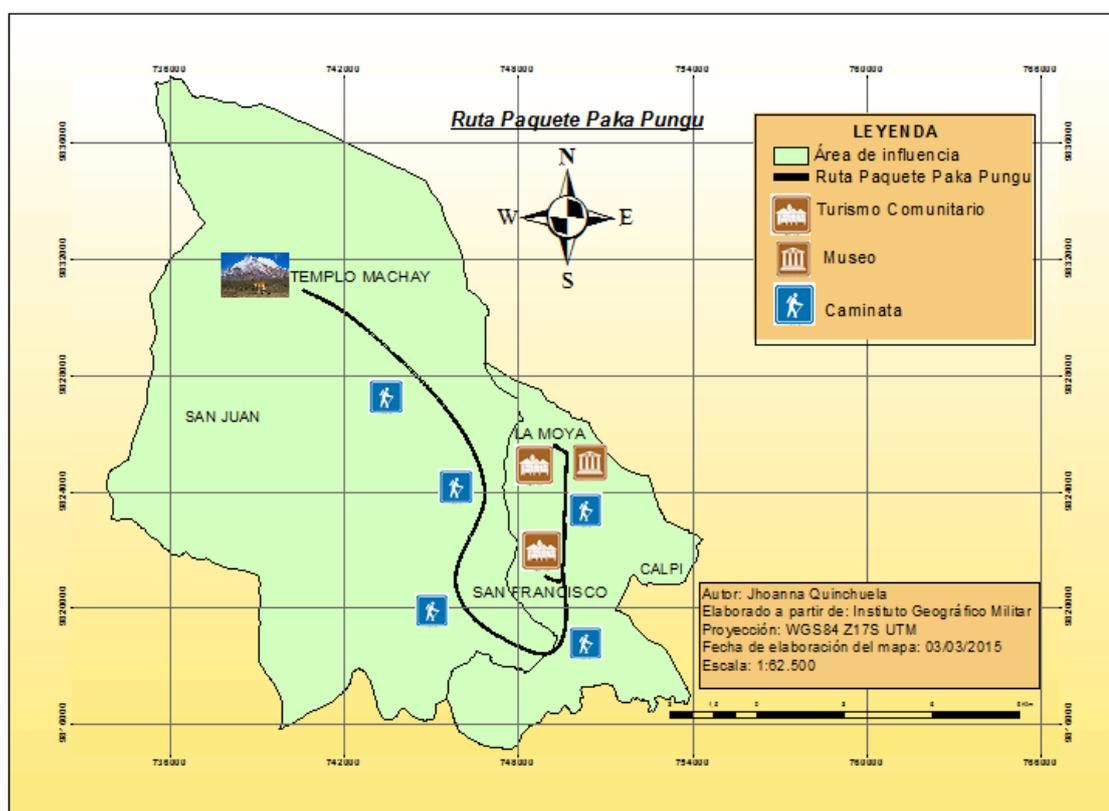
Cuadro N° 157: Paquete N°2 “Paka Pungu” La entrada secreta al corazón del taita Chimborazo.

PAQUETE N° 2			
Denominación:	“Paka Pungu” La entrada secreta al corazón del taita Chimborazo		
Código:	CTCMY002	Altitud:	3245
Carácter:	Turismo Cultural	Localidad Receptora:	Comunidad San Francisco de Cunuguachay
Duración:	2 días y 1 noche	Recorrido:	Comunidad San Francisco de Cunuguachay- Comunidad La Moya
Tiempo:	24 horas	Idioma guíaanza:	Español
Temporada:	Todo el año	Dificultad:	Moderada
ITINERARIO			
DÍA	HORA	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	
DÍA 1	08H00	Concentración en la iglesia central de Calpi donde el guía dará una charla introductoria, se explicará sobre el itinerario y posteriormente se trasladará hacia la comunidad San Francisco de Cunuguachay.	
	08H30	Arribo al CTC Quilla Pacari y degustación de un desayuno de bienvenida.	
	09H00	Caminata hacia el sector de las cuevas de los conejos, sendero desde donde se puede apreciar las madrigueras de los mismos.	
	10H30	Participación en una minga familiar, actividad en donde se podrá ayudar a las familias en diferentes actividades dentro del hogar.	
	13H00	Pampa Mesa o almuerzo comunitario	
	14H00	Salida y participación en la actividad de pastoreo de los animales.	
	16H00	Cukayo (Box Lunch)	
	18H00	Arribo al CTC y visita al shaman de la comunidad en donde se podrá realizar una limpia ancestral.	
	19H30	Cena tradicional	
	20H00	Noche lúdica; donde a través de juegos tradicionales se podrá recrear toda la noche.	
	06H00	Entrega de un souvenir y una bebida energética tradicional, llenado de encuestas de satisfacción, despedida comunitaria e inicio de la caminata hacia la comunidad La Moya.	
	07H30	Arribo a la comunidad La Moya y degustación de un desayuno típico de bienvenida.	
	08H00	Visita a la iglesia de La Moya en donde se podrá conocer al patrono de la	

DÍA 2		comunidad a quien se le atribuye muchos dones y favores.
	08H15	Visita al museo de la comunidad en donde se podrá conocer acerca de ciertas montañas y nevados aledaños a la zona.
	08H30	Reproducción del video didáctico titulado “Pasajes de la Cultura Ecuatoriana-Hieleros del Chimborazo”
	09H00	Transfer a la comunidad Chorrera Alto e inicio del tracking con dirección al Templo Machay conocida también como la entrada secreta al Taita Chimborazo.
	12H00	Llegada al Templo Machay y degustación de un típico Cucayo o (Almuerzo)
	12H30	Inicio del trayecto de regreso al CTC La Moya.
	15H30	Arribo a la comunidad La Moya y degustación de un box lunch
	16H00	Participación en la confección de un recuerdo artesanal elaborado a base de la fibra natural de la llama con la ayuda de las mujeres de la comunidad.
	17H30	Entrega del recuerdo previamente elaborado, llenado de encuestas de satisfacción, despedida comunitaria y transfer a la parroquia de Calpi
	18H00	Arribo a la parroquia y fin del servicio
El paquete Incluye:		<ul style="list-style-type: none"> • Transporte en camioneta 4x4 desde la parroquia de Calpi hasta las comunidades. • Transporte al Templo Machay • Guiánza: 1 guía nativo x 5 pax • Alimentación: (2) desayunos, (2) almuerzos y (1) cena. • Box Lunch (2). • Bebida energética. • Hospedaje por (1) noche • Limpia con el Shaman de la comunidad. • Suvenir (2) • Visita a los senderos • Entradas a proyectos comunitarios. • Entrada al museo y Templo Machay.
El paquete no incluye:		<ul style="list-style-type: none"> • Comidas ni bebidas extras. • Gastos personales o en productos. • Compra de artesanías. • Propinas. • Lo no especificado en el programa.
Requerimientos de la visita:		<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales para el registro. • Ropa sumamente abrigada y ropa impermeable. • Cámara fotográfica. • Zapatos cómodos. • Accesorios personales. • Recipiente para llenar bebida energética.
Prohibiciones de la visita:		<ul style="list-style-type: none"> • No ingerir licor ni drogas

	<ul style="list-style-type: none"> • No portar armas de fuego o armas blancas. • No fumar
Normas de comportamiento:	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • Guardar silencio y no recolectar especies de flora y fauna • Mantener respeto hacia la identidad cultural de la localidad. • Cuidar las Instalaciones, áreas protegidas y espacios verdes de los centros.
Precios:	<ul style="list-style-type: none"> • 1-2 pax: 144 \$ • 3-5 pax: 98 \$ • 6-10 pax: 96 \$

MAPA TEMÁTICO DEL RECORRIDO



Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

2) Costos del paquete

Cuadro N° 158: Costos del Paquete N°2 “Paka Pungu” La entrada secreta al corazón del taita Chimborazo.

PAX	2	5	10
COSTOS GENERALES			
Guiánza	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 100,00
Trasporte camioneta	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 16,00
Transfer al Templo Machay	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 100,00
Practicas Agrícolas Familiares	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Total Costos Generales	\$ 113,00	\$ 118,00	\$ 226,00
COSTOS INDIVIDUALES			
Desayuno (2)	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Almuerzo (2)	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Cena (1)	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Hospedaje (1)	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Box Lunch (2)	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Bebida energética	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Limpia Shaman	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Entrada Museo	1.50	\$ 1,50	\$ 1,50
Entrada Templo Machay	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Souvenir (2)	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
Total Costos Individuales	\$ 40,50	\$ 42,00	\$ 42,00
CALCULO DE COSTO POR PERSONA			
Costos Generales x Pax	\$ 56,50	\$ 23,60	\$ 22,60
Costos individuales	\$ 40,50	\$ 42,00	\$ 42,00
Total de Costos x Pax	\$ 97,00	\$ 65,60	\$ 64,60
GASTOS			
Gastos Administrativos 10%	\$ 9,70	\$ 6,56	\$ 6,46
Gastos de depreciación y venta 5%	\$ 4,85	\$ 3,28	\$ 3,23
Total Precio al Costo	\$ 111,55	\$ 75,44	\$ 74,29
Margen del Rango de utilidad 15%	\$ 19,69	\$ 13,31	\$ 13,11
Precio Neto	\$ 131,24	\$ 88,75	\$ 87,40
Precio venta Gross (10%)	\$ 13,12	\$ 8,88	\$ 8,74
P.V.P.	\$ 144	\$ 98	\$ 96

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

7. Análisis del punto de equilibrio de los paquetes

Tomando en consideración las estimaciones de los costos para la implementación del proyecto. Se ha establecido que la cuota objetivo de mercado a captar es del 8% de la demanda insatisfecha determinada, misma que en el primer año (2016) sería de 1594 visitantes; de los cuales, se estima que al menos el 48% de los turistas optarían por adquirir el paquete “Llamapak Wasi” y el 52% el paquete “Paka Pungu”.

Con estos datos se realiza el análisis económico y financiero del proyecto.

Cuadro N° 159: Porcentaje de aceptación de los paquetes.

Paquetes	Precio rango 5 pax	% Segmentación	Turistas anuales /unidades vendidas	Ingreso anual	Costos fijos	Costos variables	Cv medio	Volumen ventas %
Llamapak Wasi	74	48	765	56619	28309	36726	48	0,48
Paka Pungu	98	52	829	81230	40615	43102	52	0,52
SUMAS		100	1594	137849	68925	79828	100	1

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Se calculó el punto de equilibrio de cada paquete empleando la siguiente fórmula:

$$CF = q(P - C_v \text{ medios}) \quad 68925 = 0,48q(74 - 48) + 0,52q(98 - 52)$$

$$CF = \text{Costos Fijos} \quad 68925 = 12,48q + 23,92q$$

$$q = \text{Volumen en ventas} \quad 68925 = 36,4q$$

$$P = \text{Precio} \quad Q = 68925 / 36,4$$

$$Q = 1894$$

Cuadro N° 160: Distribución del punto de equilibrio según el volumen de ventas en unidades.

PAQUETES	VOLUMEN VENTAS	PUNTO EQUILIBRIO ANUAL	PUNTO EQUILIBRIO MENSUAL	PUNTO DE EQUILIBRIO DIARIO
Llamapak Wasi	0,48	909	76	3
Paka Pungu	0,52	985	82	3
TOTAL	1	1894	158	6

Fuente: Trabajo de campo e investigación primaria.

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Según el análisis del cuadro N° 160, se puede determinar que para que exista un punto de equilibrio en la venta de los dos paquetes establecidos, se debe vender para el paquete “Llamapak Wasi” un total de 909 paquetes anuales; mientras que para el paquete “Paka Pungu” se debe vender un total de 985 paquetes anuales, dando un total de 1894 paquetes vendidos anuales, con este total se entiende que la comunidad tendrá un equilibrio en sus ventas en el cual ni pierda ni gane.

Si supera este total de ventas comienza a verse la ganancia del proyecto pero si por el contrario disminuye se puede comenzar hablar de una pérdida en el proyecto.

8. Proyectos complementarios

a. Proyecto de fortalecimiento para la actividad textil en el centro artesanal de la comunidad Palacio Real.

La comunidad Palacio Real junto al centro textil artesanal elaboran y venden artesanías como gorras, chalecos, suéteres, guantes bufandas entre otras a base de lana de llama las cuales según observaciones de turistas que visitan el centro; necesitan un acabado más estilizado a las artesanías producidas, razón por la cual se ha planteado la ejecución de una consultoría a través de la cual se fortalezca la actividad de tejidos dentro de la comunidad.

1) Términos de referencia de la consultoría

Cuadro N° 161: Términos de referencia de la consultoría titulada Fortalecimiento de la producción de artesanías en tejidos de lana de llama en la comunidad Palacio Real.

TEMA DE LA CONSULTORÍA:	Asistencia técnica “Fortalecimiento de la producción de artesanías en tejidos de lana de llama en la comunidad Palacio Real”
OBJETIVO:	Al finalizar la asistencia técnica los participantes estarán en condiciones de utilizar las herramientas conceptuales y prácticas para el mejoramiento de la producción y estilización de las diversas artesanías en tejidos típicos de la comunidad, concluyendo con la exposición de sus trabajos.

DIRIGIDO A:	Mujeres de la asociación Sumak Kawsay y artesanas en general de la parroquia de Calpi.	
HORARIO:	18:00 a 21:00 pm	
LOCAL:	Casa comunal de Palacio Real	
DURACIÓN :	500 horas	
COSTOS:	25.000 \$	
MÓDULOS:	TEMA	DURACIÓN
	Introducción sobre la historia de los tejidos	3 días
	Tipos de prendas elaboradas a base de lana de llama	5 días
	Diseño y modelaje de artesanías	15 días
	Técnicas de tejido	15 días
	Técnicas de bordado	15 días
	Técnicas de tinturado	15 días
	Técnicas de acabado	15 días
	Control de calidad de las prendas	15 días
	Organización empresarial	10 días
	Tributación	3 días
	Análisis de costos	15 días
	Marketing	15 días
	Atención al cliente	10 días
	Procesos de decisión de los compradores	3 días
	Segmentación del mercado	5 días
	Mercados	5 días
Competencia y promoción	5 días	
Al finalizar se entregará certificado		500 H

Fuente: Taller de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

9. Mercadotecnia

a. Estrategias de posicionamiento

1) Determinación del nicho o target de mercado

Según los resultados obtenidos del estudio de mercado los potenciales turistas que visitan la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo prefieren visitar centros de turismo comunitario y convivir con la gente de la comunidad conociendo sus

tradiciones orales, su medicina tradicional, visitar espacios simbólicos, realizar actividades de tracking y degustar de la gastronomía típica de la zona.

Basado en este contexto el valor primordial a posicionarse en el mercado objetivo es una ruta turística patrimonial basado en el conocimiento del patrimonio cultural de las comunidades de la localidad.

Seguido a lo anterior según el perfil del turista nacional e internacional se constituyeron los siguientes grupos objetivos (Target).

a) Target nacional

Turistas provenientes de la provincia de Chimborazo, Tungurahua, Cañar, Guayas y Orellana que se encuentran en un rango de edad que va desde los 40 hasta los 50 años de edad y que quieren conocer un producto turístico cultural nuevo, dispuestos a pasar hasta dos días en la localidad.

b) Target internacional

Turistas provenientes del continente Europeo de ciudades como Francia, España, Suiza, Holanda y Alemania que se encuentran en un rango de edad que va desde los 51 hasta los 61 años de edad y que quieren conocer un producto turístico cultural nuevo, dispuestos a pasar hasta dos días en la localidad.

b. Marketing Mix o 4 C's

1) Producto o Cliente

El producto formulado para el proyecto, se trata de una ruta turística patrimonial nueva e innovadora llamada “Ruta Real del Gigante de los Andes” basada en el potencial cultural que aún sigue vivo en la gente de la localidad y que a través de sus dos opciones de recorrido y vivencias, busca causar en el turista una sensación de empoderamiento, identificación y valoración de la riqueza cultural aun existente en las tres comunidades de la parroquia Santiago de Calpi.

Los paquetes que se ponen a disposición del turista son:

- Paquete N°1 “Llamapak Wasi” o El hogar de la llama.
- Paquete N°2 “Paka Pungu” La entrada secreta al corazón del taita Chimborazo.

a) Valor diferencial

El producto que se va a ofrecer a los consumidores cuenta con algunas características notables y diferenciales como:

- Es una nueva tendencia de turismo que genera en el visitante nuevas experiencias y conocimientos sobre la cultura e identidad de una localidad.
- No requiere de gran esfuerzo físico para realizar las actividades propuestas dentro de cada paquete.
- Ofrece un ambiente de paz y tranquilidad en contacto con la naturaleza.
- Posee un recurso paisajístico extraordinario debido a las montañas y volcanes que rodean la zona.
- Es una modalidad de turismo que ayuda a mantener vivos los bienes culturales y no causa muchos impactos negativos en el ambiente.
- Es de fácil acceso debido a que las comunidades se encuentran dentro de una parroquia cercana al centro urbano de la ciudad.

b) Imagen corporativa

Se desarrollaron elementos principales para la identidad visual de la Ruta Real del Gigante de los Andes, que ayudará a posicionar el producto en la mente del cliente.

i. Marca del producto

Nombre comercial

El nombre elegido para la ruta turística es “Ruta Real del Gigante de los Andes”

- **Ruta Real:** Hace referencia a dos manifestaciones que alcanzaron el mayor puntaje dentro de la localidad y están relacionadas con dos realidades iconos de la comunidad

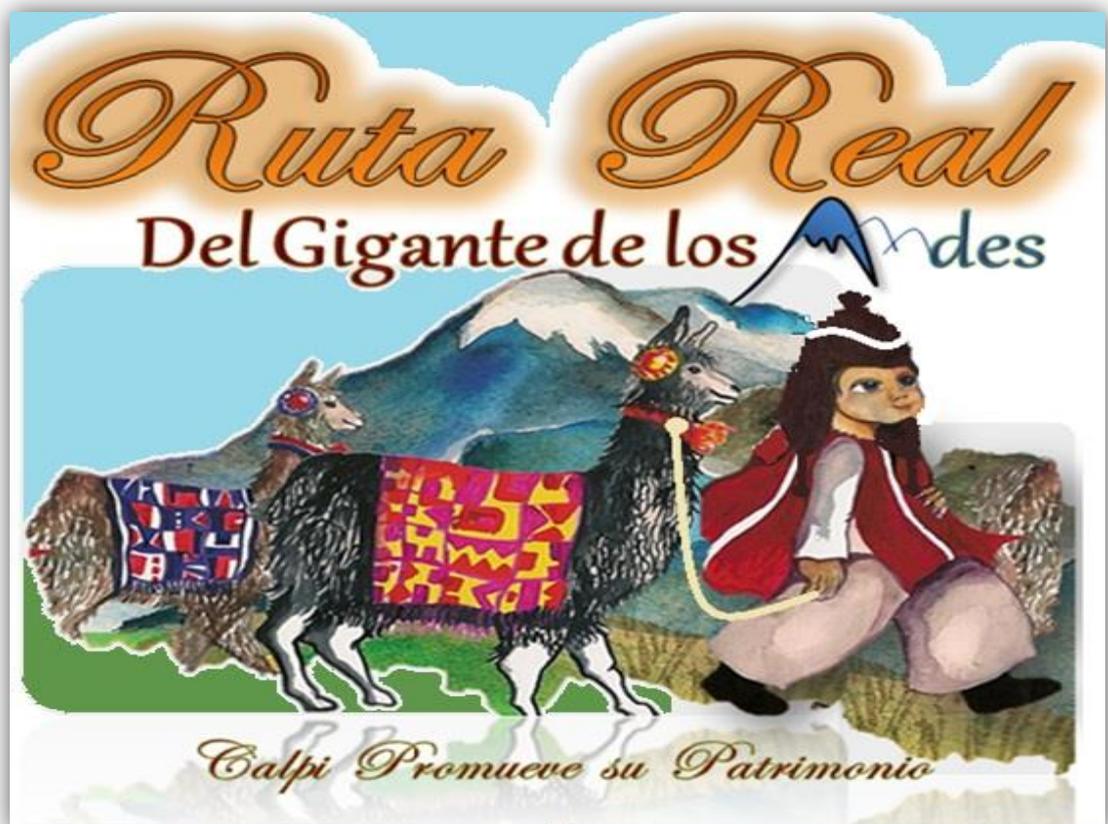
de palacio real como son: La llama también considerada como la reina de los Andes y el paso de Simón Bolívar por la comunidad, quien fu considerado en esa época como otro miembro de la realeza ecuatoriana.

- **Gigante de los Andes:** Hace referencia al Taita Chimborazo, quien en la época incaica fue considerado como un gigante, como un dios de los Andes.

Isologo

El isologo del producto; que hace referencia al texto y al icono fusionados en un solo cuerpo con el cual se identificará la marca, fue diseñado tomando en cuenta las preferencias de consumo que tienen nuestro target de mercado tanto nacional como internacional a quienes les atrae mucho la naturaleza y las formas propias de vida así como también los paisajes que rodean a la localidad que van a visitar.

Gráfico N° 43: Isologo del producto turístico patrimonial.



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

- **Especificaciones técnicas del isologo**

Los elementos que componen el isologo son:

- 1° **Nevado Chimborazo:** Hace referencia a una de las manifestaciones más importantes dentro de las tres comunidades, ya que desde siglos atrás el Taita Chimborazo es considerado como una deidad, como un sabio de la localidad al cual la mayoría de los comuneros le guardan hasta la actualidad cierto respeto y admiración.
- 2° **Llamas:** Es un ícono muy importante para la gente de la comunidad, debido a que es considerado como el principal recurso de donde se extrae la lana para realizar las artesanías, su carne para preparar una diversidad de platos y hasta como medio de transporte; el cual es mucho más beneficioso por ser amigable con el ambiente y además por ser muy atractivo para el turista que visita la zona.
- 3° **Turista:** Trata de crear en la mente del turista una imagen de convivencia y fusión de dos culturas diferentes manteniendo el debido respeto y valoración por las mismas.

- **Cromática de colores**

Los colores empleados van acorde al paisaje recreado, siendo los colores bases:

- 1° **El color azul:** Que da una idea de un lugar donde se respira mucha tranquilidad y confianza.
- 2° **El color verde:** Da una idea de lo orgánico, de un ambiente muy ecológico y natural.
- 3° **El color marrón:** Colocado especialmente en las letras lo cual hace referencia a lo histórico y lo cultural.
- 4° **El color blanco:** Da una idea de algo simple, limpio y puro.

5° El color rojo: Representa la fuerza y la audacia encerradas en un icono emblemático de la nación Puruhá.

Slogan

El slogan del producto es: “Calpi promueve su Patrimonio”; ésta frase hace referencia a todos los esfuerzos mancomunados que a lo largo del tiempo han venido realizado las diferentes comunidades de la Parroquia de Calpi, en especial las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y la Moya; quienes interesados en salvaguardar su patrimonio cultural han dado inicio a muchos proyectos de turismo comunitario con el afán de promover un uso responsable de su patrimonio vivo con fines turísticos generando así nuevas oportunidades de empleo en la comunidad y cultivando un sentimiento de orgullo entre los miembros de la misma.

2) Precio o Costo

El precio para cada paquete se estableció realizando un análisis a la competencia y a la demanda, así también para realizar el cálculo se consideró la fórmula de (Costo + Margen de Utilidad) obteniendo un precio neto y a lo cual se le agregó un porcentaje comisionable.

Cuadro N° 162: Tarifa de los paquetes del producto turístico.

CODIGO	NOMBRE DEL TOUR	Duración	PRECIO POR PAX USD			ESTIMADO COMPETENCIA
			1-2	3-5	6-10	
CTCPR001	“Llamapak Wasi” El hogar de la llama	2 días 1 noche	100 \$	74 \$	72 \$	110 \$
CTCMY002	“Paka Pungu” La entrada secreta al corazón del Taita Chimborazo	2 días 1 noche	144 \$	98 \$	96 \$	145 \$

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Cabe recalcar que los precios especificados en la tabla anterior ya vienen incluidos la utilidad y además tiene un porcentaje comisionable; el cual puede ser utilizado ya sea como comisión tratándose de negocios con otras agencias de viaje o como descuentos tratándose de una venta directa al consumidor.

Cuadro N° 163: Tabla de comisiones para Tour Operadores.

Paquete	PVP		(-) Comisión 10%	Precio Neto de Venta
CTCPR001	1-2	100 \$	\$ 9	\$ 91
	3-5	74 \$	\$ 7	\$ 67
	6-10	72 \$	\$ 7	\$ 66
CTCMY002	1-2	144 \$	\$ 13	\$ 131
	3-5	98 \$	\$ 9	\$ 89
	6-10	96 \$	\$ 9	\$ 87

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Cuadro N° 164: Tabla de descuentos para ventas directas a clientes.

Paquete	PVP		(-) Descuento 5%	Precio Neto de Venta
CTCPR001	1-2	\$ 100	\$ 5	\$ 95
	3-5	\$ 74	\$ 4	\$ 70
	6-10	\$ 72	\$ 4	\$ 68
CTCMY002	1-2	\$ 144	\$ 7	\$ 137
	3-5	\$ 98	\$ 5	\$ 93
	6-10	\$ 96	\$ 5	\$ 91

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

a) Políticas de pago y formas de pago

Los paquetes de la ruta tendrán como políticas de cobro y de pago las siguientes opciones:

- **Contado:** Pago inmediato del 100 % del paquete.
- **Adelanto:** El turista podrá depositar el 50 % del valor del paquete y el otro 50 % una vez que llegue a la localidad.
- Como formas de cobro el CTC recibirá los pagos ya sea en efectivo o mediante depósitos a la cuenta bancaria.
- Además para mayor comodidad y seguridad del cliente los pagos los podrán realizar desde una plataforma virtual conocida como Pay Pal y sirve como una alternativa para las personas que simplemente no desean ingresar sus tarjetas de crédito en

internet, funciona como una tarjeta virtual de débito y cuenta con un seguro para fraudes o estafas en la red.

3) Plaza o Convivencia

a) Canales de comercialización

Basado en el estudio de mercado se seleccionaron los siguientes canales de distribución:

Cuadro N° 165: Canales de comercialización del producto.

Estrategia	Táctica	Políticas de funcionamiento	Target
Canal Directo	<p>Presentación del producto a través de Internet, prensa, radio, televisión y ferias de turismo.</p> <p>A través de la página web del MINTUR</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto personal entre el vendedor y el comprador. • Facilitar los productos turísticos que se ofrece mediante material publicitario. • Seguimiento de la publicidad, 	Turistas nacionales y extranjeros
Canal Indirecto	<p>Agencias de viaje, tour operadoras internacionales y centros de hospedaje en los cantones cercanos a la parroquia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar el producto a través de Fam trips, mediante un recorrido por la Ruta con el fin de promover a la parroquia como un destino turístico. • Entrega de material publicitario (videos, afiches, postales y trípticos) • Entregar tablas comisionables para la reventa del producto. 	Turistas nacionales y extranjeros

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

4) Promoción y publicidad o Comunicación

La investigación sobre patrones de consumo de medios en el estudio de la demanda permite elegir los medios y tiempos adecuados para llegar a los clientes potenciales antes y durante la introducción de nuestro producto.

a) Estrategias de promoción

- La marca siempre estará presente en todo medio de publicidad.
- Para atraer, retener y motivar a los intermediarios se trabajará con un tarifario de comisiones.
- Se incentivará a los clientes con descuentos en un 5% por la compra de cualquier paquete.
- Se dará promociones de descuento en fechas especiales, segmentos de mercado, feriado, fines de semana, y sobre todo en temporada baja.
- Se obsequiará un souvenir después de la visita en cada comunidad.
- Para grupos de más de 10 personas se ofrecerá una gratuidad para el chofer y se le cobrará el 50% al guía.
- Se colocará una pancarta a la entrada de la parroquia de Calpi promocionando el nuevo producto turístico con un costo de 125\$
- Se organizará un evento de apertura en el CTC Sumak Pakari ubicado en la comunidad Palacio Real, con degustaciones de comida gratis y venta de artesanías a mitad de precio para dar a conocer e inaugurar el producto diseñado. Además se invitará a distintos medios de comunicación y respectivas autoridades el cual estará estimado en un costo de 1000 \$.
- Se gestionará un convenio con la ENFE en donde se establezca que se cobrará a mitad de precio a los grupos de estudiantes premiados por el gobierno para que visiten la localidad.

b) Estrategias de publicidad

Las estrategias se definieron basándose en el análisis del estudio de mercado

i. Medios de difusión del producto.

Cuadro N° 166: Medios de difusión del producto.

TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	OBJETIVO	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET	PRESUPUESTO	OBSERVACIONES
Prensa	Contratar espacios publicitarios en el diario “LA PRENSA” para difundir el producto a nivel local.	Motivar la visita hacia los atractivos culturales existentes en la parroquia de Calpi	Impresión de spots publicitarios de 10 cm x 10 cm a full color, 4 veces al mes	Población local	200	Total 4 publicaciones en el diario local.
Revistas	Guía turística Lonely Planet	Informar a los turistas extranjeros y nacionales sobre este nuevo producto turístico en la parroquia.	Impresión de la marca del producto con una leyenda de dimensiones 13 cm x 21 cm a full color	Turistas internacionales	1000	Se utilizará la revista más conocida a nivel internacional.
Televisión	Cuña televisiva en el canal TVS	Difundir la imagen turística del producto y la parroquia con los servicios que ofrece.	Cuña de 2 minutos transmitida 2 veces al día por un mes	Población local	1400	Total 56 transmisiones televisivas al mes.
	Reportaje televisivo en el programa “La Televisión”		Un reportaje en vivo de 3 minutos	Población nacional e internacional	1000	Programa con mayor rating televisivo
Radio	Cuña radial en	Difundir la imagen	Cuña de 4 minutos	Población de	800	Total 84 cuñas

	Radio tricolor	turística del producto y la parroquia con los servicios que ofrece.	transmitida 3 veces al día por un mes	provincias aledañas		radiales al mes.
Internet	Página web	Captar turistas que buscan destinos a través de internet	Diseño de página web	Turistas que buscan destinos a través de internet	1272	Incluye diseño y dominio x un año de la página y mantenimiento.
	Facebook		Apertura de una cuenta en Facebook	Turistas que buscan destinos a través de internet	Gratuito	Posicionamiento en redes sociales
PAPELERÍA						
Afiches	Tamaño ½ pliego impresión full color en couché de 150 gr. 2000 unidades al año	Facilitar información sobre el nuevo producto turístico y los servicios existentes en la parroquia	Distribuir en instituciones de ubicación estratégica de diferentes ciudades y turistas que visitan la localidad.	Pobladores, turistas y personas afines a la actividad turística	1700	Contratación anual
Trípticos	Impresión a full color en couché de 150 gr. Con brillo 2000 unidades al año.	Facilitar información sobre el nuevo producto turístico y los servicios existentes en la parroquia	Entregar de forma masiva a las empresas turísticas, ferias, sitios de información turística y turistas.	Pobladores, turistas y personas afines a la actividad turística	1600	Contratación anual
Imagen corporativa:	- Full color, papel Kimberly;	Optimizar la comunicación y	Utilizar los materiales a nivel	Instituciones públicas y	800	Imagen corporativa

- sobres - hojas - carpetas - tarjetas de presentación	Carpeta a full color en cartulina plegable, plastificada	mejorar la imagen de gestión del nuevo producto turístico	local con rango formal	privadas que mantengan acuerdos con el Gobierno de la Provincia		calculada a partir de 1000 unidades
Merchandise	-Gorras -Camisetas -Esferos -Tazas -Llaveros	Permitirán reforzar la imagen corporativa de la operación.	Obsequiar los materiales a clientes actuales y potenciales.	Cientes actuales y potenciales	1800	Elaboración a partir de 100 unidades.
				TOTAL	11572	

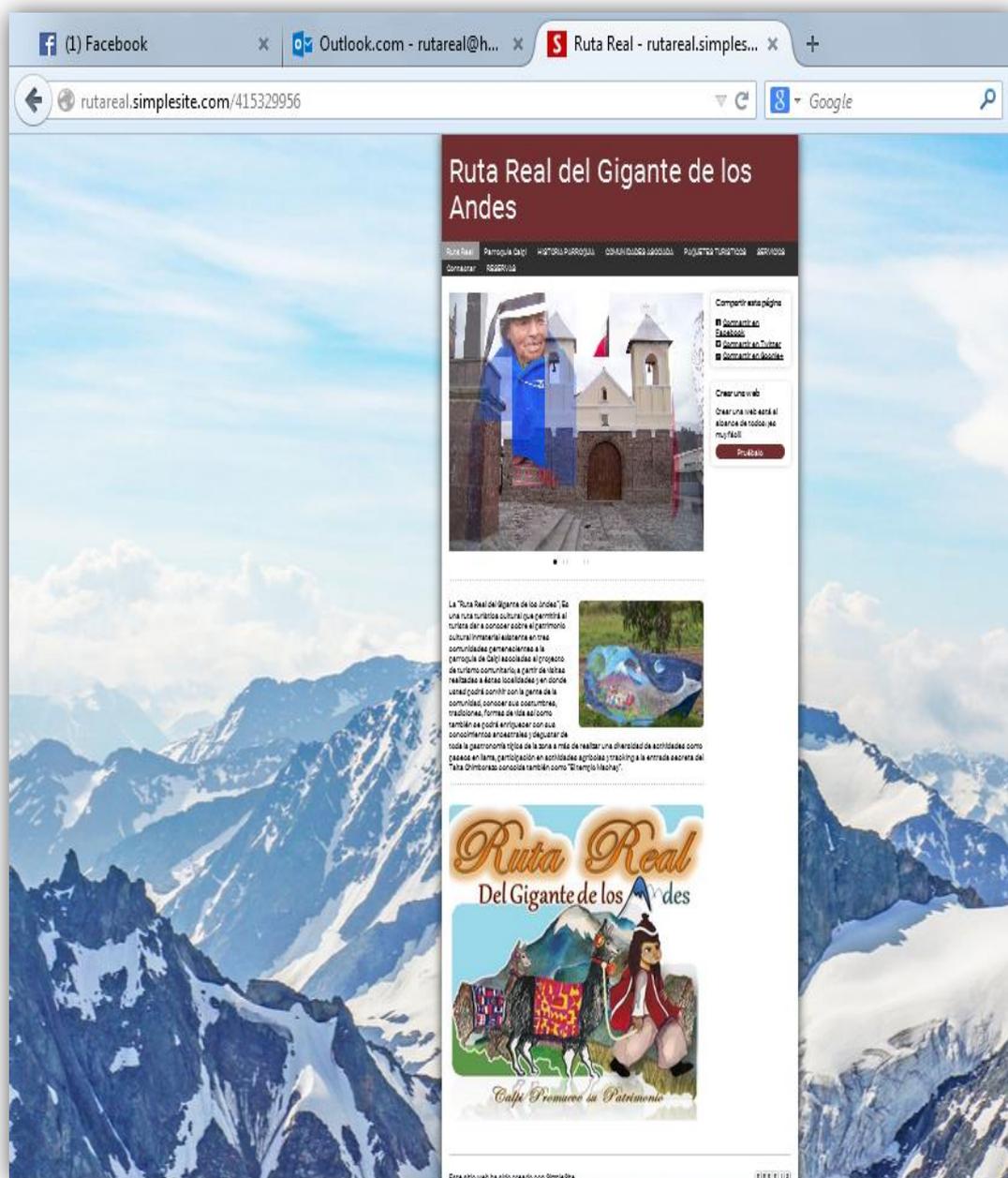
Fuente: Trabajo de campo

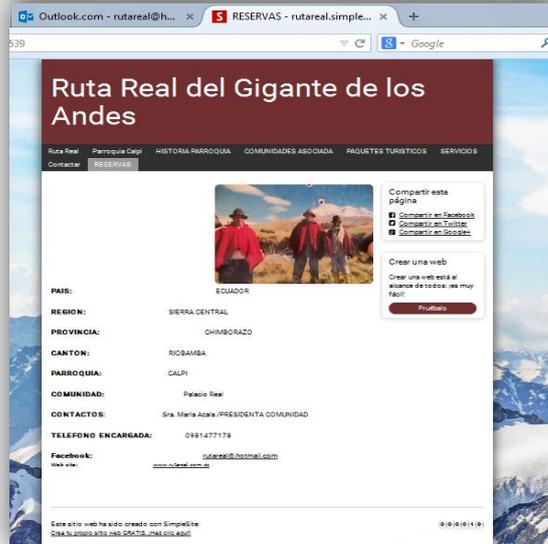
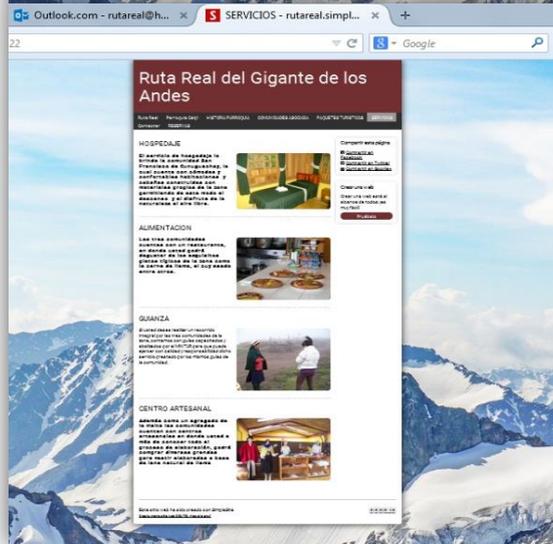
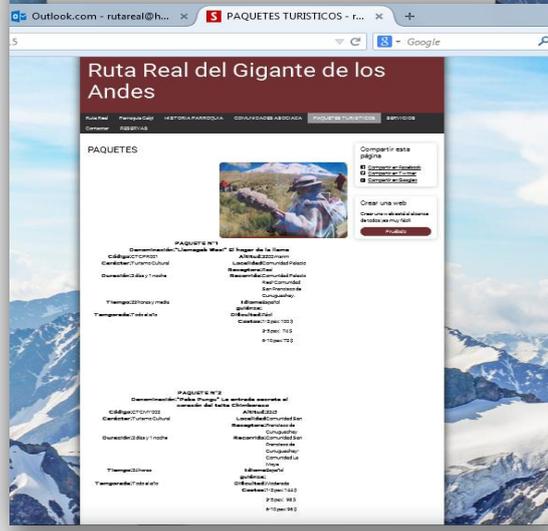
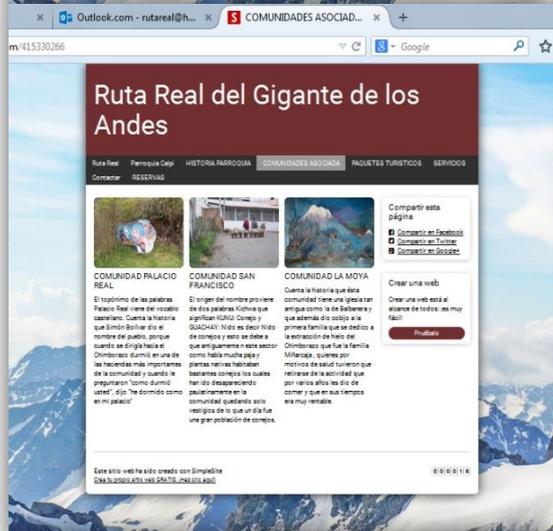
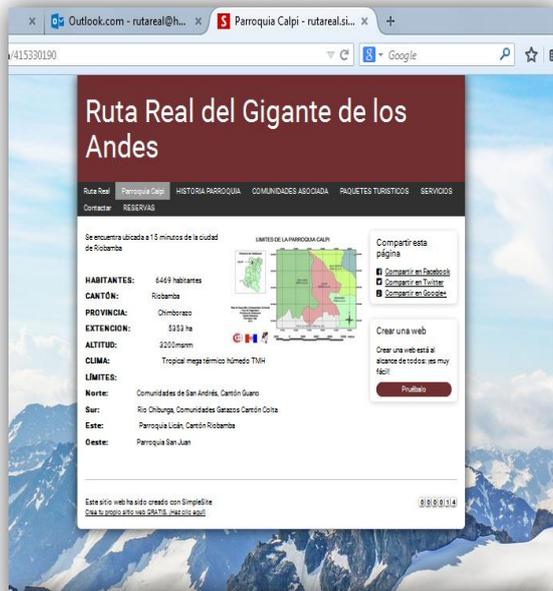
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014.

ii. Diseño de la publicidad.

1° Página web

Gráfico N° 44: Modelo de Página web





Fuente: Trabajo de campo
 Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

2° Afiches

Gráfico N° 45: Modelo de afiche para el producto turístico patrimonial.

Calpi Promueve su Patrimonio

Venga y descubra La Ruta Real del Gigante de los Andes, un recorrido por tres comunidades de la parroquia de Calpi, en donde usted podrá conocer y compartir todo el legado cultural que tiene la gente de la localidad.

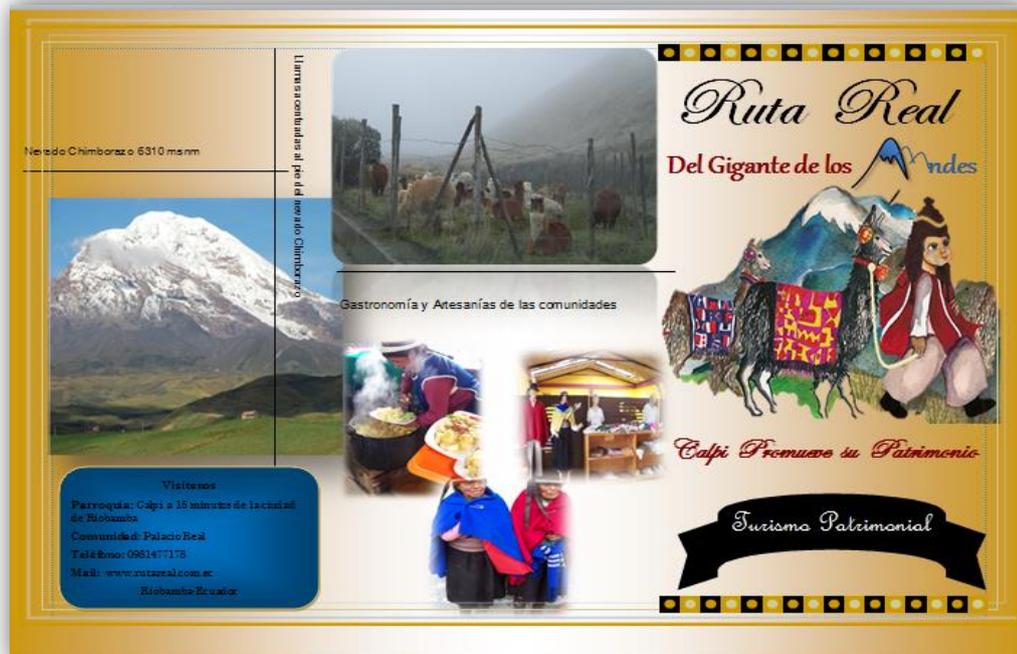
Contactos:
Comunidad d Palacio Real
Presidente/a Organización:
Sra. María Acala
Celular:
0981477178

Un reencuentro con nuestra identidad

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

3º Tríptico

Gráfico N° 46: Modelo de tríptico para el producto turístico patrimonial.



Servicios:

Hospedaje:
El servicio de hospedaje lo brinda la comunidad San Francisco de Cunguachay, la cual cuenta con cómodas y confortables habitaciones y cabañas construidas con materiales propios de la zona permitiendo de este modo el descanso y el disfrute de la naturaleza al aire libre.

Alimentación:
Las tres comunidades cuentan con un restaurante, en donde usted podrá degustar de los exquisitos platos típicos de la zona como la carne de llama, el cuy asado entre otros.

Centro Artesanal:
Además como un agregado de la visita las comunidades cuentan con centros artesanales en donde usted a mas de conocer todo el proceso de elaboración, podrá comprar diversas prendas para vestir elaboradas a base de lana natural de llama

Paquetes:

Denominación:	"Jemappe Vira" El hogar de la llama	
Código:	OTCFR01	Altitud: 5000 msnm
Carácter:	Turismo Cultural	Localidad Receptora: Comunidad Palacio Real
Duración:	2 días y 1 noche	Recorrido: Comunidad Palacio Real, Comunidad San Francisco de Cunguachay
Tiempo:	25 horas y media	Idioma guía(s): Español
Temperatura:	Todo el año	Dificultad: Fácil
		Costa: 1-2 pax: 100 \$ 3-5 pax: 74 \$ 6-10 pax: 72 \$

Denominación:	"Polo Fuego" La entrada secreta al corazón del tate Chimborazo	
Código:	OTOLF002	Altitud: 5546
Carácter:	Turismo Cultural	Localidad Receptora: Comunidad San Francisco de Cunguachay
Duración:	2 días y 1 noche	Recorrido: Comunidad San Francisco de Cunguachay- Comunidad La Hoya
Tiempo:	24 horas	Idioma guía(s): Español
Temperatura:	Todo el año	Dificultad: Moderada
		Costa: 1-2 pax: 144 \$ 3-5 pax: 98 \$ 6-10 pax: 96 \$

Cómo Llegar:

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

4° Imagen corporativa

Gráfico N° 47: Modelo de Hojas, sobres, tarjetas y carpetas.



Hoja Membretada



Tarjeta de presentación



Carpeta

Fuente: Trabajo de campo
 Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

5° Merchandise

Gráfico N° 48: Modelo de marca plasmada en gorras, camisetas, esferos, tazas y llaveros.



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

C. ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

1. Estudio del marco legal

Analizado el contexto legal vigente y en especial las competencias de la Junta Parroquial la cual es la impulsadora de la actividad turística en la parroquia; el turismo con el que se prevé trabajar y con el que dos de las tres comunidades ha venido trabajando; es aquel en que la comunidad local tenga un control fundamental y participativo en su desarrollo así como también en la protección de sus bienes culturales tangibles e intangibles, quedando una importante proporción de los beneficios que conlleva la actividad turística en ella, es decir para la comunidad La Moya la cual aún falta establecerse como un CTC se trabajará con una modalidad de turismo comunitario, mientras que las otras dos comunidades se continuará trabajando bajo el lineamiento antes descrito.

La normativa que ampara el presente proyecto considera a la Constitución de la República del Ecuador, COOTAD, Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, Ley de turismo, Reglamento de Turismo Comunitario, Ley de Régimen Tributario Interno, Ley de Patrimonio Cultural, Convenciones y cartas sobre PCI; a continuación los parámetros donde se sustenta la instauración de este marco legal.

a. Constitución política del Ecuador

TÍTULO II

DERECHOS

Capítulo primero

Principios de aplicación de los derechos

Art. 10.- Las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos son titulares y gozarán de los derechos garantizados en la Constitución y en los instrumentos internacionales. La naturaleza será sujeto de aquellos derechos que le reconozca la Constitución.

Art. 11.- El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

1. Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento.

2. “Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural”...

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

Capítulo cuarto

Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.

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

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

19. Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen.

21. Que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones se reflejen en la educación pública y en los medios de comunicación; la creación de sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna.

Art. 58.- Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afro ecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 59.- Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley.

Capítulo noveno

Responsabilidades

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.

Título VII**RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR****Sección quinta****Cultura**

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.
2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley.

Art. 380.- Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva.
6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.
7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva
8. Garantizar los fondos suficientes y oportunos para la ejecución de la política cultural.

b. COOTAD

Capítulo IV

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural

Sección Primera

Naturaleza jurídica, sede y funciones

Artículo 63.- Naturaleza jurídica.- Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera.

Estarán integrados por los órganos previstos en este Código para el ejercicio de las competencias que les corresponden.

La sede del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural será la cabecera parroquial prevista en la ordenanza cantonal de creación de la parroquia rural.

Artículo 64.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural: Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley;

f) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia;

g) Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

- i) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad;
- f) Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base;

Capítulo IV

Del Ejercicio de las Competencias Constitucionales

Artículo 144.- Ejercicio de la competencia de preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural.- “Corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales, formular, aprobar, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos destinados a la preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio arquitectónico, cultural y natural, de su circunscripción y construir los espacios públicos para estos fines.

Para el efecto, el patrimonio en referencia será considerado con todas sus expresiones tangibles e intangibles. La preservación abarcará el conjunto de acciones que permitan su conservación garantizará su sostenimiento integral en el tiempo; y la difusión procurará la propagación permanente en la sociedad de los valores que representa.

Los gobiernos autónomos descentralizados provinciales podrán hacer uso social y productivo de los recursos culturales de su territorio, a efectos de cumplir su competencia de turismo en el marco del fomento productivo.

Los bienes declarados como patrimonios naturales y culturales de la humanidad se sujetarán a los instrumentos internacionales”....

c. Ley de economía popular y solidaria

Título I

Del Ámbito, Objeto y Principios

Art. 3.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto:

- b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;

Art. 4.- Principios.- Las personas y organizaciones amparadas

- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;
- d) La equidad de género;
- e) El respeto a la identidad cultural;
- f) La autogestión;
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Título II

De la Economía Popular y Solidaria

Capítulo I

De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria

Art. 8.- Formas de Organización.- Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

Sección 1

De las Organizaciones del Sector Comunitario

Art. 15.- Sector Comunitario.- Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada, bajo los principios de la presente Ley.

Art. 16.- Estructura interna.- Las organizaciones del Sector Comunitario adoptarán, la denominación, el sistema de gobierno, control interno y representación que mejor convenga a sus costumbres, prácticas y necesidades, garantizando su modelo de desarrollo económico endógeno desde su propia conceptualización y visión.

Art. 17.- Fondo Social.- Para el cumplimiento de sus objetivos, las organizaciones del Sector Comunitario, contarán con un fondo social variable y constituido con los aportes de sus miembros, en numerario, trabajo o bienes, debidamente evaluados por su máximo órgano de gobierno. También formarán parte del fondo social, las donaciones, aportes o contribuciones no reembolsables y legados que recibieren estas organizaciones.

En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, éstos no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social que produjo la donación.

d. Ley de turismo

CAPITULO I

GENERALIDADES

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las

que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

CAPITULO VII

DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Art. 27.- Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros

Art. 30.- Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00.

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

e. Reglamento de turismo comunitario

CAPITULO I

Normas Generales

Art. 1.- Este reglamento tiene como objeto normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios.

Art. 2.- Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento.
- Alimentos y bebidas.
- Transportación turística.
- Operación.
- Organización de eventos.
- Congresos.
- Convenciones.

Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

Art. 3.- **Ámbito de aplicación.-** El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento.

Art. 4.- **Personalidad jurídica.-** Los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente.

CAPITULO II

De los Derechos y Obligaciones

Art. 5.- De la Gestión.- La gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento.

Sin embargo, de existir en el territorio comunitario establecimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en la actividad turística comunitaria, estos deberán respetar y someterse a las normas comunitarias en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos, y se registrarán en el Ministerio de Turismo en forma privada.

Art. 6.- Del Ministerio de Turismo.- Es función del Ministerio de Turismo promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

Art. 7.- Prestación directa.- Las actividades turísticas se realizarán de manera directa por la comunidad; por lo tanto, las comunidades legalmente registradas podrán comercializar los servicios turísticos autorizados en este reglamento, en la zona de su jurisdicción.

f. Ley de régimen tributario interno

Capítulo IV

DEPURACIÓN DE LOS INGRESOS

Sección Primera

DE LAS DEDUCCIONES

Art. 13.- Pagos al exterior.- Son deducibles los gastos efectuados en el exterior que sean necesarios y se destinen a la obtención de rentas, siempre y cuando se haya efectuado la retención en la fuente, si lo pagado constituye para el beneficiario un ingreso gravable en el Ecuador.

4.- Las comisiones por exportaciones que consten en el respectivo contrato y las pagadas para la promoción del turismo receptivo, sin que excedan del dos por ciento (2%) del valor de las exportaciones. Sin embargo, en este caso, habrá lugar al pago del

impuesto a la renta y a la retención en la fuente si el pago se realiza a favor de una persona o sociedad relacionada con el exportador, o si el beneficiario de esta comisión se encuentra domiciliado en un país en el cual no exista impuesto sobre los beneficios, utilidades o renta;

Título Segundo

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Capítulo I

OBJETO DEL IMPUESTO

Art. 56.- Impuesto al valor agregado sobre los servicios.- El impuesto al valor agregado IVA, grava a todos los servicios, entendiéndose como tales a los prestados por el Estado, entes públicos, sociedades, o personas naturales sin relación laboral, a favor de un tercero, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual, a cambio de una tasa, un precio pagadero en dinero, especie, otros servicios o cualquier otra contraprestación. Se encuentran gravados con tarifa cero los siguientes servicios:

15.- (Agregado por el Art. 25 de la Ley s/n, R.O. 94-S, 23-XII-2009).- Los paquetes de turismo receptivo, facturados dentro o fuera del país, a personas naturales o sociedades no residentes en el Ecuador.

Capítulo II

HECHO IMPONIBLE Y SUJETOS DEL IMPUESTO

5. (Agregado por el Art. 28, num. 2 de la Ley s/n, R.O. 94-S, 23-XII-2009).- Los Operadores de Turismo que facturen paquetes de turismo receptivo dentro o fuera del país, por la totalidad del IVA pagado en las adquisiciones locales de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de los servicios que integren el paquete de turismo receptivo facturado;

Capítulo III

TARIFA DEL IMPUESTO Y CRÉDITO TRIBUTARIO

1.- (Reformado por el Art. 119 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007; por la Disposición Final Segunda, num. 1.1.2.7, de la Ley s/n, R.O. 48-S, 16-X-2009; y, por el

Art. 30, num. 1 de la Ley s/n, R.O. 94-S, 23-XII-2009).- Los sujetos pasivos del impuesto al valor agregado IVA, que se dediquen a: la producción o comercialización de bienes para el mercado interno gravados con tarifa doce por ciento (12%), a la prestación de servicios gravados con tarifa doce por ciento (12%), a la comercialización de paquetes de turismo receptivo, facturados dentro o fuera del país, brindados a personas naturales no residentes en el Ecuador, a la venta directa de bienes y servicios gravados con tarifa cero por ciento de IVA a exportadores, o a la exportación de bienes y servicios, tendrán derecho al crédito tributario por la totalidad del IVA, pagado en las adquisiciones locales o importaciones de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes, de las materias primas o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de dichos bienes y servicios;

(Reformado por los Arts. 120 y 121 de la Ley s/n, R.O. 242-3S, 29-XII-2007; por la Disposición Final Segunda, nums. 1.1.2.8 y 1.1.2.9, de la Ley s/n, R.O. 48-S, 16-X-2009; por el Art. 30, num. 2 de la Ley s/n, R.O. 94-S, 23-XII-2009; y, por el Art. 4 del Decreto Ley s/n, R.O. 583-S, 24-XI-2011).- La proporción del IVA pagado en compras de bienes o servicios susceptibles de ser utilizado mensualmente como crédito tributario se establecerá relacionando las ventas gravadas con tarifa 12%, más las Exportaciones, más las ventas de paquetes de turismo receptivo, facturadas dentro o fuera del país, brindados a personas naturales no residentes en el Ecuador, más las ventas directas de bienes y servicios gravados con tarifa cero por ciento de IVA a exportadores con el total de las ventas.

g. Ley de patrimonio cultural

Art. 4.- El Instituto de Patrimonio Cultural, tendrá las siguientes funciones y atribuciones:

- a) Investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el Patrimonio Cultural en el Ecuador; así como regular de acuerdo a la Ley todas las actividades de esta naturaleza que se realicen en el país;
- b) Elaborar el inventario de todos los bienes que constituyen este patrimonio ya sean propiedad pública o privada;
- c) Efectuar investigaciones antropológicas y regular de acuerdo a la Ley estas actividades en el País;

Art. 31.- En la medida en que la permanencia y continuidad de algunos grupos étnicos de las culturas indígenas, negras o afro ecuatorianas en el Ecuador, representen un testimonio viviente de la pluralidad de las culturas vernáculas, el Instituto de Patrimonio Cultural, por sí mismo o a través de otros organismos, adoptará las medidas conducentes a la conservación de sus costumbres, lenguaje, manifestaciones culturales, artesanales, técnicas, artísticas, musicales, religiosas, rituales o comunitarias que los mismos indígenas, negros o afro ecuatorianos hayan reconocido como recurrentes y válidas para su identificación y expresión cultural.

Esta conservación no debe ir en desmedro de la propia evolución cultural, mejoramiento e integración social y económica de estas etnias.

Art. 33.- Las expresiones folklóricas, musicales, coreográficas, religiosas, literarias o lingüísticas que correspondan a grupos étnicos culturalmente homogéneos, el Instituto de Patrimonio Cultural, por sí mismo o a través de las autoridades competentes, recabará la adopción de medidas que tiendan a resguardar y conservar tales manifestaciones. Es responsabilidad del Instituto el conservar por medio de la fotografía, cinematografía, grabación sonora o por otros medios estas manifestaciones en toda su pureza.

La recopilación con fines comerciales de estos testimonios deberá contar con la autorización previa del Instituto.

Art. 34.- El Instituto de Patrimonio Cultural velará para que no se distorsione la realidad cultural del país, expresada en todas las manifestaciones de su pluralismo cultural, mediante la supervisión y control de representaciones o exhibiciones que tengan relación con los enunciados del Patrimonio Cultural del Estado.

h. Convención para la salvaguardia del PCI.

I. Disposiciones generales

Artículo 1: Finalidades de la Convención

La presente Convención tiene las siguientes finalidades:

- a) la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial;
- b) el respeto del patrimonio cultural inmaterial de las comunidades, grupos e individuos de que se trate;
- c) la sensibilización en el plano local, nacional e internacional a la importancia del patrimonio cultural inmaterial y de su reconocimiento recíproco;
- d) La cooperación y asistencia internacionales.

2. El “patrimonio cultural inmaterial”, según se define en el párrafo 1 *supra*, se manifiesta en particular en los ámbitos siguientes:

- a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;
- b) artes del espectáculo;
- c) usos sociales, rituales y actos festivos;
- d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;
- e) técnicas artesanales tradicionales.

3. Se entiende por “salvaguardia” las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión básicamente a través de la enseñanza formal y no formal- y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos.

i. Carta de Venecia (1983-1984)

VII. Los monumentos en función del turismo

1. Los valores propiamente culturales no se desnaturalizan ni comprometen al vincularse con los intereses turísticos y lejos de ello, la mayor atracción que conquistan los monumentos y la afluencia creciente de administradores foráneos, contribuye a afirmar la conciencia de su importancia y significación nacional.

3. La Conferencia de Viajes y Turismo Internacional (Roma, 1963), no solamente recomendó que se diera una alta prioridad a las inversiones de turismo dentro de los

planes nacionales; sino que hizo resaltar que “desde el punto de vista turístico, el patrimonio cultural, histórico y natural de las naciones, constituyen un valor sustancialmente importante” y que en consecuencia urge “la adopción de adecuadas medidas dirigidas a asegurar la conservación y protección del patrimonio”.

5. “Que los monumentos y otros bienes de naturaleza arqueológico, histórico, y artístico puedan ser debidamente preservados y utilizados en función del desarrollo como incentivos principalísimos de la afluencia turística”.

“Que en los países de gran riqueza patrimonial de bienes de interés arqueológico, histórico y artístico, dicho patrimonio constituye un factor decisivo en su equipamiento turístico y en consecuencia, debe ser tomado en cuenta en la formalización de los planes correspondientes”.

“Que los intereses de gran riqueza patrimonial, propiamente culturales y los de índole turística se conjugaren cuanto concierne a la debida preservación y utilización del patrimonio monumental y artístico de los pueblos de América, por lo que se hace aconsejable que los organismos y unidades técnicas de una y otra área de la actividad interamericana laboren en ese sentido en forma coordinada”.

j. Resumen de la estructura legal del proyecto.

Como se describió en el inciso anterior, el carácter legal con el que las tres comunidades laborarán; será bajo la modalidad de Centros de Turismo Comunitario de los cuales las dos primeras comunidades como Palacio Real y San Francisco de Cunuguachay ya están registradas como CTC desde el año 2014 a más de estar afiliados con la CORDTUCH aproximadamente hace 8 años atrás.

Por otra parte la única comunidad que aún no cuenta con una personería jurídica es la comunidad de La Moya para lo cual a continuación se enlistan los requisitos que deben reunir para el registro como CTC.

1) Requisitos para el registro de los centros de turismo comunitario

Para garantizar la eficiencia de los servicios por parte de las comunidades el Ministerio de Turismo ha implementado los siguientes requisitos para su legalización:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Copia certificada de la Escritura de la personalidad jurídica de la Comunidad.
- Copia certificada del Nombramiento inscrito y vigente del Representante Legal y de sus documentos de identidad.
- Copia certificada o Acta de asamblea general que autoriza a su representante legal.
- Pago del registro estipulado por el Ministerio de Turismo el cual actualmente bordea los (94,⁴⁰ dólares americanos).
- El Registro de la Comunidad, ante el Ministerio de Turismo.
- Documentos y/o Certificados que demuestren que los responsables de los servicios turísticos ofertados por la Comunidad, hayan recibido capacitación y/o formación profesional en turismo por un mínimo de 40 horas.
- Copia del registro único de Contribuyentes (R.U.C.), la comunidad debe inscribirse con personería jurídica sin fines de lucro.
- Copia de la cédula de Identidad
- Copia certificada del informe expedido por: Secretaria de pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE, de que la persona jurídica a registrarse tenga las características de comunitario, para el caso de registro de centros de pueblos y nacionalidades indígenas.
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (Firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).

La autoridad pública que le otorgó la personalidad jurídica, para lo cual se deberá contar con un informe previo de la Secretaria de pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana sobre las características de comunitario, en el caso de centros que no pertenecen a comunidades indígenas, campesinas o afro ecuatorianas.

La legalización de los Centro de Turismo Comunitario les permite obtener varios incentivos entre ellos: ser parte de la oferta turística del país a través de un reconocimiento jurídico y legal de los CTC en el catastro turístico del país, pueden

acceder a la promoción nacional e internacional por parte del Ministerio de Turismo, acceder a líneas de crédito público privadas, fomento y apoyo a programas de capacitación y acceso a programas de cooperación interministerial.

Así mismo según artículos complementarios al anterior, existen ciertas regulaciones que los CTC deben seguir:

Certificado de Registro.- Recibida la solicitud la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá fecha y hora para la inspección de la comunidad a efectos de verificar los datos consignados. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información se procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando para el efecto un número de registro, número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente. Una vez concluido este trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

Licencia Anual.- La licencia anual de funcionamiento se expedirá por la Municipalidad de la jurisdicción territorial donde se encuentre el centro de TC de ser descentralizado, caso contrario se la pedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo más cercana, adjuntando la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

Los requisitos para obtener la licencia única anual de funcionamiento son:

Establecimiento de alojamiento, comidas y bebidas, servicios de recreación y esparcimiento.

- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal
- Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento firmado por el representante legal permiso del uso del suelo.
- Copia del RUC actualizado.

2) Beneficios y obligaciones tributarias

Los beneficios contemplados para los proyectos turísticos calificados ya sean como empresas de ecoturismo certificadas o de CTC son:

- Acceso directo a los beneficios tributarios establecidos en la ley de turismo.
- Preferencias dentro de la planificación promocional de país, que efectúa el Ministerio de Turismo.

Adicional a ello, se prevé los siguientes beneficios a través de la Ley Reformativa a la Ley de Régimen Tributario:

- Exoneración de impuestos.
- Incentivos.
- Reconocimiento de gestos en el exterior.
- Comisiones por promoción
- Devolución de IVA a los turistas.

3) Obligaciones laborales

El Centro de Turismo Comunitario cumplirá con todas las obligaciones de ley con sus empleados como son:

- Afiliación al IESS(Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)
- Pago de beneficios de ley: décimo tercero y cuarto sueldo.
- Derechos a vacaciones.
- Permiso por maternidad, paternidad y enfermedades.

4) Obligaciones tributarias

Para el funcionamiento del CTC se requiere de un permiso municipal que es la patente, para obtener dicho documento es necesario cumplir con las siguientes normas:

- Registrarse en la Jefatura Municipal de Rentas y cancelar el impuesto.
- Presentar formulario respectivo debidamente lleno.
- Adjuntar copia de la personería jurídica del CTC.
- Cedula de ciudadanía del representante legal.
- Cancelar el rubro respectivo.

- De igual manera es importante obtener el RUC para lo cual se necesita cumplir con las siguientes disposiciones:
- Original y copia de la Cedula de identidad del representante legal.
- Papeleta de votación.
- Copia de un documento que certifique la dirección del establecimiento en donde se desarrollara la actividad económica (agua, luz o teléfono).
- Copia de la escritura que defina la personería jurídica del contribuyente.
- Llenar el formulario de inscripción y actualización de información emitida por el Servicio de Rentas Internas.
- En torno a las obligaciones tributarias de los CTC, estas no varían del resto de personas jurídicas o sociedades registradas en el SRI, a saber:
 - Actualización permanente del RUC.
 - Declaración mensual de IVA, aun si no se retiene por venta de servicios.
 - Declaración mensual de impuesto a la renta retenido.
 - Llevar contabilidad
 - Facturar sus ventas, sin consideración de la cuantía.

5) Costos de los trámites pertinentes.

Cuadro N° 167: Costos de trámites de funcionamiento del CTC La Moya.

CANTIDAD	DETALLE	VALOR
1	Tramite de registro estipulado por el MINTUR	94, ⁴⁰
1	Tramite de licencia estipulado por IMR	100, ⁰⁰
1	Apertura del Ruc	Gratis
	Subtotal	194,40
	10% imprevistos	19,40
	Total	213,80

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

2. Estudio administrativo

a. Estructura administrativa y operativa del proyecto.

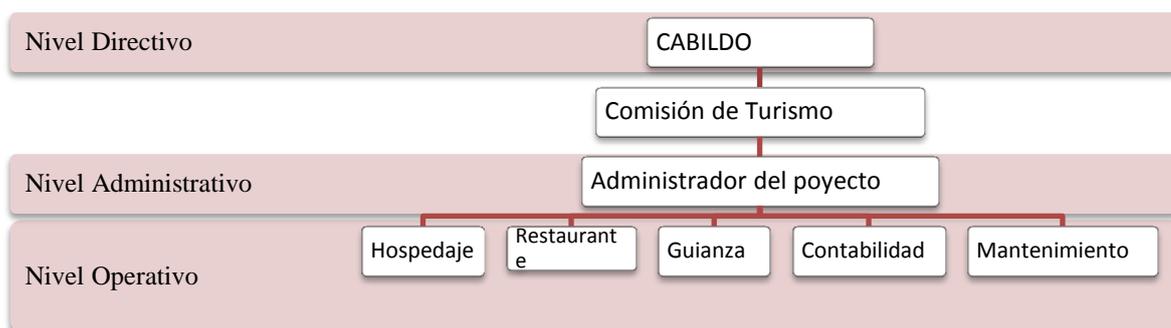
1) Estructura organizacional

Para desarrollar la actividad de turismo comunitario, el organigrama estructural está conformado por tres niveles importantes:

- **Nivel directivo:** Constituido por el cabildo de la comunidad Palacio Real y por la comisión de turismo quienes estarán encargados de controlar que todas las normas determinadas en la operación se cumplan.
- **Nivel administrativo:** Constituido por el administrador del proyecto quien estará encargados de vigilar el cumplimiento de las metas y presupuestos del Proyecto, de manera que sean coherentes con las necesidades de la comunidad buscando su rentabilidad.
- **Nivel operativo:** Integrado por un coordinador para casa área operativa (alojamiento, alimentación, guía, contabilidad y mantenimiento) y por el personal que ejecutará la operación, mismas que deberán someterse a todas las observaciones e indicaciones resueltas en sesión por la Comisión de Turismo como el administrador del proyecto.

El organigrama estructural es el siguiente:

Gráfico N° 49: Organigrama estructural.



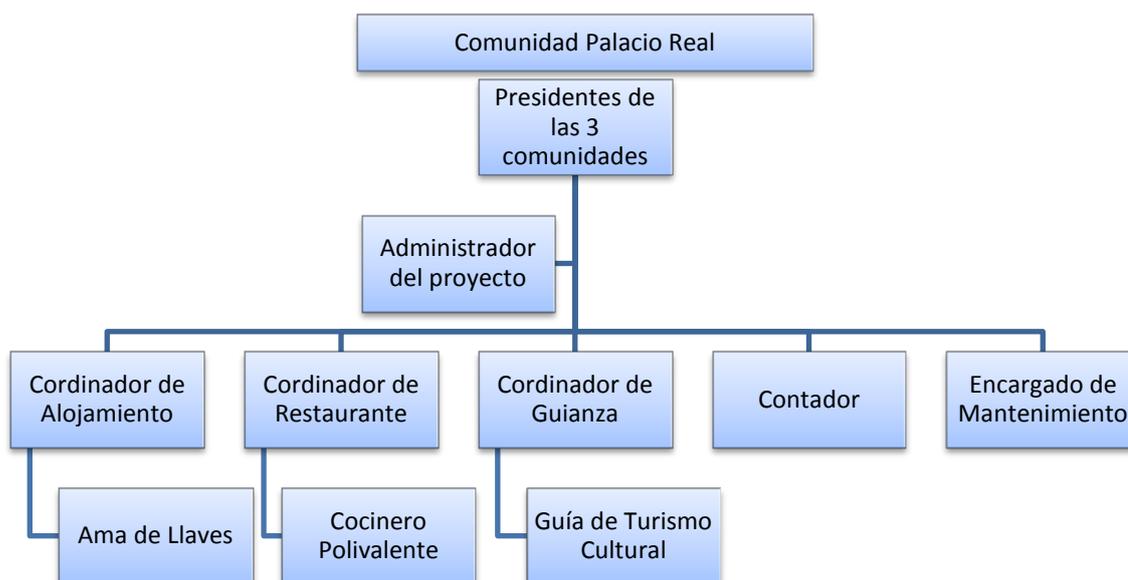
Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

2) Estructura funcional

Fundamentado en la estructura organizativa, se implantó el personal que se deberá concertar para su funcionamiento. El organigrama funcional es el siguiente:

Gráfico N° 50: Organigrama funcional.



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

b. Manual de funciones para la prestación de servicios turísticos.

1) Área Administrativa

a) Funciones del Administrador

Cuadro N° 168: Funciones del Administrador.

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO ADMINISTRADOR REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN 2 464:2007
1. OBJETIVO		
1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el gerente o administrador.		
2. ALCANCE		
2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como administradores en las empresas del sector turístico.		
3. DEFINICIONES		
3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:		
3.1.1 <i>Actitud.</i> Disposición de ánimo manifestada exteriormente.		

<p>3.1.2 Competencia. Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos.</p> <p>3.1.3 Conocimiento. Noción, idea, información, es el saber.</p> <p>3.1.4 Habilidad. Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.</p> <p>3.1.5 Mercadeo (marketing). Conjunto dinámico de actividades necesarias para el aprovechamiento, creación y distribución de bienes, productos y servicios, por cualquier ente, con el fin de ponerlos a disposición del consumidor o usuario para satisfacer su demanda, cómo, cuándo y dónde lo precise.</p> <p>3.1.6 Marketing mix. Combinación de los instrumentos del marketing turístico: producto, precio, distribución y promoción, para alcanzar los objetivos previstos.</p> <p>3.1.7 Ocupación. Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.</p>
<p>4. DISPOSICIONES GENERALES</p>
<p>4.1 Descripción de la ocupación. El administrador se ocupa, principalmente, de gestionar las actividades económicas, administrativas, de personal y de recursos tecnológicos, actuando empresarialmente para la satisfacción del cliente, el crecimiento y la sustentabilidad del negocio.</p>
<p>5. REQUISITOS</p>
<p>5.1 Resultados esperados</p> <p>5.1.1 El administrador debe:</p> <p>5.1.1.1 Representar a la organización:</p> <p>a) Representar a la empresa en eventos de la comunidad;</p> <p>b) Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y privadas;</p> <p>c) Trabajar en conjunto con empresas del sector turístico;</p> <p>d) Conducir reuniones y conferencias de la empresa.</p> <p>5.1.1.2 Definir estrategias de desarrollo:</p> <p>a) Establecer objetivos y metas;</p> <p>b) Definir necesidades y gestionar prioridades de movilización de recursos;</p> <p>c) Planificar y desarrollar nuevos servicios y productos turísticos;</p> <p>d) Establecer cronogramas, plazos y presupuestos;</p> <p>e) Mantener información sobre nuevas tecnologías y cambios en el mercado.</p> <p>5.1.1.3 Administrar el negocio:</p> <p>a) Alcanzar la mayor rentabilidad y beneficios;</p> <p>b) Definir criterios para la administración del equipo;</p> <p>c) Establecer políticas de remuneración e incentivos;</p> <p>d) Optimizar resultados;</p> <p>e) Controlar costos, presupuestos, estadísticas y rentas;</p> <p>f) Ejecutar acuerdos y contratos;</p> <p>g) Verificar en forma frecuente la calidad de los productos turísticos;</p> <p>h) Desarrollar informes.</p> <p>i) Promocionar y vender el producto turístico diseñado.</p> <p>5.1.1.4 Realizar actividades de mercadeo (marketing) y ventas:</p> <p>a) Realizar investigaciones de mercado para determinar productos turísticos y servicios;</p> <p>b) Desarrollar programas de comercialización;</p> <p>c) Ejecutar campañas promocionales;</p> <p>d) Establecer acuerdos y alianzas comerciales;</p> <p>e) Identificar mercados objetivos;</p> <p>f) Realizar el marketing mix.</p> <p>5.1.1.5 Supervisar la operación de sistemas y equipos:</p> <p>a) Verificar la implementación y el uso de sistemas informáticos de turismo, computadora, fax, teléfonos, centrales telefónicas, fotocopidora, calculadoras, máquinas de tarjeta de crédito;</p> <p>b) Asegurar el mantenimiento de los equipos y el entrenamiento adecuado del personal involucrado.</p> <p>5.1.1.6 Supervisar la presentación del personal:</p> <p>a) Cumplir y hacer cumplir los cuidados de higiene y apariencia personal.</p> <p>5.1.1.7 Asegurar la satisfacción del cliente:</p> <p>a) Analizar los reportes de investigación de satisfacción de los clientes, sugerencias y reclamos de los servicios otorgados y aplicar las acciones correctivas necesarias;</p> <p>b) Mantener contacto con el cliente;</p> <p>c) Supervisar el servicio de atención al cliente;</p> <p>d) Establecer políticas de seguridad y privacidad;</p>

- e) Mejorar la eficacia de los servicios que eleven la calidad de los productos turísticos ofertados al Cliente y la imagen de la empresa;
- f) Orientar la atención personalizada en la selección del servicio turístico solicitado por el cliente;
- g) Verificar el cumplimiento de contratos, servicios ofertados y el mantenimiento de la documentación necesaria.

5.1.1.8 Liderar el equipo:

- a) Organizar al equipo necesario para la realización del servicio turístico;
- b) Supervisar y orientar el trabajo de todos los miembros del equipo;
- c) Transmitir la información y entrenamiento necesario para el desarrollo de las actividades;
- d) Incentivar la cooperación de sus empleados;
- e) Desarrollar acciones motivadoras y crear estímulos laborales;
- f) Promover un buen ambiente de trabajo;
- g) Estimular el trabajo en equipo;
- h) Conciliar intereses profesionales;
- i) Definir funciones de cada empleado.

5.2 Competencia

5.2.1 El administrador, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) Herramientas básicas de planificación, control y método de optimización de resultados;
- b) Administración especializada en productos turísticos;
- c) Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de productos, servicios y políticas comerciales;
- d) Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros y pólizas de seguros utilizadas en el turismo;
- e) Técnicas básicas de negociación y administración de contratos;
- f) Características y conocimiento de productos, servicios comerciales y de los destinos vendidos;
- g) Vocabulario técnico del turismo;
- h) Informática y sistemas específicos de agencias operadoras;
- i) Aspectos legales básicos pertinentes a la administración de operadoras;
- j) Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas;
- k) Aspectos laborales de empleados fijos y ocasionales de la empresa;
- l) Técnicas básicas de liderazgo, ventas, negociación y gestión de personal;
- m) Planificación de paquetes turísticos;
- n) Comercialización turística por internet.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva con empleo de gramática y vocabulario adecuados;
- b) Planificación de corto, mediano y largo plazo;
- c) Análisis y juzgamiento con base en datos;
- d) Raciocinio numérico aplicado a negocios;
- e) Toma de decisiones en situaciones críticas;
- f) Raciocinio lógico y verbal;
- g) Capacidad para solucionar conflictos;
- h) Capacidad para evaluar ideas;
- i) Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales;
- j) Análisis del comportamiento humano e interrelación del lenguaje corporal, en particular gestual.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) *Previsor*. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.
- b) *Equilibrado emocionalmente*. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- c) *Persuasivo*. Buen vendedor de ideas a los demás, cambia las opiniones de otros, negociador.
- d) *Innovador*. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- e) *Razonador con datos*. Le gusta trabajar con datos, se basa y actúa sobre hechos, goza midiendo y evaluando.
- f) *Optimista*. Feliz, animado, no cae en depresiones ni desánimos a pesar de los fracasos, ve el lado positivo o bueno de las cosas.

Fuente: NORMA TECNICA ECUATORIANA (INEN 2 464:2007)

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

2) Área Operativa

a) Funciones del coordinador de alojamiento.

Cuadro N° 169: Funciones del coordinador de alojamiento.

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO COORDINADOR DE ALOJAMIENTO REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN 2 450:2007
1. OBJETIVO		
1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el coordinador de alojamiento.		
2. ALCANCE		
2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como administrador de empresas de alojamiento del sector turístico.		
3. DEFINICIONES		
<p>3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:</p> <p>3.1.1 <i>Actitud</i>. Disposición de ánimo manifestada exteriormente.</p> <p>3.1.1.1 <i>Competencia</i>. Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño del trabajo y en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos.</p> <p>3.1.1.2 <i>Conocimiento</i>. Noción, idea, información, es el saber.</p> <p>3.1.1.3 <i>Habilidad</i>. Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.</p> <p>3.1.1.4 <i>Huésped</i>. Cliente que se aloja en un establecimiento de alojamiento.</p> <p>3.1.1.5 <i>Mercadeo (marketing)</i>. Conjunto dinámico de actividades necesarias para el aprovechamiento, creación y distribución de bienes, productos y servicios, por cualquier ente, con el fin de ponerlos a disposición del consumidor o usuario para satisfacer su demanda, cómo, cuándo y dónde lo precise.</p> <p>3.1.1.6 <i>Ocupación</i>. Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.</p> <p>3.1.1.7 <i>Ocupación hotelera</i>. Valor porcentual o absoluto a través del cual se mide mensualmente el número de pernoctaciones en un hotel en función a su capacidad y durante un tiempo determinado.</p> <p>3.1.1.8 <i>Resultados esperados</i>. Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.</p> <p>3.1.1.9 <i>Vocabulario técnico</i>. Conjunto de palabras de un idioma pertenecientes al uso de una actividad determinada.</p>		
4. DISPOSICIONES GENERALES		
4.1 Descripción de la ocupación. El administrador de empresas de alojamiento se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.		
5. REQUISITOS		
<p>5.1 Resultados esperados</p> <p>5.1.1 El administrador de empresas de alojamiento debe:</p> <p>5.1.1.1 Planificar objetivos y estrategias:</p> <p>a) Establecer objetivos, metas, estrategias y políticas para la gestión y desempeño de la empresa;</p> <p>b) Definir necesidades y prioridades para la disposición y optimización de recursos humanos y económicos;</p> <p>c) Planear y desarrollar nuevos productos y procesos;</p> <p>d) Indicar las necesidades de inversión;</p> <p>e) Establecer cronogramas, plazos y presupuestos;</p>		

f) Establecer segmentos de mercado.

5.1.1.2 Establecer estrategias y acciones de mercadeo (marketing):

- a) Investigar y analizar tendencias del mercado;
- b) Definir objetivos y metas periódicas;
- c) Analizar la participación de la empresa en el mercado, tasa de ocupación hotelera, promedio diario y flujo de venta de productos y servicios;
- d) Definir política de precios;
- e) Promover las ventas;
- f) Construir y mantener la imagen de la empresa de alojamiento;
- g) Identificar oportunidades de mejora y buscar nuevos mercados;
- h) Determinar perfil de los clientes;
- i) Determinar datos de los clientes para la generación de estadísticas;
- j) Negociar y establecer acuerdos y alianzas comerciales.

5.1.1.3 Analizar y evaluar resultados para proponer acciones:

- a) Analizar resultados y evaluar cumplimiento de metas, objetivos y estándares de calidad definidos;
- b) Controlar costos;
- c) Analizar proyecciones financieras;
- d) Analizar índices estadísticos de productividad y rentabilidad;
- e) Determinar el flujo de informaciones;
- f) Analizar resúmenes gerenciales contables, financieros, patrimoniales y de personal;
- g) Desarrollar y supervisar acciones correctivas y verificar su eficacia.

5.1.1.4 Alcanzar objetivos esperados:

- a) Lograr la máxima rentabilidad;
- b) Mantener el valor comercial del hotel;
- c) Aumentar la proyección de desarrollo en el mercado;
- d) Impulsar nuevos negocios;
- e) Mantener información sobre nuevas tecnologías y todos los aspectos del establecimiento, del objeto del negocio y afines;
- f) Representar a la empresa en eventos y en la comunidad;
- g) Establecer y mantener una red de contactos con asociaciones, sindicatos, instituciones públicas y privadas;
- h) Trabajar en alianza con empresas del sector;
- i) Participar en las soluciones de conflictos laborales y judiciales;
- j) Elaborar resúmenes e informes escritos y orales;
- k) Participar en la definición y administración de contratos y acuerdos;
- l) Asegurar el cumplimiento de las leyes y legislaciones en todas las esferas.

5.1.1.5 Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento:

- a) Planear, organizar e implementar reformas y mejoras;
- b) Definir y aplicar procedimientos de seguridad;
- c) Promover el entrenamiento para emergencias;
- d) Implementar un programa de conservación ambiental;
- e) Monitorear la condición de uso de muebles, decoración, equipos y utensilios;
- f) Implementar procedimientos de prevención de fraude y transgresión contra el establecimiento, los huéspedes, funcionarios y colaboradores.

5.1.1.6 Asegurar la satisfacción del cliente:

- a) Analizar resúmenes de investigación de satisfacción, sugerencias, reclamos y proporcionar recursos para gestionar mejoras;
- b) Mantener contacto permanente con el cliente;
- c) Supervisar y chequear los servicios y atenciones dispuestas al huésped;
- d) Controlar estándares de calidad;
- e) Establecer políticas de seguridad y privacidad para el cliente;
- f) Reorientar el proceso y procedimiento que eleve la calidad del servicio prestado al cliente.

5.1.1.7 Liderar el equipo humano de trabajo:

- a) Incentivar la cooperación, la participación y el compromiso de sus colaboradores;
- b) Desarrollar acciones motivadoras;
- c) Brindar un buen ambiente físico y humano de trabajo;
- d) Definir criterios para la administración del equipo humano de trabajo;
- e) Promover el entrenamiento continuo del personal de las diversas áreas;
- f) Establecer una política de remuneración e incentivo;
- g) Estimular el desarrollo del equipo humano de trabajo;
- h) Promover cambios orientados a la consecución de los objetivos;
- i) Solucionar diferencias entre los colaboradores.

5.2 Competencia

5.2.1 El administrador de empresas de alojamiento, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) Procesos y procedimientos administrativos y contables;
- b) Técnicas de definición de precios, productos y servicios;
- c) Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo;
- d) Procesos de mejora continua;
- e) Técnicas de negociación y administración de contratos;
- f) Vocabulario técnico del segmento turismo y hospitalidad;
- g) Aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera;
- h) Técnicas de liderazgo y jefatura;
- i) Métodos de evaluación de desempeño de personal;
- j) Tipos, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento;
- k) Técnicas de mercadeo.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Planificación de corto y largo plazo;
- b) Toma de decisiones;
- c) Raciocinio numérico aplicado a negocios;
- d) Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita;
- e) Interpretación del lenguaje corporal.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) *Innovador*. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- b) *Perseverante*. Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos.
- c) *Atento*. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- d) *Detallista*. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- e) *Previsor*. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.
- f) *Orientado al cambio*. Goza haciendo nuevas cosas, acepta cambios, busca la variedad.

Fuente: NORMA TECNICA ECUATORIANA (INEN 2 450:2007)

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

b) Funciones del coordinador de restaurantes

Cuadro N° 170: Funciones del coordinador de restaurantes.

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO COORDINADOR DE RESTAURANTES REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN 2 436:2007
1. OBJETIVO		
1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el administrador de restaurante.		
2. ALCANCE		
2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como administrador de restaurante en empresas de alimentos y bebidas, restauración, hospitalidad y otras similares.		
3. DEFINICIONES		
<p>3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:</p> <p>3.1.1 <i>Actitud.</i> Disposición de ánimo manifestada exteriormente.</p> <p>3.1.2 <i>Ciclo.</i> Período de tiempo en donde el consumidor tiene un comportamiento predefinido.</p> <p>3.1.3 <i>Cliente especial.</i> Todo cliente que puede necesitar de un trato diferenciado: cliente importante, cliente con necesidades especiales, cliente con discapacidad.</p> <p>3.1.4 <i>Competencia.</i> Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos.</p> <p>3.1.5 <i>Conocimiento.</i> Noción, idea, información, es el saber.</p> <p>3.1.6 <i>Enología.</i> Ciencia que trata de la producción, conservación y consumo de vinos.</p> <p>3.1.7 <i>Espirituosos.</i> Denominación que se aplica a los aguardientes.</p> <p>3.1.8 <i>Estacionalidad.</i> Temporada definida de demanda de mercado para consumo de bienes o servicios. Ciclos variables de demanda.</p> <p>3.1.9 <i>Existencia (stock).</i> Existencia de productos en almacenamiento bajo los parámetros y las políticas mínimas y máximas de provisión requeridas, de acuerdo a los consumos realizados en un período determinado de tiempo.</p> <p>3.1.10 <i>Habilidad.</i> Destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.</p> <p>3.1.11 <i>Hospitalidad.</i> Industria que incluye todos los negocios relacionados a servicios hospitalarios: hoteles, hosterías, hostales, hospitales, clínicas, entre otros.</p> <p>3.1.12 <i>Ocupación.</i> Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.</p> <p>3.1.13 <i>Restauración.</i> Actividades relacionadas con la producción y servicio de alimentos y bebidas.</p> <p>3.1.14 <i>Resultados esperados.</i> Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.</p> <p>3.1.15 <i>Seguridad alimentaria.</i> Normas de seguridad y manipulación de alimentos que incluye estándares y procesos en compras, recepción, almacenamiento, producción, despacho, servicio, y manipulación de desechos y desperdicios.</p>		
4. DISPOSICIONES GENERALES		
4.1 Descripción de la ocupación. El administrador de restaurante se ocupa principalmente, de administrar el servicio de un restaurante o de un área de alimentos y bebidas, incluyendo la planificación y la administración de personal, compra, almacenaje y venta de productos y servicios, control contable financiero; apoyar a la dirección y asegurar la satisfacción del cliente.		
5. REQUISITOS		
<p>5.1 Resultados esperados</p> <p>5.1.1 <i>El administrador de restaurante debe:</i></p> <p>5.1.1.1 <i>Planificar el trabajo:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> a) Desarrollar estrategias competitivas; b) Establecer prioridades en la asignación de recursos; c) Prever problemas; d) Crear soluciones alternativas; e) Definir políticas de venta; f) Analizar resultados y rentabilidad; g) Elaborar planes, presupuestos y sistemas de control; h) Definir distribución de elementos en un ambiente; 		

- i) Apoyar la planificación y organización desarrollada por la dirección;
- j) Anticiparse a cambios del mercado;
- k) Definir tendencias y modas en la gastronomía;
- l) Análisis y juzgamiento con base en datos;
- m) Prever demanda futura basada en ciclos o estacionalidades.

5.1.1.2 Participar en la composición del menú:

- a) Realizar investigación de mercado, tipos de clientes, producto y proveedor;
- b) Elaborar ficha técnica de los platos;
- c) Establecer directrices de planificación y producción del menú;
- d) Establecer costo y precio de venta final.

5.1.1.3 Coordinar el servicio:

- a) Efectuar compras de alimentos y bebidas;
- b) Controlar existencias (*stock*);
- c) Efectuar control financiero y contable de costos y personal;
- d) Operar sistema gerencial computarizado;
- e) Elaborar reporte gerencial para la toma de decisión sobre el negocio;
- f) Asegurar el cumplimiento de la legislación y reglamentación;
- g) Establecer procesos y estándares en manuales de trabajo y aplicación de procesos.

5.1.1.4 Atender o supervisar la atención al cliente:

- a) Revisar los datos de la reserva;
- b) Acoger y recibir al cliente;
- c) Investigar preferencias y necesidades;
- d) Supervisar la seguridad y la recepción de clientes especiales;
- e) Esclarecer duda sobre el gasto efectuado;
- f) Explicar y acordar la forma de pago;
- g) Despedir al cliente e incentivar su retorno.

5.1.1.5 Cuidar de la seguridad alimentaria:

- a) Asegurar la aplicación de los procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos, en la limpieza de utensilios usados, en la higiene y limpieza personal del equipo y del espacio físico.

5.1.1.6 Promover ventas:

- a) Promocionar campañas publicitarias;
- b) Contratar atracciones artísticas;
- c) Realizar festivales gastronómicos y almuerzos conmemorativos;
- d) Autorizar descuentos;
- e) Negociar contratos y acuerdos comerciales.

5.1.1.7 Velar por la seguridad empresarial y patrimonial:

- a) Definir y hacer cumplir el plan de seguridad del establecimiento y del cliente;
- b) Contratar servicios de seguridad.

5.1.1.8 Apoyar al cliente:

- a) Brindar información sobre el establecimiento y los servicios que ofrece;
- b) Aclarar dudas sobre reserva, precio, productos y servicios;
- c) Recibir visitas y clientes especiales;
- d) Solucionar problemas.

5.1.1.9 Asegurar la satisfacción del cliente:

- a) Solucionar problemas;
- b) Supervisar el servicio de atención al cliente;
- c) Investigar satisfacción del cliente sobre productos y servicios;
- d) Verificar el cumplimiento con estándares de calidad de productos y servicios;
- e) Brindar servicio personalizado;
- f) Cuidar de la privacidad y seguridad del cliente;
- g) Efectuar la evaluación final junto al cliente;
- h) Atender quejas y verificar eficacia de las acciones tomadas.

5.1.1.10 Apoyar al equipo:

- a) Ayudar al equipo en la atención al cliente;
- b) Supervisar y orientar el arreglo del salón, mesas y utensilios;
- c) Reemplazar al capitán de meseros.

5.1.1.11 Liderar al equipo:

- a) Definir directrices para reclutamiento, selección y promoción de personal;
- b) Establecer política de remuneración y beneficios;
- c) Promover la capacitación;

- d) Administrar al equipo;
- e) Incentivar la cooperación;
- f) Desarrollar acciones motivadoras.

5.2 Competencia

5.2.1 El administrador de restaurante, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) Procesos básicos de liderazgo y gestión de personal;
- b) Técnicas de manejo de crisis;
- c) Métodos básicos de control contable y gestión financiera;
- d) Indicadores económicos para toma de decisiones
- e) Herramientas de control gerencial, financiero y contable;
- f) Sistemas básicos de administración de la producción y de administración de las existencias (*stock*);
- g) Ingredientes de platos en venta;
- h) NTE INEN 2 458;
- i) Principios de almacenamiento y conservación de alimentos y bebidas;
- j) Ingredientes de platos y bebidas nacionales;
- k) Términos técnicos relativos al servicio de alimentos y bebidas;
- l) Diversos servicios de un restaurante;
- m) Normas de etiqueta en la mesa y en el salón;
- n) Procedimientos en casos de emergencia;
- o) Enología, espirituosos, bebidas alcohólicas y su servicio;
- p) Herramientas de gestión especializadas para el manejo de alimentos y bebidas;
- q) Leyes y regulaciones especiales que aplican al sector de alimentos y bebidas.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Comunicación verbal clara, articulada y expresiva con empleo de gramática y vocabulario adecuados;
- b) Planificación de corto, mediano y largo plazo;
- c) Toma de decisiones en situaciones críticas con clientes;
- d) Raciocinio lógico y verbal;
- e) Raciocinio numérico aplicado a negocios;
- f) Análisis del comportamiento humano e interpretación del lenguaje corporal, en particular, gestual;
- g) Actuar de forma independiente para acelerar decisiones;
- h) Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales;
- i) Capacidad para solucionar conflictos internos;
- j) Capacidad para evaluar ideas.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) *Detallista*. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- b) *Confiable*. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
- c) *Atento*. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
- d) Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- e) *Controlador*. Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros.

Fuente: NORMA TECNICA ECUATORIANA (INEN 2 436:2007)

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

c) **Funciones del guía de turismo cultural.****Cuadro N° 171:** Funciones del guía de turismo cultural.

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO GUÍA DE TURISMO CULTURAL REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN 2 462:2007
1. OBJETIVO		
1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el guía especializado en turismo cultural.		
2. ALCANCE		
2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como guía especializado en turismo cultural.		
3. DEFINICIONES		
<p>3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:</p> <p>3.1.1 <i>Actitud</i>. Disposición de ánimo manifestada exteriormente.</p> <p>3.1.2 <i>Competencia</i>. Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas, para cumplir con los requisitos establecidos.</p> <p>3.1.3 <i>Conocimiento</i>. Noción, idea, información, es el saber.</p> <p>3.1.4 <i>Habilidad</i>. Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.</p> <p>3.1.5 <i>Ocupación</i>. Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.</p> <p>3.1.6 <i>Postura profesional</i>. Posición, actitud, disposición de una persona con respecto a su trabajo.</p> <p>3.1.7 <i>Resultados esperados</i>. Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.</p> <p>3.1.8 <i>Vocabulario técnico</i>. Conjunto de palabras de un idioma pertenecientes al uso de una actividad determinada.</p>		
4. DISPOSICIONES GENERALES		
4.1 Descripción de la ocupación. El guía especializado en turismo cultural se ocupa principalmente, de conducir al turista y prestar información técnico-especializada sobre determinado tipo de atractivo cultural de interés turístico en una provincia o sector del país.		
5. REQUISITOS		
<p>5.1 Resultados esperados</p> <p>5.1.1 <i>El guía especializado en turismo cultural debe:</i></p> <p>5.1.1.1 Organizar su trabajo:</p> <p>a) Adecuar las actividades y las programaciones al perfil del turista;</p> <p>b) Asegurar el cumplimiento de la programación;</p> <p>c) Establecer responsabilidades;</p> <p>d) Confirmar reservas;</p> <p>e) Administrar el tiempo de la actividad;</p> <p>f) Facilitar material y recursos necesarios para la visita;</p> <p>5.1.1.2 Informar sobre el atractivo cultural:</p> <p>a) Informar aspectos arquitectónicos, históricos, culturales, folclóricos, naturales y socioeconómicos junto con curiosidades de la localidad y del atractivo.</p> <p>5.1.1.3 Mantener organizada la documentación de la operadora contratante:</p> <p>a) <i>Elaborar registros de novedades.</i></p> <p>5.1.1.4 Operar equipos de uso en ambiente urbano:</p> <p>a) Utilizar micrófono, radio, intercomunicador, TV, video y filmadora.</p> <p>5.1.1.5 Velar por la seguridad del turista:</p> <p>a) Mantener la unidad del grupo;</p> <p>b) Supervisar entrada y salida de turistas;</p> <p>c) Verificar el número de turistas;</p> <p>d) Prevenir sobre riesgos.</p> <p>5.1.1.6 Asegurar la satisfacción del turista:</p> <p>a) Mantener al turista motivado e interesado en la programación;</p> <p>b) Apoyar a personas con necesidades especiales;</p> <p>c) Gestionar reclamos y sugerencias;</p> <p>d) Sugerir acciones correctivas y dar soluciones a problemas;</p>		

e) Investigar satisfacción del cliente.

5.1.1.7 Actuar en emergencias:

- a) Identificar peligros y riesgos;
- b) Identificar alternativas y prioridades;
- c) Controlar situaciones de pánico;
- d) Proveer primeros auxilios básicos;
- e) Comunicar a autoridades y operadora contratante sobre las anomalías presentadas.

5.1.1.8 Cuidar de la imagen de la operadora contratante:

- a) Demostrar confianza en la operadora y profesionalismo en la gestión de problemas;
- b) Asegurar la fidelidad del cliente.

5.1.1.9 Cuidar de la apariencia personal y postura profesional:

- a) Cuidar de la higiene, apariencia, postura corporal y disposición física;
- b) Evitar relacionarse íntimamente con el turista;
- c) Manejar situaciones incómodas;
- d) Usar lenguaje y trato apropiados.

5.1.1.10 Promover el turismo:

- a) Promocionar opciones de interés turístico cultural;
- b) Sugerir al turista otros recorridos;
- c) Recomendar puntos de compra y excursiones adicionales;

5.2 Competencia

5.2.1 El guía especializado en turismo cultural, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) Vocabulario técnico de turismo;
- b) aspectos históricos, geográficos, artísticos, culturales, sociales y políticos del país;
- c) técnicas de conducción de grupos;
- d) reglas de urbanidad y cuidado con la higiene personal;
- e) técnicas de venta;
- f) operación de equipos audiovisuales;
- g) primeros auxilios básicos.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Expresividad en la comunicación;
- b) argumentación lógica, clara y articulada, sin vicio de lenguaje y de gesticulación;
- c) motivación de grupos.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) *Activo*. Tiene energía, necesita movimiento y actividad, gusta del ejercicio físico, no puede estar quieto.
- b) *Detallista*. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- c) *Confiable*. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
- d) *Equilibrado emocionalmente*. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- e) *Práctico*. Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar cosas.

Fuente: NORMA TECNICA ECUATORIANA (INEN 2 462:2007)

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

d) Funciones de la ama de llaves

Cuadro N° 172: Funciones de la ama de llaves.

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO AMA DE LLAVES REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN 2 430:2007
1. OBJETIVO		
1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el ama de llaves.		
2. ALCANCE		
2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como ama de llaves en las empresas de alojamiento del sector turístico.		
3. DEFINICIONES		
<p>3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:</p> <p>3.1.1 <i>Actitud</i>. Disposición de ánimo manifestada exteriormente.</p> <p>3.1.2 <i>Cliente importante (VIP)</i>. Persona importante o recomendada que recibe un trato preferencial, dado de acuerdo a las políticas de la empresa de alojamiento.</p> <p>3.1.3 <i>Competencia</i>. Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas, para cumplir con los requisitos establecidos.</p> <p>3.1.4 <i>Conocimiento</i>. Noción, idea, información, es el saber.</p> <p>3.1.5 <i>Habilidad</i>. Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.</p> <p>3.1.6 <i>Huésped</i>. Cliente que se aloja en un establecimiento de alojamiento.</p> <p>3.1.7 <i>Menaje</i>. Conjunto de muebles, utensilios, enseres, equipos menores que pueden ser usados en la producción de un servicio.</p> <p>3.1.8 <i>Ocupación</i>. Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.</p> <p>3.1.9 <i>Ocupación hotelera</i>. Valor porcentual o absoluto a través del cual se mide mensualmente el número de pernотaciones en un hotel en función a su capacidad y durante un tiempo determinado.</p> <p>3.1.10 <i>Resultados esperados</i>. Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.</p> <p>3.1.11 <i>Vocabulario técnico</i>. Conjunto de palabras de un idioma pertenecientes al uso de una actividad determinada.</p>		
4. DISPOSICIONES GENERALES		
4.1 Descripción de la ocupación. El ama de llaves se ocupa, principalmente, de planificar, controlar, organizar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento y ornamentación de las habitaciones, lavandería, sala de refrigeración, áreas externas e internas (excepto cocina) y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes.		
5. REQUISITOS		
<p>5.1 Resultados esperados</p> <p>5.1.1 <i>El ama de llaves debe:</i></p> <p>5.1.1.1 <i>Planificar el trabajo de su departamento:</i></p> <p>a) Elaborar los cronogramas de trabajo con los colaboradores del departamento, para el lavado de cortinas, alfombras, cobijas, cubrecamas, retoque de muebles o limpieza profunda de las habitaciones;</p> <p>b) Definir o revisar métodos y procedimientos operacionales;</p> <p>c) Definir prioridades para atender solicitudes especiales y programación de llegada y salida de huéspedes;</p> <p>d) Organizar la operación en las temporadas y los eventos especiales;</p> <p>e) Establecer patrones de tiempo y especificaciones de calidad para la entrega de los servicios y los productos;</p> <p>f) Establecer el equipo de personas necesario para el ordenamiento, limpieza y servicios generales.</p> <p>5.1.1.2 <i>Organizar, capacitar y supervisar al equipo humano de trabajo:</i></p> <p>a) Mantener la disciplina y asegurar los estándares de presentación personal;</p> <p>b) Solucionar problemas y conflictos;</p> <p>c) Establecer un ambiente de trabajo cooperativo, comprometido, optimista y productivo;</p>		

- d) Evaluar el desempeño del equipo humano de trabajo;
 - e) Orientar y motivar para el auto desarrollo y el trabajo en equipo;
 - f) Capacitar y asegurar la competencia del equipo;
 - g) Generar un programa de capacitación continua en los diferentes procesos, políticas o estándares;
 - h) Proveer al equipo la información actualizada del establecimiento como horarios, eventos especiales, servicios;
 - i) Asegurar la continuidad de las acciones iniciadas en turnos anteriores.
- 5.1.1.3 Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo:**
- a) Distribuir los implementos de los equipos de trabajo;
 - b) Supervisar el ordenamiento e inspeccionar el estado de las diferentes áreas de trabajo;
 - c) Prever el material y lugar de almacenamiento en cada área y supervisar el control de inventarios en estas áreas;
 - d) Orientar sobre atenciones especiales, privacidad del cliente, seguridad y emergencias;
 - e) Asegurar que los servicios sean ejecutados conforme a los estándares mínimos de calidad;
 - f) Monitorear el estado de las habitaciones durante la llegada, ocupación hotelera y salida de huéspedes.
- 5.1.1.4 Contratar y supervisar servicios de terceros:**
- a) Identificar la necesidad de contratar servicios externos, como jardinería, desinfección, fumigación, lavado de alfombras y cortinas;
 - b) Identificar y seleccionar proveedores de productos y servicios;
 - c) Analizar propuestas y presupuestos;
 - d) Contratar, fiscalizar y aprobar la calidad del servicio.
- 5.1.1.5 Administrar materiales a su cargo:**
- a) Seleccionar y definir los niveles de inventario y orientar su uso;
 - b) Inventariar el material de limpieza, menaje, material de reposición de las habitaciones;
 - c) Definir la cantidad y el tipo del mobiliario de reserva;
 - d) Definir la cantidad y el tipo de máquinas y equipos de lavandería y limpieza;
 - e) Establecer políticas de uso y consumo de productos y materiales;
 - f) Controlar el consumo de productos y materiales para evitar el desperdicio.
- 5.1.1.6 Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo:**
- a) Solicitar la adquisición de artículos de decoración;
 - b) Sugerir arreglos florales;
 - c) Escoger la ropa de cama, baño y mesa;
 - d) Establecer políticas de decoración de acuerdo al ambiente, a la temporada o al evento.
- 5.1.1.7 Operar los equipos relacionados con su actividad:**
- a) Operar equipos y aparatos de uso común en las habitaciones y en el servicio de limpieza, higienización y ordenamiento;
 - b) Operar computador.
- 5.1.1.8 Asegurar la satisfacción del huésped:**
- a) Asegurar que el servicio otorgado esté en conformidad con lo ofertado;
 - b) Atender e interpretar las quejas y reclamos del huésped;
 - c) Identificar y solucionar las causas de insatisfacción y promover mejoras;
 - d) Coordinar la devolución de los objetos olvidados por el huésped.
- 5.1.1.9 Interactuar con los demás departamentos:**
- a) Informar la condición de las habitaciones y pedidos especiales del huésped;
 - b) Participar en la definición de procedimientos de eventos, para clientes importantes (VIP) y huéspedes con necesidades especiales;
 - c) Coordinar con el departamento de mantenimiento, las reformas, servicios o reparaciones en las habitaciones o áreas sociales;
 - d) Actuar conjuntamente con el departamento de seguridad, recepción u otros en situaciones de emergencia;
 - e) Coordinar con el departamento de alimentos y bebidas la entrega de los servicios a los huéspedes en la habitación.
- 5.1.1.10 Apoyar a la gestión del negocio:**
- a) Participar en la implementación de programas de mejora;
 - b) Controlar resultados operacionales y presupuestarios de su departamento.
- 5.2 Competencia**
- 5.2.1 El ama de llaves, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.**
- 5.2.1.1 Conocimientos:**

- a) Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajo y eventos especiales;
- b) Desarrollo de procedimientos operacionales;
- c) Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de personal; métodos de validación de profesionales y equipos;
- d) Legislación laboral y comercial aplicable a contratos de prestación de servicios y a técnicas de negociación de contratos;
- e) Técnicas de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales;
- f) Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento y operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones;
- g) Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento;
- h) Técnicas de servicio al cliente;
- i) Técnicas básicas de decoración, manejo de volúmenes, manejo del color;
- j) Requisitos para trabajo en equipo.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Capacidad de argumentar con lógica verbalmente o por escrito;
- b) Tomar decisiones complejas, individualmente o conjuntamente con otras personas;
- c) Cálculos matemáticos y elaboración de planillas y gráficos para análisis y control;
- d) Lectura y escritura clara para elaboración de informes gerenciales;
- e) Planificación de corto plazo, de acuerdo con recomendaciones estratégicas.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) *Innovador*. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- b) *Detallista*. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- c) *Práctico*. Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar cosas.
- d) *Controlador*. Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros.
- e) *Democrático*. Anima a los demás a expresar sus opiniones, consulta, escucha y toma en cuenta a los demás.
- f) *Equilibrado emocionalmente*. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.

Fuente: NORMA TECNICA ECUATORIANA (INEN 2 430:2007)

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

e) Funciones de un cocinero polivalente

Cuadro N° 173: Funciones de un cocinero polivalente.

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO COCINERO POLIVALENTE REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN 2 441:2007
1. OBJETIVO		
1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el cocinero polivalente.		
2. ALCANCE		
2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como cocinero polivalente en empresas de alimentos y bebidas, restauración, hospitalidad y otros similares.		
3. DEFINICIONES		
3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:		
3.1.1 <i>Actitud</i> . Disposición de ánimo manifestada exteriormente.		
3.1.2 <i>Autoservicio (self – service)</i> . Servicio mediante el cual el cliente se atiende por sí solo.		
3.1.3 <i>Banquete</i> . Servicio de comidas prestado por los hoteles, restaurantes y otros similares que tengan infraestructura para ello, y que constituye una fuente de ingresos complementaria. Consiste en la preparación de comida para un gran número de comensales.		
3.1.4 <i>Caza</i> . Conjunto de animales comestibles que viviendo en estado salvaje se cazan en determinadas épocas y se comercializan.		

<p>3.1.5 Competencia. Capacidad de movilizar, desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas para cumplir con los requisitos establecidos.</p> <p>3.1.6 Conocimiento. Noción, idea, información, es el saber.</p> <p>3.1.7 Existencia (stock). Existencia de productos en almacenamiento bajo los parámetros y las políticas mínimas y máximas de provisión requeridas, de acuerdo a los consumos realizados en un período determinado de tiempo.</p> <p>3.1.8 Flambear. Técnica que se aplica en la preparación de recetas y consiste en rociar un plato con licor y prenderle fuego para dejar el sabor y aroma en el preparado.</p> <p>3.1.9 Fondos. Son preparaciones básicas de distinta naturaleza, se refieren a distintos caldos obtenidos de la cocción de materias primas nutritivas, unas procedentes de animales, otras aromáticas y vegetales como cebolla, zanahoria, puerro y apio.</p> <p>3.1.10 Función polivalente. Persona que posee un conocimiento básico de algunas funciones, sin ser especialista en alguna de ellas.</p> <p>3.1.11 Garnish. Guarnición preparada de manera decorativa.</p> <p>3.1.12 Guisar. Preparar o cocinar los alimentos sometiéndolos a la acción del fuego. Preparar los alimentos haciéndolos cocer, después de rehogados en una salsa compuesta de grasa, agua o caldo, cebolla y otros condimentos.</p> <p>3.1.13 Gratinar. Acción de dorar en un horno determinadas preparaciones, con o sin salsa pero generalmente espolvoreadas de queso rallado y algo de mantequilla.</p> <p>3.1.14 Guarnición. Acompañantes comestibles del género principal del plato.</p> <p>3.1.15 Habilidad. Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.</p> <p>3.1.16 Hospitalidad. Industria que incluye todos los negocios relacionados a servicios hospitalarios: hoteles, hosterías, hostales, hospitales, clínicas, entre otros.</p> <p>3.1.17 Marinar. Técnica en la que se agrega productos que pueden aportar sabor y aroma a la preparación principal, dejando reposar en frío por períodos extensos.</p> <p>3.1.18 Ocupación. Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.</p> <p>3.1.19 Puesta a punto (mise en place). Expresión francesa usada para el conjunto de operaciones precisas para la puesta a punto de los elementos necesarios en la ejecución de un trabajo o servicio.</p> <p>3.1.20 Rehogar. Cocinar un género a fuego lento en una pequeña cantidad de materia grasa.</p> <p>3.1.21 Restauración. Actividades relacionadas con la producción y servicio de alimentos y bebidas.</p> <p>3.1.22 Resultados esperados. Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral.</p> <p>3.1.23 Saltear. Cocer a fuego lento y con poco aceite, en sartén, removiendo enérgicamente.</p> <p>3.1.24 Seguridad alimentaria. Normas de seguridad y manipulación de alimentos que incluye estándares y procesos en compras, recepción, almacenamiento, producción, despacho, servicio y manipulación de desechos y desperdicios.</p>

4. DISPOSICIONES GENERALES

<p>4.1 Descripción de la ocupación. El cocinero polivalente se ocupa, principalmente, de ejecutar recetas; comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.</p>

5. REQUISITOS

5.1 Resultados esperados

5.1.1 El cocinero polivalente debe:

5.1.1.1 Apoyar al jefe de cocina en la administración de existencias (stock) y control de consumo de la cocina:

- a) Conocer la carta o menú y ayudar en la definición de la calificación y cuantificación de producto;
- b) Recibir, verificar y almacenar mercadería comprada o solicitada;
- c) Inspeccionar cantidad de acuerdo con la solicitud;
- d) Verificar calidad y controlar tiempo máximo de consumo;
- e) Organizar y hacer rotación de producto de la cámara fría;
- f) Participar en la ejecución del inventario de la cocina;
- g) Apoyar en el control diario de consumo de ingrediente, producto y material;
- h) Evitar desperdicio.

5.1.1.2 Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta:

- a) Sugerir platos;
- b) Equilibrar la carta según el color, sabor, textura, tamaño, temporada o estación, conservación, método y tiempo de cocción, rendimiento de los alimentos, rentabilidad y economía para el establecimiento;
- c) Mantener registro en fichas técnicas.

5.1.1.3 Realizar corte y preparación de comestibles variados:

- a) Cortar, tornear, picar, moler, rallar y licuar el producto alimenticio;
- b) Moldear verduras y legumbres;
- c) Limpiar, cortar, deshuesar y conservar ave, carne, caza, pescados y mariscos;
- d) Condimentar y marinar alimento;
- e) Aplicar técnica de congelamiento, deshielo, manipulación, corte, almacenamiento y conservación de alimento;
- f) Utilizar técnica de aprovechamiento, porcionamiento y sustitución de ingrediente con pérdida mínima;
- g) Cortar comestibles fríos, frescos, preparados, listos para cocinar, listos para servir y otros.

5.1.1.4 Realizar cocción:

- a) Cocinar, asar, freír, rehogar, estofar, saltar, guisar y gratinar alimento;
- b) Utilizar técnicas de cocción;
- c) Observar punto, textura, sabor, color y conservación de las propiedades del alimento;
- d) Controlar tiempo y temperatura del producto alimenticio.

5.1.1.5 Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos:

- a) Preparar ensalada, plato caliente y frío de carne, ave, caza, pescado y mariscos, guarnición, fondo, salsa, sopa, sánduche, canapé, rellenos, gelatina y postre caliente o frío de la cocina nacional e internacional;
- b) Montar y presentar plato;
- c) Acondicionar el plato en recipiente propio de acuerdo con el tipo de servicio;
- d) Flambear el alimento;
- e) Dar información sobre composición de plato, en el salón o en la cocina;
- f) Montar servicio de banquete, autoservicio (*self-service*) y similar;
- g) Utilizar vocabulario técnico de la cocina internacional.

5.1.1.6 Cuidar de la higiene y seguridad alimentaria:

- a) Aplicar los procedimientos de higiene y seguridad en la manipulación de alimentos, limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios;
- b) Aplicar técnica de control de contaminación;
- c) Mantener el área limpia, segura y saludable.

5.1.1.7 Cuidar del área de trabajo:

- a) Planificar y organizar el propio trabajo;
- b) Preparar y arreglar el área de trabajo para el inicio de la puesta a punto (*mise en place*);
- c) Realizar el cierre del servicio de la cocina;
- d) Coordinar o realizar la limpieza;
- e) Mantener higiene y seguridad permanentes en el área de trabajo.

5.1.1.8 Operar equipos y maquinaria:

- a) Operar cocina, horno, plancha, parrilla, horno de microondas, cámara frigorífica, refrigeradora, batidora, sartén, mezcladora, licuadora, picador, molino, cortadora de embutidos, descascarador, multiprocesador y otros equipos destinados a la confección de alimentos.

5.1.1.9 Orientar ayudantes:

- a) Orientar, asistir, supervisar y entrenar a los ayudantes durante el trabajo;
- b) Controlar y aplicar procedimientos de operación;
- c) Reorientar el proceso;
- d) Transmitir nuevos conocimientos;
- e) Planificar, distribuir y coordinar tareas junto al ayudante;
- f) Cuidar de los pedidos en la cocina;
- g) Obtener la colaboración constante del ayudante para atender reclamos y pedidos especiales del cliente.

5.1.1.10 Cuidar de su higiene y presentación personal:

- a) Cuidar de la higiene personal, uniforme y accesorios que influyen en la seguridad personal y de los alimentos.

5.1.1.11 Mantener al equipo de trabajo motivado:

- a) Planear el logro de metas y la ejecución de tareas repetitivas, desagradables y cansadas;
- b) Asumir o acompañar el trabajo de otro colaborador;
- c) Desarrollar cooperación y espíritu de trabajo en equipo.

5.2 Competencia

5.2.1 El cocinero polivalente, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) Procedimientos básicos de inventario y de rotación de existencia (*stock*);

- b) Técnicas de manipulación, conservación y almacenamiento de alimentos;
- c) NTE INEN 2 458;
- d) Procedimientos de emergencia;
- e) Procedimientos de apertura y cierre del área de trabajo;
- f) Técnicas de corte y moldeado;
- g) Aprovechamiento y porcionamiento de alimentos;
- h) Ingredientes e insumos básicos de la cocina, alternativas de sustitución, temporada y formas de temperar y marinar alimentos;
- i) Datos históricos y recetas básicas de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres calientes y fríos de la cocina nacional e internacional, para los varios tipos de servicios;
- j) Técnicas de descongelación, cocción y flambeo, con observación de punto, tiempo, textura, sabor, color y conservación de las propiedades de los alimentos;
- k) Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual;
- l) Principales tipos de servicio y presentación de platos;
- m) Maquinaria, equipos y utensilios básicos de la cocina;
- n) Vocabulario técnico de la cocina internacional;
- o) Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación;
- p) Primeros auxilios básicos;
- q) Programas informáticos para manejo de inventarios;
- r) Técnicas de decoración de platos;
- s) Principios de repostería, panadería y pastelería;
- t) Principios de garnish;
- u) Elaboración de presupuestos.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas;
- b) Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios;
- c) Lectura e identificación de hora, temperatura y peso;
- d) Cálculos de estimativa de tiempo, peso, dimensión, cantidad, rendimiento y costo de los alimentos;
- e) Identificación de sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos;
- f) Memoria de corto y largo plazo;
- g) Reflejo rápido, coordinación motriz, mano firme y destreza manual para transportar y utilizar objeto, instrumento y equipo leve;
- h) Motricidad fina;
- i) Capacidad para resistir largas jornadas de trabajo y gran espíritu de adaptación;
- j) Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo y en ambiente con temperatura elevada.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) *Detallista*. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.
- b) *Confiable*. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
- c) *Equilibrado emocionalmente*. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.

Fuente: NORMA TECNICA ECUATORIANA (INEN 2 441:2007)

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

f) Funciones de un contador

Cuadro N° 174: Funciones de un contador.

MANUAL DE FUNCIONES			
REQUISITOS CONTABILIDAD			
Localización		Contabilidad	
Nivel de reporte inmediato		Administrador	
Misión del cargo			
“Revisar, procesar, registrar y comunicar todas las transacciones e información el encargado de acuerdo a la planificación y políticas organizacionales para la realización de informes”.			
Colaboradores directos	Contactos Internos	Contactos Externos	
Técnicos encargados.	Todo el personal que labora en la comunidad.	Ministerio de Turismo. Cámara de Turismo. Municipio de Riobamba	
Formación Académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
Contador o carreras a fines	*Administración *Secretariado *Manejo de archivos *Contabilidad *Conocimiento y manejo básico de programas de computación (Microsoft office)	Mínimo un idiomas extranjeros.	De 1 años mínimo de trabajo en funciones similares dentro del sector Turístico.
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none"> - Llevar un inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones de los tres CTC. - Llevar en forma ordenada recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago. - Acordar con el superior jerárquico y funcional las actividades que garanticen el funcionamiento y el logro de los objetivos establecidos para el cargo y la dependencia. - Elaborar, revisar y digitar documentos contables como recibos de caja, consignaciones, notas débito y crédito, cheques. - Llevar un proceso contable, el cual deberá contener: Plan de cuentas Estado de situación inicial Diario general Mayorización Balance de comprobación Estados financieros Análisis financiero - Mantener actualizados los libros de contabilidad. - Presentar al administrador informes mensuales sobre la actividad y movimiento financiero de los CTC's - Revisa y analiza los presupuestos de las actividades de los CTC's - Llena los formularios y declara el impuesto al SRI. - Chequea roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros etc. - Realizará los pagos de materia prima, personal, insumos y otras obligaciones que se presenten. - Chequea roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros etc. - Controla que los gastos de la empresa se ajusten al presupuesto general. - Legalizar el pago de planilla al IESS. - Receptar, enviar y elaborar correspondencia. - Realizar todas las labores de apoyo administrativo. - Administrar y velar por el buen funcionamiento de los equipos. - Suministrar información administrativa y turística a la ciudadanía en general - Llevar el control y archivo de las actividades realizadas. - Rendir informes de sus actividades realizadas. 			
Indicadores de medición			
Indicador		Indicador de Proceso	

Desempeño laboral	Oportunidad y confiabilidad en la generación y entrega de información.
Condiciones de trabajo	
Desarrolla la totalidad de sus labores en un ambiente agradable, en oficina, con adecuada ventilación, equipamiento e iluminación, sin mayor probabilidad de sufrir un accidente, en condiciones normales. Las actividades que desarrolla el cargo son ejecutadas dentro de la organización, con esporádicas movilizaciones fuera de ella.	
Perfil de Competencias	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel requerido
Lealtad	Transmitir y promover el compromiso con la organización, su área y actividades en todo momento. Respetar la institucionalidad, velando su cumplimiento siendo un agente de cambio positivo.
Respeto	Promover la tolerancia, apertura y respeto en su equipo de trabajo, verificando el cumplimiento de normas y principios de la organización
2. Trabajo en equipo	
Cooperación	Ayudar en el desarrollo de valores compartidos y objetivos comunes, para poder alcanzar los resultados esperados.
Sinergia	Tener la habilidad de aprovechar todo el potencial de las personas, para alcanzar resultados esperados del área.
3. Integridad	
Ética	Actuar con una conducta intachable, con fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo, velar por el cumplimiento de normas laborales y sociales teniendo como fin el bienestar
Profesionalismo	Cumplir, transmitir iniciativa. Es intermediario de referencia y consulta para todos los miembros.
Respeto a la institucionalidad	Cumplir con las normas asegurando su labor en el cumplimiento de leyes y reglamento local y nacional que promueva el desarrollo sostenible de la actividad turística estableciendo planes de acción e innovación.
4. Liderazgo	
Desarrollo de personas	Participar y colaborar en la gestión de programas de capacitación (internos o externos) y/o desarrollo de competencias, valores.
Visión de largo plazo	Visualizar y proponer estrategias o soluciones para posibles amenazas y problemas en base a la misión y visión.
Subrogación: En caso de ausencia será remplazado por quien lo designe	

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

g) **Funciones de un encargado de mantenimiento****Cuadro N° 175:** Funciones de un encargado de mantenimiento.

Norma Técnica Ecuatoriana	TURISMO ENCARGADO DE MANTENIMIENTO REQUISITOS DE COMPETENCIA LABORAL	NTE INEN 2 434:2007
1. OBJETIVO		
1.1 Esta norma establece los requisitos mínimos de competencia laboral y los resultados esperados que debe cumplir el encargado de mantenimiento.		
2. ALCANCE		
2.1 Esta norma se aplica a hombres y mujeres que laboran como encargado de mantenimiento en las empresas de alojamiento del sector turístico y cualquier actividad que le vincule.		
3. DEFINICIONES		
3.1 Para los efectos de esta norma, se adoptan las siguientes definiciones:		
3.1.1 <i>Actitud.</i> Disposición de ánimo manifestada exteriormente.		
3.1.2 <i>Competencia.</i> Capacidad de desarrollar y aplicar conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral y en la solución de problemas, para cumplir con los requisitos establecidos.		
3.1.3 <i>Conocimiento.</i> Noción, idea, información, es el saber.		
3.1.4 <i>Existencia (stock).</i> Existencia de insumos en almacenamiento bajo los parámetros y las políticas mínimas y máximas de provisión requeridas, de acuerdo a los consumos realizados en un período determinado de tiempo.		
3.1.5 <i>Habilidad.</i> Es la destreza de una persona para realizar una tarea, es el saber hacer.		
3.1.6 <i>Huésped.</i> Cliente que se aloja en un establecimiento de alojamiento.		
3.1.7 <i>Ocupación.</i> Actividad diferenciada caracterizada por un conjunto articulado de funciones, tareas y operaciones, que constituyen las obligaciones atribuidas al trabajador, destinadas a la obtención de productos o prestación de servicios.		
3.1.8 <i>Resultados esperados.</i> Conjunto mínimo de actividades que componen una ocupación laboral		
4. DISPOSICIONES GENERALES		
4.1 Descripción de la ocupación. El encargado de mantenimiento se ocupa, principalmente, de verificar, dar mantenimiento y solucionar problemas en equipo, mobiliario e instalaciones; prestar ayuda en la instalación de equipos de uso temporal y evaluar el servicio de mantenimiento encomendado.		
5. REQUISITOS		
5.1 Resultados esperados		
5.1.1 <i>El encargado de mantenimiento debe:</i>		
5.1.1.1 Diagnosticar el servicio a ser ejecutado:		
a) Probar el funcionamiento del equipo o la instalación;		
b) Identificar el tipo y la magnitud del daño o defecto;		
c) Decidir sobre el procedimiento a utilizar;		
d) Determinar el presupuesto para la reparación;		
e) Determinar el listado de repuestos o materiales, tiempo de reparación y la necesidad de ejecutar el mantenimiento;		
f) Generar el reporte de daños y llenar la memoria técnica del equipo, habitación o área afectada.		
5.1.1.2 Reparar fallas eléctricas:		
a) Reparar lámparas, toma corrientes, boquillas, cajas térmicas, fusibles, duchas eléctricas, resistencias, canales de agua, extensiones eléctricas, transformadores, reguladores de voltaje, hacer tierra y aislar la fuga de corriente, entre otros;		
b) Cambiar el tendido eléctrico, colocación de canaletas externas para conexiones eléctricas.		
5.1.1.3 Reparar fallas hidráulicas:		
a) Cerrar la llave de paso que interrumpe el flujo al área afectada;		
b) Sustituir red de válvulas y medidores hidráulicos;		
c) Reparar los lavaderos de cocina, canastillas, sifones, sanitarios, filtros de agua, tubería y otras instalaciones;		
d) Retirar el aire de la bomba hidráulica;		
e) Realizar mantenimiento preventivo y correctivo para la operación de cisternas y pozos sépticos.		
5.1.1.4 Reparar fallas mecánicas:		
a) Destrobar o cambiar cerraduras, ventanas, gavetas y equipo de gimnasio;		
b) Reducir ruido en camas, ventanas, equipo de aire acondicionado, puertas y otras piezas		

móviles;

- c) Realizar la lubricación preventiva de piezas móviles, cambio de garruchas y alcayatas;
- d) Reparar o realizar el mantenimiento preventivo de extractores de olores, equipos de limpieza;
- e) Realizar mantenimiento preventivo de equipos de cocina, calderos, elevadores, carpintería.

5.1.1.5 Reparar fallas telefónicas:

- a) Instalar extensiones telefónicas;
- b) Sustituir la toma de un aparato defectuoso;
- c) Componer el adaptador para conmutador;
- d) Verificar las líneas hasta la central telefónica;
- e) Llamar y solicitar servicios técnicos de ingeniería en telecomunicaciones a la empresa competente.

5.1.1.6 Hacer reparaciones prediales:

- a) Reparar pisos;
- b) Retocar la pintura;
- c) Reparar revestimientos como: alfombra, yeso, papel de pared, azulejo, vinyl y piezas de aluminio;
- d) Reparar tumbados y dar soluciones provisionales o definitivas a goteras o fugas de agua en los techos;
- e) Limpiar rótulos.

5.1.1.7 Hacer instalaciones provisionales:

- a) Instalar extensiones para energía y teléfono;
- b) Montar y desmontar camas, mesas y soportes para aparatos eléctricos;
- c) Instalación, montaje y desmontaje de equipos para eventos.

5.1.1.8 Manejar y controlar existencia (stock) de materiales del área de mantenimiento:

- a) Manejar inventarios de los equipos y materiales del departamento;
- b) Manejar ficha técnica de todos los equipos y maquinaria del establecimiento;
- c) Manejar una hoja de inventario por área, oficina y habitación;
- d) Establecer las características de los productos a adquirir.

5.1.1.9 Cuidar el área de trabajo:

- a) Mantener limpio y organizado el lugar de trabajo;
- b) Evitar la contaminación de otra área, ruido y movimientos que molesten la permanencia de los huéspedes o clientes del establecimiento;
- c) Revisar las condiciones de higiene y seguridad en el trabajo.

5.1.1.10 Operar equipos:

- a) Operar multímetro, voltímetro y amperímetro, llave de pruebas, detector de señales, taladro y aparatos de uso del huésped;
- b) Identificar las características de operación de cada equipo o maquinaria y respetar las sugerencias del proveedor.

5.1.1.11 Participar en programas de mantenimiento:

- a) Asistir y cumplir con la capacitación sobre el uso de equipos, materiales y maquinaria;
- b) Colaborar con el programa;
- c) Realizar control de plagas, mantenimiento preventivo de equipos y maquinaria de las diferentes áreas del establecimiento, exceptuando equipos de computación.

5.1.1.12 Aplicar procedimientos de seguridad industrial:

- a) Cumplir y hacer cumplir las exigencias en los modos de uso de químicos, equipo y maquinaria, de acuerdo a las recomendaciones del proveedor;
- b) Dar a conocer los procedimientos de seguridad industrial al personal que tiene acceso a estos materiales, equipos o maquinaria.

5.1.1.13 Actuar en emergencias:

- a) Rescatar personas de un elevador averiado;
- b) Operar equipos de incendio;
- c) Accionar el generador de emergencia;
- d) Conocer y ejecutar los planes de emergencia que posee el establecimiento;
- e) Formar parte de una de las brigadas de emergencia.

5.1.1.14 Actuar como nexo entre las áreas de mantenimiento y ama de llaves:

- a) Realizar los servicios encomendados;
- b) Informar al ama de llaves y al personal de mantenimiento sobre la situación de los servicios.

5.1.1.15 Cuidar la apariencia personal:

- a) Cuidar la imagen personal, uniforme y accesorios que influyen en la apariencia.

5.1.1.16 Apoyar al equipo humano de trabajo:

- a) Colaborar en reparaciones más complejas;

- b) Atender prioridades solicitadas por otro sector del establecimiento;
 c) Dar instrucciones sobre el uso adecuado de equipos a todo el personal del establecimiento.

5.1.1.17 Dar mantenimiento a los espacios verdes:

- a) Mantener limpio jardines o cualquier otro espacio verde del área.
 b) Dar mantenimiento continuo a senderos y letreros del área

5.2 Competencia

5.2.1 El encargado de mantenimiento, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

5.2.1.1 Conocimientos:

- a) Técnicas de diagnóstico y reparación de aparatos electrónicos, eléctricos, mecánicos e hidráulicos;
 b) Herramientas y suministros de uso común en electricidad y en mecánica básica;
 c) Requisitos de higiene y seguridad en el trabajo;
 d) operación y mecanismo de ajuste de los equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones;
 e) Conocimientos básicos de plomería, carpintería, albañilería y pintura;
 f) Manejo de formularios de servicio de mantenimiento;
 g) Funciones generales de cada área de un establecimiento de alojamiento.

5.2.1.2 Habilidades:

- a) Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas;
 b) Lectura y escritura para el llenado de formularios y registro de novedades simples;
 c) Comunicación clara de manera oral y escrita;
 d) Rapidez en la toma de decisiones en momentos de presión de tiempo o trabajo;
 e) Improvisar y encontrar soluciones optimizando los recursos que se tienen disponibles;
 f) Identificar los detalles de roturas o características en objetos y piezas;
 g) Diagnosticar ruidos que indiquen defectos;
 h) Coordinación motora con los dedos y las manos, firmeza para manipular objetos.

5.2.1.3 Actitudes:

- a) *Práctico*. Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar cosas.
 b) *Atento*. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
 c) *Equilibrado emocionalmente*. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
 d) *Previsor*. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.
 e) *Activo*. Tiene energía, necesita movimiento y actividad.
 f) *Perseverante*. Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos.

Fuente: NORMA TECNICA ECUATORIANA (INEN 2 434:2007)

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

Cuadro N° 176: Recursos humanos y remuneración.

Cantidad	Detalle	Sueldo mensual	Sueldo anual
1	Administrador	294,63	3535,56
1	Coordinador de alojamiento	293,46	3521,52
1	Coordinador de restaurantes	292,87	3514,44
1	Coordinador de guíaanza	292,96	3515,52
1	Contador	293,75	3525
1	Encargado de mantenimiento	292,87	3514,44
		Total sueldos	21126,48

Fuente: MRL (Salarios mínimos sectoriales 2015)

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

c. Procesos, diagramas de flujo y registros de operación del proyecto.**1) Servicio de alojamiento****a) Procesos de operación en la recepción**

Esto implica: tomar reservaciones, registrar a los huéspedes, recibir los pagos y manejar quejas, la operación del área de recepción comprende los siguientes puntos:

- Asegúrese de que todo esté listo para la llegada de sus huéspedes.
- Tómese un tiempo para dar la bienvenida a sus huéspedes cuando lleguen.
- Pregúnteles sobre si su panfleto y otra información les fueron de utilidad, de esta manera obtendrá una retroalimentación.
- Lleve a sus huéspedes a las habitaciones asignadas y provéales ayuda con el equipaje.
- Invite a sus huéspedes al salón de espera luego de que se hayan puesto cómodos ofrézcales una bebida de cortesía como té o café.

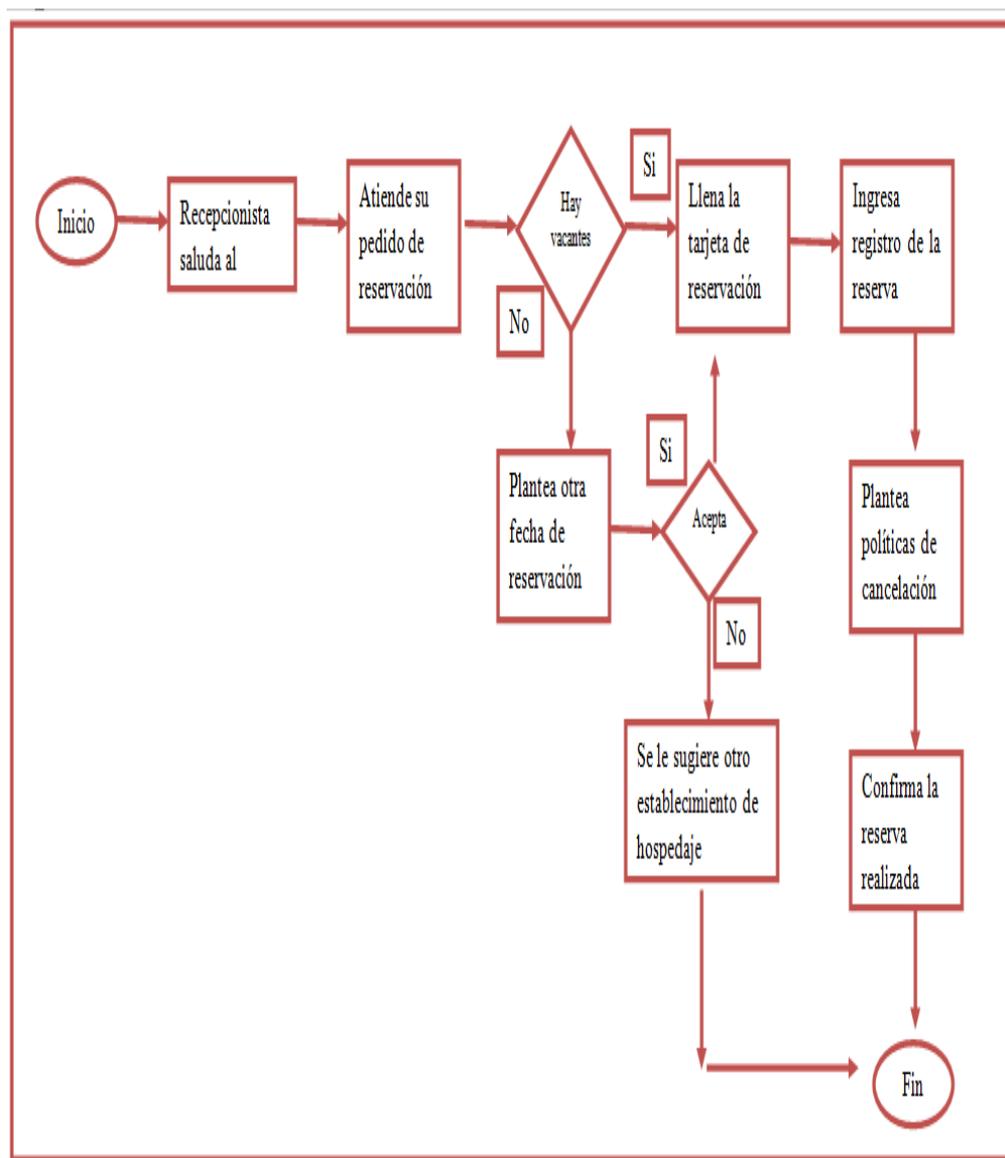
La realización del último punto le permitirá:

- Resolver cualquier duda que ellos tengan sobre direcciones, atractivos, eventos, etc. de su área.
- Discutir sobre las horas de desayuno. Si usted ofrece varios productos para el desayuno, este es un buen momento para preguntar a sus clientes que es lo que ellos desean.
- Presente las reglas de operación (fumar, parqueo, salida de habitaciones, etc.)
- Descubra cuales son los planes de sus huéspedes. Conocer los planes de sus clientes le permitirá planificar su propio tiempo. Haga sugerencias sobre que visitar (libros, mapas y panfletos sobre su área deben estar a disposición de sus clientes para que ellos los puedan utilizar).
- Siempre tenga a alguien disponible mientras sus huéspedes estén alojados.
- Explique su política de llaves. Entregue una copia de su puerta de entrada a sus huéspedes por el tiempo que ellos se alojen. Esto permite libertad de movimiento y un mínimo de incomodidades.

Registre a su huésped. Para su protección todos los huéspedes deben ser registrados al momento de arribar. El registro debe incluir nombres y dirección del cliente, número de licencia de conducir o pasaporte y fechas de estadía.

b) Diagrama de Flujo

Gráfico N° 51: Diagrama de flujo servicio de hospedaje.



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

c) Registro

Gráfico N° 52: Ficha de registro del huésped.

CUADERNO DE REGISTRO DE HUÉSPED

HAB	APELLIDO	NOMBRE	Ci o PASAPORTE	PAX	HORA INGRESO	HORA SALIDA	OBSERVACIONES

Ruta Real
Del Gigante de los Andes

Calpi Promueve su Patrimonio

Autorizado por: _____
Fecha: _____

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

2) Servicio de alimentación

a) Proceso de operación en el servicio de alimentación.

El objetivo de desarrollar un plan de alimentos es el de proveer al huésped una experiencia culinaria memorable. Un número de factores pueden mejorar considerablemente el disfrute del huésped a la hora del desayuno, como una atmósfera agradable, una presentación atractiva de los platos, una conversación estimulante y un menú regional único.

Siempre recuerde que una regla básica en la preparación de comida es el servir la comida caliente – CALIENTE – y la comida fría – FRIA. Es además imperativo que el área de la cocina, los utensilios y la persona que prepara los alimentos estén limpios e higiénicos.

Por ejemplo el proceso de cena en un restaurante sería el siguiente:

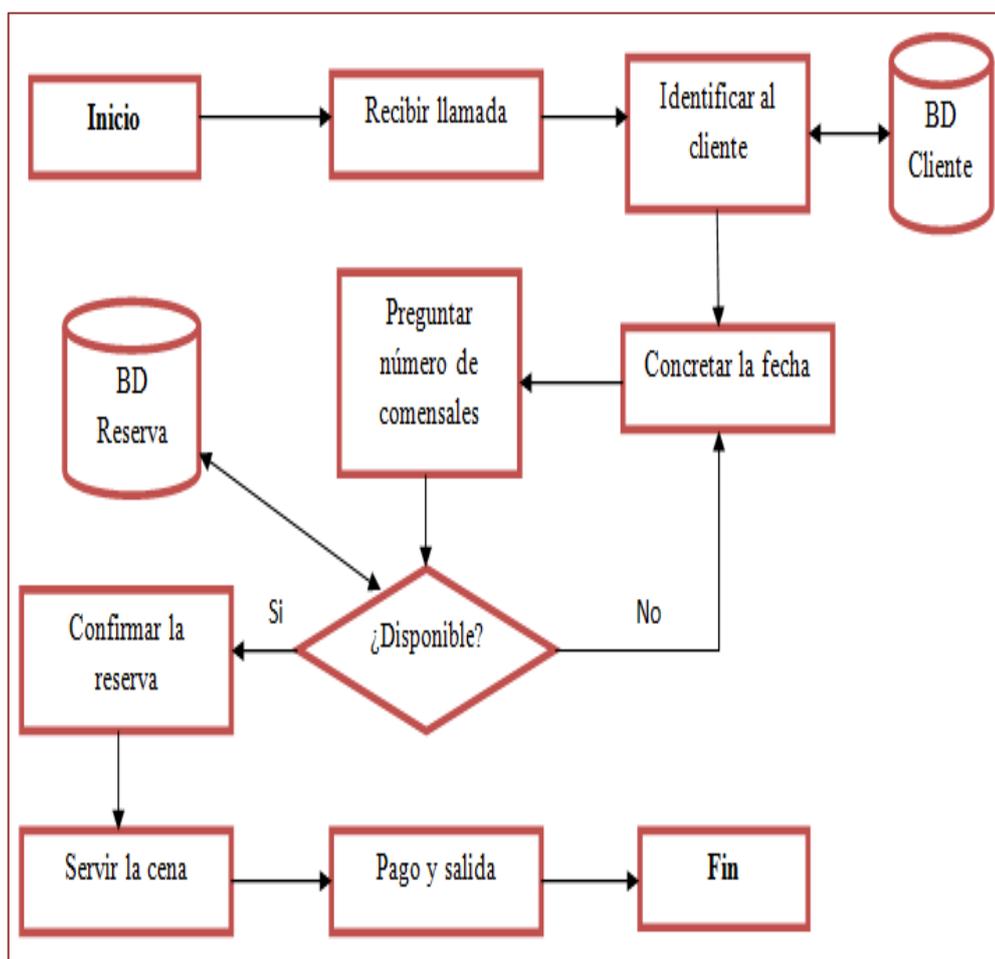
- El cliente ingresa al restaurante
- Verificamos datos tanto del cliente así como de la respectiva reserva

- El mesero muestra la mesa que le corresponde y les ofrece la carta a cada uno de los comensales.
- Luego de unos minutos toma la orden.
- Se sirve dar la orden a los comensales.
- Acabado el servicio registra el consumo.
- Recibe el pago y agradece por la preferencia.

Los procesos en el área de restaurante van a ser variados considerando las áreas de alimentos o bebidas, a más del servicio a ser proporcionado como por ejemplo: desayuno, almuerzo o cena.

b) Diagrama de flujo

Gráfico N° 53: Diagrama de flujo del servicio de alimentación.



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

c) Registro

Gráfico N° 54: Reporte de restaurante.

Fecha:		Desayuno		Almuerzo		Cena		Hab	Observaciones
Pax	Nombre	Americano	Continental	Menú	Carta	Menú	carta		
2	Alex Vega		2		2	1	1		Cobrar
2	Total día		2		2	1	1		

Registrado por: _____
Fecha: _____

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

3) Servicio de Guiánza

a) Proceso de operación del servicio de guiánza.

Los guías deberán estar en los CTC, para que puedan realizar su trabajo, al momento de arribar los turistas a la comunidad.

Cuando el visitante requiera de los servicios del guía, al coordinador administrativo del CTC, informaran a los guías disponibles para realizar el tour.

El guía socializara el código de conducta para el turista, además les dará una explicación sobre el recorrido que van a realizar.

Al empezar el recorrido el guía les conducirá a los sitios que se establecieron en el paquete o itinerarios, el mismo que se cumplirá de acuerdo a lo establecido brindando una información clara y precisa.

En caso de que se deba trabajar con el mismo grupo al día siguiente, el guía les informará sobre las nuevas actividades que vayan a realizar.

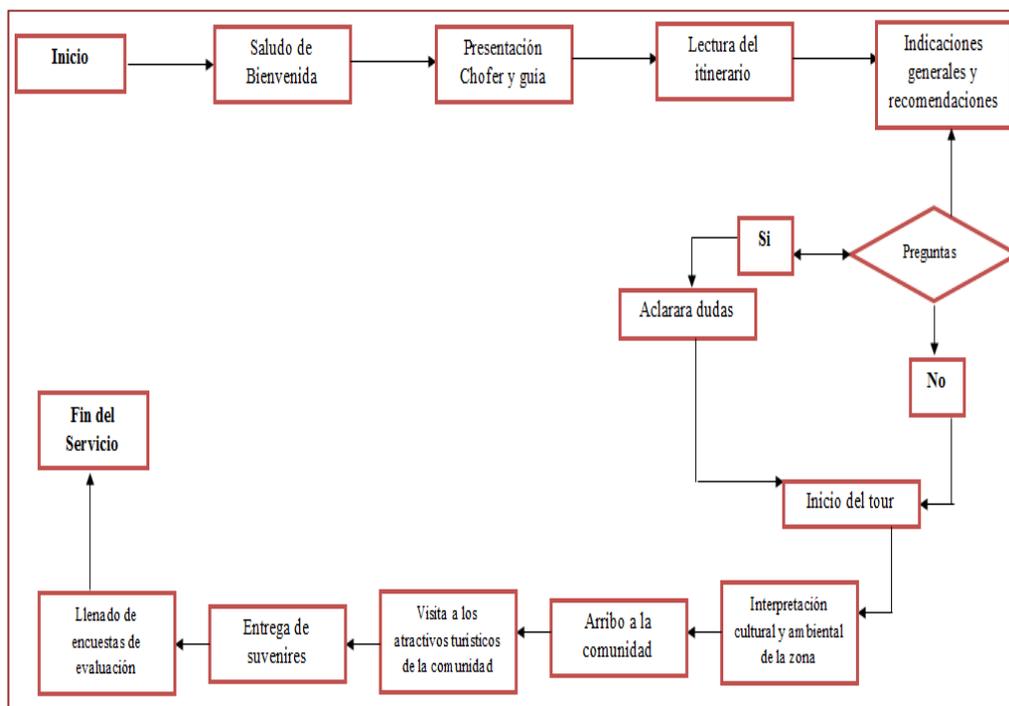
El proceso de guiánza se especifica de la siguiente manera:

- Saludo de bienvenida al turista y constatación del listado de participantes.

- Presentación del guía, del nombre del conductor y de del CTC a que representan.
- Se da una lectura del itinerario establecido para ese día
- Descripción de la etapa del día. Se expone con detalle el programa que se va a realizar: donde se comerá, por donde se pasará, cosas que se verán, etc.
- Se felicita al cliente por la elección de este viaje y se le da las debidas indicaciones y recomendaciones.
- Se da el inicio al tour
- Se realiza la interpretación cultural y ambiental de la zona durante el recorrido.
- Al arribar a la comunidad se les presenta a los integrantes.
- Se ejecuta el plan establecido para ese día
- Antes de que concluya el servicio se le entrega al turista un suvenir
- Se pide al turista que llene una hoja de evaluación
- Fin del servicio.

b) Diagrama de flujo

Gráfico N° 55: Diagrama de flujo servicio de guiánza.



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

c) Registro

Gráfico N° 56: Ficha de operación del servicio de guía(n)za.

Ruta Real
Del Gigante de los Andes

CÓDIGO _____

DATOS PERSONALES
 APELLIDOS _____
 NOMBRES _____
 LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO _____
 EDAD _____ años. SEXO M F ESTADO CIVIL _____
 No. DE CEDULA DE IDENTIDAD _____ TIPO DE SANGRE _____
 CIUDAD DE RESIDENCIA _____
 DIRECCION _____
 TELÉFONO _____ CELULAR _____
 CORREO ELECTRÓNICO _____

DATOS PROFESIONALES
 PROFESION _____
 EMPRESA - INSTITUCION _____
 UNIDAD _____
 DIRECCION _____
 TELÉFONOS _____ CELULAR _____
 FUNCIÓN - CARGO _____

EXPERIENCIA EN ACTIVIDADES: (Excursionismo, Deportes Extremos, etc) años

ACTIVIDAD	No. Veces	LA ULTIMA VEZ (Año)
En el Extranjero		

CURSOS RECIBIDOS (Excursionismo, Deportes Extremos, Primeros Auxilios, etc)

Nombre del Curso	No. Dias	Institución Capacitadora	Año	Nº. Participantes

EN CASO DE EMERGENCIA LLAMAR A:
 NOMBRE _____ PARENTESCO _____
 DIRECCION (Ciudad) _____
 TELEFONO _____ CELULAR _____

OBSERVACIONES

RENUNCIA DE RESPONSABILIDAD
 Yo, _____, de nacionalidad _____
 Poseedor de la Cedula de Ciudadania No. y/o N° pasaporte _____
 tengo total y absoluto conocimiento que el: Curso, Excursión, Actividad.....ofrecido por el Centro de Turismo Comunitario....., es una actividad de campo, y por lo tanto, implica una exposición a diferentes peligros subjetivos y objetivos. Por lo tanto asumo voluntariamente los riesgos correspondientes libero por este medio a esta empresa y sus empleados, de toda responsabilidad por cualquier accidente, daño, lesión, herida, enfermedad o muerte durante el desarrollo de este programa de aventura.
 Riobamba..... De..... De 20.....

(Firma) _____

Fuente: Trabajo de campo
 Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

4) Servicio de operación en el CTC

a) Proceso de reserva de paquetes

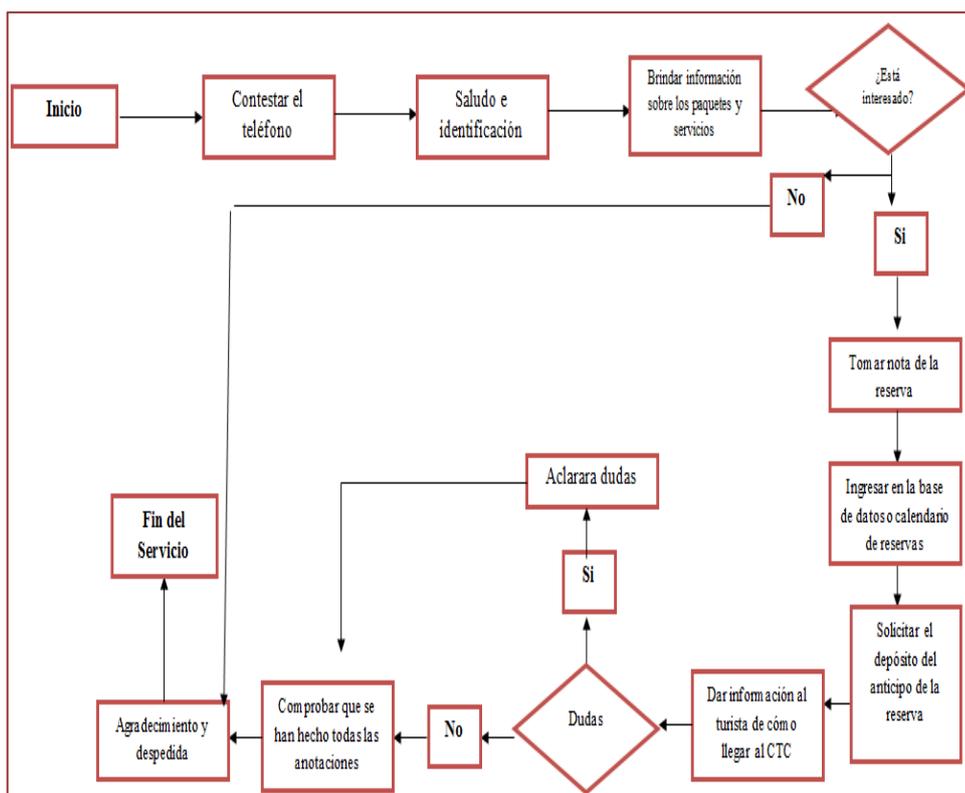
El proceso de reserva de un paquete o servicio dentro de la localidad se especifica de la siguiente manera:

- Contestar el teléfono al cliente.
- Identifíquese y salude.
- Escuche atentamente y tome nota de lo que le pidan.
- Dar información precisa sobre lo que le pida el visitante, tour operadora o personal administrativo del CTC.
- Apuntar todos los datos para la reserva como días de llegada y salida, nombre y número de personas, adultos, niños, hora de llegada, tipo de comidas y bebidas que prefieren, tipo de alojamiento que requieren (dirección y teléfono)
- Apunte la información en el calendario de reservaciones, de manera clara.
- Confirme los datos con el visitante, tour operadora para evitar malos entendidos.
- Si la reserva se la realiza con anticipación pedir el anticipo de la misma sobre el precio total.
- Comprobar que se han hecho todas las anotaciones.
- Despedida.

Una buena atención al cliente asegurara la compra del producto por parte del mismo y hará una publicidad de boca a boca hacia otros interesados.

b) Diagrama de flujo

Gráfico N° 57: Diagrama de flujo de la operación del producto.



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

c) Registro

Gráfico N° 58: Modelo de tarjeta de reservación.

Tarjeta de reservación

NOMBRE COMPLETO: _____

LEGISLA: _____ TELEFONO: _____

SEXO: M F O

EMPRESA: _____

GRUPO VOLUNTARIADO PARTICIPAR

RESERVADO POR: _____

PAQUETE: P.1 P.2 P.3 P.4

CODIGO: _____

OBSERVACIONES: _____

PAGADA Anticipo N° DEPÓSITO: _____

Responsable de la reservación: _____

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

d. Normas de conducta durante la gestión del proyecto.**1) Normas de conducta para el visitante****a) Relación con el patrimonio natural**

- No dejar huellas (basura, fuego y plantas quebradas).
- No deje desechos plásticos, vidrios y otros que no sean de fácil reciclaje y si lo ha traído lléveselo de vuelta.
- Se prohíbe manchar, pintar o realizar cualquier tipo de graffiti en árboles o infraestructura de los CTC.
- No colecte semillas, plantas, insectos o animales.
- Evite la introducción de especies animales y/o vegetales exóticas.
- Transite por los senderos establecidos.

b) Relación con la comunidad

- Se prohíbe dar regalos de cualquier tipo a los miembros de la comunidad.
- No se permite donación, cambios o venta de ropa usada a los miembros de las comunidades.
- Tome fotografías a personas de la comunidad solamente con su autorización.
- No besarse ni abrazarse delante de los miembros de la comunidad.
- Absténgase de usar drogas y/o alcohol durante su visita.
- Evite el contacto íntimo con el guía o miembros de las comunidades, pues afectaría la moral y tradiciones culturales comunitarias.
- Es prohibido prestar dinero a los guías, a los otros miembros de la operación turística comunitaria, a la comunidad, a los dirigentes y empleados en general.
- Respete los conocimientos locales.
- Respete a las personas adultas especialmente los ancianos.
- Participe voluntariamente en las actividades recreativas.

c) Investigaciones

- Es necesario solicitar los permisos respectivos para realizar investigaciones, previa autorización.

- Los habitantes locales deben participar en las investigaciones.

d) Seguridad

- Siga siempre las instrucciones del guía y personal de los CTC.
- Evite descuidar sus pertenencias.

2) Normas de conducta entre los miembros del equipo de gestión de la comunidad.

- El personal de planta debe mantener un trato amable entre sí.
- El personal de planta debe mantener conductas decentes con sus compañeros y que no incomoden a los turistas.
- El personal de planta debe trabajar en equipo y de manera coordinada.
- El personal de planta no debe ingerir bebidas alcohólicas ni drogas en su horario de trabajo ni horas libres.
- El personal de planta no debe fumar en las instalaciones o sitios que molesten a los visitantes.
- El personal de planta debe evitar reuniones sociales y fiestas que molesten a los visitantes y no tengan la autorización debida por parte del administrador.
- El personal de planta deberá ser separado de su trabajo en el caso de que tenga comportamientos impropios o de acoso sexual hacia sus compañeros/as.

3) Normas de Conducta con el Visitante

- El personal deberá atender las necesidades del visitante con prontitud y amabilidad.
- El personal deberá mantenerse fuera de las áreas destinadas para el descanso de los visitantes, excepto cuando sea requerido.
- El personal deberá realizar las labores de limpieza y mantenimiento del establecimiento, sin molestar al visitante o importunarlo.
- El personal debe abstenerse de ingerir bebidas alcohólicas u otras sustancias que le impidan su correcto desenvolvimiento.
- El comportamiento del personal deberá ser respetuoso y profesional con el visitante.
- El personal debe ser separado de su trabajo en el caso de que tenga comportamientos groseros, o de acoso sexual hacia los visitantes.
- El personal deberá mantener una presencia impecable.

- El personal debe tener presente ciertos patrones culturales de los visitantes y respetarlos.
- El personal debe evitar gritos, y comportamientos exagerados que puedan molestar al visitante.
- El personal deberá informar a los turistas sobre los valores y tradiciones de la comunidad.
- El personal no deberá llevar turistas a comunidades sin autorización.
- El personal no deberá aceptar ningún donativo que afecte a las costumbres locales como juegos modernos para niños, golosinas, dinero.

4) Normas de conducta entre el guía de la localidad y el visitante

- Por lo menos una persona en el CTC debe hablar inglés básico y de preferencia inglés avanzado.
- El personal en general debe ser tolerante a religiones, razas, sexualidad, política, etc.
- El personal debe ser consciente de la realidad ecológica de la zona, conocer los atractivos cercanos, estar capacitado para brindar un buen servicio e información al visitante.
- Debe cuidar su apariencia personal, ser amable, cortés y servicial, escuchar al visitante y estar siempre dispuesto a brindar un servicio rápido y eficiente.
- Los servicios serán prestados en forma responsable, puntual, con buena predisposición, acorde a lo que el cliente espera.
- El personal buscará siempre en lo posible exceder las expectativas de los visitantes y ayudarlos con sus dudas.
- Cuando se hable con un visitante se lo llamará por su nombre, ofreciéndole una sonrisa y mirándolo a los ojos, con un trato correcto y amistoso, evitando mascar chicle, fumar o comer.
- A la entrada o llegada de visitantes siempre habrá alguien quien les reciba, llene los documentos de recepción, les enseñe el entorno y las instalaciones del CTC explicando el funcionamiento y localización de cada cosa; comunicándoles los horarios y dependencias donde se sirve el desayuno y las comidas.
- En épocas de gran afluencia de clientes o en los momentos del día en que se establece un contacto con ellos sobre todo en los desayunos y comidas, se vigilará especialmente nuestro aspecto personal y la limpieza de las ropas y el calzado.

- El CTC, debe tener signos de identificación propios como: uniformes, placas de identificación de los empleados, etc.

e. Áreas de capacitación

1) Áreas de capacitación necesarias para la ejecución del proyecto.

Se implementará un programa de capacitación para todo el personal que trabajará en la ejecución del proyecto turístico patrimonial, el cual será dictado mediante talleres participativos, que permita interactuar a los participantes con el instructor de una forma teórico práctico, esto permitirá fortalecer los conocimientos habilidades y destrezas del personal.

De acuerdo a las necesidades del proyecto, el personal que se capacitará será de 60 personas de los cuales 20 serán hombres y 40 mujeres, a los cuales se les capacitará en las diferentes áreas como: administración de turismo comunitario, operación – guía, alimentación, contabilidad y organizativo comunal.

La selección de la gente se lo hará de forma libre, es decir la gente que esté interesado en el proyecto y que tenga afinidad con el área a capacitarse podrá inscribirse y así contribuir al desarrollo de la actividad turística comunitaria de una forma eficiente y eficaz en el área seleccionada.

A continuación se detalla el programa de capacitación por áreas:

2) Programas de capacitación

Tema: Programa de gestión del turismo comunitario.

Objetivo general:

- Capacitar al personal en las diferentes áreas de gestión del proyecto.

Objetivos específicos:

- Obtener guías nativos capacitados entorno a su medio natural.

- Obtener un personal capacitado en el área de alimentación con todos los conocimientos básicos y necesarios para el servicio de restaurante.
- Disponer de un personal con aptitudes básicas relacionadas al área contable para la operación del proyecto.

a) **Área de Capacitación:** Administrativa.

Cuadro N° 177: Contenido de la capacitación para el área administrativa.

TEMAS A TRATAR		TIEMPO
Módulo 1: TURISMO COMUNITARIO		
Gestión del turismo comunitario en el Ecuador.		4
Módulo2: PAQUETES TURISTICOS		
Diseño técnico de paquetes turísticos. Análisis de costos para paquetes turísticos.		6
Módulo 3: COMUNICACIÓN COMERCIAL		
<ul style="list-style-type: none"> - Conceptos básicos - Marketing Mix (Producto, plaza, precio, promoción). - Estrategias para la publicidad de imagen y de venta. - Estrategias para relaciones públicas. - Estrategias para las promociones. - Estrategias para el merchandising 		7
Módulo 4: ADMINISTRACION		
<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de Administración. - Planificación y dirección administrativa. - Recursos humanos. - Organización administrativa. - Control, reportes y seguimiento. - Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción del visitante. - Sistema de reservaciones. - Sistema de registro de visitantes. - Manejo de fichas de descargo, definición de perfil del visitante, satisfacción del visitante. - Elaboración de contratos. - Solución de Problemas. - Políticas y procedimientos generales. - La Importancia de los Códigos de Conducta para huéspedes, proveedores, empleados y comunidades. 		12
Módulo 5: MARCO LEGAL		
<ul style="list-style-type: none"> - Actividades turísticas en el Ecuador. - Requisitos para legalizar los centros de turismo comunitario 		3
METODOLOGIA	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, estudio de casos y discusión plenaria, trabajos en grupos y prácticas de campo.	
TIEMPO TOTAL		32

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

b) **Área de Capacitación:** Operativo – Guiánza**Cuadro N° 178:** Contenido de la capacitación para el área de operativa – guianza.

TEMAS A TRATAR		TIEMPO
Módulo 1: TURISMO COMUNITARIO		
Gestión del turismo comunitario en el Ecuador.		4
Módulo2: FLORA Y FAUNA		
<ul style="list-style-type: none"> - Flora y fauna del Ecuador - Flora representativa del lugar - Fauna representativa del lugar - Ornitología - La conservación, recurso, reciclaje - Manejo de desechos - Tratamiento de desechos orgánicos e inorgánicos. - Problemas ambientales generados por las actividades turísticas 		8
Módulo 3: INTERPRETACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL		
<ul style="list-style-type: none"> - Educación ambiental - Interpretación ambiental - Medios interpretativos - Manejo de áreas protegidas y naturales 		6
Módulo 4: CULTURA Y TRADICIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Recursos turísticos - Identificación de fiestas populares - Identificación de tradiciones locales 		4
Módulo 5: TECNICAS DE GUIAR		
<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de guiar - Atención a grupos - Rutas turísticas - Preparación de tours - Técnicas de animación - Geografía turística - Cartografía - Manejo de brújulas y GPS 		8
Módulo 5: PRIMEROS AUXILIOS Y CAMPAMENTISMO		
<ul style="list-style-type: none"> - Primeros auxilios - Campamentismo - Supervivencia 		2
METODOLOGIA	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, estudio de casos y discusión plenaria, trabajos en grupos y prácticas de campo.	
TIEMPO TOTAL		32

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

c) **Área de Capacitación:** Operativo – Alimentación y Hospedaje.

Cuadro N° 179: Contenido de la capacitación para el área de operativo – alimentación y hospedaje.

TEMAS A TRATAR		TIEMPO
Módulo 1: PREPARACIÓN DE ALIMENTOS		
<ul style="list-style-type: none"> - Valor nutricional de los productos locales y orgánicos - Elaboración de recetas estándar y tradicionales de la zona - Preparación de recetas estándar (Desayunos, Almuerzos, cenas, box lunch) - Elaboración de menús y cartas - Elaboración de jugos, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y ensaladas en general. - Elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta, son vegetarianos o tienen algún problema especial en alimentación. - Elaboración de Box Lunch. 	20	
Módulo2: OPERACIÓN TURISTICA DEL SECTOR HOTELERO		
<ul style="list-style-type: none"> -Normativas del hotel. -Políticas de reservación, ventas, anulación y confirmación. -Mantenimiento y aseo de hospedaje. -Recepción y acogida de huéspedes. 	12	
Módulo 3:TECNOLOGÍA DE RESTAURANTE		
<ul style="list-style-type: none"> - Estilos de servicio - Uso y mantenimiento de lencería y menaje para el servicio de alimentos y bebidas - Montaje de mesas para desayuno, menú y carta - Recepción y toma de comandas a clientes 	12	
Módulo 4: MANIPULACION E HIGIENE DE ALIMENTOS		
<ul style="list-style-type: none"> - N° 1 Salubridad de la comida - Enfermedades Alimenticias. - Tipos de Contaminación. - Contaminación de los Alimentos. - N° 2 Higiene del Manipulador - Normas de aseo personal del manipulador. - Como lavarse las manos. - Uso de guantes desechables. - N° 3 Limpiar y desinfectar - Diferencia. - Tipos de desinfección. - Desinfección con cloro. - Desinfección de utensilios y espacio físico. - Desinfección de alimentos. - Almacenamiento de productos de limpieza. 	20	
METODOLOGIA	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, estudio de casos y discusión plenaria, trabajos en grupos y prácticas de campo.	
TIEMPO TOTAL		64

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

d) Área de Capacitación: Operativo – Contabilidad.

Cuadro N° 180: Contenido de la capacitación para el área de operativa – contabilidad.

Módulo 1: CONTABILIDAD BASICA APLICADA AL TURISMO	
- Conceptos Básicos - Elaboración de inventarios - Emisión, y manejo de recibos, facturas, notas de venta. - Elaboración de proceso contable(Plan de cuentas, estado de situación inicial, diario general, Mayorización, balance de comprobación, estados financieros, análisis financiero, libro de caja, libro bancos, conciliaciones bancarias. - Elaboración de estados financieros - Llenado de formularios y forma de declaración de impuestos - Elaboración de roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros etc.	32
METODOLOGIA	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, estudio de casos y discusión plenaria, trabajos en grupos y prácticas de campo.
TIEMPO TOTAL	
32	

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

e) Área de Capacitación: Organizativo–Comunal (Fortalecimiento de la identidad cultural).

Cuadro N° 181: Contenido de la capacitación para el área de operativa – comunal.

Módulo1: CULTURA E IDENTIDAD	
- Conceptualización - Características y transmisión de la cultura - El Ecuador: País pluricultural, pluri-étnico y multilingüe.	8
Módulo 2:ETNOGRAFIA	
- Espacialidad - Temporalidad - Funcionalidad	8
Módulo 3: PATRIMONIO Y CULTURA	
- Cosas de Respeto - Saber Popular diario - Símbolos y valores	16
METODOLOGIA	Charlas expositivas, presentación de fotos y videos, estudio de casos y discusión plenaria, trabajos en grupos y prácticas de campo.
TIEMPO TOTAL	
32	

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

f) Matriz resumen del programa de capacitación.

Cuadro N° 182: Programas de capacitación.

N°	Área de capacitación	Temas de capacitación	Personal mínimo a capacitar	Horas de duración	Tiempo de ejecución
1	Administrativa	Gestión de empresas turísticas comunitarias	6 representantes de la comunidad Palacio Real.	32	2 fines de semana: (sábado y domingo, 8 horas diarias).
2	Operativo	Guiánza	6 representantes de las tres comunidades.	32	2 fines de semana: (sábado y domingo, 8 horas diarias).
3	Operativo – Alimentación y hospedaje	Formación de Chef comunitarios	6 representantes de la comunidad Palacio Real y San Francisco de Cunuguachay.	64	2 fines de semana: (sábado y domingo, 8 horas diarias).
4	Operativo – Contabilidad	Formación de personal con conocimientos en Contabilidad.	6 representantes de las tres comunidades.	32	2 fines de semana: (sábado y domingo, 8 horas diarias).
5	Organizativo – Comunal	Fortalecimiento de la identidad cultural.	6 Representantes de las tres comunidades.	32	2 fines de semana: (sábado y domingo, 8 horas diarias).
Total				192	12 fines de semana

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

g) Acciones y responsabilidades.

Cuadro N° 183: Acciones y responsabilidades para la capacitación en el área de administración.

ACCIONES	RESPONSABLES	
Capacitación en el área de administración	Ing. En Ecoturismo Profesional en área turística Profesional en ecología	Guía Profesional de turismo Chef nacional e internacional Auditor y contabilidad Líder reconocido

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

h) Requerimientos para las áreas de capacitación.

i. Requisitos para la participación en las diferentes áreas de capacitación.

- Copias de cédulas.
- Un certificado que abalice la comunidad a la que pertenece o el cargo que desempeña.

ii. Horarios de capacitación.

Las capacitaciones se dictarán los días sábados y domingos durante 3 meses y tendrán un horario de 8h a.m. hasta las 16h p.m.

Cuadro N° 184: Presupuesto para las áreas de capacitación.

RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Instructores	192 Horas	\$ 20,00	\$ 3.840,00
Coordinador de logística para el curso	2	\$ 500,00	\$1000,00
Certificados	60	\$ 6,50	\$ 390,00
Alimentación participantes	65	\$ 7,00	\$ 455,00
Materiales de trabajo	70	\$ 3,00	\$ 210,00
Transporte (movilización)	Global	Global	\$ 200,00
		Total	\$ 6.095,00

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

D. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO, AMBIENTAL Y SOCIOCULTURAL

1. Análisis Económico

a. Inversiones del proyecto

Como inversiones del proyecto se consideraron todos aquellos requerimientos de infraestructura que faciliten la ruta, así como también los activos fijos que se requiere para implementar CTC en la comunidad La Moya más todo lo que se refiere a activos diferidos y capital de trabajo.

Cuadro N° 185: Inversiones del proyecto.

TIPO DE INVERSIÓN	COSTO DE INVERSIÓN
<u>Inversiones Fijas</u>	<u>\$ 19.362,78</u>
Terreno	\$ 7.200,00
Construcciones edificaciones	\$ 6.396,62
Muebles y Enceres	\$ 165,00
Equipo y Maquinaria	\$ 2.621,30
Menaje	\$ 1.506,89
Señalización	\$ 550,93
Otras inversiones	\$ 922,04
<u>Inversiones Diferidas</u>	<u>\$ 42.520,68</u>
Promoción y publicidad	\$ 6.797,00
Gastos de fortalecimiento y capacitación al personal	\$ 31.095,00
Trámites de funcionamiento	\$ 213,80
Gastos financieros	\$ 2.390,09
Imprevistos	\$ 2.024,79
<u>Capital de Trabajo</u>	<u>\$ 23.636,16</u>
Mano de Obra directa	\$ 17.590,92
Sueldos y salario área administrativa	\$ 3.535,56
Materia prima	\$ 884,15
Caja Chica	\$ 500,00
Contingencias	\$ 1.125,53
TOTAL	<u>\$ 85.519,62</u>

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

b. Usos y fuentes

En el mapeo de actores se especificó las instituciones o sectores con quienes se debe gestionar la ejecución de las obras necesarias para dar viabilidad al proyecto, se expone a continuación:

Cuadro N° 186: Fuentes y usos del proyecto

TIPO DE INVERSIÓN	COSTO DE INVERSIÓN	INVERSION COMUNITARIA	MINTUR	INPC	FUNDACION AHUANA	CFN
Inversiones Fijas	\$ 19.362,78	-	-	-	-	-
Terreno	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00				
Construcciones edificaciones	\$ 6.396,62					\$ 6.396,62
Muebles y Enceres	\$ 165,00	\$ 165,00				
Equipo y Maquinaria	\$ 2.621,30					\$ 2.621,30
Menaje	\$ 1.506,89					\$ 1.506,89
Señalización	\$ 550,93		\$ 550,93			
Otras inversiones	\$ 922,04				\$ 922,04	
Inversiones Diferidas	\$ 42.520,68	-	-	-	-	-
Promoción y publicidad	\$ 6.797,00					\$ 6.797,00
Gastos de fortalecimiento y capacitación al personal	\$ 31.095,00		\$ 640,00	\$ 25.640,00		\$ 4.815,00
Trámites de funcionamiento	\$ 213,80	\$ 213,80				
Gastos financieros	\$ 2.390,09	\$ 2.390,09				
Imprevistos	\$ 2.024,79				\$ 2.024,79	
Capital de Trabajo	\$ 23.636,16	-	-	-	-	-
Mano de Obra Directa	\$ 17.590,92	\$ 17.590,92				
Sueldos y salarios del área administrativa	\$ 3.535,56					\$ 3.535,56
Materia prima	\$ 884,15					\$ 884,15
Caja Chica	\$ 500,00	\$ 500,00				
Contingencias	\$ 1.125,53				\$ 1.125,53	
TOTAL	\$ 85.519,62	\$ 28.059,81	\$ 1.190,93	\$ 25.640,00	\$ 4.072,36	\$ 26.556,52
TOTAL % APORTACIÓN	100%	33%	1%	30%	5%	31%

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

c. Clasificación de las inversiones

1) Inversiones fijas

Cuadro N° 187: Inversiones fijas.

RUBRO	INVERSIÓN
Terreno	\$ 7.200,00
Construcciones edificaciones	\$ 6.396,62
Muebles y Enceres	\$ 165,00
Equipo y Maquinaria	\$ 2.621,30
Menaje	\$ 1.506,89
Señalización	\$ 550,93
Otras inversiones	\$ 922,04
SUB TOTAL	\$ 19.362,78

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

2) Inversiones diferidas

Cuadro N° 188: Inversiones diferidas.

RUBRO	INVERSIÓN
Promoción y publicidad	\$ 6.797,00
Gastos de fortalecimiento y capacitación al personal	\$ 31.095,00
Trámites de funcionamiento	\$ 213,80
Gastos financieros	\$ 2.390,09
Imprevistos	\$ 2.024,79
SUB TOTAL	\$ 42.520,68

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

3) Capital de trabajo

Cuadro N° 189: Capital de trabajo

RUBRO	INVERSIÓN
Mano de Obra directa	\$ 17.590,92
Sueldos y salario área administrativa	\$ 3.535,56
Materia prima	\$ 884,15
Caja Chica	\$ 500,00
Contingencias	\$ 1.125,53
SUB TOTAL	\$ 23.636,16

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

4) Total de inversiones

Cuadro N° 190: Total de inversiones

RUBRO	INVERSIÓN
Inversiones fijas	\$ 19.362,78
Inversiones diferidas	\$ 42.520,68
Capital de trabajo	\$ 23.636,16
SUBTOTAL	\$ 85.519,62

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

5) Financiamiento

Cuadro N° 191: Financiamiento

FINANCIAMIENTO	INVERSIÓN
Inversión comunitaria	\$ 28.059,81
MINTUR	\$ 1.190,93
INPC	\$ 25.640,00
AHUANA	\$ 4.072,36
PRESTAMO CFN	\$ 26.556,52
SUBTOTAL	\$ 85.519,62

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

d. Amortización de inversiones diferidas

Cuadro N° 192: Amortización de inversiones diferidas.

Activos Diferidos	Valor de Activo Diferidos	2016	2017	2018	2019	2020
Promoción y publicidad	\$ 6.797,00	\$ 1.359,40	\$ 1.359,40	\$ 1.359,40	\$ 1.359,40	\$ 1.359,40
Gastos de fortalecimiento y capacitación al personal	\$ 31.095,00	\$ 6.219,00	\$ 6.219,00	\$ 6.219,00	\$ 6.219,00	\$ 6.219,00
Trámites de funcionamiento	\$ 213,80	\$ 42,76	\$ 42,76	\$ 42,76	\$ 42,76	\$ 42,76
Gastos financieros	\$ 2.390,09	\$ 478,02	\$ 478,02	\$ 478,02	\$ 478,02	\$ 478,02
Imprevistos	\$ 2.024,79	\$ 404,96	\$ 404,96	\$ 404,96	\$ 404,96	\$ 404,96
TOTAL	\$ 42.520,68	\$ 8.504,14				

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

e. Depreciación de inversiones fijas

Cuadro N° 193: Depreciación de inversiones fijas.

DEPRECIACION DE INVERSIONES FIJAS						
Activos fijos	Valor del bien	Depreciación por Ley	Depreciación anual	Duración proyecto	Depreciación del bien en el proyecto	Valor salvamento
Construcciones edificaciones	\$ 6.396,62	20	\$ 319,83	5	\$ 1.599,16	\$ 4.797,47
Muebles y Enceres	\$ 165,00	10	\$ 16,50	5	\$ 82,50	\$ 82,50
Equipo y Maquinaria	\$ 2.621,30	10	\$ 262,13	5	\$ 1.310,65	\$ 1.310,65
Menaje	\$ 1.506,89	5	\$ 301,38	5	\$ 1.506,89	\$ 0,00
	\$ 10.689,81		\$ 899,84			\$ 6.190,62

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

f. Calculo de la deuda

Cuadro N° 194: Calculo de la deuda.

CALCULO DE LA DEUDA/CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL					
MONTO	\$ 26.556,52	PLAZO	5 AÑOS	INTERÉS	9%
AÑO	CAPITAL	INTERÉS	CAPITAL A PAGARSE	CUOTA ANUAL	SALDO
2016	\$ 26.556,52	\$ 2.390,09	\$ 5.311,30	\$ 7.701,39	\$ 21.245,22
2017	\$ 21.245,22	\$ 1.912,07	\$ 5.311,30	\$ 7.223,37	\$ 15.933,91
2018	\$ 15.933,91	\$ 1.434,05	\$ 5.311,30	\$ 6.745,36	\$ 10.622,61
2019	\$ 10.622,61	\$ 956,03	\$ 5.311,30	\$ 6.267,34	\$ 5.311,30
2020	\$ 5.311,30	\$ 478,02	\$ 5.311,30	\$ 5.789,32	\$ 0,00
TOTAL		\$ 7.170,26	\$ 26.556,52	33726,78	

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

g. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

Cuadro N° 195: Estructura de costos y gastos

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS					
DENOMINACIÓN	AÑOS				
	1 2016	2 2017	3 2018	4 2019	5 2020
Costos de producción	\$ 19.374,91	\$ 22.182,33	\$ 27.174,31	\$ 35.619,98	\$ 49.958,86
Materia prima	\$ 884,15	\$ 1.012,26	\$ 1.240,07	\$ 1.625,47	\$ 2.279,81
Mano de Obra Directa	\$ 17.590,92	\$ 20.139,84	\$ 24.672,18	\$ 32.340,19	\$ 45.358,79
Muebles y Enceres	\$ 16,50	\$ 18,89	\$ 23,14	\$ 30,33	\$ 42,55
Equipo y Maquinaria	\$ 262,13	\$ 300,11	\$ 367,65	\$ 481,92	\$ 675,91
Menaje	\$ 301,38	\$ 345,05	\$ 422,70	\$ 554,07	\$ 777,11
Dep. de construcción y edificación	\$ 319,83	\$ 366,17	\$ 448,58	\$ 588,00	\$ 824,70
Gastos administrativos	\$ 3.883,56	\$ 4.446,29	\$ 5.446,89	\$ 7.139,77	\$ 10.013,89
Sueldos y salarios	\$ 3.535,56	\$ 4.047,86	\$ 4.958,81	\$ 6.499,98	\$ 9.116,56
Servicios Básicos	\$ 348,00	\$ 398,43	\$ 488,09	\$ 639,78	\$ 897,33
Costo de Ventas	\$ 5.900,00	\$ 6.754,91	\$ 8.275,06	\$ 10.846,91	\$ 15.213,35
Propaganda	\$ 5.900,00	\$ 6.754,91	\$ 8.275,06	\$ 10.846,91	\$ 15.213,35
Gastos Financieros	\$ 1.912,07	\$ 1.434,05	\$ 956,03	\$ 478,02	\$ 0,00
Intereses bancarios	\$ 1.912,07	\$ 1.434,05	\$ 956,03	\$ 478,02	\$ 0,00
TOTAL	\$ 31.070,54	\$ 34.817,58	\$ 41.852,30	\$ 54.084,67	\$ 75.186,11

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

h. Presupuestos de ingresos

Cuadro N° 196: Estructura de ingresos

CALCULO DE INGRESOS										
Año	AÑOS									
	2016		2017		2018		2019		2020	
Clientes	1594		1732		1883		2047		2226	
División por paquetes	765	829	831	901	904	979	983	1064	1068	1158
Precio de mercado	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 80,00	\$ 110,00
Sub total	\$ 61.209,60	\$ 91.176,80	\$ 66.508,80	\$ 99.070,40	\$ 72.307,20	\$ 107.707,60	\$ 78.604,80	\$ 117.088,40	\$ 85.478,40	\$ 127.327,20
TOTAL	\$ 152.386,40		\$ 165.579,20		\$ 180.014,80		\$ 195.693,20		\$ 212.805,60	

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

i. Estado de resultados

Cuadro N° 197: Balance de pérdidas y ganancias.

BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
DENOMINACION	AÑOS				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$ 152.386,40	\$ 165.579,20	\$ 180.014,80	\$ 195.693,20	\$ 212.805,60
Costos de producción	\$ 19.374,91	\$ 22.182,33	\$ 27.174,31	\$ 35.619,98	\$ 49.958,86
<i>Utilidad Bruta</i>	<i>\$ 133.011,49</i>	<i>\$ 143.396,87</i>	<i>\$ 152.840,49</i>	<i>\$ 160.073,22</i>	<i>\$ 162.846,74</i>
Gastos administrativos	\$ 3.883,56	\$ 4.446,29	\$ 5.446,89	\$ 7.139,77	\$ 10.013,89
Gastos de ventas	\$ 5.900,00	\$ 6.754,91	\$ 8.275,06	\$ 10.846,91	\$ 15.213,35
<i>Utilidad Operativa</i>	<i>\$ 123.227,93</i>	<i>\$ 132.195,67</i>	<i>\$ 139.118,54</i>	<i>\$ 142.086,54</i>	<i>\$ 137.619,49</i>
Gastos Financieros	\$ 1.912,07	\$ 1.434,05	\$ 956,03	\$ 478,02	\$ 0,00
<i>Utilidad Neta antes de la repartición de utilidades</i>	<i>\$ 121.315,86</i>	<i>\$ 130.761,62</i>	<i>\$ 138.162,50</i>	<i>\$ 141.608,53</i>	<i>\$ 137.619,49</i>
Repartición de utilidades 15%	\$ 18.197,38	\$ 19.614,24	\$ 20.724,38	\$ 21.241,28	\$ 20.642,92
<i>Utilidad antes del impuesto</i>	<i>\$ 103.118,48</i>	<i>\$ 111.147,37</i>	<i>\$ 117.438,13</i>	<i>\$ 120.367,25</i>	<i>\$ 116.976,57</i>
Impuesto 25%	\$ 25.779,62	\$ 27.786,84	\$ 29.359,53	\$ 30.091,81	\$ 29.244,14
<i>Utilidad Neta</i>	<i>\$ 77.338,86</i>	<i>\$ 83.360,53</i>	<i>\$ 88.078,60</i>	<i>\$ 90.275,44</i>	<i>\$ 87.732,43</i>

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

j. Flujo de Caja

Cuadro N° 198: Flujo de caja.

FLUJO DE CAJA						
DENOMINACION	AÑO					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad neta		\$ 77.338,86	\$ 83.360,53	\$ 88.078,60	\$ 90.275,44	\$ 87.732,43
Inversiones	-\$ 85.519,62					
Valor salvamento						\$ 6.190,62
Depreciaciones		\$ 899,84	\$ 899,84	\$ 899,84	\$ 899,84	\$ 899,84
Capital de trabajo						\$ 23.636,16
<i>Flujo de caja</i>	<i>-\$ 85.519,62</i>	<i>\$ 78.238,70</i>	<i>\$ 84.260,37</i>	<i>\$ 88.978,44</i>	<i>\$ 91.175,27</i>	<i>\$ 118.459,04</i>
<i>Factor de descuento</i>	<i>1</i>	<i>0,92</i>	<i>0,84</i>	<i>0,77</i>	<i>0,71</i>	<i>0,65</i>
<i>Flujo de caja actualizado</i>	<i>-\$ 85.519,62</i>	<i>\$ 71.778,62</i>	<i>\$ 70.920,27</i>	<i>\$ 68.707,68</i>	<i>\$ 64.590,86</i>	<i>\$ 76.990,25</i>

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

2. Análisis financiero

Cuadro N° 199: Índices financieros.

<i>VAN</i>	<i>\$ 173.280,38</i>
<i>TIR</i>	<i>78%</i>
<i>PRC</i>	<i>3 y 4 Año</i>
<i>RBC</i>	<i>4,13</i>
<i>Aporte al PIB</i>	<i>\$ 3.610.008</i>

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

El **VAN** con relación al monto de la inversión realizada proyecta un valor positivo de USD \$ 173.280,38, éste valor afirma la sostenibilidad del emprendimiento.

La **TIR** es de **78%**, que significa la rentabilidad media del emprendimiento durante el periodo de 5 años. Este resultado indica que la expectativa de rentabilidad del emprendimiento es superior a los costos de oportunidad del mercado financiero.

B/C: La relación beneficio / costo del emprendimiento es de USD \$ 4,13. Esto representa que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 3.13 centavos de dólar.

PRC: El período de recuperación del capital será a partir del tercer y cuarto año.

Aporte PIB: El PIB en el Ecuador asciende a 4,8%. El proyecto aporta con USD \$ 3.610.008 al erario nacional.

3. Evaluación ambiental y socio cultural.

A través de la matriz de Lázaro Lagos; que fue escogida para la evaluación de los impactos socios culturales y ambientales del proyecto, se analizaron los componentes susceptibles de recibir dichos impactos, identificando las acciones que actualmente y en un futuro podrían dejar una huella significativa de afectación en los tres ámbitos; los cuales se analizan, valoran y detallan a continuación:

Cuadro N° 200: Matriz de impactos Lázaro Lagos.

COMPONENTES AMBIENTALES	FASES																Impactos	CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS								
	Convivencia comunitaria			Tracking			Noche Cultural		Trasporte	Alojamiento		Alimentación		Guianza				(+) o (-)	1_2_3	0_1_2_3	C_D_I	(PR) (SC) (AC)	1_2	1_2_3	C_M_L	S_N
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)		Naturaleza	Magnitud	Importancia	Certeza	Tipo	Reversibilidad	Duración	Tiempo en aparecer	Considerado en el proyecto
Actividades	Participación en prácticas agrícolas	Participación en la crianza de animales	Participación en labores artesanales	Visita a lugares sagrados	Paseo en llama	Toma de fotografías	Relato de cuentos y leyendas	Realización de motivaciones y juegos	Movilización en camionetas	Limpieza de las habitaciones	Asignación de habitación	obtención de los productos orgánicos	Preparación de la comida típica	Interpretación ambiental español	Interpretación cultural en español	Manipulación de objetos culturales										
(A) AIRE		x			x			x					x			Contaminación por CO2	(-)	2	1	D	Sc	1	2	C	S	5
(B) AGUA	x	x			x					x			x			Mayor consumo de agua	(-)	2	1	D	Sc	1	2	C	S	5

				x			x									Conservación de los recursos hídricos	(+)	3	3	D	Sc	1	2	M	S	12
(C) SUELO	x			x	x			x								Compactación del suelo	(-)	1	1	D	Pr	1	2	C	S	4
	x	x														Motivación para la creación de huertos orgánicos	(+)	2	2	C	Pr	1	2	C	S	7
				x	x											Sobrecarga turística	(-)	1	1	D	Pr	1	2	C	S	4
	x	x	x		x			x								Motivación para el remplazo de ovinos por camélidos andinos	(+)	3	3	C	Pr	1	2	C	S	12
(D) PAISAJE				x				x								Aumento de los desechos sólidos inorgánicos	(-)	2	2	D	Sc	1	2	M	S	7
				x	x	x										Perturbación de flora y fauna	(-)	1	1	C	Pr	1	2	C	S	4
	x	x	x													Motivación a las autoridades competentes a la inversión para mejorar la belleza paisajística	(+)	3	3	C	Sc	1	2	M	S	12
(E) SOCIAL	x	x	x		x											Generación de fuentes de trabajo	(+)	3	3	C	Pr	1	2	C	S	12

	x	x	x					x						x	x		Equidad	(+)	3	3	C	Pr	1	2	C	S	12
	x	x	x	x			x	x						x	x		Cohesión social	(+)	3	3	C	Pr	1	2	C	S	12
			x		x					x		x		x	x	x	Igualdad de género	(+)	3	3	C	Pr	1	2	C	S	12
	x	x	x		x				x	x			x	x	x		Disminución de la pobreza	(+)	3	3	C	Pr	1	2	M	S	12
(F) CULTURAL														x	x		Pérdida de la identidad	(-)	1	1	D	Sc	1	2	M	S	4
														x	x		Aculturación	(-)	1	1	D	Sc	1	2	M	S	4
														x			Pérdida de la memoria social	(-)	1	1	D	Sc	1	2	M	S	4
																x	Deterioro de los bienes muebles	(-)	1	1	D	Pr	1	2	C	S	4
				x	x												Deterioro de los bienes inmuebles	(-)	1	1	D	Pr	1	2	C	S	4
	x	x	x	x	x		x	x				x	x		x		Respeto al patrimonio cultural	(+)	3	3	C	Pr	1	2	C	S	12
	x	x	x	x	x		x	x				x	x		x	x	Intercambio Cultural	(+)	3	3	C	Pr	1	2	C	S	12
	x	x	x	x	x	x	x	x				x	x	x	x	x	Salvaguardia del PCI	(+)	3	3	C	Pr	1	2	C	S	12

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Johanna Quinchuela 2014

Cuadro N° 201: Matriz de cuantificación de impactos ambientales

COMPONENTES AMBIENTALES	ACCIONES DEL PROYECTO																TOTAL	TOTAL	TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	(+)	(-)		
A		-5			-5				-5				-5						-20	20
B	-5	-5		12	-5		12			-5			-5	12			36	-25	61	
C	15	19	12	-8	4		12	-4				19	19	19	12		131	-12	143	
D	12	12	12	-11	-4	-4		-7		-7				12			48	-33	81	
E	48	48	60	12	36		12	24	24	36		12	24	60	60	12	468		468	
F	36	36	36	32	32	12	36	36				36	32	4	28	20	376		376	
TOTAL (+)	111	115	120	56	72	12	72	60	24	36		67	75	107	100	32	1059			
TOTAL (-)	-5	-10		-19	-14	-4		-11	-5	-12			-10					-90		
TOTAL	116	125	120	75	86	16	72	71	29	48		67	85	107	100	32			1149	

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

La matriz de cuantificación de impactos nos da como resultado que el proyecto es en un 92% positivos ya que el valor de impactos positivos es de (+1059), lo cual es mayor al valor de los impactos negativos que asciende a un total de (-90). Con la aplicación de técnicas agradables al ambiente los impactos negativos pueden ser mitigados.

Los efectos positivos se reflejan especialmente en el factor social y cultural con (+844), en vista que el turismo puede generar fuentes alternativas de trabajo e ingresos adicionales que sustenten a economía de los hogares, afirmar la memoria histórica-social, eleva la autoestima y el respeto y salvaguardia por el patrimonio natural y cultural. La operación del proyecto también prevé la capacitación a la población afín al servicio turístico, el involucramiento a los jóvenes lo cual reducirá en parte los problemas detectados en el FODA como la migración, desocupación y sería la base que motive el desarrollo de otros emprendimientos turísticos culturales.

Entre los recursos naturales que mayormente se ven afectados son el recurso paisajístico con un total de (-33) tanto por el mal manejo de los desechos sólidos y la perturbación de flora y fauna al momento de la ejecución de las actividades del proyecto; razón por la cual se debe proveer desde los inicios de la operación del proyecto las medidas de mitigación para el control de estos impactos.

En conclusión la ejecución del proyecto afecta positivamente a la población de las comunidades de la parroquia de Calpi.

4. Medidas de mitigación para los impactos negativos producidos por la operación del proyecto.

A continuación se detalla las medidas de mitigación para los impactos negativos detectados que se pueden suscitar durante la ejecución del proyecto.

Cuadro N° 202: Medidas de mitigación de impactos.

Impacto	Origen	Estrategia	Acción
Contaminación por CO2	Recorrido que hacen las camionetas Combustión de la leña	Hacer una continua revisión vehicular. Educación ambiental	Capacitación a los trasportistas sobre el mantenimiento y funcionamiento de los motores a gasolina. Capacitación sobre educación ambiental.
Mayor consumo de agua	Visita de turistas que demandan servicios y facilidades	Reducir el consumo de agua limpia en el sistema hotelero.	Reciclar el agua de lavamanos para utilizarlos en los retretes. Utilizar baldes de agua para la limpieza de pisos en las habitaciones.
Compactación del suelo	Recorridos que hacen los turistas y los trackings que se realiza con las llamas.	Plantear un diseño de senderos amigables con el ambiente	Los senderos contarán con materiales de la zona que garanticen la renovación del suelo. Como por ejemplo las hojas, restos de madera, piedra etc.
Sobrecarga turística	Carencia de estudios ambientales que determinen el nivel de carga máxima que resisten los territorios	Estudio de capacidad de carga Practicar un turismo sostenible	Gestionar los recursos para la realización de un estudio de capacidad de carga en la parroquia de Calpi. Manejo controlado de turistas durante los recorridos por sendero hacia los atractivos con un máximo de 8 pax por guía.
Aumento de los desechos sólidos inorgánicos	Falta de educación de los moradores y de los turistas. Falta de un plan de manejo de desechos.	Bosqueja un plan de manejo de desechos	Elaborar un plan de manejo de desechos sólidos. Realizar campañas para el manejo de desechos sólidos en la parroquia. Implementación de basureros.
Perturbación de flora y fauna	Presencia de turistas en su hábitat. Realización de actividades turísticas.	Educación ambiental Turismo controlado	Capacitar a los guías para la aplicación de un manual de buenas prácticas ambientales. Letreros y medios fotográficos para

	Movimiento de vehículos		llamar la atención y la conciencia ambiental de los visitantes. Crear senderos previos a una evaluación de impactos ambientales.
Pérdida de la identidad	La mayoría de las guías se las realiza en español	Fortalecer el idioma Kichwa en la gente de la comunidad	Impartir clases de Kichwa a los jóvenes de la comunidad para que no pierdan su idioma.
Aculturación	Diversidad cultural por parte de los turistas que visitan la comunidad	Fortalecer las raíces indígenas en la zona.	Realizar un Plan de revitalización cultural para las diferentes comunidades involucradas en la actividad turística.
Pérdida de la memoria social	Desinterés por parte de los jóvenes sobre su riqueza oral.	Fortalecer la riqueza oral en los jóvenes a través de talleres participativos.	Realizar talleres participativos donde los mayores puedan transmitir la riqueza oral a los jóvenes de la comunidad.
Deterioro de los bienes muebles	Afluencia de turistas	Incentivar a la población y personas involucradas en la actividad turística y cultural a que conserven su patrimonio.	Establecer una guía de conservación y preservación de los bienes muebles existentes en la comunidad con el apoyo del INPC.
Deterioro de los bienes inmuebles	Afluencia de turistas	Incentivar a la población y personas involucradas en la actividad turística y cultural a que conserven su patrimonio	Establecer una guía de conservación y preservación de los bienes inmuebles existentes en la comunidad con el apoyo del INPC.

Fuente: Investigación primaria y secundaria.

Elaborado por: Jhoanna Quinchuela 2014

VI. CONCLUSIONES

- A.** Las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y la Moya pertenecientes a la parroquia rural Santiago de Calpi; son poblaciones históricamente muy importantes ya que se encuentra entre los territorios más antiguos del Ecuador, remontándose a los primeros años de la Colonia, cuando aún se hablaba de la Real Audiencia de Quito. Aquí se localizaron los más importantes obrajos de esa época cuyos vestigios aún se encuentran plasmados en la memoria local de la gente y expresados a través de su patrimonio cultural.
- B.** El desarrollo económico, social, cultural, político y ambiental del sector se refleja en la participación individual y colectiva de sus pobladores tanto en tareas agrícolas, pecuarias como también en sus diarias manifestaciones culturales que son desarrolladas bajo la participación de hombres y mujeres del lugar, generando paralelamente nuevas alternativas de desarrollo como el turismo comunitario que pretende complementar las actividades principales de la población local mitigando en cierta forma el fenómeno migratorio dentro de la parroquia.
- C.** El potencial turístico de las comunidades se basa 100% en su patrimonio cultural con rasgos propios de la nacionalidad Puruhá, expresado con un 32% en sus tradiciones y expresiones orales, 25% en sus conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, 23% en sus usos sociales, rituales y actos festivos, 15% en las artes del espectáculo y un 5% en sus técnicas artesanales tradicionales, lo cual define que dichas manifestaciones culturales catalogadas como (bienes patrimoniales) es decir que se encuentran fortalecidas, pueden ser incluidas como atractivos culturales dentro de la actividad turística.
- D.** En cuanto a la planta turística existente, se puede decir que haciendo un análisis holístico integral de las tres comunidades, cada una brinda sus propios servicios y lo hacen en óptimas condiciones faltando solo detalles mínimos como construcciones, capacitaciones y adecuaciones para que el servicio que brinden sea de calidad.

- E.** Según el estudio de mercado se captará anualmente el 26% de la demanda insatisfecha de turistas nacionales y el 18 % de turistas extranjeros, tomando en cuenta la buena aceptación o demanda de los servicios y actividades por parte de los turistas. Por otra parte la cuota objetivo de mercado que se captará será del 8% por ser un proyecto nuevo, lo cual permitirá cubrir con la inversión y los gastos de emprendimiento, pretendiendo según las proyecciones de la demanda futura y la capacidad de instalada de las tres comunidades captar para el año 2016 un aproximado de 1594 turistas.
- F.** Por ser la parroquia de Calpi y sus comunidades un destino turístico en potencia, se diseñó una ruta patrimonial en donde a través de dos paquetes turísticos; se dará a conocer al turista toda la riqueza cultural existente en la localidad a partir de visitas realizadas a éstas localidades donde podrán convivir con la gente de la comunidad, participar en sus prácticas diarias entre otras cosas. Todo esto con la finalidad de fortalecer el patrimonio cultural y dinamizar la economía local en función de incrementar la capacidad de gasto del visitante, su tiempo de permanencia y la recomendación de consumo a otros visitantes.
- G.** Bajo el involucramiento directo e indirecto de la población de las tres comunidades, se estructuró el análisis legal quedando establecido en que cada comunidad funcionará como un Centro de Turismo Comunitario pero la Asociación Sumak Kawsay de la comunidad Palacio Real será la que dirija, controle, impulse la difusión y promoción de la ruta por ser la que tiene mayor experiencia en la actividad turística y ya estar posicionada en el mercado.
- H.** Finalmente se concluye que económicamente el proyecto es rentable ya que la rentabilidad del emprendimiento es superior a los costos de oportunidad del mercado financiero beneficiando indirectamente a la población local generando trabajo e ingresos económicos y beneficiando directamente a las familias involucradas en la actividad turística social y cultural.

VII. RECOMENDACIONES

- A.** Se recomienda seguir conservando y aprovechando el patrimonio cultural existente no solo en las tres comunidades de la parroquia de Calpi; sino también en las comunidades aledañas y que dan muestras de que también tienen riqueza cultural por registrar y difundir, considerando siempre para ello los principios y valores culturales comunitarios; para que la actividad turística pueda constituirse como una alternativa social, económica y ambiental y así mejorar la calidad de vida de la población local.
- B.** Para la implementación del producto de turismo patrimonial se recomienda que las comunidades trabajen coordinadamente con la junta parroquial y ministerios afines al tema cultural para incrementar y mejorar la calidad de la planta turística mediante programas, proyectos y capacitaciones.
- C.** De igual manera se recomienda aprovechar los planes de gestión que propone el gobierno nacional a través del INPC para la salvaguardia del PCI, a través de capacitaciones y consultorías como medidas de protección y preservación del patrimonio cultural.
- D.** Todos los miembros de los CTC de las tres comunidades deben cumplir con los requerimientos establecidos en el proyecto para un buen desarrollo de la actividad turística y un mejor desempeño de sus funciones frente a la demanda.
- E.** Para el posicionamiento del nuevo producto turístico patrimonial a nivel nacional y extranjero se debe considerar todos los medios y mecanismos considerados en las estrategias de difusión y comercialización del producto, teniendo además como una alternativa la participación dentro de la Red de Turismo Comunitario CORDTUCH para que el producto sea difundido y comercializado a través de los medios que mantienen las redes y de este modo lograr el posicionamiento del producto en el mercado.
- F.** Finalmente se recomienda ejecutar la presente investigación para obtener los resultados esperados.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: Determinar la factibilidad para la implementación de un producto turístico patrimonial para las comunidades de Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y la Moya pertenecientes a la parroquia de Calpi, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; donde se establece el diagnóstico situacional, el análisis de la oferta y la demanda, la estructura técnica del producto, la unidad de gestión comunitaria y el análisis económico-financiero y ambiental. Se identificó como fortaleza del sitio, el patrimonio cultural expresado a través de sus cinco manifestaciones como son tradiciones y expresiones orales, artes del espectáculo, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, usos sociales rituales y actos festivos y técnicas artesanales tradicionales y como debilidades, escasas fuentes de trabajo. El mercado potencial de la parroquia está conformado por turistas provenientes de provincias como Chimborazo, Tungurahua, Guayas, entre otras y turistas extranjeros provenientes principalmente del continente Europeo. En el estudio técnico se analizó el sistema turístico, se definieron los paquetes y se estableció el tamaño del proyecto indicando su capacidad máxima de 10 personas por día. Se realizó el estudio de mercadotecnia y un análisis de impactos ambientales mediante la matriz de Lázaro Lagos. En el estudio económico se determinó una inversión de \$ 85.519,62 dólares americanos, se calcularon costos e ingresos, estado de resultados, flujo de caja y los indicadores de la evaluación financiera como el VAN: \$ 173.280,38; TIR: 78%; B/C: 4,13 y PRC: 3 año. El proyecto aporta al PIB con \$ 3.610.008. Se concluye que el proyecto es factible generando beneficios sociales, económicos, ambientales y de valoración histórico-patrimonial.



IX. SUMMARY**ABSTRACT**

This research is aimed to determine the feasibility of the implementation of a heritage tourism product for communities of Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay and La Moya belonging to Calpi parish, Riobamba Canton, Chimborazo Province. Situational analysis, supply and demand analysis, technical product structure, community management unit and economic –financial analysis and environmental analysis were carried out. It was identified as strengthen of the place, the cultural heritage expressed by five manifestations such as traditions, oral expressions, performing arts, knowledge and uses related with nature and the universe, ritual social usages, holiday acts and artificial handicraft techniques; as weaknesses a few opportunities of jobs. The potential market of the parish is made up of tourists from the Chimborazo, Tungurahua and Guayas provinces and foreigner tourists from European continent. In the technical study, the tourism system was analyzed, the packages were defined and the project size was established with a maximum capacity of 10 people per day. The marketing study and environmental impact analysis were carried out by means of Lázaro Lagos' matrix. In the economic study, an investment of \$85.519,62 was determined, costs and incomes, balance sheet, flow of cash and indicators of the financial evaluation as NPV : \$ 173.280,38; IRR: 78%; B/C: 4,13 and CRP: 3 year were calculated. The project supports GDP with \$3.610.008. It is concluded that the project is feasible because it generates social, economic, environmental benefits and heritage-historical value.



X. BIBLIOGRAFÍA

1. ALEGRE, J; LLORENC, P 2006 El paquete turístico de todo sus implicaciones económicas para el caso de las Islas Baleares Madrid-España Pp. 34 pdf.
2. ARBOLEDA, G. 2010. “Proyectos Formulación, Evaluación y Control”. Colombia.
3. ARÍZAGA, Dora, 2011 La gestión de riesgos del patrimonio cultural, una política de Estado en construcción. El caso ecuatoriano”. JORNADAS de patrimonio en riesgo. Lorca, España, Instituto de Patrimonio Cultural de España, Ministerio de Cultura de España Pp. 16
4. ASPILCUETA Julio 2013 Divisiones del patrimonio Cultural s.e España Pp. 19-27
5. BIRMIHAM y WESTON (2013). “Fundamentos de administración financiera” (en línea). Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: www.muece.org.ar/pdf/apuntes/contador/654/C654T01.doc
6. BUCHELI M, 2005 Mapeo de actores (en línea) Consultado 19 de septiembre del 2013 Disponible en: <http://mapeo-actores/herramienta/desarrollo>.
7. CARRETO Julio, 2013 Matriz FODA (en línea) Consultado 19 de septiembre del 2013 Disponible en: <http://proceso/administrativo-Matriz FODA>
8. CHAVIACO, M; HERNÁNDEZ, Y. 2007. Procedimiento para el diseño de un producto integrado en Cuba. Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: www.teoriaypraxis.uqroo.mx/datos/Numero4/Machado-Hernandez.pdf.
9. CONAMA (Comisión Nacional de Medioambiente) 2010 Evaluación de Impacto Ambiental Chile

10. CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (CNCA), 2008 Guía Metodológica para Proyectos y Productos de Turismo Cultural Sustentable Chile Corporación Santiago de Chile Pp. 5
11. CONTRERAS Nava y QUINTERO Javier 2011 Los patrimonios culturales y el ser humano: una relación a encontrar, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, (en línea) Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: www.eumed.net/rev/cccss/14/
12. CONTRERAS, C 2005 Mercado Turístico (en línea) Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>.
13. CUARTAS, Fernando 2008 Evaluación económica y financiera de los proyectos ecuador Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: <http://www.gacetafinanciera.com>
14. DIARIO HOY Turismo Cultural (en línea) Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: www.hoy.com.ec
15. FEPTCE, 2012. Turismo comunitario, consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en línea en: www.feptce.org/index.php?option=comcontent&view=article&id
16. FRANCESC, Josep. 2005. Gestión de empresas de Turismo y Ocio.
17. GARCIA, Gary. 2006. “Guía para Elaborar Planes de Negocios” Quito – Ecuador
18. GERENCIA NACIONAL DE RECURSOS TURÍSTICOS. 2005. Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos MINTUR
19. GLAGOVSKY H, 2009 Análisis FODA (en línea) Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml>

20. GÓMEZ Giovanni. (2011). “Evaluación de alternativas de inversión” (en línea). Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/bc.htm>
21. GRATEROL, María 2010 Proyectos de inversión Venezuela
22. HERNÁNDEZ, Edgar. 2010. “Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación”. Editorial Trillas. México.
23. INPC, 2010, “INSTRUCTIVO PARA LA NORMALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN”; Revista de Patrimonio cultural inmaterial 2011, regional6
24. INPC, 2011 Instructivo para fichas de registro e inventario del patrimonio Cultural Inmaterial, Quito, ediecuatorial, Pp. 26, ISBN: 978-9942-07-074-6
25. INPC, 2012 Guía Metodología para la Salvaguarda del PCI del Ecuador, Quito, s.e Pp. 39-50
26. INPC, 2012 Guía Metodología para la Salvaguarda del PCI del Ecuador, Quito, s.e Pp. 62-65
27. LENO Cerro, 2010 Evaluación del potencial turístico de un territorio leader (en línea) Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rurales/biblio/touris/metho.pdf>.
28. LÓPEZ Héctor, (2005). “Gestión y Desarrollo del Turismo Regional”. Bogotá-Colombia. Módulo IV pp. 3-5.
29. MACHADO, E: HERNANDEZ Y 2009 Procedimientos para el diseño de un producto turístico integrado de Cuba Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx>

30. MOREJON, Laura 2006 Diseño de un producto turístico cultural para la fiesta del Inti Raymi en Ingapirca Pp. 24.26.
31. NOBOA P, 2008. Texto básico de gestión de recursos culturales II. Pp.19
32. OCAMPO, Eliseo J. 2005. “Costos y evaluación de Proyectos”. Primera edición. México.
33. OMT 2010 Introducción al turismo, España Pp. 392
34. OMT 2013 Turismo Patrimonial (en línea) Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: www.Turismoypatrimonioculturalinmaterial_EthicsandSocialDimensionsofTourism.htm
35. OMT, (2010). “Concepto de turismo y producto turístico”(en línea). Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/655/Producto%20turistico.htm>
36. RIZZO, Betty, 2009 Tradición Textil De La Parroquia Cacha Expresión de du Identidad, Riobamba, s.e, INPC Pp. 2-89
37. SANTILLAN Rodolfo (2005). “Tecnología y medio ambiente”. ESPOCH. Riobamba-Ecuador.
38. SENPLADES PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR (2013-2017) Objetivo 5, Literal (d) Pp. 192
39. SIERRA R, 1999 Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador, proyecto INEFAN/GEF-BIRF y Eco ciencia, Ecuador Pp. 49-51

40. THOMPSON Iván (2008). “Concepto y definición de estudio de mercado” (en línea). Consultado el 19 de septiembre del 2013. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
41. TORRES, Víctor. 2010. Manual de Revitalización Cultural Comunitario COMUNIDEC. Quito – Ecuador
42. UNESCO 2005 Convenio para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial Paris Pp. 1-14
43. UNESCO 2013 Gestión del turismo en sitios patrimoniales La Habana s.e Pp. 1-53
44. UNESCO, 2010 Declaración De México Sobre Las Políticas Culturales, México DF. s.e Pp. 3
45. VALAREZO M, 2010 Estudios De Diagnóstico Situacional Ecuador s.e Pp. 1-68
46. VALDIVIEZO, Ximena. 2008. “Estructuración de un producto turístico comunitario para la comunidad palacio real, parroquia Calpi, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo” Memoria de Tesis. ESPOCH Riobamba – Ecuador.
47. YUCTA, Patricio 2005 Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturístico.
48. YUCTA, Patricio. 2008 Manual de calidad para la oferta de productos turísticos comunitarios de Chimborazo.

XI. ANEXOS

A. Anexo 1: PARÁMETROS DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MEDIO INTERNO Y EL ENTORNO	
AMBITOS	INFORMACION A RECABAR
1. Físico Espacial	<ul style="list-style-type: none">• División política administrativa (cantón, parroquia, barrios, comunidad)• Límites• Vías de acceso
2. Socio Cultural	<ul style="list-style-type: none">• Etnicidad (nacionalidad y pueblo)• Historia• Población (Total habitantes, número de familias, distribución por género y edad)• Migración• Nivel de instrucción• Profesión u ocupación• Servicios básicos disponibles• Vivienda (tipo, propiedad, características)• Salud• Educación• Medios de transporte Comunicación• Combustibles utilizados• Abastecimiento de productos
3. Político Administrativo	<ul style="list-style-type: none">• Administración interna• Ordenanzas Municipales• Sector Industrial• Instituciones Financieras
4. Económico Productivo	<ul style="list-style-type: none">• Actividades económicas (tipo, ocupación)• Inventario Atractivos Turísticos• Identificación Áreas Críticas• Identificación Sostenibilidad.
5. Ecológico Territorial	<ul style="list-style-type: none">• Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural)• Clasificación ecológica• Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas)• Descripción general de flora y fauna• Hidrología• Contaminación Ambiental

B. ANEXO 2: INSTRUCTIVO PARA FICHAS DE REGISTRO DEL PATRIMONIO CULTURAL

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia		Cantón:			
Parroquia		Urbana	<input type="checkbox"/>	Rural	<input type="checkbox"/>
Localidad					
Coordenadas	X	Y		Altitud	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
Descripción de la fotografía:				Foto:	
Código fotográfico:					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación					
Grupo social			Lengua (s)		
Ámbito					
Subámbito			Detalle del subámbito		
4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN					
Fecha o Período		Detalle de la periodicidad			
Anual					
Continua					
Ocasional					
Otro					
5. PORTADORES / SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad / tiempo de la actividad	Cargo / función	Dirección	Localidad

			actividad		
Individuos					
Colectividades					
Instituciones					
6. VALORACION					
Importancia para la comunidad					
Sensibilidad al Cambio					
	Manifestaciones Vigentes				
	Manifestaciones Vigentes Vulnerables				
	Manifestaciones de la Memoria				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y Nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre		Ámbito	Subámbito	Detalle subámbito	
9. ANEXOS					
Texto		Fotografías	Videos	Audios	
10. ANEXOS					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad Investigadora:					
Registrado por:			Fecha de Registro:		
Revisado por:			Fecha de Revisión:		
Aprobado por:			Fecha de Aprobación:		
Registro Fotográfico:					
12. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DE UN BIEN PATRIMONIAL					
Criterios		Valoración	Catalogación		
Vinculación a los ámbitos de patrimonio Inmaterial			BP	<input type="text"/>	
Trasmisión intergeneracional y vigencia					
Representatividad y reconocimiento comunitario			RC	<input type="text"/>	
Equidad					
Respeto a la diversidad			M	<input type="text"/>	
TOTAL					

C. ANEXO 4: CUESTIONARIO PARA ENCUESTA TURISTAS NACIONALES

 ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO	
<p>Estimado señor/a</p> <p>El motivo de la presente encuesta es establecer las características de un producto turístico basado en el patrimonio cultural inmaterial (PCI) de las comunidades Palacio Real, San Francisco de Cunuguachay y la Moya pertenecientes a la parroquia de Calpi, provincia de Chimborazo. Por tal motivo solicitamos se sirva en responder con la mayor sinceridad posible ya que la información que usted nos proporcione será esencial para el desarrollo de este proyecto.</p> <p>Esperamos contar con su colaboración, sus datos serán tratados de manera confidencial y con fines estadísticos.</p>	
1. Género: a. Femenino <input type="checkbox"/> b. Masculino <input type="checkbox"/>	2. Edad: a. Entre 18-28 <input type="checkbox"/> b. Entre 29-39 <input type="checkbox"/> c. Entre 40-50 <input type="checkbox"/> d. Entre 51-61 <input type="checkbox"/>
3. Procedencia: a. América del Norte <input type="checkbox"/> b. América del Sur <input type="checkbox"/> c. Europa <input type="checkbox"/> d. Asia <input type="checkbox"/> e. África <input type="checkbox"/> f. Oceanía <input type="checkbox"/> g. País: h. Ciudad:	
4. Nivel de instrucción: a. Primaria <input type="checkbox"/> b. Secundaria <input type="checkbox"/> c. Universitaria <input type="checkbox"/> d. Post Grado <input type="checkbox"/>	
5. Estado laboral actual: a. Empleado público <input type="checkbox"/> b. Empleado privado <input type="checkbox"/> c. Jubilado <input type="checkbox"/> d. Ama de casa <input type="checkbox"/> e. Estudiante <input type="checkbox"/> f. Otro <input type="checkbox"/>	
6. Cuáles son sus ingresos económicos mensuales: a. Inferior a 318 \$ <input type="checkbox"/> b. 318 \$ <input type="checkbox"/> c. Superior a 318 \$ <input type="checkbox"/>	
7. ¿Cuándo viaja usted generalmente lo hace por? a. Vacaciones <input type="checkbox"/> b. Visita a Familiares/Amigos <input type="checkbox"/> c. Fin de semana/Feridos <input type="checkbox"/> d. Negocios/Trabajo <input type="checkbox"/> e. Otro..... Cuando.....	
8. ¿Usted viaja con? a. Solo <input type="checkbox"/> b. Pareja <input type="checkbox"/> c. Familia <input type="checkbox"/> N° integrantes..... d. Amigos <input type="checkbox"/> N° integrantes..... e. Compañeros de trabajo <input type="checkbox"/> N° integrantes.....	
9. ¿Su viaje es organizado por? a. Cuenta propia <input type="checkbox"/> b. Agencia/Operadora <input type="checkbox"/> Cual.....	
10. ¿Qué medios utiliza para informarse sobre los destinos turísticos? a. Centros de información turística <input type="checkbox"/> b. Agencias u operadoras de viaje <input type="checkbox"/> c. Internet <input type="checkbox"/> d. Amigos <input type="checkbox"/>	

11. Ha escuchado usted hablar sobre lo que es el patrimonio cultural inmaterial	
a. Si <input type="checkbox"/>	b. No <input type="checkbox"/>
12. A que considera usted patrimonio cultural inmaterial	
a. Iglesias/ Contracciones <input type="checkbox"/>	
b. Museos <input type="checkbox"/>	
c. Monumentos <input type="checkbox"/>	
d. Tradiciones, Conocimientos, Fiestas, Danzas, Técnicas artesanales <input type="checkbox"/>	
13. Le gustaría a usted conocer un producto turístico nuevo, enfocado en el patrimonio cultural inmaterial que posee la parroquia de Santiago de Calpi ubicado en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.	
a. Si <input type="checkbox"/>	b. No <input type="checkbox"/>
14. Señale que actividades le gustaría realizar dentro de este producto turístico patrimonial	
a. Conocer sobre sus tradiciones orales (cuentos, leyendas, mitos) <input type="checkbox"/>	
b. Participar en juegos tradicionales, música, teatro, danza <input type="checkbox"/>	
c. Participar en las prácticas tradicionales de la gente (mingas, fiestas, rituales) <input type="checkbox"/>	
d. Conocer sobre la sabiduría ecológica tradicional <input type="checkbox"/>	
e. Visita a espacios o lugares simbólicos <input type="checkbox"/>	
f. Conocer sobre la medicina tradicional <input type="checkbox"/>	
g. Degustar y aprender a preparar platos típicos tradicionales <input type="checkbox"/>	
h. Participación en técnicas artesanales tradicionales <input type="checkbox"/>	
i. Realizar todo lo expuesto arriba <input type="checkbox"/>	
15. ¿Además de conocer sobre los productos patrimoniales que otras actividades le gustaría realizar?	
a. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	
b. Observación de aves <input type="checkbox"/>	
c. Montañismo/Escalada <input type="checkbox"/>	
d. Caminata <input type="checkbox"/>	
e. Ciclismo <input type="checkbox"/>	
f. Campamento <input type="checkbox"/>	
g. Viaje en tren <input type="checkbox"/>	
h. Visita a centros culturales <input type="checkbox"/>	
i. Recorridos religiosos <input type="checkbox"/>	
j. Convivencia comunitaria <input type="checkbox"/>	
k. Otros <input type="checkbox"/>	Cuales.....
16. ¿De cuántos días dispondría usted para realizar actividades turísticas que incluyan productos turísticos patrimoniales?	
a. 1 día <input type="checkbox"/>	b. 2 días <input type="checkbox"/>
c. 3 días <input type="checkbox"/>	d. Más de 3 días <input type="checkbox"/>
17. ¿Qué servicios requeriría incluir en su viaje?	
a. Hospedaje <input type="checkbox"/>	b. Alimentación <input type="checkbox"/>
c. Transporte <input type="checkbox"/>	d. Guianza <input type="checkbox"/>
e. Venta de suvenires <input type="checkbox"/>	f. Otros <input type="checkbox"/>
18. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar por día y por persona en un producto turístico patrimonial?	
a. 10-20 \$ <input type="checkbox"/>	b. 30-40 \$ <input type="checkbox"/>
c. 40-50 \$ <input type="checkbox"/>	d. Más de 50 \$ <input type="checkbox"/>
GRACIAS POR SU COLABORACIÓN	

D. CUESTIONARIO PARA ENCUESTA TURISTAS EXTRANJEROS

 ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO NATURAL RESOURCES FACULTY ECOTURISM ENGINEERING SCHOOL	
Dear friend _____	
<p>The reason of the present interviews it is to establish the characteristics of a tourist product based on the immaterial cultural patrimony (PCI) of the communities Real Palacio, San Francisco of Cunuguachay and the Moya belonging to the parish of Calpi, county of Chimborazo. For this reason we request it is served in responding with the biggest possible sincerity, the information that you provide us it will be essential for the development of this project.</p>	
We hope to have their collaboration; their data will be been in a confidential way and with statistical ends.	
2. Gender: a. Female <input type="checkbox"/> b. Male <input type="checkbox"/>	2. Age: a. Between 18-28 <input type="checkbox"/> c. Between 40-50 <input type="checkbox"/> b. Between 29-39 <input type="checkbox"/> d. Between 51-61 <input type="checkbox"/>
3. Origin: a. North America <input type="checkbox"/> b. South America <input type="checkbox"/> c. Europa <input type="checkbox"/> d. Asia <input type="checkbox"/> e. África <input type="checkbox"/> f. Oceanía <input type="checkbox"/> h. Country: h. City:.....	
6. Instruction level: a. Primary <input type="checkbox"/> b. Secondary <input type="checkbox"/> c. University <input type="checkbox"/> d. Post Grade <input type="checkbox"/>	
7. Current labor State: b. Public Employee <input type="checkbox"/> b. Private Employee <input type="checkbox"/> c. Pensioner <input type="checkbox"/> d. Housewife <input type="checkbox"/> e. Student <input type="checkbox"/> f. Other <input type="checkbox"/>	
8. Which are your monthly economic resources: a. Less of 318 \$ <input type="checkbox"/> b. 318 \$ <input type="checkbox"/> c. More of 318 \$ <input type="checkbox"/>	
9. ¿When you travel why you make that? a. Vacations <input type="checkbox"/> d. Business/Work <input type="checkbox"/> b. Visit to family or friends <input type="checkbox"/> e. Other..... c. Weekend <input type="checkbox"/> When.....	
10. ¿Do you travel with? a. Alone <input type="checkbox"/> b. Couple <input type="checkbox"/> c. Family <input type="checkbox"/> Number of members..... d. Friends <input type="checkbox"/> Number of members..... e. Woksmate <input type="checkbox"/> Number of members.....	
11. ¿Is their trip organized for a. Independent way <input type="checkbox"/> b. Tour Operator <input type="checkbox"/> which.....	
12. ¿What means does it used to be informed on the tourist destinations? a. Tourist centers <input type="checkbox"/> d. Internet <input type="checkbox"/> b. Tour Operator/ Travel Agency <input type="checkbox"/> e. Friends <input type="checkbox"/> c. Radio/Television <input type="checkbox"/> f. Tourist book <input type="checkbox"/>	

13. you have listened to talk about what is the immaterial cultural patrimony	
a. yes <input type="checkbox"/>	b. No <input type="checkbox"/>
14. what things do you consider immaterial cultural patrimony	
a. Churches/ Constructions <input type="checkbox"/>	
b. Museum <input type="checkbox"/>	
c. Monuments <input type="checkbox"/>	
d. Traditions, Knowledge, Parties, Dances, Technical handmade <input type="checkbox"/>	
15. ¿Would you like to know a new tourist product, focused in the patrimonial one cultural immaterial that possesses the parish of Santiago of Calpi located in the canton Riobamba, county of Chimborazo?	
a. yes <input type="checkbox"/>	b. No <input type="checkbox"/>
16. Point What kind of activity would you like to carry out inside this patrimonial tourist product	
a. To know on their oral traditions (stories, legends, myths) <input type="checkbox"/>	
b. To participate in traditional games, music, theater, dances <input type="checkbox"/>	
c. To participate in people's traditional practices (mingas, parties, rituals) <input type="checkbox"/>	
d. To know on the traditional ecological wisdom <input type="checkbox"/>	
e. It visits to spaces or symbolic places <input type="checkbox"/>	
f. To know the traditional medicine <input type="checkbox"/>	
g. to eat and to learn how to prepare traditional typical plates <input type="checkbox"/>	
h. Holding in traditional handmade techniques <input type="checkbox"/>	
i. To carry out all that exposed up <input type="checkbox"/>	
17. ¿ Besides to know about the patrimonial products what kind of activities would you like to carry out?	
a. Flora y fauna observations <input type="checkbox"/>	
b. Observation of birds <input type="checkbox"/>	
c. Hacking <input type="checkbox"/>	
d. Traking <input type="checkbox"/>	
e. Cycling <input type="checkbox"/>	
f. Campaments <input type="checkbox"/>	
g. Train travels <input type="checkbox"/>	
h. Visit to cultural centers <input type="checkbox"/>	
i. Journeys religious <input type="checkbox"/>	
j. Comunitary Practices <input type="checkbox"/>	
k. Others <input type="checkbox"/>	Which.....
18. ¿How many days would you have to carry out tourist activities that include patrimonial tourist products?	
a. 1 day <input type="checkbox"/>	b. 2 days <input type="checkbox"/>
c. 3 days <input type="checkbox"/>	d. More of 3 days <input type="checkbox"/>
19. What services would it require to include in their trip?	
a. Lodging <input type="checkbox"/>	b. Feeding <input type="checkbox"/>
c. Transport <input type="checkbox"/>	d. Guiding <input type="checkbox"/>
e. Suvenires sales <input type="checkbox"/>	f. Others <input type="checkbox"/>
20. How much would it be willing to spend per day and for person in a patrimonial tourist product?	
a. 10-20 \$ <input type="checkbox"/>	b. 30-40 \$ <input type="checkbox"/>
c. 40-50 \$ <input type="checkbox"/>	d. More of 50 \$ <input type="checkbox"/>
THANK YOU FOR YOUR COLLABORATION	

E. ANEXO 5: MODELO DE CATASTRO PARA SERVICIOS PRESTADOS EN LA COMUNIDAD

ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN					
N°	NOMBRE ESTABLECIMIENTO	TIPO	CAPACIDAD	ESPECIALIDAD	TIPO DE SERVICIO
		TOTAL			

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO								
N°	NOMBRE ESTABLECIMIENTO	TIPO	CAPACIDAD				# HAB	PLAZAS
			Des	Alm	Tv	bar		
		TOTAL						

F. ANEXO 6: GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA LA CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA

Caracterización de la competencia	
Guía de observación	
Identificación	
Ubicación	
Cantidad de clientes	
Precios	
Canales de distribución	
Medios de promoción	
Publicidad que emplean	
Formas de cobro	
Fortalezas	
Debilidades	
Ventajas	
Desventajas	

G. ANEXO 7: MATRIZ FODA

MATRIZ FODA			
TEMÁTICA:			
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1		O1	
F2		O2	
F3		O3	
F4		O4	
F5		O5	
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1		A1	
D2		A2	
D3		A3	
D4		A4	
D5			

MATRIZ FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1	D1
	F2	D2
	F3	D3
	F4	D4
	F5	D5
OPORTUNIDADES	Claves de éxito (F+O)	
O1		
O2		
O3		
O4		
AMENAZAS		Nudos críticos (D+A)
A1		
A2		
A3		
A4		

I. <u>TEMÁTICA:</u>			
N°	Nudos críticos	Problema	Estrategia
nc1			
nc2			
nc3			
nc4			
nc5			

