

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA RUTA TURÍSTICA
AVENIDA DE LOS VOLCANES, REGIÓN SIERRA CENTRO.**

WILLIAM PATRICIO ESPÍN MALDONADO

TESIS

**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

2011

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación **titulado: “PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA RUTA TURÍSTICA AVENIDA DE LOS VOLCANES, REGIÓN SIERRA CENTRO”**, de responsabilidad de el Señor Egresado **William Patricio Espín Maldonado**, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS:

Ing. Patricia Tierra

DIRECTOR

Ing. Christiam Aguirre

MIEMBRO

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

Riobamba, Julio del 2011

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Marco y Delia mis padres, que sin ellos no estuviera o fuera lo que soy y seré en el presente y futuro, aquellas personas que con su esfuerzo, valentía, humildad y amor supieron apoyarme en los momentos difíciles; a mis hermanos Jenny, Edison y Jhonny que son lo que representan mis padres. Dedico además este esfuerzo a las personas que me dieron la oportunidad de conocerme a mi mismo y saber que el límite del conocimiento, amor y esperanza debe sobrepasar las expectativas propias, quienes me enseñaron a decir gracias y no esperar nada a cambio, a ustedes mis amigos.

Patricio Espín M.

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mis más sinceros y profundos agradecimientos de gratitud, a Dios, a mis profesores por su amistad, en especial a mi Director Ing. Patricia Tierra y Asesor Ing. Christiam Aguirre, por sus importantes contribuciones en la búsqueda de soluciones que día a día se presentaron en el desarrollo de este proyecto, de igual manera agradezco a todos y cada uno de quienes hacen la Facultad de Recursos Naturales y la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo, agradezco a mis compañeros y amigos quienes me dieron la oportunidad iniciar mi vida profesional y en especial a la persona que esta a mi lado y ha sabido mostrar la paciencia en mis actos.

Patricio Espín M.

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO	TEMA	PÁGINA
		1
I.	<u>INTRODUCCIÓN</u>	1
A.	JUSTIFICACION	5
B.	OBJETIVOS	7
	1. <u>General</u>	7
	2. <u>Específicos</u>	7
II.	<u>REVISIÓN DE LITERATURA</u>	8
A.	GENERALIDADES	8
	1. <u>Ruta Turística Avenida de los Volcanes</u>	8
	2. <u>Volcanes en el Ecuador</u>	8
	3. <u>El clúster turístico</u>	10
B.	TURISMO SOSTENIBLE	11
	1. <u>OMT vs Turismo Sostenible</u>	12
	2. <u>El desarrollo del turismo sostenible</u>	13
C.	DESTINO TURÍSTICO	15
D.	CLÚSTER TURÍSTICO	15
	1. <u>Definición de clúster</u>	16
	2. <u>Clúster turístico y sistema de valor territorial</u>	17
	3. <u>Estructura y configuración</u>	18
E.	LA COMPETITIVIDAD	22
	1. <u>Calidad total: estrategia clave de la competitividad</u>	22
	2. <u>Estimulación de la competitividad</u>	23
F.	EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO	25
	1. <u>Potencial turístico</u>	25
	a. Análisis de la situación turística existente	26
	b. Diagnóstico de potencialidad turística	26
G.	INVENTARIO TURÍSTICO	29
	1. <u>Concepto</u>	29
	2. <u>Atractivos turísticos</u>	29
	3. <u>Clasificación de los atractivos turísticos</u>	29
	4. <u>Atractivos naturales</u>	30
	5. <u>Patrimonio cultural</u>	30
	6. <u>Pasos para realizar un inventario turístico</u>	32

H.	METODOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA	34
1.	<u>Matriz FODA</u>	34
2.	<u>Metodología ZOOOP</u>	34
I.	PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO TURÍSTICO	35
1.	<u>Diseño y evaluación de proyectos</u>	36
2.	<u>Etapas que contempla el diseño y evaluación de proyectos</u>	36
III.	<u>MATERIALES Y METODOS</u>	41
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	41
1.	<u>Localización</u>	41
2.	<u>Ubicación geográfica</u>	41
3.	<u>Características climáticas</u>	41
4.	<u>Clasificación ecológica</u>	42
5.	<u>Características del suelo</u>	42
B.	MATERIALES Y EQUIPOS	43
1.	<u>Materiales</u>	43
2.	<u>Equipo</u>	43
C.	METODOLOGIA	43
1.	<u>Establecer el diagnóstico situacional del clúster Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro</u>	44
2.	<u>Evaluar el potencial turístico de la Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro</u>	45
3.	<u>Diseñar el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Avenida de los Volcanes para la Región Sierra Centro</u>	48
IV.	<u>RESULTADOS</u>	49
A.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	49
1.	<u>Avenida de los Volcanes, Región Sierra Centro</u>	49
a.	Antecedentes históricos	49
b.	Ámbito físico espacial	51
c.	Ámbito socio cultural	53
d.	Ámbito ecológico territorial	59
e.	Ámbito económico productivo	60
f.	Ámbito político administrativo	65
1)	Roles de los sectores	70
a)	Roles del sector Público	70
b)	Roles del sector privado	70
c)	Roles del sector ong's	70
d)	Roles del sector comunitario.	71
e)	Roles del sector educativo	71
2)	Roles a cumplir de los sectores	72
3)	Análisis de la coyuntura política	74

B. POTENCIAL TURÍSTICO DE LA AVENIDA DE LOS VOLCANES EN LA REGIÓN SIERRA CENTRO	78
1. <u>Análisis de la oferta</u>	78
a. Planta turística	79
1) Clúster 1	82
2) Clúster 2	85
3) Clúster 3	88
4) Clúster 4	91
b. Oferta futura por servicios	94
c. Determinación del potencial turístico Andes Centro	98
1) Validación del inventario de atractivos turísticos	98
2) Análisis coyuntural sobre el uso actual de los atractivos turísticos	104
3) Análisis coyuntural del potencial turístico de la Avenida de los Volcanes.	105
d. Caracterización de los Productos turísticos	106
1) Caracterización de las rutas estrellas en la Región Sierra Centro	110
2) Análisis y evaluación de las rutas estrellas en la Región Sierra Centro	111
a) Evaluación de las rutas turísticas	114
b) Análisis de las Rutas Turísticas	121
2. <u>Análisis de la demanda</u>	122
a. Caracterización de la demanda	123
1) Análisis de los segmentos de mercado	123
a) Mercado internacional	123
b) Mercado de Áreas Protegidas	124
2) Mercados potenciales donde se realizó el estudio de mercado	125
3) Análisis de la demanda turística	127
a) Mercado Internacional	127
b) Mercado de Áreas Protegidas (turistas nacionales y extranjeros)	149
b. Perfil de los segmentos de mercado priorizados	192
1) Perfil de los turistas nacionales	192
2) Perfil de los turistas extranjeros	193
3) Perfil del mercado internacional	194
3. <u>Análisis situacional de la problemática existente en la ruta</u>	195
a. Matriz FODA	195
b. Análisis ZOOP	196
C. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE DE LA AVENIDA DE LOS VOLCANES PARA LA REGIÓN SIERRA CENTRO	203
1. <u>Formulación filosófica</u>	203
a. Visión	203
b. Misión	203
c. Valores	203

d.	Objetivos estratégicos	204
1)	Objetivos estratégicos	204
a)	Objetivos estratégicos sostenibles para el ámbito ambiental	204
b)	Objetivos estratégicos sostenibles para el ámbito socio - cultural	204
c)	Objetivos estratégicos sostenibles para el ámbito económico	204
e.	Políticas para el Desarrollo Turístico Sostenible de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes	206
2.	<u>Estrategias de turismo sostenible y sustentable</u>	207
3.	<u>Formulación de programas y proyectos para el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes</u>	209
a)	Formulación de programas, proyectos y componentes	209
b)	Actividades del Plan de Desarrollo Turístico	210
c)	Desarrollo de los programas del Plan de Desarrollo Turístico	214
V.	<u>CONCLUSIONES</u>	229
VI.	<u>RECOMENDACIONES</u>	230
VII.	<u>RESUMEN</u>	231
VIII.	<u>SUMMARY</u>	232
IX.	<u>BIBLIOGRAFIA</u>	233
X.	<u>ANEXOS</u>	236

TABLA DE CUADROS

No.	CONTENIDO	PÁGINA
1	Caracterización del ámbito físico espacial	51
2	Ámbito socio cultural, Ruta Turística Avenida de los Volcanes	53
3	Número y porcentaje de la población	54
4	Población y porcentaje de etnias de la población	54
5	Porcentaje de pobreza de la población	55
6	Porcentaje saneamiento en la población	55
7	Porcentaje de educación de la población	56
8	Porcentaje de cobertura de acceso a la educación de la población	56
9	Porcentaje y número de características de vivienda y hogar de la población	57
10	Porcentaje de acceso a servicios básicos de la población	57
11	Oferta laboral de la población, PEA Y PET	58
12	Porcentaje de estructuración del empleo en la Región.	58
13	Ámbito ecológico territorial de la Avenida de los Volcanes	59
14	Análisis ámbito económico productivo	61
15	Matriz de convenios de descentralización (nivel turístico)	65
16	Actores públicos, privados, comunitarios y educativos en la intervención de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes	68
17	Centros de Turismo Comunitario que han destacado su participación dentro de la Ruta Turística Avenida de Los Volcanes	76
18	Oferta turística por clúster.	79
19	Servicios turísticos en el clúster 1	83
20	Servicios turísticos en el clúster 2.	86
21	Servicios turísticos en el clúster 3.	89
22	Servicios turísticos en el clúster 4	92
23	Oferta futura de servicio de agencias y aperadoras	95
24	Oferta futura de servicio de alojamiento	95
25	Oferta futura de servicio de recreación y diversión	95
26	Oferta futura de servicio de alimentos y bebidas	96
27	Oferta futura de servicio de transporte turístico	96
28	Oferta futura de servicio de CTC/OTC	96
29	Inventario de atractivos turísticos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes	99
30	Líneas de productos turísticos nacionales	106
31	Productos Turísticos para la región Sierra Centro	107
32	Facilidades turísticas en las rutas turísticas, Región Sierra Centro	108
33	Ponderación para el criterio magnitud	111
34	Ponderación para el criterio importancia	112
35	Ponderación para el criterio tipo	112
36	Ponderación para el criterio reversibilidad	112
37	Ponderación para el criterio duración	112
38	Parámetros de análisis según actividad en los sectores	113
39	Ponderación para el criterio rango numérico de valoración de impacto	114
40	Impacto de las rutas turísticas en la Región Sierra Centro	114
41	Impacto de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes	115
42	Impacto de la Ruta Turística Qhapaq Ñan	116

43	Impacto de la Ruta Tren de la Mitad del Mundo	117
44	Impacto de la Ruta del Libertador	118
45	Impacto de la Ruta de las Flores	120
46	Mercado de Áreas Protegidas en la Región Sierra Centro	124
47	Distribución de encuestas por Áreas Protegidas en la Región Sierra Centro	125
48	Género mercado internacional	127
49	Edad mercado internacional	128
50	Nivel de estudio, mercado internacional	129
51	Estado civil, mercado internacional	130
52	Lugar de procedencia, mercado internacional	131
53	Situación laboral actual, mercado internacional	132
54	Forma de realización del viaje, mercado internacional	133
55	Acompañamiento del viaje, mercado internacional	134
56	Tipos de turismo que realiza, mercado internacional	135
57	Conocimiento sobre las Áreas Protegidas, mercado internacional	136
58	Conocimiento de los volcanes que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional	137
59	Nivel de aceptación por visitar las Áreas Protegidas, con sus volcanes y nevados de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional	138
60	Motivación de visita, mercado internacional	139
61	Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional	140
62	Preferencia por realizar actividades turísticas, mercado internacional	141
63	Requerimientos de la demanda, mercado internacional	143
64	Lugar de hospedaje, mercado internacional	144
65	Medios de transporte, mercado internacional	145
66	Tiempo de permanencia, mercado internacional	146
67	Presupuesto diario excluido transporte, mercado internacional	147
68	Medios de información, mercado internacional	148
69	Género de los turistas nacionales	149
70	Género de los turistas extranjeros	150
71	Edad de los turistas nacionales	151
72	Edad de los turistas extranjeros	152
73	Nivel de estudios de los turistas nacionales	153
74	Nivel de estudios de los turistas extranjeros	154
75	Estado civil de los turistas nacionales	155
76	Estado civil de los turistas extranjeros	156
77	Lugar de procedencia de los turistas nacionales	157
78	Lugar de procedencia de los turistas extranjeros	158
79	Situación laboral actual de los turistas nacionales	159
80	Situación laboral actual de los turistas extranjeros	160
81	Forma de realización de viaje de los turistas nacionales	161
82	Forma de realización de viaje de los turistas extranjeros	162
83	Acompañamiento del viaje, turistas nacionales	163
84	Acompañamiento del viaje, turistas extranjeros	164
85	Tipos de turismo que realizan los turistas nacionales	165

86	Tipos de turismo que realizan los turistas extranjeros	166
87	Conocimiento sobre Áreas Protegidas, turistas nacionales	167
88	Conocimiento sobre Áreas Protegidas, turistas extranjeros	168
89	Conocimiento sobre los volcanes y nevados de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes de los turistas nacionales	169
90	Conocimiento sobre los volcanes y nevados de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes de los turistas extranjeros	170
91	Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas nacionales	171
92	Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas extranjeros.	172
93	Motivación de visita, turistas nacionales.	173
94	Motivación de visita, turistas extranjeros.	174
95	Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas nacionales.	175
96	Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas extranjeros.	176
97	Preferencia por realizar actividades turísticas, turistas nacionales.	177
98	Preferencia por realizar actividades turísticas, turistas extranjeros.	178
99	Requerimientos de la demanda, turistas nacionales	180
100	Requerimientos de la demanda, turistas extranjeros.	181
101	Lugar de hospedaje, turistas nacionales	182
102	Lugar de hospedaje, turistas extranjeros	183
103	Medios de transporte, turistas nacionales	184
104	Medios de transporte, turistas extranjeros	185
105	Tiempo de permanencia, turistas nacionales	186
106	Tiempo de permanencia, turistas extranjeros	187
107	Presupuesto diario excluido transporte, turistas nacionales	188
108	Presupuesto diario excluido transporte, turistas extranjeros	189
109	Medios de información, turistas nacionales	190
110	Medios de información, turistas extranjeros	191
111	Matriz FODA	195
112	Metas programadas y ejecutadas en el 2009 y 2010, Región Sierra Centro	201
113	Formulación de programas y proyectos	209
114	Actividades del Plan de Desarrollo Turístico	210
115	Componentes y presupuesto para el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible	228

TABLA DE GRÁFICOS

No.	CONTENIDO	PÁGINA
1	Mapa Ubicación de Áreas Protegidas, Nevados y Volcanes	52
2	Estructura orgánica del MAE	66
3	Clúster Ruta Turística Avenida de los Volcanes	78
4	Oferta turística por clúster	80
5	Mapa y servicios turísticos en el clúster 1	82
6	Servicios turísticos en el clúster 1.	84
7	Mapa y servicios turísticos en el clúster 2	85
8	Servicios turísticos en el clúster 2.	87
9	Mapa y servicios turísticos en el clúster 3	88
10	Servicios turísticos en el clúster 3.	90
11	Mapa y servicios turísticos en el clúster 4	91
12	Servicios turísticos en el clúster 4	93
13	Impacto de las rutas turísticas en la Región Sierra Centro	115
14	Impacto de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes	116
15	Impacto de la Ruta Turística Qhapaq Ñan	117
16	Impacto de la Ruta Tren de la Mitad del Mundo	118
17	Impacto de la Ruta del Libertador	119
18	Impacto de la Ruta de las Flores	120
19	Género mercado internacional	127
20	Edad mercado internacional	128
21	Nivel de estudio, mercado internacional	129
22	Estado civil, mercado internacional	130
23	Lugar de procedencia, mercado internacional	131
24	Situación laboral actual, mercado internacional	132
25	Forma de realización del viaje, mercado internacional	133
26	Personas con quien realiza los viajes, mercado internacional	134
27	Tipos de turismo que realiza, mercado internacional	135
28	Conocimiento sobre las Áreas Protegidas, mercado internacional	136
29	Conocimiento de los volcanes que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional	137
30	Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional	138
31	Motivación de visita, mercado internacional	139
32	Motivaciones por conocer los atractivos, mercado internacional	140
33	Preferencia por realizar actividades turísticas, mercado internacional	142
34	Requerimientos de la demanda, mercado internacional	143
35	Lugar de hospedaje, mercado internacional	144
36	Medios de transporte, mercado internacional	145
37	Tiempo de permanencia, mercado internacional	146
38	Presupuesto diario excluido transporte, mercado internacional	147
39	Medios de información, mercado internacional	148
40	Género de los turistas nacionales	149
41	Género de los turistas extranjeros	150

42	Edad de los turistas nacionales	151
43	Edad de los turistas extranjeros	152
44	Nivel de estudios de los turistas nacionales	153
45	Nivel de estudios de los turistas extranjeros	154
46	Estado civil de los turistas nacionales	155
47	Estado civil de los turistas extranjeros	156
48	Lugar de procedencia de los turistas nacionales	157
49	Lugar de procedencia de los turistas extranjeros	158
50	Situación laboral actual de los turistas nacionales	159
51	Situación laboral actual de los turistas extranjeros	160
52	Forma de realización de viaje de los turistas nacionales	161
53	Forma de realización de viaje de los turistas extranjeros	162
54	Acompañamiento del viaje, turistas nacionales	163
55	Acompañamiento del viaje, turistas extranjeros	164
56	Tipos de turismo que realizan los turistas nacionales	165
57	Tipos de turismo que realizan los turistas extranjeros	166
58	Conocimiento sobre Áreas Protegidas, turistas nacionales	167
59	Conocimiento sobre Áreas Protegidas, turistas extranjeros	168
60	Conocimiento sobre los volcanes y nevados, turistas nacionales	169
61	Conocimiento sobre los volcanes y nevados, turistas extranjeros	170
62	Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas nacionales	171
63	Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas extranjeros.	172
64	Motivación de visita, turistas nacionales.	173
65	Motivación de visita, turistas extranjeros.	174
66	Motivaciones por conocer los atractivos, turistas nacionales.	175
67	Motivaciones por conocer los atractivos, turistas extranjeros.	176
68	Preferencia por realizar actividades turísticas, turistas nacionales.	178
69	Preferencia por realizar actividades turísticas, turistas extranjeros.	179
70	Requerimientos de la demanda, turistas nacionales	180
71	Requerimientos de la demanda, turistas extranjeros.	181
72	Lugar de hospedaje, turistas nacionales	182
73	Lugar de hospedaje, turistas extranjeros	183
74	Medios de transporte, turistas nacionales	184
75	Medios de transporte, turistas extranjeros	185
76	Tiempo de permanencia, turistas nacionales	186
77	Tiempo de permanencia, turistas extranjeros	187
78	Presupuesto diario excluido transporte, turistas nacionales	188
79	Presupuesto diario excluido transporte, turistas extranjeros	189
80	Medios de información, turistas nacionales	190
81	Medios de información, turistas extranjeros	191
82	Árbol de problemas Ruta Turística Avenida de los Volcanes	200
83	Árbol de objetivos Ruta Turística Avenida de los Volcanes	202

TABLA DE ANEXOS

No.	CONTENIDO	PÁGINA
1	Encuestas para los Turistas Nacionales	236
2	Encuestas para los Turistas Extranjeros	239
3	Matriz de Marco Lógico: Plan de desarrollo turístico para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.	241
4	Identificación de los objetivos estratégicos	246
5	Identificación de las políticas	248
6	Matriz de Marco Lógico 1: estrategias de conservación de los recursos naturales.	251
7	Matriz de Marco Lógico 2: estrategias de conservación de los recursos culturales.	254
8	Matriz de Marco Lógico 3: crecimiento ordenado de la actividad turística	256
9	Matriz de Marco Lógico 4: Planificación turística de la Ruta Avenida de los Volcanes	259
10	Matriz de Marco Lógico 5: potencialización y dotación de facilidades para la actividad turística	263
11	Matriz de Marco Lógico 6: fortalecimiento de la infraestructura para la actividad turística sostenible.	266
12	Matriz de Marco Lógico 7: articulación de coyunturas políticas.	268
13	Matriz de Marco Lógico 8: observancia/cumplimiento de la normatividad legal para el turismo	272
14	Matriz de Marco Lógico 9: fortalecimiento de la prestación de servicios turísticos	275
15	Matriz de Marco Lógico 10: estrategias de promoción turística de la Ruta Avenida de los Volcanes	278
16	Matriz de Marco Lógico 11: emprendimientos microempresariales	280

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA RUTA TURÍSTICA AVENIDA DE LOS VOLCANES, REGIÓN SIERRA CENTRO.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo es hoy el motor de crecimiento económico, en muchos países la industria turística figura entre las cinco principales fuentes de exportación, representando así el 83% del PIB en los países en desarrollo y en vías de desarrollo, según estimaciones de la Organización Internacional del trabajo (OIT), unos 200 millones de hombres y mujeres trabajan en el mundo en el sector de viajes y turismo. Este mercado laboral registra tendencias de altas tasas de empleo a tiempo parcial no deseado, ocupación temporal y estacional, con una creciente gestión de los servicios.

El turismo representa, según la OMT cerca del 7% de las exportaciones globales de bienes y servicios, y ocupa el cuarto lugar en el ranking luego de las exportaciones de químicos, productos automotores y combustibles. En relación con las exportaciones de servicios, el turismo representa el 30% del total de ingresos. Las cifras de viajes al extranjero se han triplicado desde 1971 (de 179 millones a 613 millones) y la Organización Mundial del Turismo pronostica un índice de crecimiento anual de 4,3% hasta el año 2020.

La demanda turística internacional del Ecuador en el año 2009 cerró con 970.086 llegadas de turistas extranjeros, evidentemente un decremento del 3,5 % con relación al año 2008; es necesario resaltar que el turismo interno representa el 53 % del mercado turístico del país, este significativo porcentaje requiere ser mantenido y estimulado, es así como el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador recalca la importancia de implementar varios proyectos de desarrollo turístico sostenible para el destino Avenida de los Volcanes.

El país y particularmente la Región Sierra Centro abarcan importantes lugares de interés turísticos representados por la belleza de sus sitios naturales y la singularidad de sus manifestaciones culturales que necesitan ser comercializados y planificados dentro de rutas o líneas de interés turístico local y provincial como la “Avenida de los Volcanes”, “Qhapaq Ñan” y “Tren”.

Estas características motivacionales generan oportunidades recreacionales de dinamización turística local, vinculando el desarrollo institucional, al manejo organizacional, mediante la generación de actividades naturales y culturales programadas y articuladas a los recursos y servicios locales, creando empoderamiento de las actividades institucionales y dinamismo en la comunidad para el desarrollo turístico sostenible.

Al igual que otras actividades productivas, el turismo requiere de inversiones, soportes técnicos y tecnológicos, prestación de servicios de calidad, desarrollo e implementación de infraestructura turística en sus diferentes niveles de participación sea público, privado, social – comunitario y educativo. En este sentido, es evidente que el turismo contribuye al desarrollo sostenible de los involucrados de manera ordenada y planificada en los ámbitos: socio - cultural, político, económico y ambiental.

En este contexto el Ministerio de Turismo del Ecuador considera “La Avenida de los Volcanes” como destino turístico, pues según la cadena de volcanes de la Cordillera de los Andes consta de 55 volcanes y nevados en una extensión de 600 Km de recorrido de norte a sur o viceversa, comprendiendo las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Morona Santiago.

La Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro está integrada además por las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Bolívar, abarca las Áreas Protegidas como Parque Nacional Cotopaxi, Reserva Ecológica los Illinizas, Parque Nacional Llanganates, Área Nacional de Recreación El Boliche, Reserva de Producción Faunística Chimborazo y Parque Nacional Sangay; los volcanes Cotopaxi, Quilotoa, Tungurahua, Sangay y Chimborazo; los nevados Illinizas, Carihuayrazo y el Altar.

A continuación se presenta las características más sobresalientes de los nevados y volcanes que forman parte de la Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro, teniendo así:

- Para MATOS, A. El volcán Cotopaxi tiene una elevación de 5.897 metros es el segundo de más altura del país (siendo precedido por el Chimborazo) y uno de los volcanes activos más altos del mundo.

La etimología de este volcán proviene de lenguas caribes que significa "Rey de la muerte"; en Cayapa: "El cuello ardiente", "El trono" o "Altar de la luna" y en lenguas quechuas: "Masa de fuego".

- PASTOR, F., menciona que el volcán Carihuairazo tiene una altura de 5116 m, y está situado a sólo 10 km del Chimborazo. Su pico principal se llama "Josefina", y tiene un segundo pico de 5020 m de altura llamado "Mocha".
Su nombre proviene de las palabras quichua *cari* ("hombre"), *hauaira* ("viento") y *razu* ("nieve"), y según leyendas locales éste perdió una batalla que mantuvo con el *taita* Chimborazo por conseguir el amor de la *mama* Tungurahua; por esta razón su cráter está descabezado.
- PAINTMAN, 2006, menciona que el volcán Illiniza es de tipo estratovolcán, situado unos 55 km al sudoeste de Quito. Illiniza, un volcán potencialmente activo, consta de dos picos cubiertos de nieve: Illiniza Sur (5.248 m) e Illiniza Norte (5.126 m).
Su nombre deriva de las palabras kunza para "cerro varón". Mientras que el Illiniza Sur (el pico sur) es una ascensión más difícil debido a su naturaleza glacial, el Illiniza Norte requiere poca o ninguna habilidad de escalada, y puede hacerse como un pico de senderismo.
- El volcán Sangay es de tipo estratovolcán continuamente activo. Es el volcán más sureño y más activo del país, y es conocido por su expresión explosiva la cual se manifiesta por nubes gruesas de ceniza, que han formado una especie de bóveda desde 1976.
La etimología del nombre Sangay proviene de "Samkay", termino indígena que significa espantar.
Este volcán está compuesto por andesitas y andesitas basálticas principalmente. Los depósitos están constituidos por olivino, magnesiano, augita, hipersteno y plagioclasa. Están documentadas caídas de rocas, flujos piroclásticos, emisión de lavas, columnas de cenizas y gases.
- Según SIEBERT L, 2007. El Tungurahua (5.023 metros) es de tipo estratovolcán y está localizado en la provincia de Tungurahua, éste volcán es parte del Parque Nacional Sangay.

La etimología del nombre *Tungurahua* es una combinación de los términos quichuas *tunguri* (garganta) y *rahua* (fuego), significando en consecuencia *garganta de fuego*. El Tungurahua también se conoce como el "*Gigante Negro*" y, de acuerdo a la mitología indígena, es referido como "Mama Tungurahua" ("La Madre Tungurahua").

- Para VIVANCO, A. 2010, el **Chimborazo** es el volcán más alto del Ecuador; está dentro del grupo denominado estrato volcán (inactivo). Está situado en los Andes centrales, 150 km al sudoeste de Quito. Es además la montaña más alejada del centro de la Tierra debido a que el diámetro terrestre en la latitud ecuatorial es mayor que en la latitud del Everest (aproximadamente 28° al norte).

Vistas las características sobresalientes de las necesidades presentes en los atractivos turísticos de la Región Sierra Centro, se requiere generar sinergias y vinculación de los actores claves de los territorios en sus niveles público, comunitario y privado, impulsando acciones a favor de la actividad turística sostenible, logrando posicionar a la Ruta como destino turístico en el Ecuador.

A. JUSTIFICACIÓN

El Ecuador como país ha desarrollado una serie de propuestas y planificaciones para el buen progreso de la actividad turística, si bien es cierto, en el año de 1998 se estableció el Plan Nacional de Competitividad Turística que menciona entre uno de sus componentes el diseño de clúster específicos para Andes Centro Norte, Galápagos, Litoral, Austro y Amazonía; siendo la Región Sierra Centro un destino turístico único por la singularidad de sus montañas y nevados, *es necesario considerar el rediseño de un Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible* para este sector, ya que, el Gobierno Central del Ecuador, dentro de sus políticas públicas ha desarrollado el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 "PLANDETUR 2020", el cual ha contribuido a que el turismo deje de ser una instancia política para convertirse en una política de planificación y estructuración del sistema turístico en sus ámbitos y competencias exclusivas e inclusivas, internas y externas; convirtiéndose en una verdadera responsabilidad Estatal.

El PLANDETUR 2020 establece 6 ejes funcionales para el desarrollo del turismo sostenible, estos son: Gobernanza del Sistema Turístico, Marketing y Promoción Turística, Fomento de Inversiones y Gestión Financiera, Medidas Transversales de Gestión Socio Cultural y Ambiental, Formación y Capacitación de Recursos Humanos y Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística, los cuales, abarcan 22 programas que cuentan con 78 proyectos específicos que se deben desarrollar en los tiempos, con los recursos programados y designados por el Ministerio de Turismo.

La Avenida de los Volcanes como destino turístico ha sufrido una lenta y no considerable trayectoria de planificación lo que ha ocasionado que los procesos público - político, privado y comunitario - inversionista, se realicen en espacios inciertos y poco apetecibles para el desarrollo de la actividad turística; siendo además la iniciativa de aquellas zonas de influencia de la Avenida de los Volcanes, el realizar acciones y convenios con pocas instituciones gubernamentales, privadas y comunitarias con el fin de impulsar un proceso de planificación para el desarrollo del turismo en y las zonas con potencial turístico.

Sin embargo, la Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro genera impactos positivos y negativos en los ámbitos social, cultural y ambiental; tanto el ingreso de turistas nacionales como internacionales fomenta nuevas iniciativas microempresariales a nivel privado y comunitario, lo que ocasiona la implementación de los mismos sin contar con una

planificación y ordenamiento de la actividad turística, generando espacios y productos no competitivos y de baja calidad.

No obstante las alianzas han sido insuficientes, debido a que no se cuenta con una planificación que trace líneas estratégicas de acción, por lo cual la presente propuesta es oportuna y necesaria en un momento de revisión y actualización del sistema turístico en el Ecuador, ya que, el antes citado PLANDETUR 2020 no cuenta y/o especifica un proyecto determinado para el Destino turístico Avenida de los Volcanes; en este sentido es necesario la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del clúster de la Avenida de los Volcanes para la Región Sierra Centro.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

- a. Elaborar el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, Región Sierra Centro como estrategia de competitividad de desarrollo turístico.

2. Objetivos Específicos

- a. Establecer el diagnóstico situacional del clúster Avenida de los Volcanes Región Sierra Centro.
- b. Evaluar el potencial turístico de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes Región Sierra Centro.
- c. Diseñar programas y proyectos para el desarrollo del Turismo Sostenible de la ruta turística Avenida de los Volcanes Región Sierra Centro.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

A. GENERALIDADES

1. Ruta Turística Avenida de los Volcanes

La Ruta “Avenida de los Volcanes” se ubica en la Cordillera de los Andes y está conformada por todo un conjunto de montañas, volcanes, nevados, valles interandinos y altiplanicies, que forman un paisaje de extraordinaria belleza y de una enorme riqueza ecológica y antropológica.

La cordillera andina en Ecuador está conformada por dos cadenas montañosas que difieren considerablemente en anchura, altitud y constitución geológica. La cordillera Occidental es menos alta maciza que la Oriental, no obstante, en ella se levanta la cumbre más alta del país, el Chimborazo, sin embargo, la Cordillera Oriental es más antigua, alta y uniforme y se la denomina también Cordillera Real.

La Avenida de los Volcanes corresponde a una extensión aproximada de 600 kilómetros de longitud y una anchura entre 100 y 200 km de territorio interandino, marcado por la importancia paisajística de los volcanes, especialmente los más emblemáticos por su morfología y altitud, como el Chimborazo (6.310 m) y Cotopaxi (5.897 m).

2. Volcanes en el Ecuador

Para UNAPUCHA, L. 2006, “los fenómenos volcánicos aparecen debido a fracturas en la corteza terrestre como consecuencia de altas presiones entre placas tectónicas que chocan entre sí o convergen, o en zonas de rifts donde las placas tectónicas divergen o se separan dejando espacios abiertos que dan paso a fenómenos volcánicos.

Cuando el magma asciende a la superficie, este presiona sobre la corteza para salir al exterior, cuando lo hace, sucede una erupción volcánica. El magma al salir forma un cono o edificio volcánico formado por la superposición de productos piroclásticos, flujos de lava, lahares y cenizas volcánicas este entonces se denomina un estratovolcán, ejemplos de estratovolcanes son todos los volcanes ecuatorianos continentales. Cuando los productos

volcánicos son de carácter más liviano, estos no forman grandes edificios, sino que ocupan extensas áreas y dan lugar a volcanes denominados de escudo de poca altura, estos comúnmente se forman producto de placas divergentes o en puntos donde el magma se encuentra a menor profundidad, claros ejemplos de estos volcanes, son los de las Islas Galápagos, también en nuestro país.

Con justa razón se llama a las Cordilleras de los Andes, de la zona ecuatorial "las montañas más grandiosas del Globo".

El Ecuador es tierra de volcanes. La región interandina de nuestro país está atravesada por varias cadenas montañosas en las que se destaca al menos una decena de volcanes, varios de ellos activos y a corta distancia unos de otros.

Las erupciones de estos colosos no son eventos nuevos, la historia de nuestro país tiene registros de estos fenómenos desde hace siglos. Es por eso que la población está acostumbrada y ha aprendido a convivir con los volcanes.

Los fenómenos de la naturaleza como erupciones y la posterior caída de ceniza han generado nuevas oportunidades para el turismo. Por ejemplo, quienes visiten la región andina pueden optar por ir a la ciudad de Baños, en el centro del país, y llegar de forma organizada y segura hasta alguno de los varios puntos de observación del volcán Tungurahua, del que periódicamente se elevan columnas de gases, ceniza y vapor. Durante las noches despejadas es todo un espectáculo observar el descenso de flujos incandescentes por sus laderas.

a. Clasificación de los volcanes

Los volcanes tienen diversas clasificaciones, destinadas para diversos y diferentes estudios, los volcanes se clasifican de acuerdo a su forma, su tipo de erupción, la naturaleza de los materiales que expulsan o su actividad.

- La principal clasificación es por su forma: estrato volcán, volcán escudo, caldera volcánica, cono de escorias, volcán maar o cuello volcánico. Otra clasificación muy utilizada es por su forma de erupción: estromboliano, hawaiano, peleano, pliniano o vesubiano. Sin embargo un volcán puede migrar de un tipo de erupción a otra, incluso en el transcurso de una misma erupción.

- Según la naturaleza de sus explosiones, se suele calificar a un volcán de efusivo, cuando este expulsa su contenido en forma poco explosiva o explosivo cuando este expulsa su contenido en forma violenta. Esta clasificación se relaciona directamente por el tipo de erupción.
- Según el contenido químico de sus materiales se designa que una lava de un volcán es dacítica, andesítica, riolítica, etc. Esta es una clasificación más compleja debido a que requiere de muchos estudios e investigaciones en laboratorio para determinar la clasificación de una roca procedente de cualquier volcán. A menudo un volcán puede expulsar en su vida distintos tipos de materiales, así por ejemplo el volcán Reventador ha expulsado materiales de tipo andesítico, luego expulsó materiales dacíticos para luego volver a expulsar materiales andesíticos.
- Otra forma muy útil para clasificar un volcán es de acuerdo a su actividad, encajándola en los diversos periodos geológicos de la tierra, así por ejemplo tenemos volcanes del Oligoceno hace 26 millones de años todos extintos, del Plioceno hace 5 millones de años o del Holoceno que han erupcionado hasta hace 10.000 años e incluso en tiempos históricos. Esta clasificación es resultado sin embargo del estudio previo de petrología de las rocas que componen el volcán, y es importante porque identifica los volcanes que podrían volver a erupcionar a corto y mediano plazo.

3. El clúster turístico

Para CLAN-DESTINOS 2008, “el término de origen inglés clúster se usa habitualmente para nombrar “aquellas agrupaciones de empresas y organizaciones de un mismo territorio, que están especializadas en un determinado producto, servicio o actividad, en este caso turístico”, y tiene el origen en los llamados “distritos industriales”.

En el caso del destino turístico, la localización y la proximidad toman una especial relevancia. De hecho, si nos imaginamos un destino concreto, pensaremos en un territorio con una serie de productos que precisamente lo caracterizan, y por ello algunos destinos se pueden considerar también clústers según la intensidad y/o variedad de productos del destino. En el turismo las relaciones (o no relaciones) entre las empresas de un mismo destino toman una especial relevancia a la hora de determinar si se trata de un clúster o no. Además, debido al carácter sistémico del turismo, en una revisión más actualizada del

término, se debería añadir también a todas las instituciones y demás agentes que configuran la red de un determinado destino.

Por tanto, los clústers no son nuevos, ni solamente turísticos, ni por supuesto únicamente con base territorial o empresarial. Para lo que aquí nos interesa, el concepto de clústers resulta útil para proponer definiciones del territorio alternativas (por ejemplo, en base a productos), o como una herramienta más para la segmentación.

A modo de ejemplo práctico, según un reciente estudio impulsado por la Universidad de Girona y la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona, Cataluña cuenta con 18 clústers turísticos distintos a las actuales marcas territoriales, y que cuentan con suficiente potencial para ser desarrollados como tales (es decir, desarrollar estrategias de promoción y comercialización de productos “temáticos”, capaces de atraer y sostener un contingente de turistas realmente rentable para las empresas del territorio). Las categorías o tipologías de productos que caracterizan estos territorios son: salud, belleza y bienestar; naturaleza; cultura; activo y aventura; ocio y reuniones-empresa.

Además, como dice Edu William: *“Hemos pasado de una estandarización, a una segmentación geográfica (obligada por el propio funcionamiento del sistema turístico y del canal) para llegar a una segmentación por producto (de oferta)”*. Y añadiremos que en dicha segmentación, las redes de empresas deben perseguir el objetivo de relacionarse como un ecosistema, con una participación al más puro estilo 2.0 de la demanda y la población local”.

B. TURISMO SOSTENIBLE

CALDERÓN, F. 2005, menciona que: la sostenibilidad de las actividades turísticas se considera en nuestros días un lugar común en la literatura económica del turismo, sin embargo lo “normal” de esa relación en nuestros días no significa que dicho maridaje se haya producido de forma lineal o automática o que los postulados de la sostenibilidad se hayan aceptado sin más por la industria turística, quedando todavía tanto camino por recorrer. En el presente apartado se realiza una exposición del proceso de consolidación de la sostenibilidad aplicada al turismo y de la génesis y difusión de los conceptos y contenidos básicos del desarrollo turístico sostenible.

1. OMT vs Turismo Sostenible

CALDERÓN, F. 2005, cita a KRIPPENDORFF, 1978, DE CARDT, 1979 y CALS, 1974; quienes mencionan que el proceso de “filtración” de las ideas de la sostenibilidad al turismo, inicia en la década de los 70 cuando las ideas y principios conservacionistas y ambientalistas propios del *Ecodesarrollo* comienzan a aflorar en una serie contribuciones académicas de gran influencia. Tales corrientes de pensamiento coinciden en el tiempo con los trabajos y análisis de organizaciones antecedentes y precursoras de la Organización Mundial del Turismo (OMT) como fue la IUOTO (Unión Internacional de Organizaciones Oficiales de turismo) sobre todo en la primera mitad de la década de los setenta, de la propia OMT a partir de 1975, y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 1980). Estudios que parten de considerar la conservación de los recursos naturales como tal necesidad, en cuanto que el turismo depende de los mismos, ya que dichos recursos asumen para la actividad turística el doble rol de atractivos y factores de producción. Igualmente los trabajos subrayan los impactos negativos del turismo, y el riesgo cierto de que tales impactos se acentúen con la progresiva expansión del uso turístico. Por lo que es preciso conciliar desarrollo turístico con conservación ambiental, exigiendo la presencia de términos antitéticos en la ecuación la presencia de la planificación integrada de las actividades turísticas.

La OMT desarrollará esta línea trabajo en toda una serie de documentos y declaraciones, donde la sostenibilidad aparecerá progresivamente investida de un rol protagonista, de absoluta centralidad, a partir de la citada Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, del 10 de octubre de 1980, a la que seguirá la Resolución de la VI Asamblea General de la OMT (Sofía) donde se adoptaban la Declaración de Derechos y el Código del Turista de Sofía, del 26 de septiembre de 1985; la denominada Declaración de la Haya sobre el Turismo, (1989); un paso decisivo en el iter de afirmación de la sostenibilidad será la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible celebrada en Lanzarote, del 24 al 29 de Abril, 1995 que tendrá como output decisivo la Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote (1995).

Otras aportaciones provenientes de fuentes distintas a la OMT encuadradas en la relación Turismo / sostenibilidad serian las siguientes:

- “Directrices para un turismo compatible con el medioambiente” (Paris, 1995);
- “Desarrollo del turismo sostenible en los pequeños estados insulares” (Comisión de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, 4 Sesión, Nueva York, 1996);

- “Seminario “Think Tank” regional europeo para la implementación a nivel local del Plano de acción de la Agenda 21 para la Industria del Turismo y los Viajes” (Londres, 1997);
- “Declaración de Malè sobre el desarrollo del turismo sostenible” (Maldivas, 1997);
- “Declaración de Berlín” (Conferencia Internacional de Ministros del Ambiente sobre Biodiversidad y Turismo, 6 a 8 marzo 1997, Naciones Unidas)
- “Declaración de Manila sobre los Efectos Sociales del Turismo”, del 22 de mayo de 1997
- “Declaración de Calvià sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo” (Conferencia Internacional sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo, 19 abril 1999)

2. El desarrollo del Turismo Sostenible

Según la DRAE, 2002. Una perspectiva etimológica del término “*desarrollo*” considera al “desarrollo” como “*acción y efecto de desarrollar o desarrollarse*” y por “*desarrollar*” en su primera y principal acepción “extender lo que está arrollado, deshacer un rollo”; una segunda acepción lo define como “*Acrecentar, dar incremento a una cosa del orden físico, intelectual o moral*”; una ulterior acepción lo concibe como “*Progresar, crecer económica, social, cultural o políticamente las comunidades humanas*”.

En cualquiera de las formulaciones anteriores puede apreciarse con nitidez que la esencia del desarrollo está en el despliegue de lo previamente plegado, dicho de otra manera el desarrollo significa necesariamente mutación, modificación o cambio de un estado o circunstancia precedente, modificación que necesariamente se produce en el tiempo y que por tanto tiene un carácter sucesivo o procesual. La idea del cambio y la variación implican tanto una referencia cuantitativa como una cualitativa por cuanto que el aspecto cuantitativo afirma la expansión, el aumento o el incremento de algo precedente, es decir se refiere al *crecimiento* del mismo, mientras que el aspecto cualitativo se orienta a subrayar una diferencia en el carácter, en la calidad de ese estado precedente. Por tanto en una primera instancia el desarrollo se presenta como un proceso de cambio en cuya matriz coexisten aspectos cuantitativos y cualitativos.

A partir de estas coordenadas básicas una aproximación conceptual hacia el concepto de desarrollo, sintetizaría sus contenidos fundamentales en relación a cuatro grandes pilares o piedras angulares del Desarrollo socioeconómico:

- a. Es inducido por el ser humano, lo que lo diferencia del concepto de evolución; en esta secuencia de inducción a la acción, tal y como definía al desarrollo, la voluntad política asume un rol protagonista descollante.
- b. Se basa en la idea del cambio, lo que indica un cierto descontento con la situación de partida; se orienta por tanto a mejorar situaciones existentes, lo que implica una apreciable dosis de voluntarismo en las capacidades de las comunidades para gestionar sus procesos vitales.
- c. Es transversal en cuanto que es de general aceptación que el desarrollo debe abarcar tanto aspectos económicos, como políticos, junto a aspectos de justicia social de orden ambiental y cultural, etc.
- d. Las limitaciones ecológicas del ecosistema planetario conlleva la necesidad de incorporar una nueva dimensión, la temporal, intentando establecer ciertos niveles de equilibrio entre la satisfacción de las generaciones actuales con la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras.

HIDALGO, T. 2000, hace referencia que el desarrollo sostenible definido en sus líneas genéricas en el Informe "Our Common future" por la Comisión Brundtland (1987) como el desarrollo que promueve la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes sin poner en peligro la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras, aparece articulado en torno a las siguientes piedras angulares:

- 1) **Intrageneracionalidad:** a través de la toma de conciencia sobre los efectos de las acciones del presente para las condiciones de vida en el futuro. En este sentido se aboga por un modelo de desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias. Dejan sentir su influencia en esta concepción, las nociones de la equidad intergeneracional procedentes de las aportaciones teóricas de Robert Solow que trata de desarrollar llevando al campo económico, el segundo principio de justicia del filósofo John Rawls, el denominado criterio maximin, introduciendo la imagen objetivo de la solidaridad intergeneracional en su intento de ofrecer un entramado teórico y simultáneamente operativo y sugestivo de la sostenibilidad desde la perspectiva comunicativa y cultural, teniendo:

- a) **Sostenibilidad Ambiental:** Considerando que hasta tiempos muy recientes predominaban en la reflexión sobre el desarrollo enfoques netamente económicos orientados linealmente al crecimiento, o socioeconómicos sesgados hacia la modernización, o hacia la equidad social; en la reflexión que propicia el desarrollo sostenible, la sustentabilidad ambiental es una condición imprescindible para asegurar la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones.
- b) **Orientación Participativa:** la cual indica que la efectividad de las políticas de desarrollo sostenible requiere altos niveles de aceptación por parte de los ciudadanos. Para lograr esta aceptación es necesario involucrar a los mismos “de manera efectiva” en la toma de decisiones
- c) **Dinamicidad:** entendiendo el desarrollo no como un estado de armonía sino más bien como un proceso constante de cambio cualitativo, una dinámica en la cual es necesario dar seguimiento al uso de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación de los procesos tecnológicos y la pertinencia de las instituciones en relación a las necesidades presentes y futuras.
- d) **Reticularidad:** puesto que considera simultánea e integradamente diferentes objetivos de desarrollo tanto económico como social y ambiental.

Por tanto, la innovación que el desarrollo sostenible supone radica en la maximización de la calidad del crecimiento, sin negar o rechazar este, dicho con otras palabras en la priorización de los aspectos cualitativos del desarrollo sobre los meramente cuantitativos. Formulación que explica tanto su masiva difusión, y en definitiva, su éxito mundial así como las críticas y reservas dirigidas hacia el concepto, tanto desde la perspectiva liberal como desde ámbitos conservacionistas o restrictivas del crecimiento.

C. DESTINO TURÍSTICO

Para TIERRA, P. 2009, el destino turístico como parte de una zona turística, es un ámbito geográfico inferior en tamaño a la zona turística, normalmente de carácter municipal, caracterizado por su especialización en un producto turístico.

D. EL CLÚSTER TURÍSTICO

1. Definición de clúster

El concepto de clústers significa sencillamente aglomeración y/o proximidad de empresas con características similares o dedicadas a una misma actividad.

PORTER, M. 1990, manifiesta que: se trata de una concentración geográfica de empresas interconectadas, que tienen una relación a la vez de competencia y de cooperación entre sí. Un clúster empieza, por ejemplo, con la proliferación de productos especializados (de turismo activo, de salud y belleza, etc.), por parte de un buen número de empresas de un mismo destino. Ello generalmente se debe a la generación o disponibilidad de un recurso turístico más o menos exclusivo (la playa, una determinada ortografía del territorio, unas fuentes termales, etc.).

CALDERON F. 2005, manifiesta que: El clúster turístico como tal clúster sectorial no se diferencia sustancialmente del modelo genérico clúster, siguiendo similares principios en su desarrollo y configuración, si bien condicionados por la peculiar naturaleza del fenómeno turístico, dado que los consumidores del producto deben trasladarse al lugar de producción, es decir el área territorial donde se ubican las factorías turísticas y sus secuencias de proveedores que producen bienes y servicios destinados al consumo de los flujos "turísticos". Asimismo, el rol de los intermediarios, agentes que organizan, configuran y transfieren la experiencia turística es muy importante y diferenciador en relación a otros segmentos productivos, aunque la irrupción de Internet y los cambios sustanciales que ello conlleva estén alterando aceleradamente el status quo existente, puesto que posibilitan la "auto organización" de la experiencia turística por el propio consumidor.

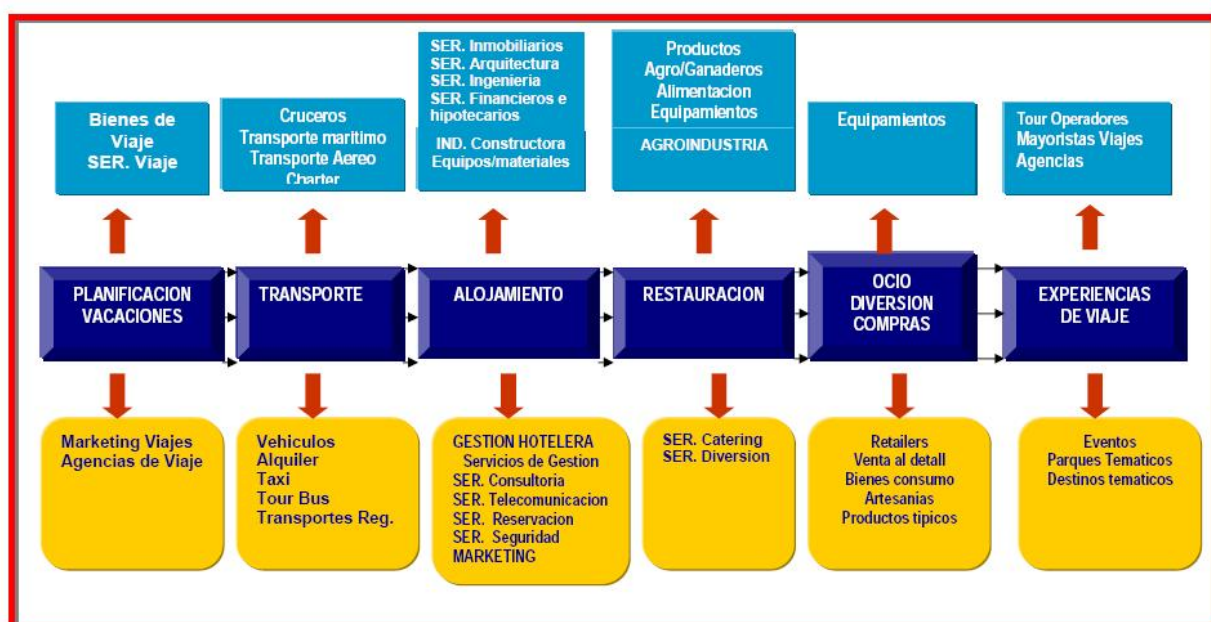
Para PELAYO, C. 2008, la competitividad es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

2. Clúster turístico y sistema de valor Territorial

CLADERÓN, F. 2005, cita a Gollub, Hosier y Woo, 2003; mencionan que un concepto fundamental para poder entender la configuración y funcionalidad del clúster turístico es el denominado “sistema de valor territorial o regional del Turismo. Tal y como aparece descrita en la figura nº IV.1. que exponemos a continuación, la cadena de valor del subsector turismo es un continuum de actividades económicas interrelacionadas entre si y vinculadas al hecho turístico. En efecto, la presencia de flujos turísticos in loco permite el despliegue de toda una serie de actividades que desde una perspectiva de desarrollo económico deberían desarrollarse al interior del territorio, con objeto de retener y captar el mayor porcentaje posible de valor agregado. Si bien, dada la globalización de la producción y el comercio actualmente en marcha parece difícil que la totalidad del valor añadido generado por la producción turística pueda ser captado y retenido por el área territorial donde se lleva a cabo la producción turística.

De ahí que el concepto de cadena de valor territorial resulte central en la perspectiva clúster, puesto que ilustra suficientemente la capacidad del turismo de generar valor en el conjunto de la economía a través de los enlaces productivos del sector turístico con las industrias vinculadas al mismo.

Fig. N.IV.1: Sistema de valor en Turismo Regional



Fuente: CALDERÓN, F. 2005

3. Estructura y configuración del clúster turístico

Siguiendo a CLADERÓN, F. 2005, menciona que corresponde a la Organización Mundial del Turismo (WTO) el diseño de clúster turístico y sus contenidos temáticos, configurado en sus aspectos formales por IFC Consulting (Gollub, Hosier, Woo, 2003) para estas organizaciones la estructura del clúster aparece segmentada en tres niveles:

- a. Key Foundations o nivel básico, lo que podríamos denominar o considerar como fundamentos o anclajes base del clúster
- b. Supplier Industries o nivel intermedio, que podríamos denominar como proveedores empresariales
- c. Final Exports o nivel ulterior

El nivel básico o de fundamentos primarios se encuentra los elementos que posibilitan el despliegue posterior del clúster, éste se construye a partir de dichos cimientos o anclajes, que son considerados como inputs o insumos dependientes del desempeño y de las capacidades de los agentes institucionales que operan en el territorio. Es decir, son las instituciones y en particular las administraciones públicas las responsables de crear el zócalo estructural que permita la prestación de servicios turísticos y la generación de valor en condiciones de eficacia. Ello significa un desempeño positivo de las instituciones en las áreas de actuación encuadradas en esta categoría.

En el nivel intermedio o supplier level se genera el valor añadido fundamental de la actividad turística, puede desglosarse en tres secciones de proveedores empresariales de la experiencia turística

- 1) **Sección Primaria**, conformada por aquellos proveedores inmediatos o más próximos al consumo final prestadores de servicios de Alojamiento, Restauración, Comercio al detalle de la zona en cuestión o implicados en algún tipo de evento, que propicia el desplazamiento turístico. Es en esta sección donde el consumidor realiza gastos directos como una parte de la visita global. Un tópico normalmente referido es la dificultad para los suministradores locales ubicados en la sección primaria radica en la imposibilidad de ofrecer estándares internacionales de servicio y gestión
- 2) **Sección Secundaria**, se incluyen los proveedores que actúan como intermediarios entre el consumidor final y el destino turístico como agentes de viaje locales,

transportistas locales (compañías aéreas, alquiler de vehículos, autobuses, etc.) tour operators. Evidentemente al exterior de la unidad territorial, los agentes de viaje constituyen el principal canal de proyección de flujos turísticos en hacia la misma.

- 3) **Sección Terciaria**, donde se ubican los proveedores que suministran la infraestructura de los proveedores de las secciones primera y segunda, es decir, segmentos de actividad tales como contabilidad y gestión, mantenimiento de equipos e instalaciones, sistemas de reserva, marketing, líneas de crédito, mobiliario, alimentación, catering, y servicios de entretenimiento y recreación.

También podrían incluirse servicios inmobiliarios, materiales construcción, equipos genéricos e inversiones.

Parece claro que la revolución de internet va a potenciar a los productores turísticos locales, puesto que va a incrementar su visibilidad y facilidad de acceso para los consumidores foráneos, por lo que se crecerán mucho sus posibilidades de incorporarse al conjunto de proveedores potenciales del iter de compras del flujo turístico. En este sentido una intensificación de la cultura web en el territorio de referencia aparece como variable clave para el ascenso de los proveedores locales a la primera línea de negociación, vendiendo directamente sus bienes y servicios.

Igualmente parecen de importancia el nivel de relaciones de negocio entre suministradores locales y operadores internacionales, como paso esencial para la construcción de la imagen y posición de mercado de los primeros de manera que sean reconocidos por la comunidad internacional de negocios como potenciales order takers.

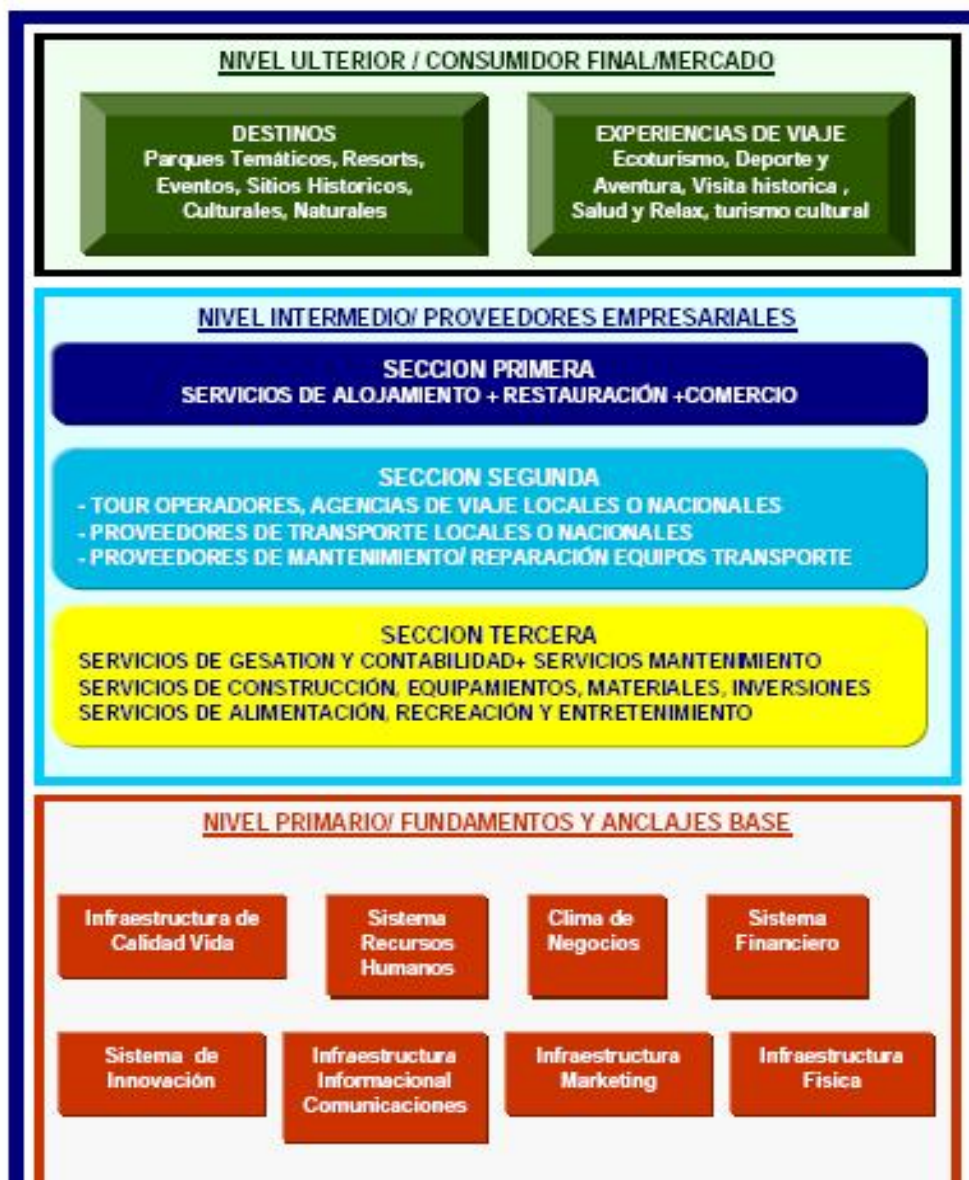
Dado que ello podría no resultar tan sencillo, una opción para los agentes locales podría ser el concentrar los esfuerzos en las mejora de productos tales como paquetes regionales o zonales, opción que podría permitirles conseguir una mayor cuota de participación en mercados específicos, ya en solitario ya en asociación con agentes internacionales.

Desde una perspectiva de desarrollo económico territorial o regional, la sección terciaria presenta un potencial enorme, pero para su despliegue se necesitan de una parte de disponer de instituciones de excelencia para la formación y preparación del capital humano, y por otra de la existencia de una cultura empresarial y de emprenditorialidad ampliamente extendida y consolidada que posibilite la existencia de un entorno eficiente de business

services (servicios legales, inmobiliarios, financieros, mantenimiento, construcción, etc.) lo que implica en definitiva un desempeño positivo de las instituciones de gobierno y administración. A medida que mejore y se desarrolle el entorno de servicios de un área territorial determinada mayores serán las posibilidades de los agentes domésticos de captar directamente transacciones en el mercado internacional sin necesidad de pasar por el filtro de los acuerdos contractuales con agentes internacionales y sus representantes locales. Asimismo un contexto positivo de servicios a los negocios ayudara sobremanera a la generación de valor y a su posterior derrame en el global de la economía.

Para CALDERÓN F. 2005., una descripción gráfica de la estructura del clúster turístico es la recogida en la figura nº. IV.2., figura que se expone a continuación:

Fig. N. IV.2: Estructura Cluster Turístico.



Fuente: CALDERÓN, F. 2005

E. LA COMPETITIVIDAD

Para PUCCIO, H. y GRANA, N. 2008, la competitividad está relacionada fuertemente a productividad: Para ser productivo, los atractivos turísticos, las inversiones en capital y los recursos humanos tienen que estar completamente integrados, ya que son de igual importancia.

Las acciones de refuerzo competitivo deben ser llevadas a cabo para la mejora de:

- La estructura de la industria turística.
- Las estrategias de las instituciones públicas.
- La competencia entre empresas.
- Las condiciones y los factores de la demanda.
- Los servicios de apoyo asociados.

1. Calidad total: estrategia clave de la competitividad

Según PELAYO, C. 2008, el mundo vive un proceso de cambio acelerado y de competitividad global en una economía cada vez más liberal, marco que hace necesario un cambio total de enfoque en la gestión de las organizaciones.

En esta etapa de cambios, las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, lo que está obligando que los gerentes adopten modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad y responder de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez más eficiente, rápido y de mejor calidad.

Para comprender el concepto de calidad total, es útil hacerlo a través del concepto denominado "paradigmas". Un paradigma se entiende como modelo, teoría, percepción, presunción o marco de referencia que incluye un conjunto de normas y reglas que establecen parámetros y sugieren como resolver problemas exitosamente dentro de esos parámetros. Un paradigma viene a ser, un filtro o un lente a través del cual vemos el mundo; no tanto en un plano visual propiamente, sino más bien perpetuo, comprensivo e interpretativo.

La calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional, gerencial; tomando una empresa como una máquina gigantesca, donde cada trabajador, desde el gerente, hasta el funcionario del más bajo nivel jerárquico están comprometidos con los objetivos empresariales.

Para que la calidad total se logre a plenitud, es necesario que se rescaten los valores morales básicos de la sociedad y es aquí, donde el empresario juega un papel fundamental, empezando por la educación previa de sus trabajadores para conseguir una población laboral más predispuesta, con mejor capacidad de asimilar los problemas de calidad, con mejor criterio para sugerir cambios en provecho de la calidad, con mejor capacidad de análisis y observación del proceso de manufactura en caso de productos y poder enmendar errores.

2. Estimulación de la competitividad

PELAYO, C. 2008, manifiesta que la estimulación necesaria para que un país, una empresa nacional, una transnacional etc., sea más competitivo, son resultado de una política fomentada por el estado que produzcan las condiciones para proveer la estabilidad necesaria para crecer y se requiere de la construcción de un Estado civil fuerte, capaz de generar, comunidad, cooperación y responsabilidad.

Algunas de las condiciones requeridas para que un país sea competitivo, es que el Estado debe fomentar en sus políticas de gobierno las condiciones necesarias para garantizar la actividad comercial que permita el normal desenvolvimiento de la actividad comercial de estas empresas. Las acciones de refuerzo competitivo deben ser llevadas a cabo para la mejora de ciertos puntos, estos podrían ser:

- a. La estructura de la industria turística.
- b. Las estrategias de las instituciones públicas.
- c. La competencia entre empresas.
- d. Las condiciones y los factores de la demanda.
- e. Transparencia y reglas claras que se hagan respetar, dentro de un ambiente donde las finanzas estén en orden.
- f. Establecer reglas tributarias adecuadas

- g.** Una política macroeconómica que sea capaz de fomentar la inversión de capitales, dentro de un marco económico donde no exista la regulación y control de precios (precios acordes a la oferta y la demanda).
- h.** Planes de reestructuración de la educación de tal forma que el sector educativo este acorde con las necesidades reales del sector productivo. Favoreciendo muy especialmente al sector de la Educación Pública de bajos recursos. Las nuevas empresas requerirán de personal calificado que esté a la altura de las nuevas tecnologías.
- i.** El establecimiento de una sólida y comprometida asociación Gobierno-Sector Privado, para fomentar el crecimiento de la tecnología, productividad, etc , a fin de ofrecer competitividad a nivel internacional dentro de un marco de ventajas igualitario para todos.

F. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

Para TIERRA, P. 2009, la evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

1. Potencial Turístico

TIERRA, P. 2009 cita a la Organización Mundial de Turismo (1999), quien menciona que una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

Según la Organización Mundial de Turismo la evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

El turismo sostenible (incluyen todas las modalidades de turismo amigables con el ambiente-alternativas) tiene especial potencial de desarrollo en las zonas que ofrecen entornos naturales que se combinan con grupos étnicos que buscan la forma de reportar beneficios económicos a sus comunidades y se convierte en una motivación para la conservación y desarrollo sostenible.

Por ello evaluar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales:

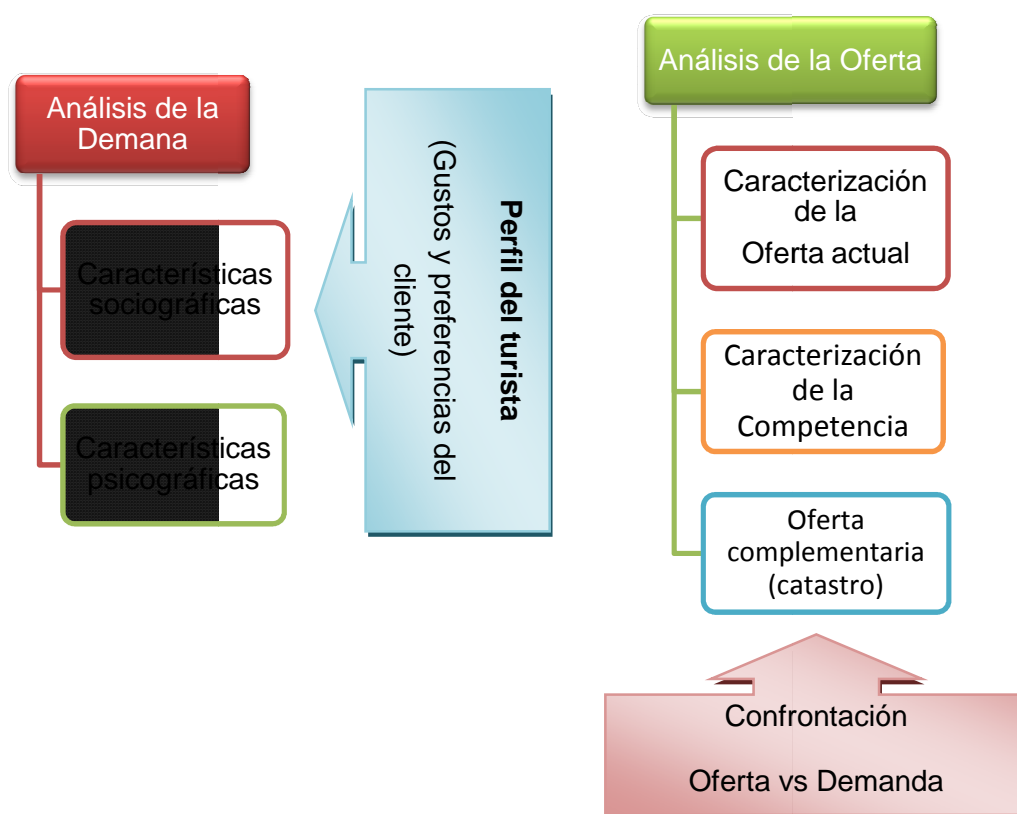
Primera fase: El análisis de la situación turística existente, es decir una fase inicial en la que se analiza la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado y,

Segunda fase: El diagnóstico de la potencialidad turística que comparando los resultados del análisis de la situación permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia o no del turismo en la zona

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).

Aunque no ofrezca datos absolutamente fiables sobre las perspectivas de desarrollo efectivas del sector determinar el potencial turístico del territorio, constituye una importante base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo ya que les permite minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

a. Análisis de la situación turística existente



b. Diagnóstico de Potencialidad Turística

Seguendo con TIERRA, P. 2009, manifiesta que el diagnóstico de potencialidad turística permitirá conocer las características generales del entorno del área geográfica (Territorio) y el verdadero potencial turístico del área donde se pretende realizar un proyecto de Turismo.

Este estudio consta de dos partes:

- Diagnóstico de las Características Generales del Área
- Análisis del Potencial Turístico del área
- Zonificación turística

1) Diagnóstico de las Características generales del área

El diagnóstico del entorno de un área donde se pretende desarrollar un proyecto de turismo pretende responder a las siguientes preguntas:

- ¿Existen en el área seleccionada para el desarrollo del turismo limitaciones importantes?
- ¿El área turística 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 información referente a:

AMBITOS	INFORMACIÓN A RECABAR
Físico espacial	<ul style="list-style-type: none"> • División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad) • Límites • Vías de acceso
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 (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos) • Vivienda (tipo, propiedad, características) • Salud • Educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes) • Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio) • Comunicación

	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico) • Combustibles utilizados • Abastecimiento de productos
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 especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos) • Hidrología • Problemas ambientales
Económico productivo	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades económicas (tipo, ocupación) • Desarrollo actual del turismo en la zona • Participación o interés de la población en el desarrollo turístico
Político administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones) • Asociatividad (organizaciones) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico • Instituciones que trabajan en la zona

2) Análisis del Potencial Turístico del área

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

- Un inventario de atractivos turísticos naturales y culturales
- Declaratoria de la imagen turística de la zona

G. INVENTARIO TURÍSTICO

1. Concepto

MINTUR, 2004. señala que el inventario turístico es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

2. Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

3. Clasificación de los atractivos turísticos

Según CARBALLO, A. 2005, los atractivos turísticos se clasifican en:

- 1) Atractivos Turísticos Focales.-** Son los elementos distintivos del patrimonio natural y/o cultural que se encuentren en dicha área. Son aquellos rasgos intrínsecos de singularidad que mejor caracterizan a dicho sitio o región y el motivo fundamental por el cual son visitados.

- 2) Atractivos Turísticos Complementarios.-** Se refieren a elementos de patrimonio natural y/o cultural que se encuentran en un área determinada, pero que no poseen el grado de importancia o singularidad en cuanto a atracción turística de los atractivos focales. Constituyen motivos de interés adicional y valor agregado para el turista, contribuyendo a una experiencia turística de mayor riqueza y diversidad, al inducir al visitante a que permanezca mayor tiempo en el área. También pueden contribuir a evitar concentraciones excesivas de turistas en un sólo lugar y a un mismo tiempo, al propiciar el desplazamiento de los visitantes por diversos sitios del área correspondiente.

3) Atractivos Turísticos de Apoyo.- Los constituyen aquellos elementos artificiales (instalaciones y servicios) que proporcionan al visitante diferentes satisfacciones. Aquí se incluyen los alojamientos, restaurantes, centros de interpretación, senderos y miradores, servicios de paseos a caballo o en lancha, etc. Dan sustento y servicio al visitante, pero nunca se tenderá a que constituyan el motivo principal por el cual el turista visite un área respectiva siempre se agregan a posteriori, para dar apoyo a los atractivos focales y complementarios que ya existen, por naturaleza propia, en un destino ecoturístico determinado.

4. Atractivos Naturales

El patrimonio natural está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio. CARBALLO A. 2005, cita a la UNESCO, quien lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El patrimonio natural lo constituyen las reservas de la biosfera, los monumentos naturales, las reservas y parques nacionales, y los santuarios de la naturaleza.

5. Patrimonio Cultural

a. Concepto

Para HEVIA, R. 2009, el Patrimonio Cultural es el conjunto de las creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia. Esas creaciones lo distinguen de los demás pueblos y le dan su sentido de identidad.

El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha llegado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras.

b. División del Patrimonio Cultural

a) Patrimonio Tangible Mueble

Continuando con HEVIA, R. 2009. El patrimonio tangible mueble comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico.

b) Patrimonio Tangible Inmueble

Para HEVIA, R. 2009. El patrimonio tangible inmueble está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Estos bienes culturales inmuebles son obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo, un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (por ejemplo, un sitio arqueológico).

c) Patrimonio Intangible

El patrimonio intangible está constituido por aquella parte invisible que reside en espíritu mismo de las culturas. El patrimonio cultural no se limita a las creaciones materiales. Existen sociedades que han concentrado su saber y sus técnicas, así como la memoria de sus antepasados, en la tradición oral. La noción de patrimonio intangible o inmaterial prácticamente coincide con la de cultura, entendida en sentido amplio como "el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social" y que, "más allá de las artes y de las letras", engloba los "modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias" A esta definición hay que añadir lo que explica su naturaleza dinámica, la capacidad de transformación que la anima, y los intercambios interculturales en los que participamos.

6. Pasos para realizar un inventario de atractivos turísticos

MINTUR, 2004. Indica que los pasos para realizar un inventario de atractivos turísticos naturales y culturales son:

1) Clasificación de Atractivos

La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

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

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

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

TIPO: Son los elementos de características similares en una categoría.

SUBTIPO: Son los elementos que caracterizan los tipos.

2) 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.

3) 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.

4) 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.

- a) **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.
- b) **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.
- c) **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.
- d) **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.

H. METODOLOGÍAS Y HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA.

1. Matriz FODA

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

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

2. Metodología ZOOP

Según MUÑOZ, E. 2009, la metodología ZOOP es utilizada principalmente por instituciones de Cooperación europeas, la cual consiste en la construcción de los árboles de problemas, de objetivos, de medios y fines; utilizan el FODA para el análisis estratégico y la identificación de líneas, programas y proyectos, además metodológicamente se utiliza el METAPLAN, recurso que posibilita la visualización la presentación, la explicación de todo el proceso de planificación de los proyectos, por parte de los participantes en los talleres y fundamentalmente facilita la construcción colectiva del proyecto en sus fases formulación y evaluación.

I. PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO TURÍSTICO

Para la División de Organizaciones Sociales del Gobierno de Chile, 2001. La planificación implica la realización de tres grandes etapas:

Plan	Programa	Proyecto
Los planes son formas de ordenamiento superior; tienen un carácter de totalidad y son generalmente formulados a largo plazo.	Conjunto coordinado de proyectos orientados a realizar los objetivos del plan. Supone proyectos vinculados entre sí, debido a que en muchos casos un proyecto tiene como requisito la realización de otro. El programa es de mediano plazo.	Es la unidad elemental del proceso de planificación y programación. El proyecto es de corto plazo

Un proyecto está constituido por un conjunto de actividades complementarias que es necesario realizar para alcanzar uno o varios objetivos.

Proyecto es:

- Una ordenación de actividades y recursos que depende del medio donde surge y se desarrolla; es decir, del contexto económico, político y social que lo enmarca y requiere una metodología.
- Aterrizar al plano de la operación lo planificado y programado es una organización.
- Es la traducción escrita de la acción o acciones que se desea realizar para enfrentar un problema.
- El proyecto se refiere a un tiempo determinado, tiene un principio y fin.
- Todo proyecto es un *plan de acción*; con objetivos claros y compartidos.

La comunidad cuenta con una herramienta escrita valiosa para impulsar su propio desarrollo.

El plan de acción ordena el conjunto de tareas e iniciativas que servirán para enfrentar un problema (ordenar actividades, medios y recursos para lograr una meta u objetivo en un plazo determinado).

Una organización puede planificar una serie de proyectos a distintos niveles:

- Para mejorar su barrio.
- Para fortalecer la organización.

- Para crear nexos con otras organizaciones de la comunidad.
- Para colaborar en la gestión comunal

1. Diseño y evaluación de proyectos

Un proyecto se diseña sobre la base de un *diagnóstico* en el cual se detectan los “problemas” que aquejan a la comunidad.

El diagnóstico es el mismo que sirve de partida para la planificación y la elaboración de programas.

Lo importante es que el proyecto apunte a solucionar un problema específico entre los muchos que puedan existir en una comunidad.

2. Etapas que contempla el diseño y evaluación de proyectos

a. Planteamiento del problema

Se plantea un “problema”, que siempre es una *interrogante*, una oración en forma de pregunta.

- ¿A cuántos afecta el problema?
- ¿Que consecuencias acarrea?
- ¿Cuáles son las causas del problema?
- ¿Que soluciones se han intentado antes?
- ¿Con qué recursos contamos para solucionarlo?

El diagnóstico requiere averiguar, recolectar y ordenar la información; existen para ello las siguientes técnicas, por ejemplo:

1) Asamblea

En ella los miembros de la organización realizan este diagnóstico

2) Entrevista

Aplicable a dos o más personas, sobre la base de una serie de preguntas. Recoge información (datos, opiniones, críticas, nuevas ideas, planes, etc.) sobre temas específicos del diagnóstico.

3) Encuesta

El cuestionario de preguntas es idéntico para todos, permite averiguar y cuantificar aspectos importantes de la realidad.

A quién encuestar: Consulta a TODOS o a una parte de la población involucrada.

Preguntamos a muchas personas, en un tiempo breve, (preguntas cerradas y pocas abiertas; evitar los cuestionarios largos; hacer una propuesta o test; procesar los datos.

b. Idea o solución

Se formulan ideas que permitan, en el corto plazo, solucionar el problema planteado.

c. Selección de alternativas

Una idea puede tener varias alternativas para concretarse; por consiguiente se debe seleccionar aquella que ofrezca mayores ventajas comparativas de acuerdo a los recursos que se tienen o que potencialmente se puedan obtener.

La mejor alternativa de solución es siempre la que consigue mayores beneficios al menor costo posible en el menor tiempo posible.

d. Definición de los objetivos del proyecto

Se debe definir lo que se quiere obtener, el cambio que se desea producir, o sea, los objetivos a alcanzar. Conviene distinguir entre objetivo general y objetivos específicos.

El objetivo general expresa el logro deseado y posible de obtener frente al problema como un todo. Es el intento de responder las siguientes preguntas:

- ¿Qué queremos hacer?
- ¿Qué cambios deseamos lograr frente a la situación problema?

Una vez definido el objetivo General, estamos en condiciones de concretarlas en acciones parciales que lleven a conseguir la meta u objetivo general: son los objetivos específicos.

e. Plan de actividades

Aquí se deben pensar y organizar las actividades.

Las actividades hay que diseñarlas para cada objetivo específico.

Pueden ser una o más. Para formular con precisión cada actividad, hay que preguntarse:

- ¿En qué consiste? (Acción).
- ¿A quiénes y cuántos ayuda? (Destinatarios).
- ¿Dónde se hará? (Lugar)

- ¿Cuándo se realizará? (Plazos)
- ¿Quiénes la harán? (Responsables)
- ¿Con qué se hará? (Recursos)

f. Ejecución del plan

Ejecutar el plan es poner en práctica las actividades y sus derivados. La clave para el éxito de un proyecto está en asumir las siguientes premisas:

1) Constitución de un equipo eficiente de trabajo:

- Formar equipo afiatado, que conozca su forma de trabajar
- Que tenga buena comunicación
- Exista una clara delimitación de responsabilidades
- Tener mecanismos para la solución de conflictos

2) Revisión de tareas específicas

- Nombrar responsables de la actividad y tareas.
- Planificar actividades y tareas y supervisar tareas
- Comunicar resultados, problemas y mejoras de métodos

3) Capacitación, asesoría y seguimiento

- Evaluar habilidades, grados de dificultad, materiales requeridos
- Capacitar en las áreas en que se detecta falencias
- Asesorar en proyectos más difíciles
- Seguimiento de tareas que se realizan (ver dificultades, atrasos, costos, aciertos)

4) Cronograma

Ordena, jerarquiza y controla actividades o tareas que se deben realizar para lograr un objetivo o meta.

El Cronograma o carta Gantt ordena las actividades y fija el plazo para cumplirlas.

3. Evaluación

Revisar los resultados esperados de una acción o actividad, siguiendo criterios conocidos y conversados en la comunidad.

La evaluación más conocida responde a la pregunta ¿Se lograron los objetivos propuestos?, si, no o en parte.

Otros aspectos a revisar durante el proceso son por ejemplo:

- ¿Es la más conveniente?
- ¿Habrá una mejor alternativa?

Observar:

- ¿La información (RRHH y materiales) corresponde a la realidad?.
- ¿Existe un nivel de participación esperado?
- ¿En qué etapas o actividades fue mejor?
- ¿En cuáles se logró menos?

Evaluación durante el proceso

- Seguimiento; permite conocer antecedentes útiles para reformular plan de acción; permite imaginar nuevas tareas para mejorarlo

Evaluación al término del proceso

- Ayuda a pensar hacia adelante, arroja lecciones (repetir acción o proyecto para enfrentar otros temas a resolver).

4. Pauta base para elaborar proyectos

TEMA	PREGUNTAS RELEVANTES	EXPLICACIÓN
Identificación de la organización	¿Cuáles son los datos relevantes de la organización?	Se debe señalar: Nombre de la organización; Dirección: comuna, ciudad, Región; Teléfono; Director o Responsable; Breve descripción de la organización
Nombre del proyecto	¿Qué actividad se realizará? ¿Dónde y cuando? ¿A quién va dirigido?	Debe resumir el proyecto y especificar características. No importa si es extenso, al leerlo se debe comprender el proyecto.
Breve resumen del proyecto	¿Cuál es el "problema" y sus causas? ¿A quién beneficiaría? ¿A cuántos? ¿En qué lugar específico se realizará? ¿Quién se encargará del proyecto?	Obstáculo a la mejora de la calidad de vida de la población. Problemas que debe resolver el proyecto. Número, sexo, edad, pertenencia a organización. Comuna, población, barrio. Institución o persona responsable, representante legal. Dirección, fecha

	<p>¿Quiénes financian? ¿Cuándo se solicita? ¿Cuánto dura el proyecto?</p>	<p>Describir posibles fuentes de financiamiento internas (de la organización), Municipio, Ministerios, ONGs, etc. Describir plazo cada actividad del proyecto.</p>
Justificación	¿Qué problemas resolverá el proyecto?	Problemas concretos que se espera resolver.
Objetivos	¿Cuál es el objetivo general y los objetivos específicos?	Describir el logro deseado y posible a obtener.
Etapas contempladas	¿Qué etapas contempla el proyecto?	Describir las etapas que contempla la ejecución del proyecto.
Actividades	¿Qué acciones concretas se ejecutarán?	Describir cada una, señalando sus características, el tiempo y los recursos destinados a ellas.
Beneficios esperados	¿Qué espera lograr?	Beneficios concretos o productos que se espera conseguir con el proyecto.
Presupuesto	¿Cuáles son los gastos del proyecto?	Detallar por separado los gastos e ingresos del proyecto en su totalidad.
Evaluación	¿Cómo se evaluará?	Describir mecanismos de evaluación del proyecto.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La Región Sierra Centro del Ecuador, está conformada por las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Bolívar, lugares donde se acentúan los nevados concernientes a la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, así como los emprendimientos y actividades turísticas de importancia según la demanda, la sede principal de trabajo será la ciudad de Riobamba.

2. Ubicación geográfica

a. Ubicación

La Ruta Turística Avenida de los Volcanes se ubica en la cordillera de los Andes y por definición del presente estudio se considera las provincias, cantones y volcanes de:

1. Cotopaxi: Salcedo, Sigchos, Saquisilí, Pujilí, Latacunga; volcán: Cotopaxi; nevado Illinizas
2. Tungurahua: Ambato, Baños; volcán: Tungurahua, nevado Carihuayrazo
3. Chimborazo: Riobamba, Guano, Colta, Alausí, Penipe, Guamote; volcán: Chimborazo; nevado: El Altar
4. Bolívar: Guaranda, volcán Chimborazo.
5. Morona Santiago, volcán Sangay.

3. Características climáticas de la Región Sierra Centro

a. Temperatura

Las provincias que son objeto de estudio se ubican en la Región Sierra Centro con una temperatura anual promedio que oscila entre los 7°C. y 24°C

b. Precipitación anual

Presentan una precipitación media anual de 500 - 1500 mm.

c. Clima

El clima tiene características de páramo el cual es frío.

“El páramo es un ecosistema, un bioma, un paisaje, inclusive es un estado del clima.” (HOFSTEDE, 2003).

d. Humedad relativa

La humedad relativa es de 65 - 75%.

4. Clasificación Ecológica

Según SIERRA, R. 1999. La clasificación ecológica en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes se considera como Páramo seco, sin embargo, presenta diferentes pisos climáticos como:

- Gelidofitia (desde los 4.700 m.s.n.m)
- Páramo de almohadillas (entre 4.000 y 4.500 m.s.n.m)
- Páramo herbáceo (3.400 – 4.000 m.s.n.m), presente en los Illinizas
- Páramo seco (desde los 4.200 m.s.n.m), presente en las laderas occidentales y páramos del Chimborazo.
- Bosque Siempre verde montano alto (entre 2.900 y 3.600 m.s.n.m), presente en la ceja Andina, además de los cantones Latacunga, Riobamba, Sigchos, Ambato, Guamote.
- Herbazal lacustre montano (sobre los 2.200 m.s.n.m), presente en los cantones Colta y Salcedo
- Bosque de neblina montano (entre los 2.000 y 2.900 m.s.n.m), presente en los cantones Alausí y Baños.

5. Características del suelo

Los suelos poseen pendientes escarpadas, presencia de canchagua (10 a 20 cm. de profundidad y durandeps (suelos con caliche) sin meteorización a 70 cm; además posee áreas extensas erosionadas y en proceso de erosión

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Materiales

- Resmas de papel bond
- Lapiceros
- Esferográficos
- Libreta de campo
- Pilas
- Batería
- CD

2. Equipos

- Computador
- Impresora
- Scanner
- Filmadora
- Cámara digital
- GPS

C. METODOLOGIA

El presente trabajo se basó en la recopilación, investigación y sistematización de información primaria obtenida en salidas de campo, así como de la investigación de fuentes secundarias obtenida de los actores involucrados, cabe señalar que el estudio que se llevó a cabo, se enmarcó en el análisis dentro del PLANDETUR 2020, programas: Gobernanza del Sistema Turístico, Marketing y Promoción Turística, Fomento de Inversiones y Gestión Financiera, Medidas Transversales de Gestión Socio Cultural y Ambiental, Formación y Capacitación de Recursos Humanos y Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística, cumpliendo los objetivos de la siguiente manera:

1. Establecer el diagnóstico situacional del clúster Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro.

Se identificó y estableció el diagnóstico situacional teniendo como información relevante el mapa base de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes de la Región Sierra Centro, la situación actual en la que se encuentra el destino, sus componentes y actores, además del análisis de los sectores, se recabó información relacionada con:

a. Ámbito físico espacial

En este aspecto se analizó la geografía, hidrología, morfología, características climáticas y climatológicas, geología, accesos principales y secundarios y demás aspectos que se consideraron relevantes basándose en las necesidades complementarias del Plan.

b. Ámbito Socio – Cultural

Para este ámbito se realizó el estudio del aspecto cultural y social de la población asentada en el territorio concerniente a la Ruta Turística; teniendo en cuenta el aspecto cultural, el análisis poblacional de las nacionalidades y número de pueblos asentados en el corredor Avenida de los Volcanes; dentro del aspecto social se consideraron los siguientes elementos: población, nivel de educación, salud, vivienda, servicios básicos, medios de transporte, migración, servicios sanitarios, entre otros; de acuerdo a la información proporcionada por el SISSE 2010.

c. Ámbito Ecológico - territorial

Se analizó el sistema de áreas protegidas, condiciones ambientales de la zona, clasificación ecológica, usos de suelo, hidrología, condiciones biológicas, zonas de vida.

d. Ámbito Económico productivo

Se analizó el desarrollo actual del turismo en la zona, los emprendimientos turísticos privados y comunitarios, cadenas productivas vinculadas a la actividad turística según sectores económicos como ganadería, textiles, flores, agricultura, entre otros y el valor que representa en la comunidad, proyectos y productos estrellas en base a la Ruta Turística.

e. Político Administrativo

Se analizó la Superestructura del turismo de conformidad con los sectores público, privado y comunitario, instituciones no gubernamentales, adicionalmente se realizaron entrevistas a

los representantes de las Áreas Naturales Protegidas inmersas en la ruta localizadas en las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Bolívar.

2. *Evaluar el potencial turístico de la Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro.*

Para evaluar el potencial turístico de la Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro se procedió a realizar lo siguiente:

a. Análisis de la oferta

1) Planta Turística

Se analizó y sistematizó la información del catastro de establecimientos turísticos provisto por la Dirección Regional Sierra Centro, registrados en servicios de: Hospedaje, Recreación, Alimentos y Bebidas, Transporte, Agencias y Operadoras; determinando así la Planta turística existente en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, Región Sierra Centro.

2) Determinación del potencial turístico Andes Centro

Para determinar el potencial turístico se procedió a realizar la validación y actualización de información concerniente al inventario de atractivos turísticos principales y de mayor jerarquía presentes en la Ruta Turística, a partir de los inventarios existentes en la Dirección Regional Sierra Centro, Dirección Provincial de Turismo de Tungurahua, y, Consejos Provinciales de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Bolívar; la metodología empleada fue la propuesta por el MINTUR 2004.

3) Caracterización de los Productos Turísticos

Se analizaron los productos turísticos en base a las líneas de productos y variedades de productos específicos del Ecuador determinadas en el Plan de Desarrollo Estratégico de Turismo Sostenible en el Ecuador hacia el año 2020 "PLANDETUR 2020", ejecutando un análisis transversal de los sectores y/o actividades en los ámbitos productivo, social y la territorialidad – ambiental; datos que fueron sujetos a criterios de evaluación como: naturaleza, magnitud, importancia, tipo, reversibilidad y duración.

Se consideró además la experiencia adquirida en las rutas estrellas del Ecuador como Qhapaq Ñan, Ruta del Tren, Ruta de Bolívar y de las Flores, pues son condicionantes por tener un valor agregado de integralidad y complementariedad en los lugares objeto del presente estudio, para lo cual, se desarrolló una matriz de calificación de productos turísticos, adaptando la matriz de Lázaro Lagos a la realidad de las rutas, logrando así realizar un análisis y evaluación de desarrollo y fortalecimiento de las rutas mencionadas.

b. Análisis de la demanda

1) Caracterización de la demanda

Se realizó el análisis de la demanda de los turistas nacionales y extranjeros en los puntos específicos de interés turístico de la ruta como son: P.N. Cotopaxi, R.P.F.Chimborazo, P.N. Sangay, y el Municipio del cantón Baños de Agua Santa, Reserva Ecológica los Illinizas, Área Nacional de Recreación el Boliche, Parque Nacional Llanganates ; se levantó información proporcionada por turistas nacionales y extranjeros sobre: duración de viaje, disposición a la visita, presupuesto diario, motivaciones, forma de viajes, patrones de compra, género, edad, nivel de educación, entre otros.

La investigación se aplicó a dos segmentos de mercado (dos universos de estudio):

- **Segmento 1.** Se determinó el ingreso de turistas extranjeros hacia el Ecuador según las estadísticas del Ministerio de Turismo consolidado a nivel nacional con el fin de realizar la caracterización de la demanda potencial, esta información fue recabada mediante la aplicación de una encuesta previamente elaborada en el Aeropuerto de la ciudad de Quito.
- **Segmento 2.** Se determinó el número de turistas que ingresan a las Áreas Protegidas de las provincias determinadas para el estudio, según estadísticas del Ministerio de Turismo y del Ministerio del Ambiente 2009.
- Tomando a ALVAREZ, J. 2009, se utilizó el cálculo para poblaciones finitas y se determinó la muestra de análisis para ambos casos. La fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{N * (P * Q)}{N - 1 (e/k)^2 + (P * Q)}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N= Universo de estudio

P * Q= Probabilidad de ocurrencia del hecho o fenómeno

e = Margen de error

z= Constante de corrección de error

- La técnica de recolección de información fue la encuesta personalizada, el instrumento empleado fue el cuestionario elaborado con preguntas cerradas y de múltiple elección, tomando en cuenta variables sociodemográficas y psicográficas de la demanda para determinar el comportamiento de consumo de la demanda objetivo.

2) Determinación del perfil del visitante

Una vez aplicado el instrumento antes descrito “encuesta”, se procedió a realizar la sistematización de la información, donde se obtuvo el perfil del turista tanto nacional como extranjero que realizó turismo en la Ruta Avenida de los Volcanes, así como de extranjeros que ingresan al país por el aeropuerto de Quito, teniendo una idea clara de sus gustos, preferencias y necesidades; posteriormente se determinó la demanda potencial, insatisfecha y objetivo para la ruta.

c. Análisis situacional de la problemática existente en la ruta.

Se realizó mediante un taller participativo con representantes del área turística de los municipios involucrados en la Avenida de los Volcanes, así como también de los Consejos Provinciales, Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, representantes de los sectores privado y comunitario para realizar el análisis de planificación y presupuestos destinados por cada institución nombrada anteriormente, obteniendo así un árbol de problemas, posteriormente se elaboró el árbol de objetivos mismo que sirvió para la planificación de intervenciones en programas y proyectos a desarrollar.

3. Diseñar el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Avenida de los Volcanes para la Región Sierra Centro.

1) Formulación filosófica

Para alcanzar con la propuesta integral del Plan de Desarrollo Turístico para la Ruta Avenida de los Volcanes, se estructuró y definió la parte filosófica como visión, misión, objetivos y políticas las mismas que están basadas en la planificación nacional al año 2020.

2) Formulación estratégica

Dentro de la formulación estratégica se tomaron en consideración tres aspectos fundamentales:

- Estrategias de cambio, en función de los nudos críticos.
- Estrategias de consolidación, en relación a los factores claves de éxito.
- Estrategias de competitividad, en concordancia con los elementos diferenciadores.

3) Formulación de programas y proyectos

Se establecieron y plantearon los principales aspectos competitivos para el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Ruta Avenida de los Volcanes, según los ejes de acción y la determinación de estrategias a través de la metodología de clúster, para lo cual se tomó en cuenta la articulación transversal de las líneas y ejes del PLANDETUR 2020 y del PIMTE 2010-2014 como estrategia Nacional de Desarrollo Turístico, para el diseño de programas y proyectos en su estructura técnica se consideró la estructura propuesta en el PLANDETUR 2020, se elaborando para cada proyecto la matriz de marco lógico, estableciendo proyectos ejecutables con su respectiva propuesta de techos presupuestarios.

IV. RESULTADOS

A. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA AVENIDA DE LOS VOLCANES

1. Avenida de los Volcanes, Región Sierra Centro

a. Antecedentes Históricos

Para el MINTUR, 2010. Dentro de la delimitación del destino “Avenida de los Volcanes” e identificación de los puntos de mayor trascendencia ambiental y cultural, menciona que “el nombre “Avenida de los Volcanes”, surge en 1802, a raíz de las exploraciones realizadas a lo largo de la cordillera ecuatoriana - desde Ibarra al norte, hasta Cuenca al sur en 1802-, por el llamado padre de la Geografía Moderna Universal, el conocido científico y explorador alemán, Alexander Von Humboldt.

Fue la peculiar concatenación de volcanes y montañas sucediéndose unas a otras, a una altura promedio relativamente de 2.300 y 6.310 metros aproximadamente sobre el nivel del mar, entre Carchi y Chimborazo, lo que inspiraron a Humboldt a colocar a esta parte de la cordillera andina, el nombre de: “Avenida de los Volcanes”.

Entre los encantos naturales y la influencia del Cotacachi, del Imbabura o del Cayambe se destaca la existencia de pueblos como el de Otavalo, no solo por su tradición cultural milenaria e identidad histórica muy marcada como nación, sino también por sus costumbres como su mercado artesanal de los días sábados, que es uno de los principales atractivos turísticos de la región. Este es un mercado como pocos en el continente, ya que es esencialmente textil, forjado a base de la tradición artística del los otavaleños, y cuya principal característica, es la alegría y el colorido de sus tejidos.

Una referencia cultural muy importante en la que la presencia de los volcanes es fundamental, se puede apreciar en la vida de la población de la actual ciudad de Quito, capital del país y Patrimonio Cultural de la Humanidad. De entre su extenso casco antiguo y colonial, es fácil distinguir la presencia del volcán Cotopaxi por ejemplo, apareciendo con su colosal masa imponente de nieve, que hacen de él la estrella volcánica de Sudamérica y por su altura la segunda cumbre más alta de Ecuador.

Por otro lado, PERALES, M. 2004, indica que si bien no existen muchos estudios en el Ecuador relacionados a los valores histórico – culturales asociados a la presencia de los diferentes volcanes, si se encuentra presente en el imaginario colectivo de las poblaciones y comunidades indígenas contemporáneas el carácter esencial de la vida del poblador andino en relación con las montañas, y en este caso los volcanes.

El mundo indígena andino construyó desde tiempos milenarios su cosmovisión en función a su relación con el medio ambiente. Sabido es que el respeto a la naturaleza de estas poblaciones, se debió al carácter “mágico” que se le atribuía a los fenómenos como la lluvia, los vientos, el sol, la luna, las estrellas, las lagunas, a la tierra y las montañas. De todos estos fenómenos destaca la presencia mágica de la *Pachamama* o “madre tierra”, proveedora de todo aquello que nos alimenta y sustento fundacional de todo lo que en nuestro mundo humano nos rodea (animales, plantas, ríos, cerros, volcanes, etc.).

Por otro lado, las montañas o cerros, en la configuración geográfica de nuestro territorio se presentan como “grandes macizos gigantes” que generalmente “cubren” con sus cumbres nuestros pueblos andinos a manera de “protección” de cualquier mal externo, lo que los hace no solo familiares a las comunidades vinculadas territorialmente a ellos, sino sobre todo un elemento de seguridad y de aseguramiento del bienestar de la protección contra cualquier mal o fuerza negativa que atente contra los miembros de la comunidad. Es por esto que a lo largo de toda la extensión de la cadena montañosa andina, el imaginario colectivo de los pueblos adoptó diversos nombres para identificar al espíritu protector que vive en el cerro, montaña o volcán y lo llamó Apu, Wamani o Achachila.

b. **Ámbito físico espacial**

El análisis se determina y delimita de acuerdo a un diagnóstico exhaustivo de las características físico espacial, en el cual, de los 73 volcanes a nivel nacional identificados en el listado del Instituto Geofísico de la Politécnica Nacional; se han priorizado 5 volcanes y 3 nevados los que se consideran como atractivos principales y potenciales para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro que comprenden las provincias de Bolívar, Cotopaxi, Chimborazo y Tungurahua con los cantones que tienen influencia en el territorio de la Ruta Turística, basándose en consideraciones como: posicionamiento, idoneidad, potencialidad, características geo-morfológicas, facilidades turísticas y accesibilidad.

Como se puede observar en el cuadro No. 1, los volcanes y nevados que pertenecen a la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, en su mayoría forman microcuencas, debido al deshielo que presentan sus nieves perpetuas, su morfología es regular para los casos del Cotopaxi y Tungurahua, alcanzando temperaturas máximas (22,3 °C) y mínimas (-8 °C) dependiendo de las condiciones climáticas en las que se encuentren (época del año), siendo éstas características las constantes para el desarrollo de la actividad turística de media y alta montaña, potencializándose a través de una extensa red vial que permite el acceso y acercamiento a los lugares turísticos.

Cuadro No. 1 Caracterización del ámbito físico espacial

Provincia	Nevado	Área Protegida	Altitud (m.s.n.m)	Características										
				Hidrología			Morfología		Clima / Temperatura Geología		Accesibilidad			
				Cuenca	Subcuenca	Microcuenca	Regular	Irregular	Máx. (24 °C)	Min. (6 °C)	Primer orden	Segundo orden	Tercer Orden	
Cotopaxi	Cotopaxi	P.N. Cotopaxi	5.898	✓		✓	✓						✓	✓
	Quilotoa	R.E. Ilinizas	3.910			✓			✓					✓
	Ilinizas	R.E. Ilinizas	5.248					✓						✓
Tungurahua	Tungurahua	P.N. Sangay	5.020		✓	✓	✓		✓					✓
	Carihuayrazo	R.P.F. Chimborazo	5.020			✓		✓						✓
Chimborazo	Sangay	P.N. Sangay	5.320	✓	✓	✓		✓	✓				✓	✓
	Chimborazo	R.P.F. Chimborazo	6.310			✓		✓						✓
	El Altar	P.N. Sangay	5.319		✓	✓		✓				✓		✓

Sin embargo existen otros volcanes, nevados o elevaciones de consideración que no se han tomado en cuenta, ya que son atractivos turísticos en la modalidad de turismo de aventura que aún no se han posicionado como oferta de importancia, ya sea por conectividad, facilidades o accesibilidad como son: Igualata (4.432 m.s.n.m), Chinibano (4.200 m.s.n.m), Sagoatoa (4.153 m.s.n.m), Huisla (3.763 m.s.n.m), Putzulahua (3.512 m.s.n.m).

No obstante se ha identificado los objetivos de protección de cada una de las Áreas Protegidas presente en la Región Sierra Centro y son:

- Parque Nacional Cotopaxi: Protección de naturaleza.
- Reserva Ecológica los Illinizas: Protección y conservación de las zonas de vida (flora y fauna).
- Reserva de Producción de Fauna Chimborazo: Implementación de un programa de reintroducción de Camélidos Sudamericanos.
- Área Nacional de Recreación el Boliche: zona de recreación y centros de interpretación ambiental.
- Parque Nacional Llanganates: protección y conservación del ambiente, zonas de humedal.
- Parque Nacional Sangay: protección y conservación de la biodiversidad.

A continuación se presenta el gráfico No. 1, que representa el Área de influencia y priorización de nevados y volcanes en estudio:

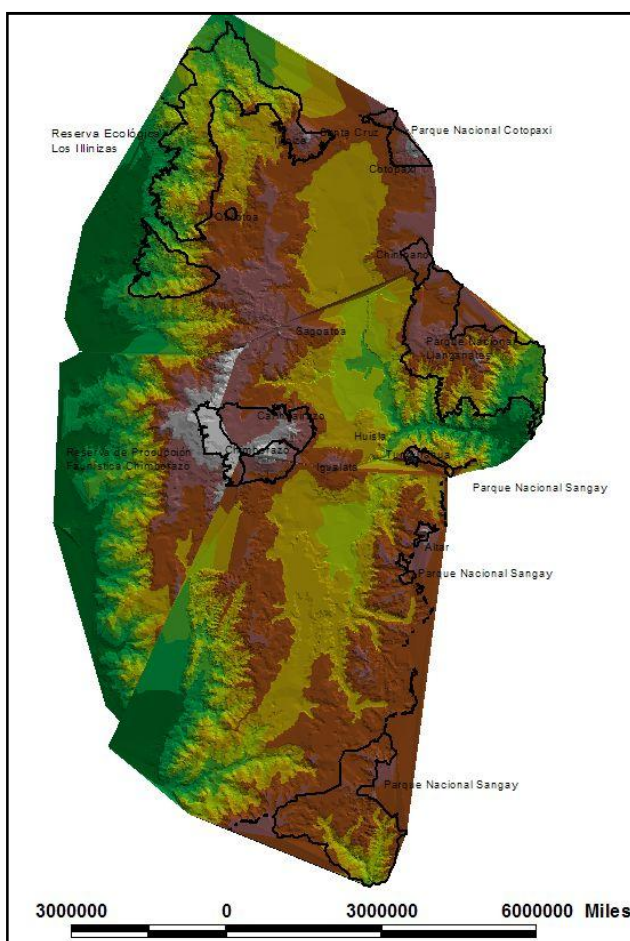


Gráfico No.1 Mapa Ubicación de Áreas Protegidas, Nevados y Volcanes
Fuente: Infoplan, 2010

c. **Ámbito socio – cultural**

En el Ecuador existen 13 nacionalidades indígenas con presencia en las tres regiones del país. Cada nacionalidad mantiene su lengua y cultura propias. Existen además pueblos dentro de la nacionalidad Kichwa que mantienen su identidad de acuerdo a sus costumbres, dialecto, ubicación geográfica y actividades económicas.

Es necesario señalar, que en el caso de la nacionalidad Kichwa del área andina, si bien varios de los pueblos mantienen su identidad claramente diferenciada al interior de la nacionalidad, tales como los Salasakas, Chibuleos y Saraguros, otros se encuentran en proceso de reconstitución y por tanto la definición de su identidad entraña aún diversos criterios internos; tal es el caso de los Panzaleos, en el que varias opiniones se orientan a mantener una identidad como Kichwas de Cotopaxi. De igual manera, organizaciones como la FENOCIN se han pronunciado en contra de resaltar las micro identidades y mantener una identidad cohesionada en tanto nacionalidad Kichwa; en su defecto determinadas comunidades del Tungurahua reivindican una identidad específica y se autoidentifican como Kisapincha; este pueblo se encuentra en proceso de reconocimiento por parte del CODENPE (SIISE, 2010).

Cuadro No. 2 **Ámbito socio cultural, Ruta Turística Avenida de los Volcanes**

Provincia	Cantón	Nacionalidad	Pueblo
Cotopaxi	Salcedo Latacunga Pujilí	Kichwa	Panzaleo
Tungurahua	Ambato		Chibuleo
Tungurahua	Pelileo		Salasaca
Tungurahua			Kisapincha
Tungurahua			Kichwa de Tungurahua
Bolívar	Guaranda		Waranka
Chimborazo	Riobamba		Puruwa
Cotopaxi Tungurahua Bolívar Chimborazo			Mestizos
Cotopaxi Tungurahua Bolívar Chimborazo			Afroecuatorianos

Fuente: SIISE 2010

La Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro tiene 8 pueblos que pertenecen a la nacionalidad Kichwa, así como mestizos y afroecuatorianos que están ubicados en los territorios urbano y rural, de los cuales, se desprenden los siguientes datos:

1) Población

A lo largo de la Ruta Turística, según datos del SIISE 2010, se encuentra que la población total es de 996.698 personas, de los cuales, la población mestiza e indígena es la más representativa, sin embargo, en relación a la población total de la región, la población indígena representa el 79,35% concentrada en la provincia de Chimborazo y existe mayor presencia de población mestiza en la provincia de Tungurahua.

Cuadro No. 3 Número y porcentaje de la población en la ruta

SECTOR / INDICADOR	MEDIDA	POBLACION				AV. VOLCANES
		AFROECUATORIANOS	INDIGENAS	MESTIZOS	BLANCOS	
DINÁMICA DEMOGRÁFICA						
Cotopaxi	Número	1.964	72.682	188.298	13.571	276.515
Tungurahua	Número	4.292	46.529	219.974	32.245	303.040
Bolivar	Número	857	35.310	39.465	5.952	81.584
Chimborazo	Número	2.464	116.345	199.007	17.743	335.559
Población (Ruta. Av. Volcanes) total	Número	9.577	270.866	646.744	69.511	996.698
Población Regional total	Número	13.614	342.283	916.605	89.982	1.362.484
Población (Ruta. Av. Volcanes) %	Porcentaje	70,35%	79,14%	70,56%	77,25%	

Fuente: SIISE 2010

2) Etnias

Cuadro No. 4 Población y porcentaje de etnias de la población

SECTOR / INDICADOR	MEDIDA	PROVINCIA			
		COTOPAXI	TUNGURAHUA	BOLIVAR	CHIMBORAZO
ETNIAS					
Otavalo	%(población indígena)	-	0,20	0,10	-
Panzaleo	%(población indígena)	29,70	2,90	-	-
Chibuleo	%(población indígena)	-	5,80	-	-
Salasaka	%(población indígena)	-	7,40	-	-
Kisapincha	%(población indígena)	-	6,30	-	-
Kichwa de Tungurahua	%(población indígena)	24,60	15,70	41,00	34,00
Waranka	%(población indígena)	0,10	0,10	1,00	-
Puruhá	%(población indígena)	-	0,20	0,30	40,90
Otros Pueblos	%(población indígena)	45,50	61,30	57,50	24,90

Fuente: SIISE 2010

En lo que respecta a Etnias, se puede observar que en la provincia de Cotopaxi se encuentran asentados las nacionalidades y pueblos Panzaleo con el 29,70 % de la población total, Kichwa de Tungurahua con el 24,60 %, Waranka representa el 0,10 % y otros pueblos corresponden al 45,50%, en lo que corresponde a pueblos con identidad indígena; en la provincia de Tungurahua la mayor representatividad indígena corresponde a los Kichwa de Tungurahua con el 15,70 %, sin embargo los Salacas representan el 7,40 % teniendo una representatividad considerable; la provincia de Bolívar acuna el 41 % de población indígena perteneciente a Kichwa de Tungurahua y su principal población es Waranka con el 1% de la población total en la provincia; en la provincia de Chimborazo el

40,90 % pertenece al pueblo Puruwa y el 34% corresponde a los Kichwas de Tungurahua, esta condición se ve reflejada por la incidencia limítrofe y de territorios donde se asientan las poblaciones y territorios antiguos, así como la conectividad territorial y limítrofe entre las provincias.

3) Nivel de pobreza

Cuadro No. 5 Porcentaje de pobreza de la población

SECTOR / INDICADOR	MEDIDA	POBLACION			AV. VOLCANES
		AFROECUATORIANOS	INDIGENAS	MESTIZOS	
POBREZA					
Pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI)	% población	63,57	92,07	70,49	75,38
Extrema pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI)	% población	35,81	71,81	43,57	50,40

Fuente: SIISE 2010

El índice de pobreza por necesidades básicas insatisfechas de la población concentrada en la Ruta Turística fluctúa entre el 75,38% y el 50,40%; sin embargo, la extrema pobreza por necesidades básicas insatisfechas se encuentra reflejada en la población indígena con el 71,81%.

4) Saneamiento ambiental

Cuadro No. 6 Porcentaje saneamiento en la población

SECTOR / INDICADOR	MEDIDA	POBLACION			AV. VOLCANES	REGION CENTRO
		AFROECUATORIANOS	INDIGENAS	MESTIZOS		
SANEAMIENTO AMBIENTAL						
Agua entubada por red pública	%(de hogares)	47,12	19,49		33,31	34,28
Medios sanitarios de eliminación de excretas	%(de hogares)	74,74	48,87		61,81	62,49
Sistemas de eliminación de excretas	%(de viviendas)		37,42		18,71	33,98
Red de alcantarillado	%(de viviendas)	53,16	13,20	39,65	35,34	33,74
Servicio de recolección de basura	%(de viviendas)		9,38	33,59	21,49	20,59

Fuente: SIISE 2010

En cuanto al saneamiento ambiental, la población total asentada dentro de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes tiene bajos indicadores, de los cuales el servicio de recolección de basura es el más deficiente (21,49%) en relación al porcentaje del mismo indicador para la Región Sierra Centro (20,59%), no obstante el acceso al agua entubada es red comunitaria y abastece el 33,31% de los hogares, y, la red de alcantarillado es mínima en la población indígena con el 13,20%.

5) Educación

Cuadro No. 7 Porcentaje de educación de la población

SECTOR / INDICADOR	MEDIDA	POBLACION			AV. VOLCANES	REGION CENTRO
		AFROECUATORIANOS	INDIGENAS	MESTIZOS		
EDUCACIÓN DE LA POBLACIÓN						
Analfabetismo	%(15 años y más)	14,50	33,69	17,95	22,05	21,40
Primaria completa	%(12 años y más)	53,95	25,93	51,68	43,85	45,42
Secundaria completa	%(18 años y más)	11,63	3,32	14,46	9,80	10,75
Instrucción superior	%(24 años y más)	9,20	2,59	12,01	7,93	8,49

Fuente: SIISE 2010

El mayor índice de analfabetismo se presenta en la población afroecuatoriana, sin embargo, es mayor en relación a la ruta turística Avenida de los Volcanes, ya que representa el 22,05% de la población de niños y niñas entre 15 años y más; la primaria completa es menor dentro de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes (43,85%); la secundaria completa así como la instrucción superior son menores 9,8% y 7,93% respectivamente, siendo diferenciada en la población indígena, ya que los indicadores son menores para los dos casos de instrucción nombrados anteriormente.

6) Cobertura y acceso a la educación

Cuadro No. 8 Porcentaje de cobertura de acceso a la educación de la población

SECTOR / INDICADOR	MEDIDA	POBLACION				AV. VOLCANES
		AFROECUATORIANOS	INDIGENAS	MESTIZOS	BLANCOS	
COBERTURA Y ACCESO A LA EDUCACIÓN						
Tasa bruta de escolarización primaria	%(6 a 11 años)	124,51	124,03	124,78		124,44
Tasa bruta de escolarización secundaria	%(12 a 17 años)	58,30	33,98	104,50		65,59
Tasa bruta de escolarización superior	%(18 a 24 años)	18,06	4,67	19,00		13,91
Tasa bruta de escolarización básica	%(5 a 14 años)	103,73	95,17	104,50		101,13
Tasa neta de escolarización primaria	%(6 a 11 años)	90,45	88,86	90,71		90,01
Tasa neta de escolarización secundaria	%(12 a 17 años)	41,13	20,79	41,28		34,40
Tasa neta de escolarización superior	%(18 a 24 años)	9,95	1,89	9,65		7,16
Tasa neta de escolarización básica	%(5 a 14 años)	83,80	78,11	83,94		81,95
Tasa de escolarización por edad primaria	%(6 a 11 años)	90,58	89,02	84,25		87,95
Tasa de escolarización por edad secundaria	%(12 a 17 años)	66,59	49,16	91,18		68,97
Tasa de escolarización por edad superior	%(18 a 24 años)	24,70	17,01	64,89		35,53
Tasa de escolarización por edad básica	%(5 a 14 años)	83,97	78,40	28,43		63,60

Fuente: SIISE 2010

El acceso a la educación tanto primaria, secundaria y superior de las nacionalidades y pueblos asentados en la ruta turística ha sobrepasado las expectativas de la población y el acceso hacia estos servicios educativos, teniendo una tasa bruta de escolarización promedio en los niveles primario del 124%, secundario en 66%, superior con el 14%, estas condicionantes se ven reflejadas por las campañas de educación del Gobierno Central.

7) Características de la vivienda y hogar

Cuadro No. 9 Porcentaje y número de características de vivienda y hogar de la población

SECTOR / INDICADOR	MEDIDA	POBLACION			AV. VOLCANES
		AFROECUATORIANOS	INDIGENAS	MESTIZOS	
CARACTERÍSTICA DE LA VIVIENDA					
Viviendas	Número	2468	57049	79097156	79.156.673,00
Población Regional total	Número	3549	64763	108989917	109.058.229,00
Población (Ruta. Av. Volcanes) %	Porcentaje	69,54%	88,09%	72,57%	
HOGAR					
Uso de gas para cocinar	%(de hogares)	66,78	29,55	56,94	51,09
Uso de leña o carbón para cocinar	%(de hogares)	31,56	66,92	40,93	46,47

Fuente: SIISE 2010

En lo que respecta a viviendas, la población Mestiza tiene el mayor acceso a vivienda propia alcanzando el 72,57%, no así en la población afroecuatoriana e indígena que mantienen el 69,53% y 88.09% respectivamente de acceso a vivienda propia, en relación al total de la población regional que representa el 8,79%.

Sin embargo se debe tener en cuenta que el porcentaje de los hogares de las familias indígenas utilizan leña como medio para preparar sus alimentos y solo el 29,55% tiene acceso o usan una bombona de gas licuado de petróleo.

8) Servicios básicos

Cuadro No. 10 Porcentaje de acceso a servicios básicos de la población

SECTOR / INDICADOR	MEDIDA	POBLACION			AV. VOLCANES	REGION CENTRO
		AFROECUATORIANOS	INDIGENAS	MESTIZOS		
SERVICIOS BÁSICOS						
Agua entubada por red pública dentro de la vivienda	%(de hogares)	40,99	41,50	37,92	40,14	42,93
Servicio higiénico	%(de hogares)	52,37	17,86	44,27	38,17	38,72
Servicio eléctrico	%(de viviendas)	87,00	76,15	85,08	82,74	82,12
Servicio telefónico	%(de viviendas)	17,60	4,19	19,21	13,67	14,45

Fuente: SIISE 2010

En lo que se refiere a servicios básicos higiénicos, eléctricos y telefónicos dentro de la zona de influencia del estudio, se nota que el servicio telefónico es minoritario (13,67%), seguido del servicio higiénico (38,17%) que mantiene estrecha relación a nivel regional (38,72%), sin embargo, el servicio eléctrico es el que mayor cobertura presenta dentro de la Ruta Turística (82,74%) que a nivel regional (82,12%), se debe tomar en cuenta que el servicio de agua

entubada por red pública-comunitaria dentro de la vivienda tiene menor cobertura ya que alcanza el 40,14 % de los hogares de las poblaciones afroecuatoriana, indígena y mestiza, así mismo dentro de estas poblaciones la indígena tienen la mayor dotación de abastecimiento de agua entubada por red pública lo que corresponde al 41,50%.

9) Oferta Laboral

Cuadro No. 11 Oferta laboral de la población, PEA Y PET

SECTOR / INDICADOR	MEDIDA	POBLACION			AV. VOLCANES	REGION CENTRO	%
		AFROECUATORIANOS	INDIGENAS	MESTIZOS			
OFERTA LABORAL							
Población en edad de trabajar (PET)	Población en edad de trabajar (PET)	7.020	231.492	779.582,00	1.018.094,00	1316410	77,34%
Población económicamente activa (PEA)	Población económicamente activa (PEA)	3.988	144.351	518.624,00	666.963,00	868090	76,83%

Fuente: SIISE 2010

La población económicamente activa (PEA) asentada dentro de la ruta turística corresponde al 76,83% en relación a la Región Central, diferenciándose de la población mestiza con 518.624 individuos, esta diferencia se ve reflejada por estar asentada en la zona urbana y su mayor concentración en las capitales de provincia (Latacunga, Ambato, Riobamba), incluyendo la ciudad de Baños por ser referente turístico nacional e internacional; sin embargo, la población en edad de trabajar PET dentro de la zona de estudio corresponde al 77.34% del total en la región.

10) Estructura de empleo

Cuadro No. 12 Porcentaje de estructuración del empleo en la Región.

SECTOR / INDICADOR	MEDIDA	POBLACION			AV. VOLCANES	REGION CENTRO
		AFROECUATORIANOS	INDIGENAS	MESTIZOS		
ESTRUCTURA DEL EMPLEO						
Tasa bruta de ocupación	Porcentaje	53,00	62,12	63,90	59,67	60,33
Tasa global de ocupación	Porcentaje	97,64	98,92	97,93	98,16	98,12
Tasa de desempleo	Porcentaje	2,38	1,10	2,08	1,85	1,90

Fuente: SIISE 2010

Si bien es cierto, las actividades agrícolas en la serranía ecuatoriana son varias y de distinto tipo, la tasa de ocupación laboral alcanza una media de 98,16% en la ruta turística, este porcentaje indica que la tasa de desempleo disminuye considerablemente en las 4 provincias de estudio, teniendo un porcentaje alto en la población afroecuatoriana que alcanza el 2,39%.

d. **Ámbito Ecológico – territorial**

Cuadro No. 13 Ámbito ecológico territorial de la Avenida de los Volcanes

Provincia	Nevado	Altitud (m.s.n.m)	Características																
			Hidrología				Topografía		Usos del suelo				Condiciones ambientales			Clasificación ecológica		Problemas ambientales	
			Consumo	Riego	Generación eléctrica	Bebederos	Regular	Irregular	Cultivo	Pastoreo	Minería	Reforestación (pago servicios)	Temperatura (-2 oC)	Humedad relativa	Precipitación	Páramo herbáceo (3400 – 4000)	Gelidifitia (desde los 4000m)	Deforestación	Contaminación por desechos
Cotopaxi	COTOPAXI	5.898	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X		X
	QUILOTOA	3.910					X			X		X	X	X	x		X	X	
	ILLINIZAS	5.248	X	X		X	X	X		X	x	X			X				X
Tungurahua	TUNGURAHUA	5.020			X		X	X	X		x	x	x		X	X	X		
	CARIHUJARAZO	5.020	X	X	X		X	X	X		X	x	X		X				X
Chimborazo	SANGAY	5.320	X	X		X	X	X	X	X	x	x	x		X	X			X
	CHIMBORAZO	6.310	X	X	X	X	X	X	X	X	x	x	x		x	X	X	X	X
	EL ALTAR	5.319	x	x		x		X	X	X	X	x	x	x		X	X	X	X

Elaborado por: Patricio Espín M.

El cuadro No. 13 muestra las características básicas del ámbito ecológico territorial de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, donde se puede apreciar claramente que los volcanes y nevados que pertenecen a la Región Central del país tienen características similares, siendo la parte hidrológica la más afectada por las condiciones de uso como riego, reservorio, generación de energía eléctrica, entre otros; la topografía en todos los casos es irregular, razón por la cual el uso del suelo está destinado al cultivo, pastoreo, labores de minería y la reforestación, supliendo en varias zonas las labores agrícolas por el cultivo de árboles maderables (pino, eucalipto), ya que, las condiciones de temperatura, humedad son favorables para este tipo de actividad y producción; otra consideración es que la mayoría de pisos climáticos pertenecen a la clasificación ecológica Páramo herbáceo según Sierra, R. 1999; otra característica en este ámbito recae en los problemas ambientales que tienen las zonas de uso público dentro de las Áreas Protegidas, siendo la principal actividad la deforestación y la provocación de incendios forestales para actividades de pastoreo.

De acuerdo a la Guía del Patrimonio de Áreas Naturales Protegidas del Ecuador, MAE. 2010 los Andes constituyen un centro de importancia mundial (*hotspot*) para la biodiversidad y presentan altos índices de endemismo (Vásquez 2006). El 85,29 % del PNC conserva su vegetación natural nativa (EcoCiencia 2005), y se reporta 800 posibles plantas endémicas.

- En el Parque Nacional Sangay la biodiversidad es aún más extensa: aves con 343 especies, seguido por los mamíferos con 100, anfibios con 25 y reptiles con 14 especies
- El Área Nacional de Recreación El Boliche no cuenta con un número exacto de diversidad de aves, sin embargo, al contar con 3 formaciones vegetales (Bosque siempreverde montano alto, páramo herbáceo, páramo de almohadillas) se presenta una singularidad en especies de mamíferos, aves, anfibios y reptiles que son propias de la zona Andina.

- La Reserva Ecológica Los Ilinizas evidencia la existencia de especies endémicas que se encuentran local y globalmente amenazadas, se enfatiza la posible existencia de 292 especies endémicas, además de 257 especies de aves, 44 especies de mamíferos, 47 de anfibios y reptiles.
- En la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo existe alrededor de 145 especies endémicas (asteráceae, Bromeliaceae, Geraniaceae), 31 especies de aves (curuquingues, guarros, colibrí estrella ecuatoriano, patos y gaviotas de páramo, ligles), en cuanto a mamíferos la familia Camelidae es la principal que habita en la zona (vicuñas, alpacas y llamas).
- El Parque Nacional Llanganates está conformado por: 231 especies de aves, 46 de mamíferos y 23 de anfibios y reptiles; y ha sido denominada como Regalo para la Tierra según la WorldWildlifeFund (WWF) en el año 2002, además de ser considerada Sitio Ramsar y zona IBA

e. Ámbito Económico productivo

Según la Agenda¹ para la Transformación Productiva Territorial la Zona 3², tiene como fin transformar el patrón de especialización basada en la extracción de recursos naturales y en la exportación de productos primario, por el de producción inclusiva de bienes y servicios de alto valor agregado, ricos en innovación y conocimiento; ésta agenda pretende operativizar la Estrategia de Desarrollo Productivo del Plan Nacional del Buen Vivir.

La Región se orienta a un desarrollo industrial, sin embargo, las actividades extractivas y agropecuarias son también importantes. En Tungurahua, Bolívar y Cotopaxi existe un mayor dinamismo de micro, pequeñas y medianas empresas. Chimborazo se destaca por un sector agropecuario diversificado, que crece a la par de la industria, el cual también es significativo en Tungurahua, Bolívar y Cotopaxi.

El cuadro No. 14 muestra los negocios actuales y potenciales priorizados por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, en la Región Sierra Centro, de igual manera se ha tomado y analizado los mismos negocios en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la misma región, cuyo fin es mostrar los negocios potenciales por fortalecer dentro de la actividad productiva de las comunidades, parroquias y cantones.

¹ Consejo Sectorial de la Producción, Agenda para la Transformación Productiva Territorial

² Senplades 2010, Zonas de Planificación 3: Pastaza, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo

Cuadro No. 14 Análisis ámbito económico productivo.

Sector económico / productivo	Negocios actuales	Negocios potenciales	CTC / Iniciativas	PROVINCIA			
				Tungurahua	Cotopaxi	Chimborazo	Bolívar
forestal	Explotación de recursos forestales, maderables y no maderables			✓		✓	
		Muebles para hogar y trabajo		✓	✓	✓	✓
		Explotación de los recursos maderables del bosque: hongos, resinas y taninos, aceites esenciales, mulch (texturizante de suelo)		✓	✓	✓	✓
			Reforestación	✓		✓	
			Artesanías en madera tallada	✓	✓	✓	
			Cuidado (servicios forestales)		✓		
Confección artesanal	Prendas de vestir con lana y fibra vegetal y animal (bufandas, buzos, chompas, guantes)			✓		✓	
	Calzado de cuero			✓			
		Artesanías tecnificadas para consumo masivo (shigras, porta celulares, otros)		✓	✓	✓	
		Alfombras tejidas a mano para exportación				✓	✓
			Elaboración de balones y otros para práctica deportiva.	✓			✓
		Lana de llama para pulseras, chompas, bufandas.			✓	✓	
Agropecuaria	Producción de papas			✓	✓	✓	✓
	Producción de flores			✓	✓		
	Producción de hortalizas					✓	✓
	Producción de maíz						✓
	Producción de leche y sus derivados: queso, mantequilla, yogurt.			✓	✓	✓	✓
		Talabartería de cuero		✓			
	Rosas y flores de exportación			✓	✓		
		Industrialización de la leche en derivados no tradicionales: manjar de leche, helados, suero lácteo		✓	✓	✓	✓
		Producción de truchas			✓	✓	
		Producción de cultivos altoandinos: chocho, mashua, melloco			✓		
	Recuperación de especies alimentarias domésticas en procesos de extinción:			✓			

Sector económico / productivo	Negocios actuales	Negocios potenciales	CTC / Iniciativas	PROVINCIA			
				Tungurahua	Cotopaxi	Chimborazo	Bolívar
		mashua, quinua, variedades de papas					
			Introducción de camélidos al páramo. Exportación de cuyes	✓	✓	✓	✓
			Transformación de la materia prima (chifles, papas fritas, chuleta de llama, embutidos, oca, otros)		✓	✓	✓
			Productos de calidad "exportación con estándares internacionales" (queso)	✓	✓		✓
Farmacéuticos y químicos (incluye sabiduría ancestral)		Productos de guarango, tuna, otros				✓	
		Fertilizantes e insecticidas biológicos		✓	✓	✓	✓
		Procesamiento de plantas nativas con fines medicinales		✓		✓	✓
			Elaboración de compost y bioetanol	✓	✓	✓	✓
			Fertilizantes e insecticidas biológicos	✓		✓	
Turismo	Ecoturismo			✓	✓	✓	✓
	Turismo recreacional			✓		✓	
		Turismo religioso y de salud		✓	✓	✓	✓
		Turismo de aventura		✓		✓	
		Turismo gastronómico		✓	✓	✓	✓
		Aviturismo			✓	✓	
		Recorrido en tren				✓	
			Turismo etnológico y arqueológico			✓	✓
			Turismo comunitario	✓	✓	✓	✓
		Agroturismo			✓		

Fuente: Adaptación propia, Agenda para la Transformación Productiva Territorial. 2010.

Entre las estrategias de competitividad productiva, se menciona y es necesario construir participativamente agendas de transformación productiva que contribuya a la participación social, implementar acciones interministeriales para mejorar la productividad y calidad de los productos de las cadenas productivas y negocios para que de este modo se puedan implementar acciones para facilitar la inversión privada y comunitaria potenciando y mejorando la distribución de ingresos de todos los participantes de las cadenas productivas en cada territorio al que pertenecen, promoviendo la dinamización de la riqueza con inclusión social e igualdad de género.

Los datos que fueron sujetos de análisis o selección de los negocios o emprendimientos se realizaron bajo la óptica de peso relativo, es decir, facturación, exportaciones, empleo generado, tejido empresarial global; tendencias de oferta de los productos como mercados, tecnología desarrollada o incorporada, desarrollo de productos y negocios competitivos así como los factores productivos que hacen posible el negocio en el territorio; seguido de los desafíos que implica el desarrollo productivo de los mismos y una visión de crecimiento e introducción de mercados nuevos de los emprendimientos actuales y potenciales y su mayor incidencia en iniciativas de Centros de Turismo Comunitario.

La participación a nivel comunitario en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes; para este apartado se ha tomado en consideración los productos y servicios turísticos importantes, estableciendo así las cadenas turísticas relevantes de mayor impacto social y económico del sector, para lo cual, se ha identificado que en la provincia de Bolívar, la Fundación Grupo Juvenil Salinas trabaja la parte micro empresarial y empresarial en los sectores textil, metal, producción agrícola, derivados lácteos; este emprendimiento sobresale en la oferta de turismo comunitario en la Región Sierra Centro dentro del clúster Avenida de los Volcanes, a éste se suma los emprendimientos comunitarios como Casa Cóndor, Razu Ñan y Palacio Real con características micro empresariales de importancia pero no de relevancia dentro del mismo; en la provincia de Tungurahua, los emprendimientos han sido potenciados a la prestación de servicios turísticos para la práctica de turismo de aventura; en la provincia de Cotopaxi se identifican 5 centros de turismo comunitario (Pastocalle, Romerillos, Ponce Quiltoa, Wiracocha, Guayama Sanpedro) de relevancia en la prestación de servicios turísticos y por ende de productos característicos de la zona alta como son convivencia e intercambio cultural, el acceso a mercados ha sido una limitante para ciertos productos como el chocho, fréjol, así como la industrialización de los derivados de la leche.

En su conjunto, dentro del clúster Avenida de los Volcanes, actualmente los emprendimientos comunitarios prestan servicios y facilitan actividades turísticas de similares características como alojamiento, alimentación y guianza que carecen de no tienen complementariedad e innovación a lo largo de toda la ruta, por lo que su oferta ha sido relegada hacia actividades enfocadas a un mismo “perfil de turista” que no representa las necesidades actuales y de repotenciación de nuevas tendencias para captar un segmento de mercado de turismo selectivo.

Por otro lado, muchas iniciativas en las áreas productivas y ganaderas de propiedad de los comuneros así como también de los emprendimientos en turismo, han generado una deserción y abandono al poco tiempo de ser ejecutados, lo que demuestra que no existe un liderazgo gerencial definido y recursos suficientes para sostener una empresa productiva y mantener elementos competitivos y complementarios o de transformación de la materia prima que se obtenga de la localidad.

f. Político Administrativo

Considerando la información en base a la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, se ha tomado atención el análisis de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y otras unidades territoriales, de lo cual se desprende el siguiente cuadro:

Cuadro No. 15 Matriz de convenios de descentralización (nivel turístico)

MATRIZ DE CONVENIOS DE DESCENTRALIZACIÓN				
Institución	Provincia	Cantón	Fecha de Suscripción.	Ejecución de Competencias
I.M. Riobamba	Chimborazo	Riobamba	19 de julio de 2001	Muy bueno
I.M. Guamote	Chimborazo	Guamote	19 de julio de 2001	Malo
I.M. Guano	Chimborazo	Guano	10 de septiembre de 2002	Muy bueno
I.M. Colta	Chimborazo	Colta	19 de julio de 2001	Malo
I.M. Chunchi	Chimborazo	Chunchi	10 de septiembre de 2002	Muy bueno
I.M. Alausi	Chimborazo	Alausi	19 de julio de 2001	Muy bueno
Gobierno Municipal Latacunga	Cotopaxi	Latacunga	19 de julio de 2001	Muy bueno
I. Municipio de Saquisilí	Cotopaxi	Saquisilí	10 de septiembre de 2002	Bueno
Gobierno Municipal de Pujilí	Cotopaxi	Pujilí	19 de julio de 2001	Bueno
Gobierno Provincial de Cotopaxi	Cotopaxi		25 octubre de 2006	Muy bueno
Gobierno Municipal de Guaranda	Bolívar	Guaranda	19 de julio de 2001	Muy bueno
Gobierno Provincial de Bolívar	Bolívar		25 octubre de 2006	Muy bueno

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

El cuadro No. 15 muestra los convenios de transferencia de competencia turística a los Gobiernos Seccionales, teniendo 10 instituciones municipales y 2 instituciones provinciales.

De acuerdo al convenio de transferencia de competencias, la Dirección Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo, califica la ejecución de competencias con parámetros de: muy bueno, bueno, regular y malo, según el número de proyectos ejecutados y relaciones institucionales, ya sea por convenios de cooperación como número de proyectos ejecutados por las unidades descentralizadas. Estos parámetros de calificación señalan el compromiso que han adquiridos los gobiernos descentralizados en materia turística, teniendo muy buenas y buenas relaciones de cooperación interinstitucional con 6 (I.M. Riobamba, I.M. Guano, I.M. Chunchi, I.M. Alausí, G.M. Latacunga, G.M. Guaranda) y 2 (I.M. Saquisilí, G.M. Pujilí) Gobiernos Municipales respectivamente, así también con 2 Gobiernos Provinciales (G.P. Cotopaxi, G.P. Bolívar), sin embargo, 2 Unidades Cantonales (I.M. Guamote, I.M.

Colta) reciben la calificación de malo, por el incumplimiento de ejecución de competencias y la ralentización del desarrollo turístico en el cantón.

Por otro lado, el Ministerio del Ambiente mantiene la siguiente estructura orgánica, en función al área operativa y de gestión de las oficinas técnicas para el Sistema Nacional de Áreas Protegidas:

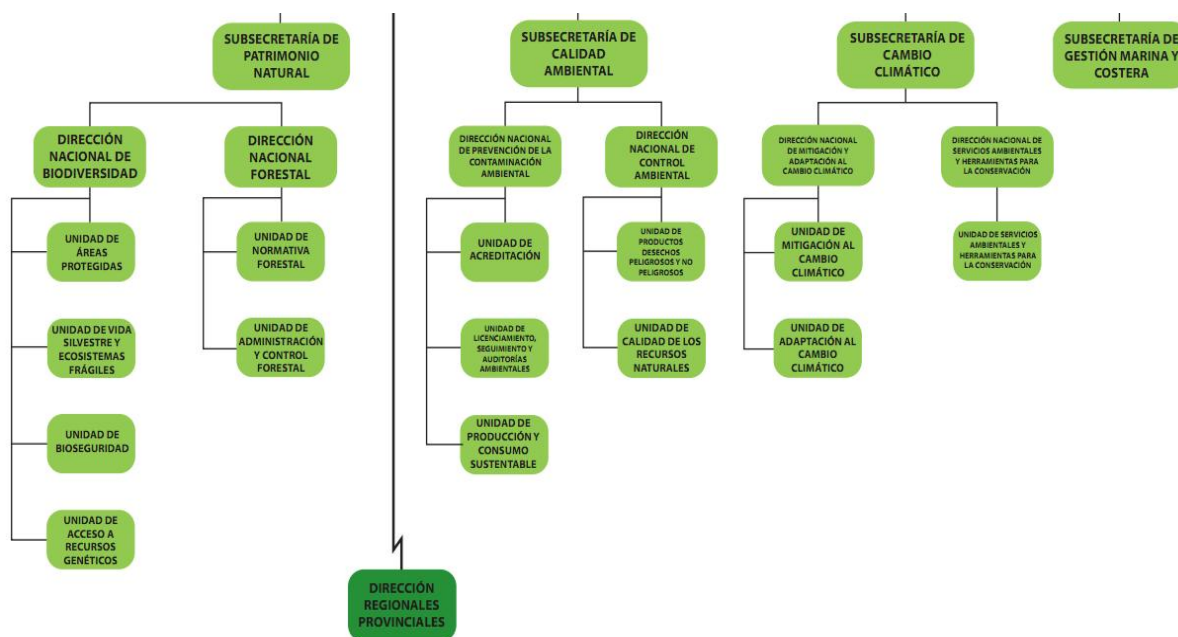


Gráfico No. 2 Estructura orgánica del MAE

Fuente: Ministerio del Ambiente, 2010

En el gráfico No. 2 se puede observar los niveles gerenciales según estructura orgánica en el Ministerio del Ambiente, este modelo permite visualizar las unidades desconcentradas a nivel provincial y regional, pero no muestra las unidades o departamentos técnicos con sus competencias y atribuciones, lo que ha ocasionado que la planificación de manejo de las Áreas Protegidas estén direccionadas a nivel nacional, pero se debe tomar en cuenta que cada Área tiene su propia característica y la zonificación ayuda a planificar las actividades en cada una de ellas.

No obstante, los esfuerzos del Ministerio de Turismo y Ministerio del Ambiente por planificar y desarrollar la actividad turística en cada zona de uso público del Área Protegida ha sido mínima en puntos centrales como señalización e infraestructura básica, lo que no permite visualizar el nivel de impacto de ejecución de proyectos de importancia turística y conservación de la biodiversidad.

El cuadro No. 16 muestra los actores nacionales y locales, instituciones públicas, privadas, comunitarias, ong's y educativas más relevantes y con vinculación a acciones en cada una de las actividades turísticas dentro de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, Región Sierra Centro.

Cuadro No. 16 Actores públicos, privados, comunitarios y educativos en la intervención de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes

		NIVELES DE INTERVENCIÓN	
SECTOR	ACTORES	ACTIVIDADES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA RUTA	
GUBERNAMENTALES	MINTUR – DRSC – DPT	<ul style="list-style-type: none"> - Actualmente trabaja en el fortalecimiento del turismo comunitario - Fomento de emprendimientos privados y comunitarios a través de la implementación del Plan Nacional de Capacitación Turística 2010. - Desarrollo de microrutas y proyectos de inversión para fortalecer la Ruta Turística. - Promoción impresa y digital de atractivos y actividades turísticas de la Ruta Avenida de los Volcanes. - Fomento de inversiones privadas y comunitarias, a través del acceso de créditos. - Implemento de Facilidades e infraestructura turística. 	
	MAE	<ul style="list-style-type: none"> - Control y vigilancia de las zonas de uso público y de conservación de las Áreas Protegidas: Parque Nacional Cotopaxi, Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, Parque Nacional Sangay, Parque Nacional Llanganates. - Implementa programas de conservación de acuerdo al Plan de Manejo de cada Área Protegida. - Implementa actividades basadas en la sostenibilidad y sustentabilidad del territorio. - Implementa el programa Punto Verde para conservación del Área Protegida. - Señaliza y senderiza los accesos a los atractivos turísticos de importancia. 	
	MIES – IEPS – CORREDOR CENTRAL	<ul style="list-style-type: none"> - Tanto el IEPS y el CORREDOR CENTRAL intervienen en proyectos productivos de las comunidades asentadas a lo largo de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, y demás poblaciones que necesitan de una economía justa y solidaria, en especial atención en la Provincia de Cotopaxi, cantón Salcedo y Saquisilí. 	
	GOBIERNOS PROVINCIALES	COTOPAXI TUNGURAHUA CHIMBORAZO BOLÍVAR	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsa el turismo comunitario. - Crea corredores turísticos como Quilotoa – Chugchilán, Corredor Subtropical, entre otros. - Apoyo a emprendimientos turísticos, a través del apoyo logístico y promocional de las actividades turísticas de la provincia.
GOBIERNOS CANTONALES		<ul style="list-style-type: none"> - Implementan centros de interpretación ambiental y centros de información al visitante. 	
ONG'S	FEPP	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo y fortalecimiento de la actividad microempresarial turística comunitaria, en la parroquia Salinas de Bolívar. 	
	CESA	<ul style="list-style-type: none"> - Apoya las iniciativas turísticas a través de convenios con diferentes instituciones públicas y comunitarias para la formación profesional en temas turísticos alineados al PNCT 2010. 	
	ESQUEL	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsa el desarrollo y emprendimientos turísticos a través de fondos económicos iniciales. - Impulsa, fomenta y emprende proyectos de turismo comunitario, se destaca la labor 	

NIVELES DE INTERVENCIÓN

SECTOR	ACTORES	ACTIVIDADES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA RUTA
ORGANIZACIONES COMUNITARIAS		realizada en la zona alta donde trabajo con la comunidad de Totoras en el sector de Ozogoche
		- Construcción de infraestructura turística (cabañas)
		- Imparte talleres de capacitación con temáticas como gastronomía y atención al turista.
	MCCH	- Apoyo de emprendimientos turísticos comunitarios en las provincias de Chimborazo, Bolívar y Cotopaxi.
		- Ejecuta planes de capacitación en coordinación con el Ministerio de Turismo para la profesionalización de guías nativos, emprendimientos comunitarios y seguridad alimentaria en comidas típicas en el Corredor Turístico Quilotoa – Chugchilán.
		- Fomenta la creación de emprendimientos turísticos y productivos.
	CORDTUCH	- Realiza promoción y difusión de los lugares y atractivos turísticos
		- Opera actividades basadas en turismo comunitario en la provincia de Chimborazo.
INST. EDUCATIVAS	CORPORACIÓN ZULA	- Capacita en temas de fortalecimiento organizacional y emprendimientos turísticos.
		- Fomenta el desarrollo del turismo comunitario.
		- Ejecuta talleres de capacitación en manejo de camélidos.
		- Fomenta los micro - emprendimientos productivos.
	ESPOCH	- Realiza estudios de desarrollo e impulso turístico con la ayuda de estudiantes, quienes realizan prácticas pre-profesionales y tesis de grado.
		- Participa activamente en la Mesa de Turismo Sostenible de Chimborazo.
	UNIDEC	- Realiza investigaciones, a través de estudiantes para el desarrollo turístico comunitario y servicio social en la provincia de Chimborazo
	UNACH	- Realiza investigaciones, a través de estudiantes para el desarrollo turístico comunitario y servicio social en la provincia de Chimborazo
	ESPE	- Realiza investigaciones, a través de la Unidad de Vinculación con la Colectividad.
		- Impulsa proyectos de carácter social, turístico y productivo.

Fuente: Autor, 2010

1) Roles actuales de los actores

a) Roles del sector Público

El rol actual que cumple el sector público es:

- **Promover:** Incentiva la iniciativa comunitaria para la generación de empleo y recursos económicos.
- **Articula:** Gestiona la solución de conflictos dentro del territorio y promueve espacios de concertación para impulsar la competitividad.
- **Facilita:** Genera sinergias para lograr un mismo fin.
- **Regula:** Generar un marco regulatorio apropiado, con objetivos, estrategias, políticas y leyes claras.
- **Prestador de servicios públicos:** Proveer de manera eficaz y eficiente los servicios públicos que sean de su competencia exclusiva.

b) Roles del sector privado

Dentro de los roles que cumple el sector privado están los siguientes:

- Fomenta la inversión privada, generando rentabilidad económica hacia sí mismo.
- Registro de sus empresas
- Pago de impuestos y demás obligaciones fiscales.

c) Roles de las Ong's

Los roles que cumplen las ONG's son:

- Impulsan el desarrollo económico en la creación de emprendimientos turísticos y productivos.
- Tomando en cuenta el desarrollo turístico, las ONG's impulsan los emprendimientos turísticos comunitarios, a través de la dotación de infraestructura, como la asistencia técnica en la profesionalización para la prestación de los servicios.
- Dinamizan la economía en el sector.

d) Roles del sector comunitario, pueblos y nacionalidades

La actividad comunitaria es sin duda, una modelo de gestión económica, productiva, social y ambiental, dentro de éstos los roles que cumplen son:

- Conservación de prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural.
- Bienestar en la comunidad
- Conservación de la biodiversidad
- El rol fundamental, es la consecución del buen vivir y la prestación de servicios turísticos comunitarios, además de la conservación de la biodiversidad y conservación de su cosmovisión.

e) Roles del sector educativo

Los roles del sector educativo son:

- Impulsan la investigación para el desarrollo de nuevas tecnologías o metodología para el fomento del sector turístico – productivo del territorio.
- Formación del talento humano con orientación democrática, humanística, investigativa, científica y técnica
- Desarrollo de la capacidad intelectual y creadora del estudiante contribuyendo a la transformación política, económica y socio cultural del país.

2) Roles a cumplir de los actores

a) Roles del sector Público

El rol principal que debe cumplir el sector público en todos sus niveles es generar políticas públicas para el desarrollo y fortalecimiento de los negocios o empresas del territorio, lo que se conoce, según la metodología de la competitividad sistémica como “Clima de Negocios”.

Dentro de esto se encuentra:

- **Promotor:** Incentivar la iniciativa privada y comunitaria para canalizar las fuerzas sociales y productivas hacia la generación de empleo digno y recursos económicos.
- **Articulador:** Gestionar la solución de conflictos dentro del territorio y promover el desarrollo de redes o espacios de concertación que impulsen la competitividad territorial.
- **Facilitador:** Ser el medio para canalizar los esfuerzos de las diferentes instituciones para la consecución de un objetivo común.
- **Regulador:** Generar un marco regulatorio apropiado, con objetivos, estrategias, políticas y leyes claras.
- **Prestador de servicios públicos:** Proveer de manera eficaz y eficiente los servicios públicos que sean de su competencia exclusiva.

El rol para el desarrollo turístico es ejecutar proyectos de inversión pública en beneficio de las comunidades, parroquias, municipios y provincias.

b) Roles del sector privado

Dentro de los roles que deben cumplir el sector privado están los siguientes:

- Generar empleo dentro de la localidad o territorio en el que se desarrollan.
- El trato justo y equitativo a sus empleados.
- El generar productos y servicios acordes con las necesidades del mercado, a fin de mantener la competitividad en el territorio.

El rol principal del sector privado es la inversión para prestar y ofrecer servicios turísticos generando liquidez económica.

c) Roles de las Ong's

Dentro de los roles que deben cumplir las ONG's están:

- Generar empleo dentro de la localidad o territorio en el que se desarrollan.
- El manejo de los impactos ambientales producidos por el desarrollo de su actividad.
- Impulsar el desarrollo económico en función del apoyo y asistencia técnica, así como la formación profesional de los emprendedores.

d) Roles del sector comunitario, pueblos y nacionalidades

La actividad comunitaria es sin duda, una modelo de gestión económica, productiva, social y ambiental, dentro de éstos los roles además se deberían cumplir:

- Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
- Contribuir al buen vivir
- Generación de ingresos económicos comunales
- Responsabilidad Social
- Fortalecimiento socio – organizativo: conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social.

e) Roles del sector educativo

- Educación para una cultura de prevención.
- El rol para el desarrollo turístico es la formación profesional de los alumnos en materia turística.
- Inserción de la capacidad de investigación científica y técnica del estudiante.

3) Análisis de la coyuntura política en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.

Según el sistema turístico, el nivel de superestructura está constituida por el conjunto de organizaciones que de manera directa o indirecta influyen en el proceso de desarrollo turístico en un territorio, es decir, promueven los medios óptimos para fortalecer la actividad turística en los sectores público, privado y comunitario, a través de generar políticas, leyes, normas y reglamentos para el buen funcionamiento de la actividad turística.

A nivel público es necesario para la estructuración del Destino Turístico Avenida de los Volcanes en la Región Central del país, se dé un entorno político adecuado; actualmente se ha podido observar la presencia de débiles coyunturas políticas, debido a las diferencias dentro y entre los Gobiernos Seccionales y Gubernamentales ocasionando conflictos coyunturales entre los actores y una escasa inversión de la empresa privada en el área turística, aspecto que es trascendental al considerar la futura formulación de las estrategias y los subsiguientes proyectos en función de una decisión política en los diferentes niveles y actores, dependiendo a la vez de la solidez de los emprendimientos que requerirán un sustancial aporte de los organismos públicos, educativos, no gubernamental e iniciativa privada tomando en cuenta la legislación pública actual, ya que, el Estado es el medio para alcanzar un fin, es decir, las políticas, leyes y reglamentos turísticos dependerán en primera instancia de los actores involucrados en el territorio.

Sin embargo la política gubernamental actual ha empezado a incentivar a las comunidades locales para que asuman un papel más activo y protagónico en las decisiones concernientes a su propio desarrollo. Este enfoque ha incluido medidas como la transferencia de recursos financieros a las municipalidades y juntas parroquiales, la descentralización de organismo públicos y la creación de fondos de inversión local, pretendiendo crear nuevas posibilidades para que las personas participen e influyan de manera efectiva en decisiones que contribuyan al desarrollo socio económicos de sus comunidades, parroquias o municipalidades, donde se refleje una verdadera necesidad de trabajo mancomunado y decisión de empoderamiento institucional y comunal.

Dentro del nivel privado el desarrollo de un sector se ve en la medida que éste refleje réditos económicos, pensando en función del capitalismo no asociativo y de perduración, sin tener en cuenta el desarrollo articulado y positivismo, para que en función de alianzas estratégicas con los prestadores de servicios comunitarios formen una sólida estructura de economía popular y solidaria, generando un clímax empresarial único en la región.

A nivel comunitario, el desarrollo de las actividades productivas en las diferentes áreas y territorios se hace bastante complejo en la medida y metodología en que se priorizan las necesidades, llegando hacer un análisis en función de los problemas locales, no permitiendo abrirse a posibilidades como otras actividades alternativas que podrían significar el avance y crecimiento de la economía dentro de las comunidades, por esta razón será importante dar una especial atención a la socialización e involucramiento de los pobladores que habitan en la zona de influencia del destino turístico para que visualicen la magnitud de esta actividad y la posibilidad de generar alternativas directamente relacionadas con el turismo, basándose siempre en el modelo de gestión comunitaria y sus horizontes de vida.

En el cuadro No. 17 se visualizan las diferentes actividades que algunas comunidades del área de influencia del Destino Turístico Avenida de los Volcanes han emprendido, y que a su vez han demostrado excelentes resultados en función a oferta de actividades que desarrollan teniendo como base la calidad en la prestación del servicio, sin embargo, se debe recalcar que las actividades turísticas han sido desarrolladas a un mismo segmento de mercado turístico.

Cuadro No. 17 Centros de Turismo Comunitario que han destacado su participación dentro de la Ruta Turística Avenida de Los Volcanes³

Provincia	Cantón	Parroquia	Comunidad	Nombre CTC/OCT	Actividades y servicios que ofrecen
Cotopaxi	Latacunga	San Juan de Patocalle	Pastocalle	Centro de emprendimientos productivos de Pastocalle	Servicio de guianza con guías naturalistas que coordinan la visita a sitios como: el Volcán Cotopaxi y los Illinizas, la cascada de Cunuyacu, la laguna de los Patos, bosque de la Aliaga. Se realiza además actividades de intercambio cultural
			Romerillos	Romerillos	Caminatas, escalada, bikking, paseos a caballo, paseos al bosque húmedo, pesca, observación de aves, observación de fauna, flora, convivencia cultural, participación en fiestas y ritos
	Sigchos	Chugchilán	Ponce Quilotoa	Organización de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa	Caminata de circunvalación al Quilotoa, conocimiento profundo del área, de su cultura y tradiciones, caminata al lago que tapa el cráter, recorrido que se puede hacer en bote o kayak, alojamiento en una de las cabañas que la comunidad ofrece
	Pujilí			Wiracocha	Artesanías en lana de Llama, introducción al páramo de Llama.
	Salcedo	La Matriz	Los Carmelas Cumbijín Sacha	Turismo Comunitario de las comunidades del Parque Nacional Llanganates	Caminatas, pesca deportiva, agroturismo.
Tungurahua	Ambato	San Lucas de Pilahuín	Yatzaputzán	Comunidad Yatzaputzán	Caminatas hacia el nevado Carihuayrazo, nevado Chimborazo, pesca deportiva, trekkign en el páramo.
			Cunuyacu	Comunidad Cunuyacu	Caminatas hacia el nevado Carihuayrazo, nevado Chimborazo, pesca deportiva, trekking en el páramo.
	Baños	Machay	Machay	Asociación de Ecoturismo Machay	Pesca deportiva, alimentación, caminatas, observación de flora y aviturismo, visita a cascadas, canyoning.
Chimborazo	Guano	San Andrés	Pulinguí Centro	Asociación Agroartesanal “Razu Nan”	Caminatas, paseos a caballo, escalada, convivencia con las familias, participación en fiestas, participación en las actividades agrícolas y pecuarias, alojamiento.
			Santa Lucía de Chuquipogio	Asociación de Mujeres “Visión Futura” Chuquipogio	Caminatas, cabalgatas, observación de flora y fauna
	Guamote	Palmira	Palmira Dávalos	Palmira Dávalos	Caminatas, recorrido por senderos, convivencia comunitaria,

³ MINTUR 2010. Adaptación Diseño del destino turístico “Avenida de los Volcanes”

Provincia	Cantón	Parroquia	Comunidad	Nombre CTC/OCT	Actividades y servicios que ofrecen
				Fundación hijos del Chimborazo	artesanías. Caminatas, recorrido por las comunidades, convivencia comunitaria.
			Riobamba	San Juan	Pulinguí San Pablo
	San Juan	Operación de Turismo Comunitario "UCASAJ"			Caminatas, paseos a caballo, convivencia con las familias, participación en fiestas y ritos, participación en actividades agrícolas
	Calpi	San Francisco de Cunu Guachay		Quilla Pacari	Caminatas, escalada, Observación de flora, fauna, aviturismo, medicina ancestral, participación en fiestas y ritos, visita a lugares sagrados, participación en las actividades artesanales
		Palacio Real		Palacio Real	Caminatas, centro de interpretación cultural, convivencia, actividades de hilandería, manejo de camélidos, industrialización de la lana de Llama, artesanías.
	Bolívar	Guaranda	Salinas de Bolívar	Salinas de Bolívar	Fundación Grupo Juvenil Salinas

Fuente: Adaptación propia Diseño del destino turístico "Avenida de los Volcanes"

B. POTENCIAL TURÍSTICO DE LA AVENIDA DE LOS VOLCANES EN LA REGIÓN SIERRA CENTRO

El potencial turístico de la Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro se ve reflejado en las siguientes consideraciones:

1. Análisis de la oferta

El análisis de la oferta para el Plan de Desarrollo Turístico Avenida de los Volcanes, se ha estructurado en base a una zonificación que establece la presencia de 4 clúster turísticos; el clúster No. 1 identificado por los nevados Chimborazo y Carihuayrazo, clúster No. 2 Tungurahua y El Altar, clúster No. 3 Sangay, y Clúster No.4 Cotopaxi y Quilotoa, tomándose como referencia macro las provincias y estableciendo los servicios por cantones que se encuentran en el área circunscrita para cada clúster.

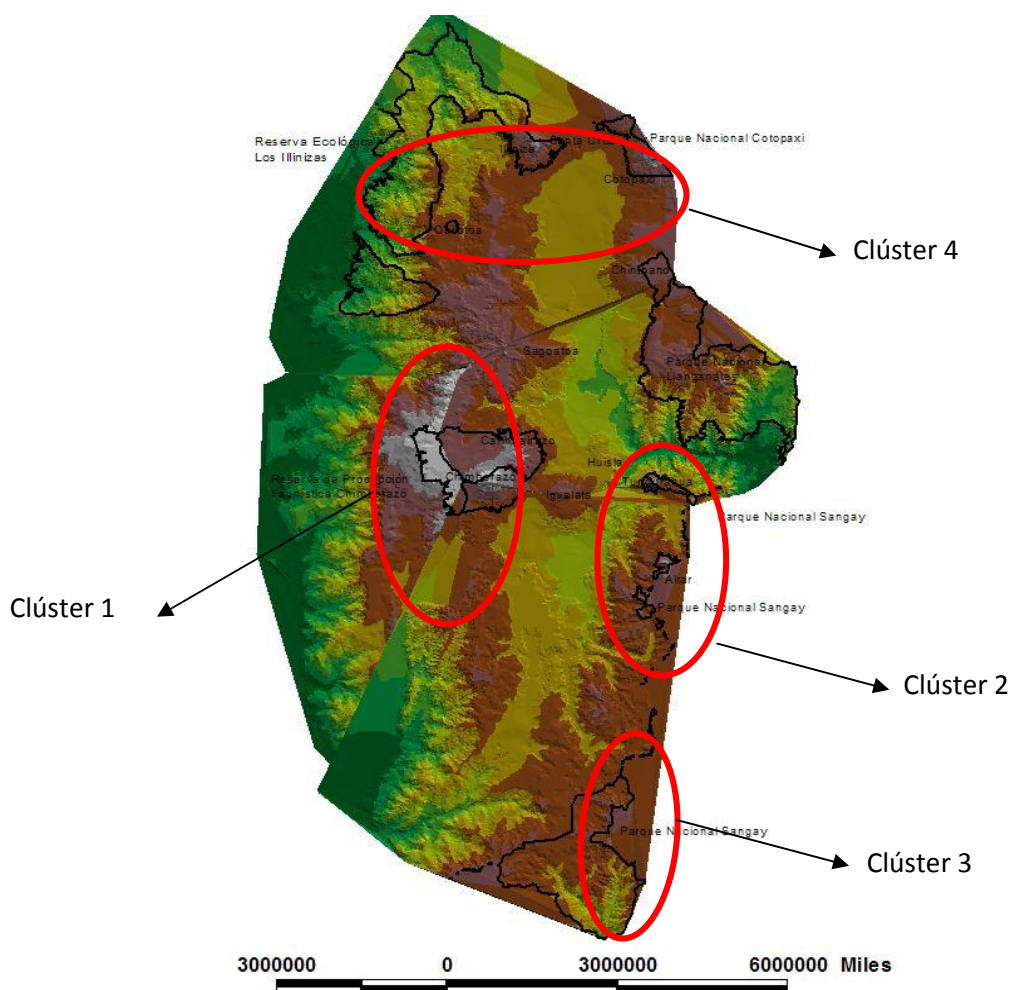


Grafico No. 3. Clúster Ruta Turística Avenida de los Volcanes
Fuente: Infoplan, 2010.

Se observará en los cuadros siguientes la presencia repetida de provincias y cantones en los diferentes clústers, pero esto se debe a que no se puede descartar geográfica y económicamente las atribuciones que con respecto a cada atractivo principal posee cada zona geográfica.

a. Planta turística

Del análisis previo en función de los catastros turísticos, y tomándose en consideración única y exclusivamente los servicios turísticos registrados en la Dirección Regional Sierra Centro y Dirección Provincial de Tungurahua del Ministerio de Turismo, se ha identificado que:

En el Destino Turístico Avenida de los Volcanes existen 225 operadoras turísticas, 28.669 plazas de alojamiento, en recreación y diversión existen 12.278 plazas, en sitios de alimentos y bebidas 49.110 plazas, en transporte turístico se han registrado 12 cooperativas y en CTC/OTC 23 emprendimientos y/o comunidades.

Para una mejor visualización de los resultados, se presenta el cuadro No. 18 y gráfico No. 4

Cuadro No. 18 Oferta turística por clúster.

Servicios	Clúster 1		Clúster 2		Clúster 3		Clúster 4		Total
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	
Agencias y Operadoras	57	25,33	99	44,00	49	21,78	20	8,89	225
Alojamiento	9.294	32,42	12.456	43,45	5.673	19,79	1.246	4,35	28.669
Recreación y diversión	5.652	46,02	5.230	42,60	788	6,42	608	4,96	12.278
Alimentos y Bebidas	20.040	40,80	22.275	45,36	4.944	10,07	1.851	3,77	49.110
Transporte Turístico	6	50	6	50	-	-	-	-	12
CTC/OTC	10	43,48	1	4,35	4	17,37	8	34,77	23

Fuente: MINTUR, 2010

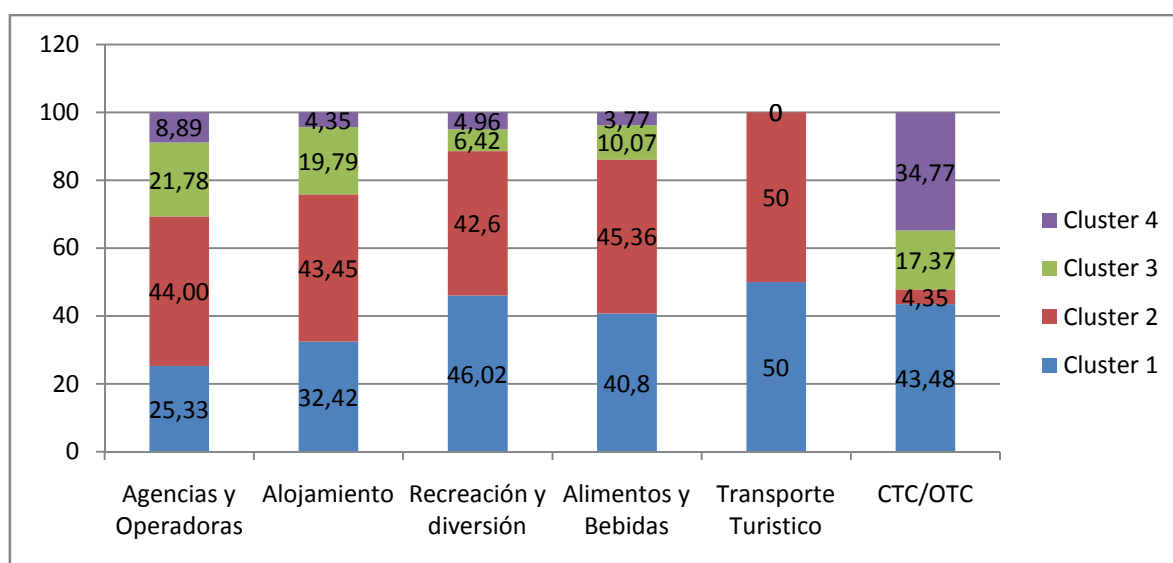


Gráfico No. 4 Oferta turística por clúster.⁴

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

Del gráfico anterior se desprende que en el clúster 2 (Tungurahua, El Altar) existe una mayor presencia de operadores turísticos con el 44%, alimentos y bebidas 45,36% y alojamiento con el 43,45%; recreación y diversión el clúster No.1 alcanza el 46.02%; transporte turístico certificado se reparten el clúster 1 y 2 con el 50 % para cada uno; en operación turística comunitaria el clúster No 1 alcanza el 43,48%.

De los porcentajes descritos se puede indicar que los mayores índices en agencia y operadores: alojamiento, recreación y diversión, y, alimentos y bebidas se encuentran repartidos en el clúster 1 y 2, esto se debe a que dentro del clúster 2 se encuentran las dos principales ciudades del destino turístico como son Ambato y Riobamba; por otro lado, es importante observar la escasa presencia de transporte turístico certificado con apenas 12 cooperativas repartidas con unidades en Riobamba y Ambato con el 50% y 50 % respectivamente, otro hecho bastante interesante es la escasa presencia de organizaciones comunitarias en el clúster 2 y 3, lo que implica la necesidad de orientar los programas y proyectos, en primera instancia la regularización de operación en transporte turístico e involucrar con mayor intensidad a las comunidades indígenas campesinas dentro de la actividad turística.

⁴ Clúster 1: Chimborazo y Carihuayrazo; cantones: Riobamba, Guano, Colta, Alausí, Guaranda, Ambato
 Clúster 2: Tungurahua, El Altar; cantones: Riobamba, Penipe, Ambato, Baños
 Clúster 3: Sangay; cantones: Guamote, Alausí, Baños
 Clúster 4: Cotopaxi y Quilotoa; cantones: Salcedo, Sigchos, Saquisilí, Pujilí, Latacunga.

Finalmente, es necesario incentivar la implementación de servicios turísticos con estándares mínimos de calidad en alojamiento, recreación y alimentos y bebidas en el clúster 3 y 4, sobre todo en los cantones Guamote y Sigchos que carecen de estos servicios, ya que, existen establecimientos no turísticos con atención no profesional, lo que da lugar a una mala imagen de servicio para el turista nacional y extranjero, esto no quiere decir que mientras más establecimientos se tiene es mejor, sino, contar con establecimientos que presten un servicio de calidad .

1) Clúster No. 1

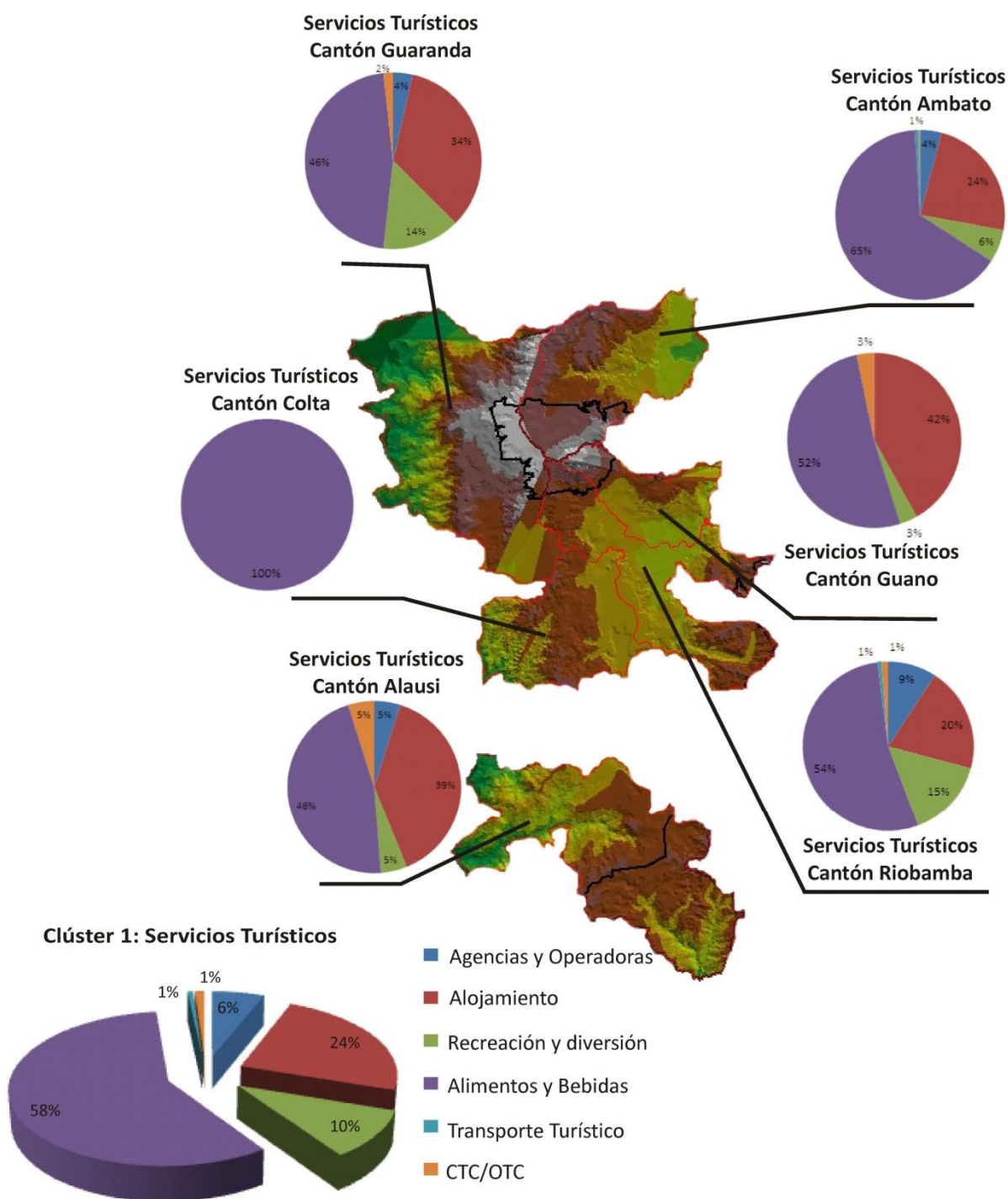


Gráfico No. 5 Mapa y servicios turísticos para el clúster 1

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

El análisis del clúster 1: Chimborazo, Carihuayrazo involucra a las provincias de Chimborazo con sus cantones Riobamba, Guano, Colta y Alausí; la provincia de Bolívar con el cantón Guaranda y la provincia de Tungurahua con el cantón Ambato; alcanzándose para este clúster 57 agencias y operadoras de turismo, de las cuales, el 63,16% están en la ciudad de Riobamba; en alojamiento se tienen 9.294 plazas, de las cuales, la mayoría el 45,31% se encuentran Riobamba; ésta ciudad también alcanza el más alto porcentaje en recreación y diversión con 45,82%; la ciudad de Ambato tiene el mayor porcentaje en establecimientos de alimentos y bebidas con 48,66%; en transporte las dos ciudades Ambato y Riobamba se reparte el 50% cada una; no obstante en turismo comunitario, el cantón Riobamba alcanza el 50% del total del clúster.

Estos datos se reflejan de mejor manera el cuadro No. 19:

Cuadro No. 19 Servicios turísticos en el clúster 1.

Servicios	Provincias / Cantones												Total
	Chimborazo								Bolívar		Tungurahua		
	Riobamba		Guano		Colta		Alausi		Guaranda		Ambato		
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	
Agencias y Operadoras	36	63,16	-	-	-	-	2	3,51	2	3,51	17	29,82	57
Alojamiento	4.21	45,31	452	4,86	-	-	519	5,58	640	6,89	3.472	37,36	9.294
Recreación y diversión	2.59	45,82	320	5,66	-	-	120	2,12	650	11,50	1.972	34,89	5.652
Alimentos y Bebidas	8.32	41,55	458	2,29	88	0,44	684	3,41	731	3,65	9.752	48,66	20.040
Transporte Turístico	3	50	-	-	-	-	-	-	-	-	3	50,00	6
CTC/OTC	5	50	1	10	-	-	2	20	1	10	1	10,00	10

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

Los resultados obtenidos indican un déficit muy amplio de servicios turísticos en los cantones que no son capitales de provincia, sobre todo el cantón Colta que alcanza apenas el 0,44% en alimentos y bebidas y en los demás servicios no posee establecimientos, se observa también la necesidad de generar un acercamiento a la legalización de transporte turístico.

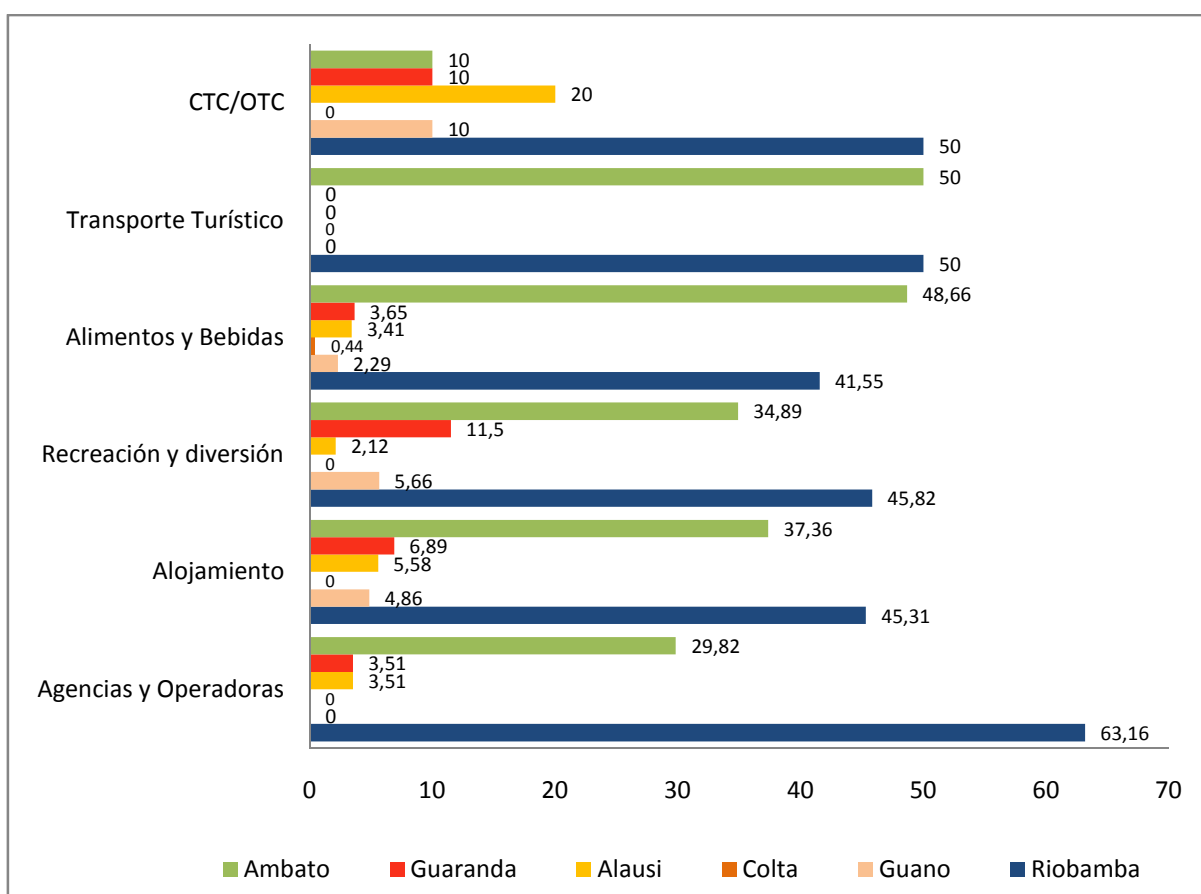


Gráfico No. 6 Servicios turísticos en el clúster 1.

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

2) Clúster 2

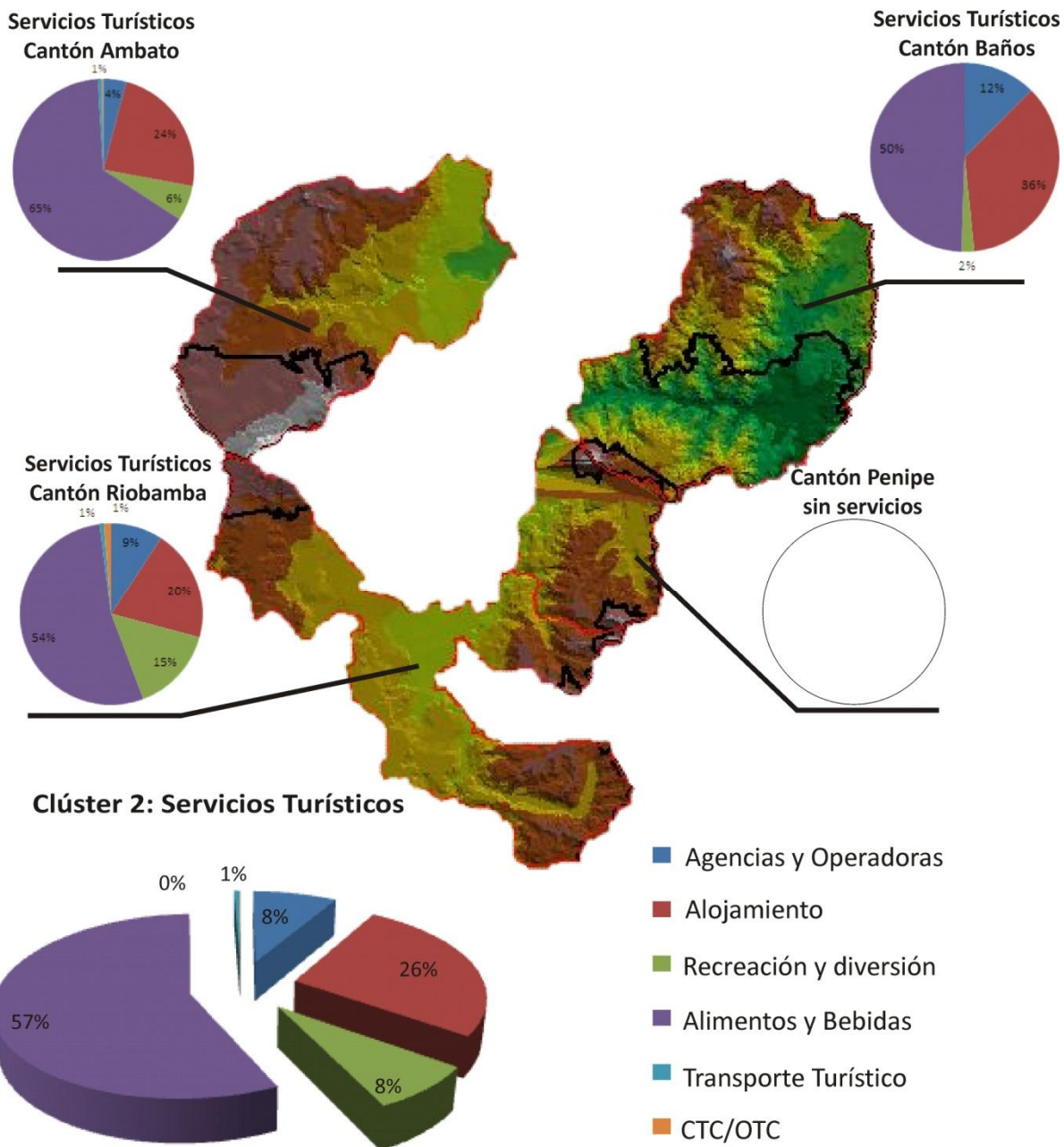


Gráfico No. 7 Mapa y servicios turísticos en el clúster 2.

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

El clúster 2, abarca la zona de influencia del volcán Tungurahua, en la provincia de Chimborazo los cantones Riobamba y Penipe y en la provincia de Tungurahua por lo cantones Ambato y Baños.

Se han encontrado un significativo número de agencias y operadoras de turismo, que en su mayoría (46,50%) se acentúan en la ciudad de Baños, de igual manera el servicio de alojamiento es el más representativo en el mismo cantón con el 38,32%; en lo que respecta en recreación y diversión la ciudad de Riobamba alcanza el 49,52% como máximo indicador en éste ámbito; en alimentos y bebidas la ciudad de Ambato llega al 43,78%, mientras que en transporte turístico se reparte el 50% Ambato y Riobamba respectivamente; en éste clúster el turismo comunitario es mínimo, ya que solo se ha logrado identificar un solo emprendimiento.

Por otro lado es significativa la evidencia de que en el cantón Penipe no se registre ningún tipo de servicio turístico, considerando que posee las características necesarias para desarrollarse dentro de la actividad turística, en el cuadro No. 20 y gráfico No. 8 se podrá observar las tendencias porcentuales de la oferta turística de éste clúster.

Cuadro No. 20 Servicios turísticos en el clúster 2.

Servicios	Provincias / Cantones								Total
	Chimborazo				Tungurahua				
	Riobamba		Penipe		Ambato		Baños		
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	
Agencias y Operadoras	36	36,30	-	-	17	17,20	46	46,50	99
Alojamiento	4.21	33,81	-	-	3.472	27,87	4.773	38,32	12.456
Recreación y diversión	2.59	49,52	-	-	1.972	37,70	668	12,77	5.230
Alimentos y Bebidas	8.32	37,38	-	-	9.752	43,78	4.196	18,83	22.275
Transporte Turístico	3	50,00	-	-	3	50,00	-	-	6
CTC/OTC	-		-		1	100,00	-	-	1

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

Es importante reflexionar sobre la inestabilidad que encierra esta zona turística por dos razones: 1) la operación y servicios turísticos se focaliza en el cantón Baños por ser un destino reconocido a nivel nacional e internacional, y, 2) la inseguridad para la inversión pública, privada y comunitaria en términos turísticos por la actividad del volcán, lo que ocasiona que los emprendedores duden al momento de invertir en micro-empresas que pueden llegar a quebrar económicamente por los problemas productivos que ocasiona las eventuales erupciones del volcán Tungurahua.

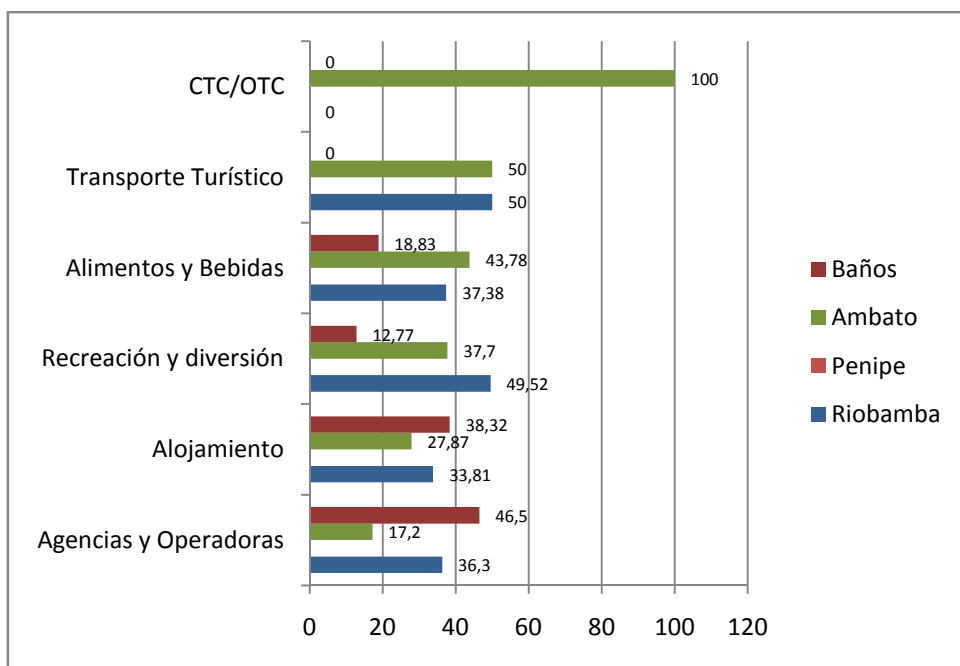


Gráfico No. 8 Servicios turísticos en el clúster 2.

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

3) Clúster 3

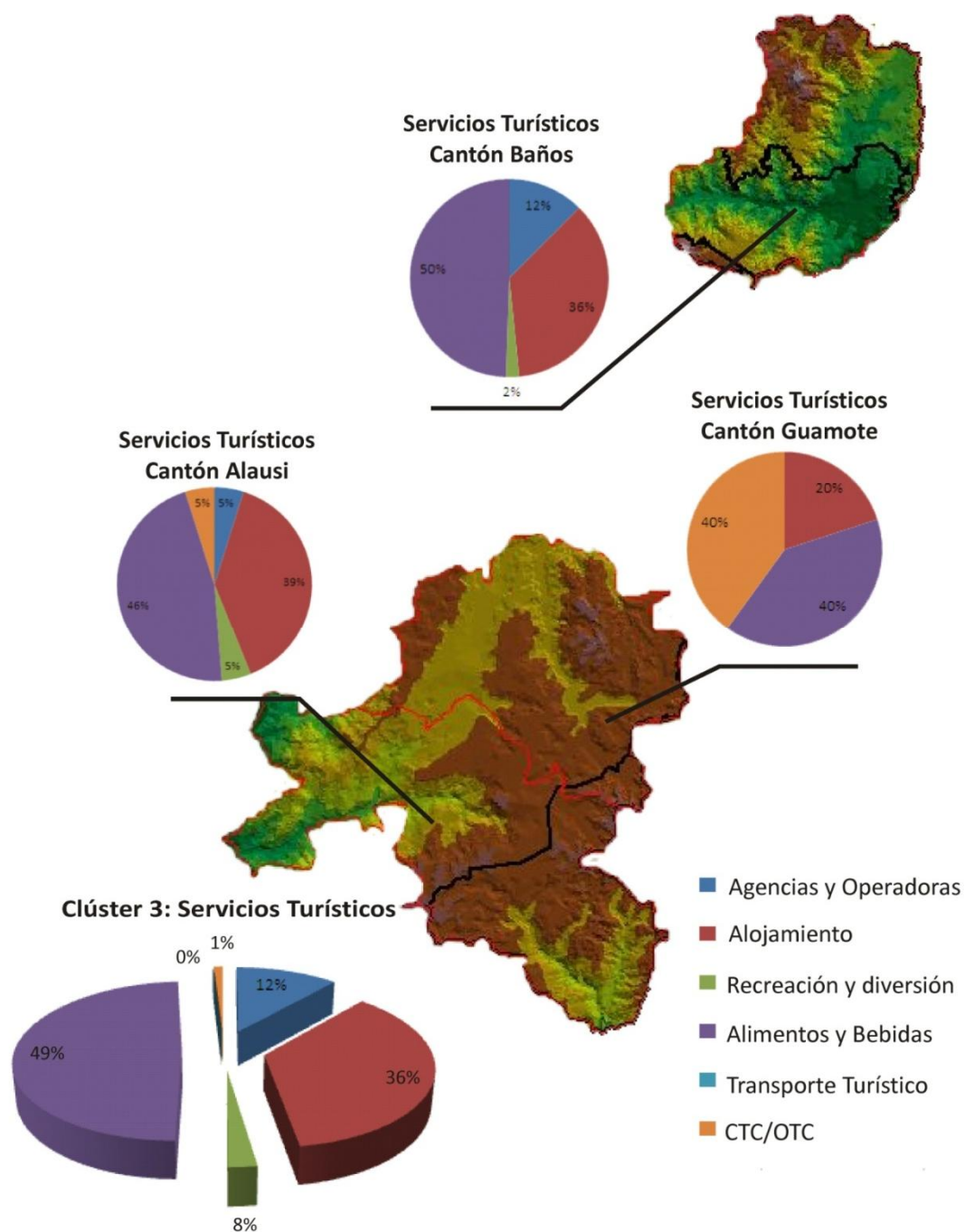


Gráfico No. 9 Mapa y servicios turísticos en el clúster 3.

Fuente: Investigación de campo, 2010

El clúster 3 bajo la zona de influencia del volcán Sangay que a pesar de no estar dentro de los límites de la Avenida de los Volcanes, pues se encuentra en la provincia de Morona Santiago, se ha considerado en el estudio por el ingreso al Parque Nacional Sangay, ya que

existe puntos de acceso desde la provincia del Chimborazo en los cantones Guamote y Alausí, y la provincia de Tungurahua por los cantones Baños y Patate.

En éste clúster existen 48 agencias y operadoras concentradas casi en su totalidad en la ciudad de Baños con el 93,88%; en alojamiento se han podido definir 5.673 plazas con el 84,14 % en la ciudad de Baños; existen 788 plazas para recreación y diversión, lo que representa en la ciudad de Baños el 84,87%; así como 4.944 plazas de alimentos y bebidas correspondiendo el 84,87% también en el cantón Baños; no existe ninguna cooperativa de transporte turístico registrado por parte del Ministerio de Turismo; en lo que se refiere a turismo comunitario existen 4 emprendimientos, de los cuales, 2 pertenecen a Guamote y Alausí que representan el 50% cada una.

Como en el caso del clúster No. 2 se centraliza la actividad turística en la ciudad de Baños y es muy limitada en la ciudad de Guamote, Alausí y Patate, indicadores que se puede observar en cuadro No 21 y gráfico No. 10 de acuerdo a la distribución de servicios en cada cantón.

Cuadro No. 21 Servicios turísticos en el clúster 3.

Servicios	Provincias / Cantones								Total
	Chimborazo				Tungurahua				
	Guamote		Alausí		Baños		Patate		
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	
Agencias y Operadoras	-	-	2	4,08	46	93,88	1	2,04	48
Alojamiento	52	0,92	519	9,15	4.773	84,14	329	5,80	5.673
Recreación y diversión	-	-	120	15,23	668	84,77			788
Alimentos y Bebidas	64	1,29	684	13,83	4.196	84,87			4.944
Transporte Turístico	-	-	-	-	-	-			-
CTC/OTC	2	50,00	2	50,00	-	-			4

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

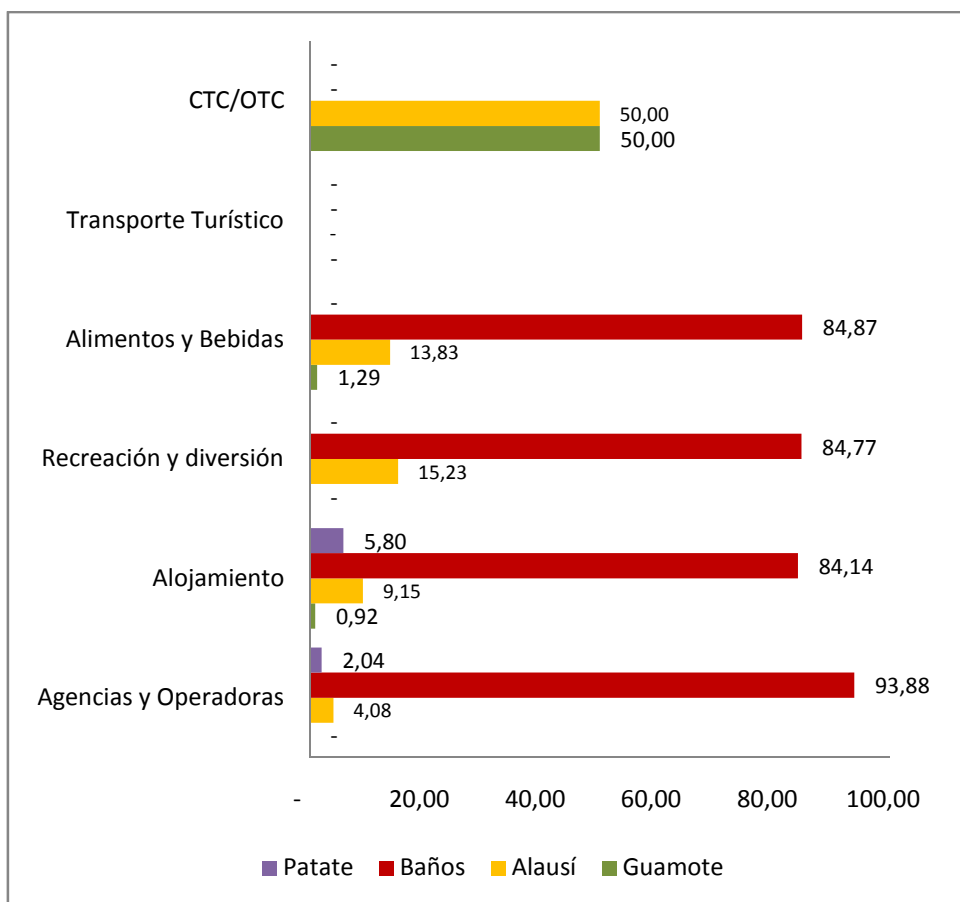


Gráfico No. 10 Servicios turísticos en el clúster 3.

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

4) Clúster 4

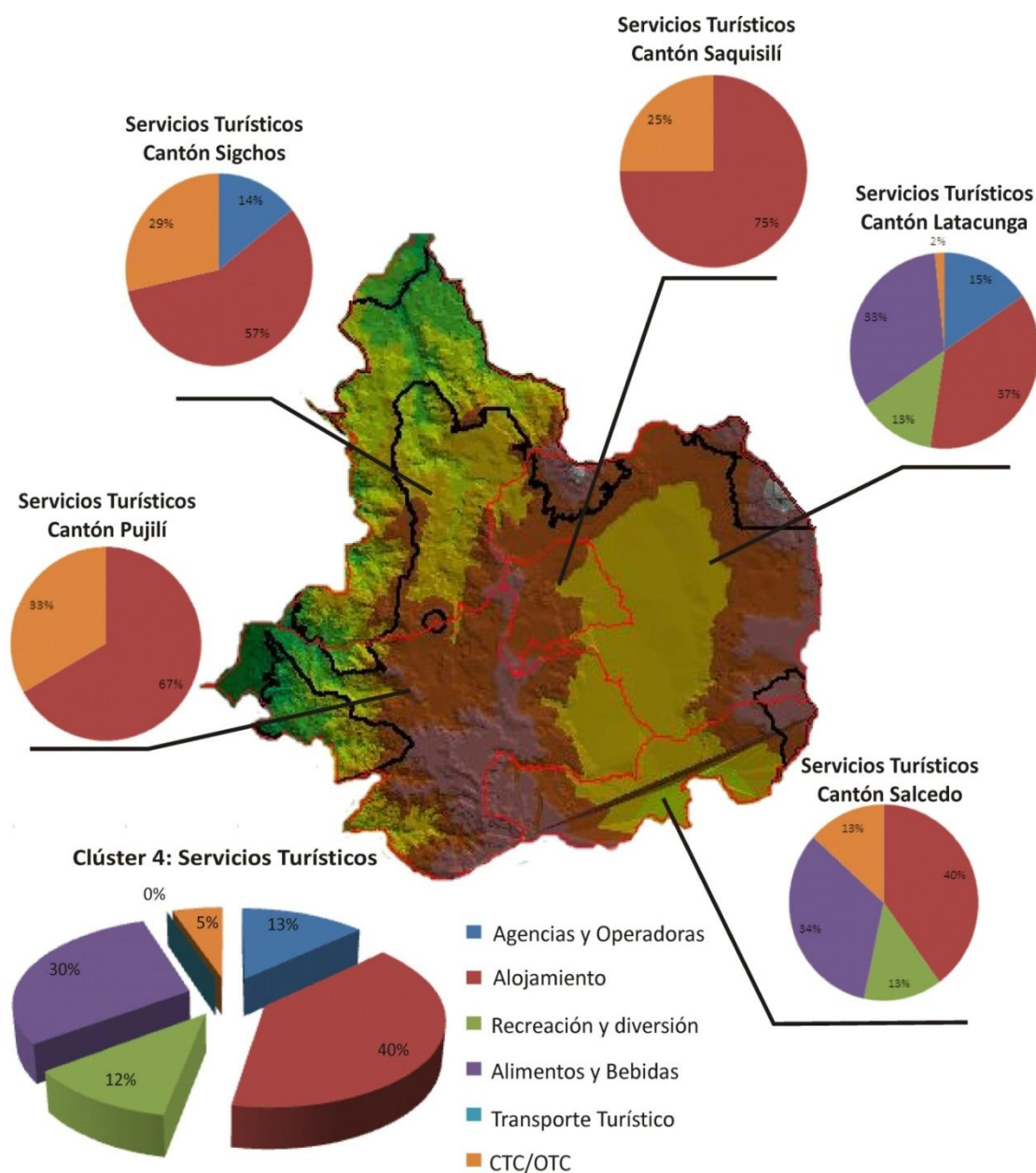


Gráfico No. 11 Mapa y servicios turísticos en el clúster 4.

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

Corresponde a la zona de influencia de los volcanes Cotopaxi y Quilotoa, específicamente en la provincia de Cotopaxi en los cantones Salcedo, Sigchos, Saquisilí, Pujilí y Latacunga; existen en este clúster 20 agencias y operadoras, 1246 plazas de alojamiento, 608 plazas para recreación y diversión y 1851 plazas para alimentos y bebidas, no existe transporte

turístico registrado por el MINTUR; de los 4 clúster es el que mayor cantidad de emprendimientos de turismo comunitario registra en un número de 8, los mayores porcentajes se centran en la ciudad de Latacunga, siendo mínima la presencia en los otros cantones, solamente la actividad de turismo comunitario se ha desarrollado de una forma medianamente concentrada de acuerdo a los establecimientos registrados, teniendo el 25% para Salcedo, Sigchos; 12,50% para Saquisilí y Pujilí, y el 25% para Latacunga.

Es importante observar que de los 4 clúster es el que menos cantidad de servicios tiene, evidenciando su tendencia hacia el turismo comunitario.

A continuación en el cuadro No. 22 y gráfico N. 12 se pueden observar los índices en éste clúster.

Cuadro No. 22 Servicios turísticos en el clúster 4.

Servicios	Provincia / Cantones										
	Cotopaxi										Total
	Salcedo		Sigchos		Saquisilí		Pujilí		Latacunga		
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	
Agencias y Operadoras	-	-	1	5,00	-	-	-	-	19	95,00	20
Alojamiento	82	6,58	107	8,59	34	2,73	62	5,00	961	77,13	1.246
Recreación y diversión	30	4,93	-	-	-	-	-	-	578	95,07	608
Alimentos y Bebidas	289	15,61	-	-	-	-	-	-	1.562	84,39	1.851
Transporte Turístico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CTC/OTC	2	25,00	2	25,00	1	12,50	1	12,50	2	25,00	8

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

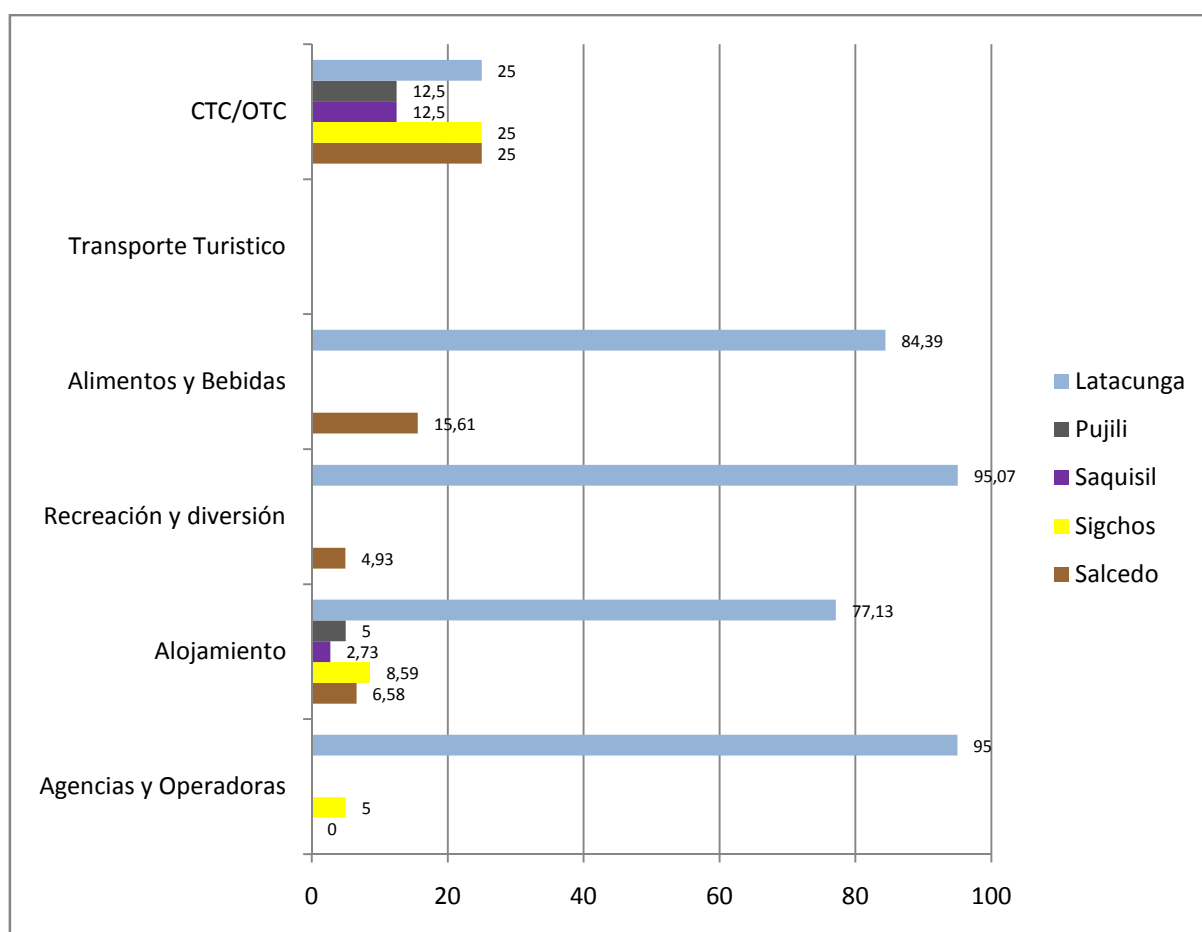


Gráfico No. 12 Servicios turísticos en el clúster 4.

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

b. Oferta futura por servicios

Se ha estimado la oferta futura, de acuerdo a la oferta obtenida de la sistematización de los catastros de servicios turísticos legalmente registrados en el Ministerio de Turismo.

Para la realización del cálculo se utilizó la ecuación lineal para oferta futura ($C_n = C_o (1+i)^n$), con un porcentaje de crecimiento anual de 8,34%, basado en el crecimiento de los servicios turísticos de la comparación de los catastros del 2000 al 2009.

Un dato que es importante considerar en la elaboración de este plan estratégico es la considerable cantidad de servicios turísticos que de una u otra manera no están registrados, sobre todo en el área de transporte, debido a que muchas cooperativas han asumido el rol de transporte turístico y están inscritas únicamente como transporte convencional, sin cumplir los requerimientos mínimos que son obligatorios para esta actividad.

Otro aspecto importante que se puede observar es la amplia diferencia de servicios turísticos que existe de un clúster a otro, así por ejemplo, el clúster 2: Tungurahua, Llanganates, en comparación al clúster 4: Cotopaxi.

Esta oferta futura se deslumbra con un crecimiento bastante grande para los servicios convencionales, sin embargo la oferta que surge de la iniciativa de las comunidades campesinas se avizora con un crecimiento muy lento, por lo que, el plan de desarrollo turístico de la Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro deberá dar especial atención a la promoción, difusión, estructuración y fortalecimiento de proyectos turísticos comunitarios, en función de que son los grupos de campesinos rurales los que abarcan la mayor cantidad de territorialidad de los atractivos.

Cuadro No. 23 Oferta futura de servicio de agencias y operadoras (número de establecimientos)

	Agencias y operadoras			
	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Clúster 4
Oferta actual	57	99	49	20
1 año	62	107	53	22
2 año	67	116	58	23
3 año	72	126	62	25
4 año	79	136	68	28
5 año	85	148	73	30
6 año	92	160	79	32
7 año	100	173	86	35
8 año	108	188	93	38
9 año	117	204	101	41
10 año	127	221	109	45

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

Cuadro No. 24 Oferta futura de servicio de alojamiento (número de plazas)

	Alojamiento			
	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Clúster 4
Oferta actual	9.294	12.456	5.673	1.246
1 año	10.069	13.495	6.146	1.350
2 año	10.909	14.620	6.659	1.462
3 año	11.819	15.840	7.214	1.584
4 año	12.804	17.161	7.816	1.717
5 año	13.872	18.592	8.468	1.860
6 año	15.029	20.142	9.174	2.015
7 año	16.283	21.822	9.939	2.183
8 año	17.641	23.642	10.768	2.365
9 año	19.112	25.614	11.666	2.562
10 año	20.706	27.750	12.639	2.776

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

Cuadro No. 25 Oferta futura de servicio de recreación y diversión (número de plazas)

	Recreación y diversión			
	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Clúster 4
Oferta actual	5.652	5.230	788	608
1 año	6.123	5.666	854	659
2 año	6.634	6.139	925	714
3 año	7.187	6.651	1.002	773
4 año	7.787	7.205	1.086	838
5 año	8.436	7.806	1.176	908
6 año	9.140	8.457	1.274	983
7 año	9.902	9.163	1.381	1.065
8 año	10.728	9.927	1.496	1.154
9 año	11.623	10.755	1.620	1.250
10 año	12.592	11.652	1.756	1.355

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

Cuadro No. 26 Oferta futura de servicio de alimentos y bebidas (número de plazas)

	Alimentos y bebidas			
	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Clúster 4
Oferta actual	20.040	22.275	4.944	1.851
1 año	21.711	24.133	5.356	2.005
2 año	23.522	26.145	5.803	2.173
3 año	25.484	28.326	6.287	2.354
4 año	27.609	30.688	6.811	2.550
5 año	29.912	33.248	7.379	2.763
6 año	32.406	36.021	7.995	2.993
7 año	35.109	39.025	8.662	3.243
8 año	38.037	42.279	9.384	3.513
9 año	41.209	45.805	10.167	3.806
10 año	44.646	49.626	11.015	4.124

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

Cuadro No. 27 Oferta futura de servicio de transporte turístico (número de establecimientos)

	Transporte turístico			
	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Clúster 4
Oferta actual	6	6	0	0
1 año	7	7	1	1
2 año	7	7	1	1
3 año	8	8	1	1
4 año	8	8	1	1
5 año	9	9	1	1
6 año	10	10	2	2
7 año	11	11	2	2
8 año	11	11	2	2
9 año	12	12	2	2
10 año	13	13	2	2

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

Cuadro No. 28 Oferta futura de servicio de CTC/OTC (número de establecimientos)

	CTC / OTC			
	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Clúster 4
Oferta actual	10	1	4	8
1 año	11	1	4	9
2 año	12	1	5	9
3 año	13	1	5	10
4 año	14	1	6	11
5 año	15	1	6	12
6 año	16	2	6	13
7 año	18	2	7	14
8 año	19	2	8	15
9 año	21	2	8	16
10 año	22	2	9	18

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

De acuerdo al Plan Estratégico de Desarrollo, se estima que en cada clúster hasta el décimo año de implementación, presentar suficiente abastecimiento de plazas en los establecimientos de prestadores de servicios turísticos, es decir, para el caso donde no existía servicios turísticos como el clúster 2, la oferta de servicios en centros de turismo comunitario ser representativa, registrada y legalizada; así en el clúster 3 y 4 se cuenta con al menos 2 servicios de transporte turístico; para el clúster 1 en los servicios de recreación y diversión se cuente con un total de plazas de 12.592 pax, lo que permitirá prestar un servicio de calidad y no cantidad en relación al número de establecimientos; no obstante en lo que respecta a servicios de alojamiento, el número de plazas en el clúster 4 de 2.776, así como en agencias y operadores en un número de 45, suplirá las necesidades de trabajar bajo normas de competitividad, generación nuevos espacios, diseño de nuevos circuitos y el trabajo mancomunado hará hincapié en el desarrollo de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, con servicios complementarios e innovadores únicos del destino.

c. Determinación del potencial turístico Andes Centro

1) Validación del Inventario de atractivos turísticos

Para efectos del presente estudio, se procede a validar el inventario de recursos naturales y culturales más relevantes de las provincias en estudio, tomando en cuenta los cantones que tienen injerencia directa dentro de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.

En lo concerniente a la actualización del inventario de atractivos turísticos tanto para los clúster 1, 2, 3 y 4, se han priorizado y categorizado 74 atractivos turísticos, de los cuales, se tiene:

Atractivos naturales: 34 (46%)

Atractivos culturales: 40 (54%)

Los mismos que se distribuyen en los tipos: volcanes, nevados y Áreas Protegidas que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, a manera de diagnóstico tanto en la parte de oferta de servicios y en especial de actividades que se generan como modalidades de turismo en la ruta misma, se han verificando los datos secundarios que dispone el Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Cotopaxi y Tungurahua, así como de los GAD's involucrados.

Tanto la actualización de atractivos ya inventariados por el MINTIUR, como la incorporación de otros atractivos identificados, se realizó en función a la información disponible y la recopilada en el campo. En este sentido, existieron varios retos pues la falta de información de los mismos provoca aún una deficiente realidad técnica de recopilación de información de los atractivos.

Es importante tomar en cuenta que los inventarios que dispone el Ministerio de Turismo, están desactualizados, lo que provoca una deficiente promoción y articulación de proyectos de inversión.

En el cuadro No. 29 se puede apreciar e identificar los atractivos turísticos que se han priorizado en función de importancia según la valoración y jerarquización alcanzada, lo que permite articular y avizorar dentro de los 4 clúster nuevas tendencias por modalidades de turismo.

Cuadro No. 29 Inventario de atractivos turísticos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes

No.	Nombre del atractivo	Provincia	Cantón	Categoría	Tipo	Subtipo	Difusión del atractivo	Valoración	Jerarquía
1	Camino del Inca*	Chimborazo	Alausí	Manifestaciones culturales	Históricas	Sitios arqueológicos	Nacional	51	III
2	Complejo Lacustre de Ozogoche*	Chimborazo	Alausí	Sitios naturales	Ambientes Lacustres	Laguna	Nacional	58	III
3	Nariz del Diablo*	Chimborazo	Alausí	Sitios naturales	Montañas	Cordillera	Internacional	67	III
4	Conchas petrificadas de Chicho Negro*	Chimborazo	Alausí	Sitios naturales	Restos prehistóricos	Fósiles petrificados	Nacional	49	II
5	Archibalística de Nuestra Señora de las Nieves	Chimborazo	Colta	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	Provincial	48	II
6	Iglesia Balbanera*	Chimborazo	Colta	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	Internacional	57	III
7	Laguna de Colta*	Chimborazo	Colta	Sitios naturales	Ambientes Lacustres	Laguna	Nacional	43	II
8	Iglesia Matriz*	Chimborazo	Chambo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	Local	25	I
9	Santuario de Catequilla	Chimborazo	Chambo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	Provincial	29	II
10	Aguas termales de Aguallanchi	Chimborazo	Chambo	Sitios naturales	Aguas subterráneas	Aguas termales	Provincial	36	II
11	Bosque Primario Leonán de Llucud*	Chimborazo	Chambo	Sitios naturales	Bosque	Páramo	Local	42	II
12	Los Cubillines*	Chimborazo	Chambo	Sitios naturales	Montañas	Alta Montaña	Nacional	50	II
13	Cerro Puñay*	Chimborazo	Chunchi	Sitios naturales	Montañas	Cordillera	Provincial	43	II
14	Feria de Guamote*	Chimborazo	Guamote	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferias y mercados	Internacional	69	III
15	Parque Nacional Sangay*	Chimborazo	Guamote	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Parque Nacional	Internacional	76	IV
16	Colina de Lluishi*	Chimborazo	Guano	Sitios Naturales	Montañas	Colina	Nacional	47	II
17	Reserva de Producción Faunística Chimborazo*	Chimborazo	Guano	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Reserva de Producción Faunística	Internacional	76	IV
18	Estación Urbina*	Chimborazo	Guano	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura civil	Nacional	50	II
19	Nevado el Altar	Chimborazo	Penipe	Sitios Naturales	Montañas	Glaciares	Internacional	63	III
20	Volcán Tungurahua*	Chimborazo	Penipe	Sitios Naturales	Montañas	Volcanes	Nacional	57	III
21	Aguas termales de Palictahua	Chimborazo	Penipe	Sitios Naturales	Aguas subterráneas	Aguas termales	Provincial	46	II
22	Iglesias de la ciudad de Riobamba*	Chimborazo	Riobamba	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	Provincial	50	II
23	Parques de la ciudad de	Chimborazo	Riobamba	Manifestaciones Culturales	Realizaciones	Parques	Provincial	50	II

No.	Nombre del atractivo	Provincia	Cantón	Categoría	Tipo	Subtipo	Difusión del atractivo	Valoración	Jerarquía
	Riobamba*				artísticas contemporáneas				
24	Edificaciones históricas de Riobamba*	Chimborazo	Riobamba	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura civil	Nacional	62	III
25	Museos*	Chimborazo	Riobamba	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museos	Nacional	60	III
26	Museo de la Llama	Chimborazo	Riobamba	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museos	Provincial	64	III
27	Centro Cultural Pucará Tambo	Chimborazo	Riobamba	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museos	Provincial	43	II
28	Laguna de Yambo	Cotopaxi	Salcedo	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Lagunas	Nacional	46	II
29	Laguna de Antejos	Cotopaxi	Salcedo	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Lagunas	Nacional	46	II
30	Centro histórico San Miguel de Salcedo	Cotopaxi	Salcedo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas históricas	Provincial		N/A
31	Laguna de Santo Domingo	Cotopaxi	Latacunga	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Lagunas	Nacional	50	II
32	Parque Nacional Cotopaxi*	Cotopaxi	Latacunga	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Parque Nacional	Internacional	77	IV
33	Volcán Cotopaxi*	Cotopaxi	Latacunga	Sitios Naturales	Montañas	Volcán	Internacional	93	IV
34	Centro histórico Latacunga*	Cotopaxi	Latacunga	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas históricas	Provincial		N/A
35	Área Nacional de Recreación El Boliche*	Cotopaxi	Latacunga	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Área Nacional de Recreación	Nacional	60	III
36	Estación de Tren El Boliche	Cotopaxi	Latacunga	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura civil	Nacional	43	II
37	Fiesta de la Mama Negra	Cotopaxi	Latacunga	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	Nacional	70	III
38	Fiesta del Niño de Isinche	Cotopaxi	Latacunga	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	Provincial	45	II
39	Cerro Putzuluhua*	Cotopaxi	Latacunga	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	Provincial	37	II
40	Laguna de Santodomingo	Cotopaxi	Latacunga	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Lagunas	Provincial	66	III
41	Reserva Ecológica Los Ilinizas*	Cotopaxi	Sigchos	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Reserva Ecológica	Nacional	72	III
42	Volcán los Ilinizas*	Cotopaxi	Sigchos	Sitios Naturales	Montañas	Volcanes	Internacional	65	III
43	Volcán Quilotoa*	Cotopaxi	Sigchos, Pujilí	Sitios Naturales	Montañas	Volcanes	Internacional	68	III
44	Artesanías de Pujilí	Cotopaxi	Pujilí	Manifestaciones Culturales	Etnografías	Artesanías	Provincial	28	II
45	Laguna de Quilotoa*	Cotopaxi	Sigchos	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Lagunas	Internacional	65	III
46	Río Toachi	Cotopaxi	Sigchos	Sitios Naturales	Ríos	Rápidos o raudales	Local	23	I
47	Iglesia Matriz de Pujilí*	Cotopaxi	Pujilí	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	Local	24	I

No.	Nombre del atractivo	Provincia	Cantón	Categoría	Tipo	Subtipo	Difusión del atractivo	Valoración	Jerarquía
48	Danzante de Pujilí	Cotopaxi	Pujilí	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas		Nacional	N/A
49	Feria Artesanal de Zumbahua	Cotopaxi	Pujilí	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferias y mercados	Local	Provincial	N/A
50	Iglesia y parque central de Pastocalle*	Cotopaxi	Pujilí	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	Local	21	I
51	Máscaras/Pinturas de Tigua*	Cotopaxi		Manifestaciones culturales	Etnografía	Artesanías/ Máscaras	Provincial		N/A
52	Santuario del Niño de Isinche	Cotopaxi		Manifestaciones Culturales	Históricas	Religiosos	Provincial	48	II
53	Mercado de artesanías de Saquisilí*	Cotopaxi	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferias y mercados	Provincial		N/A
54	Danzante de Saquisilí	Cotopaxi	Saquisilí	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Música y danza	Provincial		N/A
55	Laguna de Limpiopungo*	Pichincha	Mejía	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Lagunas	Nacional	61	III
56	Catedral de Ambato	Tungurahua	Ambato	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	Nacional	54	III
57	Fiesta de las Flores y de las frutas	Tungurahua	Ambato	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	Nacional	55	III
58	Parque La Familia	Tungurahua	Ambato	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas	Provincial	57	III
59	Parque La Matriz de Pilahuín	Tungurahua	Ambato	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas	Local	32	II
60	Baños termales de los Helenes	Tungurahua	Baños	Sitios Naturales	Aguas subterráneas	Aguas termales	Nacional	46	II
61	Cascada Cabellera de la Virgen*	Tungurahua	Baños	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	Nacional	65	III
62	Cascada Manto de la Virgen*	Tungurahua	Baños	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	Internacional	71	III
63	Mirador de la Virgen de Ventanas Runtún ⁵	Tungurahua	Baños	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Arquitectura vernácula	Nacional	53	III
64	Mirador Ojos del Volcán*	Tungurahua	Baños	Sitios Naturales	Etnografía	Arquitectura vernácula	Provincial	50	II
65	Santuario de Nuestra Señora de Baños de Agua Santa*	Tungurahua	Baños	Manifestaciones Culturales	Históricas	Religiosos	Nacional	59	III
66	Termas de la Virgen	Tungurahua	Baños	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas termales	Nacional	68	III
67	Fiesta de la Diabla	Tungurahua	Pillaro	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos	Fiestas	Provincial	28	II

⁵ *: MINTUR, 2010 Atractivos que fueron inventariados en el año 2004

No.	Nombre del atractivo	Provincia	Cantón	Categoría	Tipo	Subtipo	Difusión del atractivo	Valoración	Jerarquía
	Pillareña				programados				
68	Manufacturas de Jeans	Tungurahua	Pelileo	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Tejidos/Indumentaria	Nacional	48	II
69	Minas de Sal	Bolívar	Guaranda	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Minas de sal	Nacional	65	III
70	Museo del Indio Guaranga	Bolívar	Guaranda	Manifestaciones Culturales	Realizaciones artísticas y contemporáneas	Museos	Provincial	35	II
71	Carnaval de Guaranda	Bolívar	Guaranda	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	Nacional		N/A
72	Iglesias de la ciudad de Guaranda*	Bolívar	Guaranda	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	Provincial	48	II
73	Parques de la ciudad de Guaranda*	Bolívar	Guaranda	Manifestaciones Culturales	Realizaciones artísticas contemporáneas	Parques	Provincial	44	II
74	Edificaciones históricas de Guaranda*	Bolívar	Guaranda	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura civil	Nacional	58	III

Fuente: Ministerio de Turismo; Actualización 2010.

Para efectos de complementariedad al estudio, al tratarse de integracionalidad de la Ruta Turística, se ha considerado añadir dentro del inventario de atractivos turísticos a los cantones Chambo, Chunchi, Pelileo, Mejía y Píllaro, ya que cuentan con recursos turísticos que permitirían configurar y fortalecer recorridos turísticos dentro de los clústers establecidos.

De acuerdo a la información presentada en el cuadro anterior, se desprende que:

- a) Para el clúster 1, conformado por los cantones: Riobamba, Guano, Colta, Alausí, Guaranda y Ambato, se determinó que existen 7 atractivos naturales, de los cuales, el 42,86% (3) corresponde a atractivos con categoría II, el 42,86% (3) de categoría III y el 14,29% (1) corresponde a atractivos de jerarquía IV; 4 atractivos culturales, representados por el 47,37% (9) de atractivos con jerarquía II, 47,37% (9) atractivos con jerarquía III y el 5,26% (1) corresponden a aquellos que no cuentan con jerarquía definida..
- b) Para el clúster 2, conformado por los cantones: Riobamba, Penipe, Ambato y Baños, además de los cantones Chambo, Píllaro y Pelileo, se determinó que existen 11 atractivos naturales, de los cuales, el 54,55% (6) corresponde a atractivos con categoría II y 45,45% (5) de categoría III; 16 atractivos culturales, representados por el 6,25% (1) de atractivos con jerarquía I, el 43,75% (7) atractivos con jerarquía II y 50% (8) corresponden a categoría III.
- c) Para el clúster 3, conformado por los cantones: Guamote, Alausí y Baños, incluido el cantón Chunchi se determinó que existen 10 atractivos naturales, de los cuales, el 40% (4) corresponde a atractivos con categoría II, 50% (5) de categoría III y 10% (1) de categoría IV; 4 atractivos culturales, representados por el 100% de atractivos con jerarquía III.
- d) Para el clúster 4, conformado por los cantones Salcedo, Sigchos, Saquisilí, Pujilí y Latacunga, además del cantón Mejía, se determinó que existen 4 atractivos naturales, de los cuales, el 7,14% (1) corresponde a atractivos con categoría I, el 28,57% (4) de categoría II, 50% (7) de categoría III y 14,29% (2) de categoría IV; 12 manifestaciones culturales, representados por el 16,67% (2) de atractivos con jerarquía I, 25% (3) atractivos con jerarquía II, 8,33% (1) corresponden a categoría III y 50% (6) que por su naturaleza no son sujetos a jerarquización.

2) Análisis coyuntural sobre el uso actual de los atractivos turísticos.

Configurar un destino turístico, no solamente requiere la determinación del atractivo central, sino el análisis y puntualización de otros elementos e insumos que forman parte de éste contexto, se puede considerar como subrecursos o atractivos secundarios cuya importancia sumados unos a otros es vital para dar forma a los diferentes productos; éstos insumos involucran a los recursos naturales y culturales, que si bien es cierto tienen explícitamente descritos en los inventarios turísticos, también es cierto que permanentemente son sujeto de deterioro por el mal uso o por causas naturales.

En lo que se refiere a los recursos naturales el abuso de su utilización a través del avance de la frontera agrícola, los mono cultivos y sobre pastoreo, y, la sobre explotación de los recursos forestales han acelerado los proceso de extinción de flora y fauna, así como la alteración de las cuencas hidrográficas, sumándose a esto el bajo presupuesto que maneja el Ministerio del Ambiente para desarrollar sus competencias, lo que da lugar a un insuficiente control y vigilancia de las Áreas Protegidas.

Por otro lado la pérdida y erosión permanente de los recursos culturales tangibles provocados por el desconocimiento, la despreocupación de su mantenimiento y otros factores de orden social que aceleran la desvalorización de la identidad al perderse los íconos representativos de la cultura.

Estos dos problemas afectan gravemente la intencionalidad de utilizarlos como recursos turísticos por lo que es importante que se consideren como elementos de alta prioridad para su recuperación, mantenimiento y sostenibilidad.

3) Análisis coyuntural del potencial turístico de la Avenida de los Volcanes.

La Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro está conformada por 74 atractivos turísticos, de los cuales, el 46% corresponde a atractivos naturales y el 54% pertenece a manifestaciones culturales.

Para el caso del clúster 1, por el tipo de categoría se obtuvo que el 27% corresponde a sitios naturales y el 73% representa a manifestaciones culturales, de los cuales, el 8% corresponde a acontecimientos programados, el 4% de aguas subterráneas, el 8% corresponde a ambientes lacustres, históricas 46%, montañas 8%, realizaciones artísticas y contemporáneas 12%, realizaciones técnicas y científicas 8%, restos prehistóricos 4%, sistema de Áreas Protegidas 4%.

Para el caso del clúster 2, según la categoría se obtuvo que el 40% corresponde a sitios naturales y el 60% representa las manifestaciones culturales, de los cuales, el 5% corresponde a acontecimientos programados, el 15% de aguas subterráneas, etnografía 10%, histórica 35%, montañas 10%, realizaciones artísticas 5%, realizaciones técnicas y científicas 10%, ríos 10%.

Dentro del clúster 3, según la categoría se obtuvo que el 63% corresponde a sitios naturales y el 38% son manifestaciones culturales, de los cuales, el 16% corresponde a aguas subterráneas, el 5% de ambientes lacustres, bosques, Áreas Protegidas y restos prehistóricos, el 16% montañas, 11% ríos, el 16% etnografía y 21% corresponde a históricas.

En el clúster 4, los atractivos naturales y culturales inventariados corresponden el 50% a cada una, de los cuales, el 11% corresponde a acontecimientos programados, el 21% corresponde a ambientes lacustres, etnografía 18%, históricas 21%, montañas 14%, ríos 4%, sistema de Áreas Protegidas 11%.

d. Caracterización de los Productos Turísticos

De acuerdo al Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador hacia el año 2020, se identifican 11 líneas de productos⁶:

Cuadro No. 30 Líneas de productos turísticos nacionales

Productos	Variantes	Productos	Variantes
Circuitos generales	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parques Nacionales Reservas y bosques privados Ríos, lagos, lagunas y cascadas Observación de flora y fauna
Sol y playa	Sol y playa		
Turismo comunitario	Turismo comunitario		
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales Mercados y artesanías Gastronomía Shamanismo Fiestas populares Turismo religioso Turismo urbano Turismo arqueológico CAVE, científico, académico, voluntario y educativo Haciendas históricas	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres Deportes fluviales Deportes aéreos Deportes acuáticos
		Turismo de salud	Termalismo Medicina ancestral SPA's
		Agroturismo	Haciendas, fincas y plantaciones
		Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
		Turismo de cruceros	Cruceros
Parques temáticos	Parques temáticos		

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

Con respecto a los productos específicos para la Región Sierra Centro el Plan Integral de Marketing Turístico señala los siguientes:

⁶ PLANDETUR 2020. Líneas de productos y variedades de productos Específicos del Ecuador.

Cuadro No. 31 Productos Turísticos para la región Sierra Centro

Destinos Turísticos Regionales – DTR	Línea de Producto	Destinos específicos
Sierra Centro	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Parque Nacional Sangay
		Parque Nacional Cotopaxi
		Reserva Ecológica Antisana
		Reserva de Producción Faunística Chimborazo
	Deportes y aventura	Baños
		Turismo de salud
		Laguna de Quilotoa
		La Avenida de los Volcanes
	Turismo cultural	Riobamba
	Agroturismo	Ruta de las Flores
	Turismo Comunitario	Pastocalle
		Salinas de Tomabela - Bolívar
		Casa Cóndor
Guarguallá		

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

El estudio del PLANDETUR 2020 y el PIMTE 2010-2014 muestra productos y líneas generales que potencialmente se considera como la vocación turística de cada área, estos insumos y recursos implícitos dentro de los productos y sus variantes deberán a través del Plan de Desarrollo Turístico de la Avenida de los Volcanes en la Región Central articularse para constituir productos consolidados y vendibles, ya que no se puede hablar en éste momento de reales productos turísticos consolidados, siendo la orientación del Ministerio de Turismo a través del PLANDETUR y PIMTE el plantear actividades que reflejen la vocación de cada área geográfica y establecer lineamientos generales que son una importante guía para la construcción de las redes de comercialización para los productos turísticos.

Cabe recalcar que los Destinos Avenida de los Volcanes y Riobamba están catalogados como “Principales Destinos” por el PIMTE 2010 - 2014.

Además del producto estrella Avenida de los Volcanes se han proyectado otros productos importantes como son: Ruta del Qhapaq Ñan, Ruta del Libertador y la Ruta del Tren de la Mitad del Mundo que se circunscriben en la misma área territorial y que dentro del análisis se puede incluir a la mayoría de recursos y atractivos del destino en estudio, sin embargo cada uno de ellos tiene una vocación diferente que conlleva un grupo de turismo

especializado, así la Ruta Avenida de los Volcanes está diseñada para el turismo de aventura, deportes extremos, trekking, y otras actividades que implican un perfil de turista definido, sin embargo, no se puede excluir de éste destino la importancia y valor que como insumos tienen los atractivos culturales que forman parte integral de la esencia misma de las grandes montañas.

La organización y la planificación del Destino Turístico de la Ruta de los Volcanes como se anotó líneas arriba, no puede estar en un contexto separado de los otros 3 destinos, por lo que es importante en la consolidación de la cadena de valor establecer las diferencias y coincidencias que presentan cada una de ellas para potencializar y optimizar los recursos económicos y el talento humano, pudiendo llegar inclusive a largo plazo a fusionarse en un solo producto; a continuación se muestra y describe las actividades y facilidades turísticas que se desarrollan actualmente en cada ruta turística adscrita a la Avenida de los Volcanes.

Cuadro No. 32 Facilidades y actividades turísticas en las rutas turísticas

RUTA TURÍSTICA	FACILIDADES TURÍSTICAS				ACTIVIDADES PRINCIPALES
	Infraestructura básica	Señalización	Acceso	Servicios básicos	
Avenida de los Volcanes	X	X	X	X	Trekking Montañismo especializado Ciclismo Turismo de convivencia Escalada deportiva Camping Birdwatching Observación de la vida silvestre Turismo escénico
Qhapaq Ñan		X			Trekking Turismo científico Camping Visita a centros ceremoniales Visita a centros culturales Turismo comunitario Convivencia cultural Turismo escénico
Tren de la mitad del Mundo	X	X	X	X	Recorrido en tren Visita a centros de Turismo comunitario Turismo gastronómico Turismo artesanal Turismo escénico Turismo de convenciones Visita a museos
Libertador	X	X	X		Visita a museos Turismo gastronómico City tours Visita a mercados y ferias Agroturismo Turismo comunitario

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010.

Es importante indicar que el Ministerio de Turismo está desarrollando la Ruta de las Flores, la misma que se encuentra en un nivel incipiente, pero podría tener un gran desarrollo basado en uno de los principales productos de exportación que son las flores, pues tiene directa vinculación con el desarrollo socio económico de muchas poblaciones y organizaciones en la Región Central del país.

1) Caracterización de las rutas estrellas en la Región Sierra Centro

El Ecuador se caracteriza por ser un país de gran potencial turístico, por lo que, el Gobierno Central ha declarado la necesidad de desarrollar, articular y fomentar la actividad turística como política de Estado, contribuyendo al Plan Nacional del Buen Vivir en cada uno de los objetivos planteados y descritos en dicho plan.

La Región Sierra Centro, está definida por las Rutas Turísticas: Avenida de los Volcanes, Qhapaq Ñan, Tren de la Mitad del Mundo, Flores y Libertador, las cuales tienen características diferentes y definidas que hacen única la actividad turística, ya que existe una importante concentración de atractivos de carácter natural y manifestaciones culturales que han mantenido la identidad ancestral de las poblaciones, pues la articulación del paisaje natural con el entorno cultural facilita el fomento al desarrollo del turismo sostenible.

La Ruta Turística del Qhapaq Ñan está presente en las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Bolívar, teniendo el mejor tramo conservado en la provincia de Chimborazo que inicia en los cantones Alausi y Chunchi; atractivos como las lagunas de Ozogoche y Culebrillas arraigado con la cosmovisión andina de los pueblos ancestrales en las edificaciones como el mítico cerro Puñay, hacen presencia única a nivel nacional e internacional para la actividad turística cultural.

El tren de la mitad del mundo que recorre todo el callejón andino, está matizado con el desarrollo que sufrieron los pueblos en su momento, sin embargo, el recorrido en el ferrocarril turístico se desarrollo por varios tramos aún conservados como Latacunga – El Boliche, Riobamba – Palmira y Aluasí – Sibambe; lugares donde están teniendo un repunte de la actividad turística por la integralidad de atractivos naturales y culturales.

La provincia de Cotopaxi se caracteriza por ser punto emisor de flores hacia el mercado internacional, lo que ha llamado la atención de generar un espacio para las visitas a estos centros floricultores; la ruta turística de las Flores que permitirá la generación de nuevos emprendimientos comunitarios en la medida de participación de las poblaciones que actualmente se están involucrando en esta actividad.

El ámbito cultural con la riqueza histórica de cada pueblo genera nuevos emprendimientos articulados con la ruta del Libertador; inicia en la provincia de Bolívar pasando por Chimborazo, Tungurahua finalizando en Cotopaxi, donde la principal actividad está ligada a la visita de los lugares donde el libertador Simón Bolívar realizaba sus estrategias de batalla.

2) Análisis y evaluación de las rutas estrellas en la Región Sierra Centro

Las rutas antes descritas al ser complementarias con la Avenida de los Volcanes, desarrollan diferentes actividades como: montañismo, trekking, rafting, paisajismo, convivencia cultural, recorridos en tren, gastronomía, visita a centros floricultores, visita a centros culturales, city tours, recorrido por los cascos coloniales, manifestaciones artísticas y culturales en la que se destacan la música, danza y los instrumentos; así también generan nuevos espacios de articulación con las modalidades de turismo, lo que permite fusionar nuevas tendencias de turismo según las necesidades de recreación y ocio del turista.

El desarrollo de actividades ocasionan impactos sean estos positivos o negativos para cuya evaluación se tomó en cuenta los siguientes criterios:

- Naturaleza
- Magnitud
- Importancia
- Tipo
- Reversibilidad
- Duración

Los parámetros para la evaluación de los impactos en las rutas turísticas de la Región fueron:

- a. **Naturaleza.** Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-)
- b. **Magnitud.** La magnitud se determina a través de tres rangos:

Cuadro No. 33. Ponderación para el criterio magnitud

Valoración	Característica	Descripción
1	Baja intensidad	Cuando la ruta es desarrollada en menor escala
2	Moderada intensidad	Cuando la ruta es desarrollada en mediana escala
3	Alta intensidad	Cuando la ruta es desarrollada en gran escala

Fuente: PEREZ, L. 2.000, Adaptación propia

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

Cuadro No. 34. Ponderación para el criterio importancia

Valoración	Característica	Descripción
0	Sin importancia	De acuerdo a la actividad que se está desarrollando en la ruta turística, de acuerdo a la variedades de productos y los sectores productivos, social y territorial - ambiental
1	Menor importancia	
2	Moderada importancia	
3	Importante importancia	

Fuente: PEREZ, L. 2.000, Adaptación propia

d. Tipo. Se define a través de:

Cuadro No. 35. Ponderación para el criterio tipo

Valoración	Característica	Descripción
Pr	Primario	Si el impacto es consecuencia directa de la actividad turística.
Sc	Secundario	Si el impacto es consecuencia indirecta de la actividad turística.
Ac	Acumulativo	Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

Fuente: PEREZ, L. 2.000, Adaptación propia

e. Reversibilidad. Puede ser de dos tipos:

Cuadro No. 36. Ponderación para el criterio reversibilidad

Valoración	Característica	Descripción
1	Reversible	Si el impacto turístico es de carácter sostenible
2	Irreversible	Si el impacto no es de carácter sostenible

Fuente: PEREZ, L. 2.000, Adaptación propia

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

Cuadro No. 37. Ponderación para el criterio duración

Valoración	Característica	Descripción
1	A corto plazo	Si el impacto turístico se a logrado en menos de 1 año
2	A mediano plazo	Si el impacto turístico se ha logrado entre de 1 a 10 años.
3	A largo plazo	Si el impacto turístico se ha logrado en más de 10 años

Fuente: PEREZ, L. 2.000, Adaptación propia

De igual manera los sectores y/o actividades que fueron sustento de análisis, se caracterizaron en 3 parámetros: productivo, social y territorial – ambiental.

Cuadro No. 38 Parámetros de análisis según actividad en los sectores

SECTOR	PARÁMETROS DESARROLLADOS
PRODUCTIVO	1. Capacitación
	2. Asistencia técnica
	3. Adecuación de instalaciones
	4. Diseño y estructuración de productos
	5. Dirección y administración
	6. Accesibilidad – vialidad
	7. Infraestructura turística básica
	8. Facilidades turísticas
	9. Canales de comercialización
	10. Calidad de producto
	11. Tamaño mercado
	12. Valor agregado al producto
	13. Acceso a financiamiento
	14. Tecnificación de productos
	15. Redes de comercialización de productos
	16. Generación de Mipymes
	17. Inversión pública
	SOCIAL
2. Asistencia técnica	
3. Acceso a internet	
4. Servicios básicos	
5. Pobreza	
6. Educación	
7. Salud	
8. Seguridad turística	
9. Asociatividad	
10. Apoyo de Gobierno	
11. Apoyo privado	
12. Propiedad territorial	
13. Empleo local	
14. Plan de seguridad turística	
15. Proyectos de interculturalidad	
16. Programas y proyectos inclusivos para personas con discapacidades	
TERRITORIAL AMBIENTAL	1. Protección y conservación del territorio
	2. Uso adecuado del territorio
	3. Zonificación del área (uso público y especial)
	4. Conservación del Agua
	5. Manejo de la basura
	6. Delimitación capacidad de carga
	7. Sistema de senderización
	8. Dirección y administración
	9. Plan y manejo de paramos
	10. Plan y manejo de cuencas hídricas
	11. Sistema de control forestal
	12. Utilización de energías alternativas

b) Evaluación de las rutas turísticas

En base a los indicadores y parámetros de calificación de impacto en el desarrollo turístico según el alcance territorial en ejecución de proyectos de inversión, se procedió a realizar y configurar una matriz de calificación de evaluación de las rutas turísticas en base a la matriz para la evaluación de impactos de Lázaro Lagos, en la que se estableció las variedades de productos turísticos definidas en el PLANDETUR 2020 y los sectores productivo, social y territorial – ambiental.

Así mismo, se ha definido un rango de calificación de acuerdo a estimaciones numéricas en máximas y mínimas con valores comprendidos entre 100 puntos, teniendo:

Cuadro No. 39. Ponderación para el criterio rango numérico de valoración de impacto

Puntuación	Rango
0 - 100	Bajo
101 - 200	Medio
201 - más	Alto

Como resultados de la aplicación de la matriz de cuantificación de impactos turísticos, se determinó que existen mayor cantidad de impactos en las rutas de la Región Sierra Centro, comprendidos entre positivos (3217) en relación a los impactos negativos (-45).

El cuadro No. 40 y gráfico No. 13, indican la puntuación alcanzada en cada ruta turística, de las cuales, la Avenida de los Volcanes genera un mayor impacto de desarrollo turístico por ejecución de proyectos de inversión con 1405 puntos determinada como impacto alto con el 43,07%, Qhapaq Ñan con 787 puntos y rango medio, correspondiente al 24,13%, Ruta del Tren 418 con rango medio significando un 12,81%, Ruta de las Flores 404 correspondiente a rango medio y porcentualmente en 12,39, y la Ruta del Libertador 248 representando un rango bajo con el 7,60%.

Cuadro No. 40 Nivel de impacto de las rutas turísticas en la Región Sierra Centro

RUTAS TURISTICAS REGION SIERRA CENTRO		
Rutas Turísticas	Puntuación	Rango
1. Avenida de los Volcanes	1405	Alto
2. Qhapaq Ñan	787	Medio
3. Ruta del Tren	418	Medio
4. Ruta de las Flores	404	Medio
5. Ruta del Libertador	248	Bajo

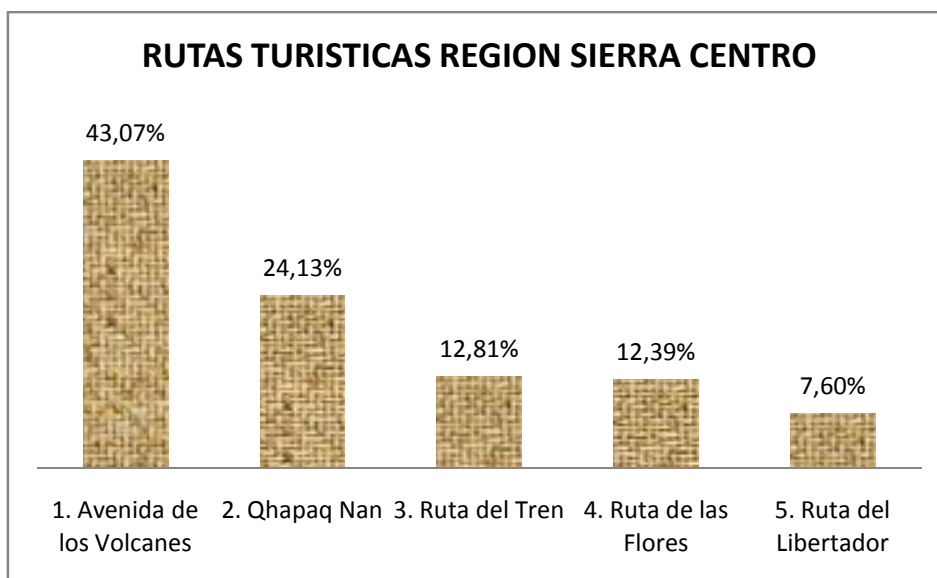


Gráfico No. 13 Nivel de impacto de las rutas turísticas en la Región Sierra Centro

1) Ruta Turística Avenida de los Volcanes

Dentro de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, se puede observar que en base a las líneas de productos y el desarrollo por impacto de proyectos de inversión, el turismo cultural alcanza el 23,13% de desarrollo, ecoturismo y turismo de naturaleza con el 27,62%, turismo de salud con el 18,51%, deportes y aventura 11,46%, siendo los más representativos dentro de las variedades de productos, esto implica que las actividades dentro de lo productivo, social y territorial - ambiental se ha generado de manera articulada teniendo en consideración los criterios de calificación en las fases pre-operativas y operativas.

Cuadro No. 41 Nivel de impacto de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes

RUTA TURISTICA: AVENIDA DE LOS VOLCANES		
Líneas de productos	Puntuación	Rango
1. Ecoturismo y turismo de naturaleza	388	Alto
2. Turismo de deportes y aventura	161	Medio
3. Turismo de salud	260	Alto
4. Agroturismo	126	Medio
5. Turismo de convenciones y congresos	25	Bajo
6. Turismo comunitario	100	Bajo
7. Turismo cultural	325	Alto
8. Parques temáticos	20	Bajo

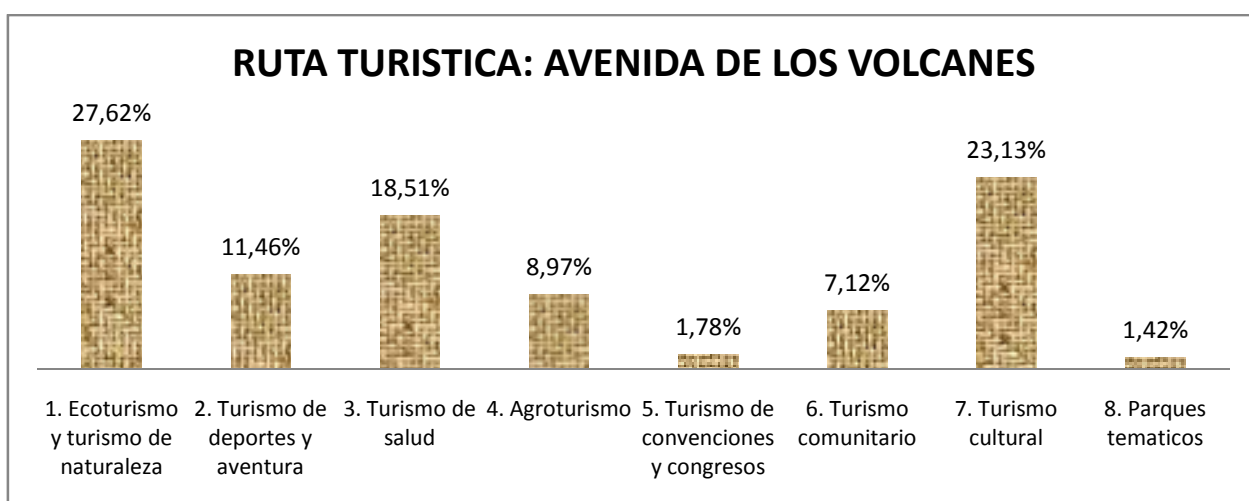


Gráfico No. 14 Nivel de impacto de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes

2) Ruta Turística Qhapaq Ñan

En lo que respecta a la ruta turística del Qhapaq Ñan, el cuadro No. 42 y gráfico No. 15 muestran el crecimiento, fortalecimiento y desarrollo de la ruta, donde se visualiza que el turismo cultural representa el 33,04% de desarrollo, el ecoturismo y el turismo de naturaleza con el 37,36%, turismo comunitario 11,44%; productos que se impulsan debido a la articulación de acciones coordinadas con los actores del territorio, emprendiendo y fortaleciendo iniciativas de carácter cultural y natural.

Cuadro No. 42 Nivel de impacto de la Ruta Turística Qhapaq Ñan

RUTA TURISTICA: QHAPAQ NAN		
Líneas de productos	Puntuación	Rango
1. Ecoturismo y turismo de naturaleza	294	Alto
2. Turismo de deportes y aventura	63	Bajo
3. Turismo de salud	52	Bajo
4. Agroturismo	0	Bajo
5. Turismo de convenciones y congresos	8	Bajo
6. Turismo comunitario	90	Bajo
7. Turismo cultural	260	Alto
8. Parques temáticos	20	Bajo

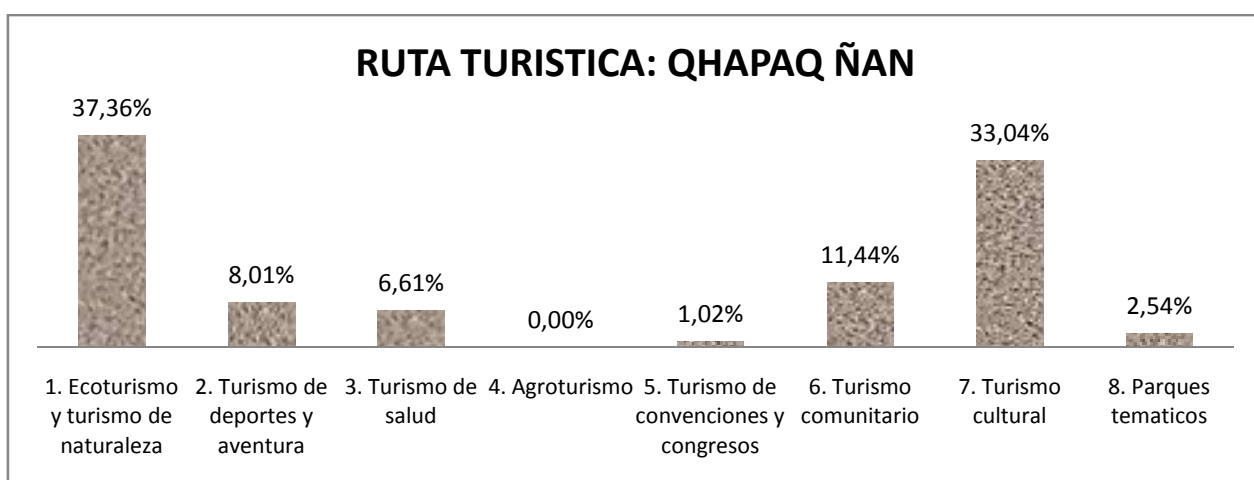


Gráfico No. 15 Nivel de impacto de la Ruta Turística Qhapaq Ñan

3) Ruta Turística del Tren de la Mitad del Mundo

El gráfico No. 16, presenta el desarrollo de la ruta turística del Tren de la Mitad del Mundo a través de la generación de nuevas experiencias de turismo sostenible para el fortalecimiento de los productos turísticos que ofrece la región, ya que son acciones articuladas donde el turista tiene mayores opciones para realizar turismo de naturaleza en una ruta cultural y patrimonial, productos como el turismo cultural que se desarrollado en el 30,14%, el turismo comunitario en el 27,51%, ecoturismo y turismo de naturaleza en el 22,49% a la par que el servicio ferroviario se reintroduce como gran potencial del producto turístico en los cantones, parroquias y comunidades por donde cruza la línea férrea del tren, teniendo baja incidencia en los productos de turismo de salud y agroturismo.

Cuadro No. 43 Nivel de impacto de la Ruta Tren de la Mitad del Mundo

RUTA TURISTICA: RUTA DEL TREN		
Líneas de productos	Puntuación	Rango
1. Ecoturismo y turismo de naturaleza	94	Bajo
2. Turismo de deportes y aventura	24	Bajo
3. Turismo de salud	0	Bajo
4. Agroturismo	0	Bajo
5. Turismo de convenciones y congresos	50	Bajo
6. Turismo comunitario	115	Medio
7. Turismo cultural	126	Medio
8. Parques temáticos	9	Bajo

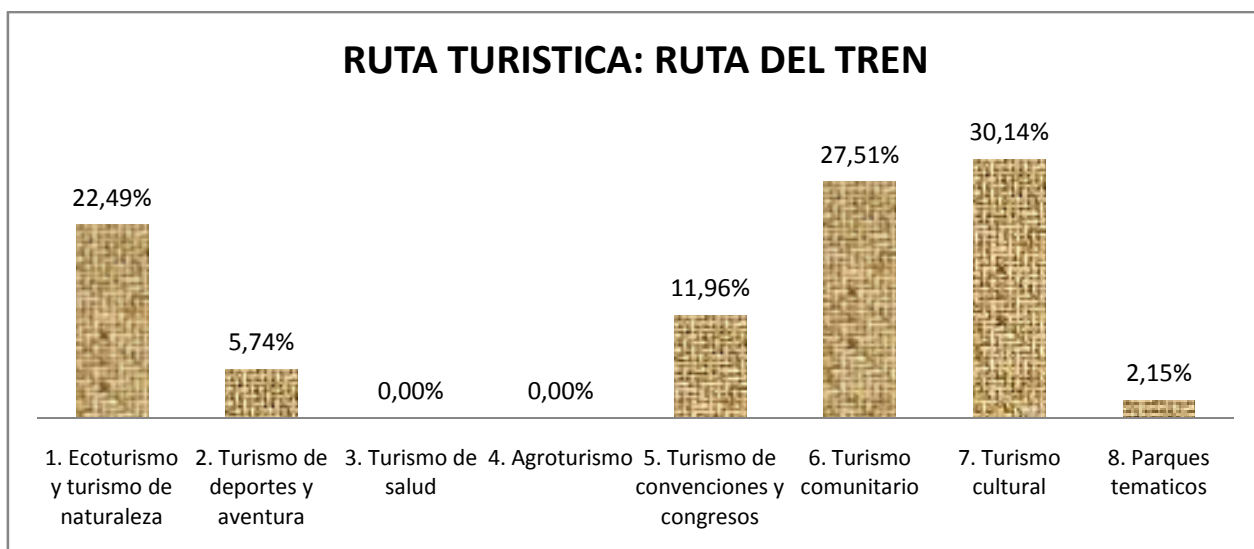


Gráfico No. 16 Nivel de impacto de la Ruta Tren de la Mitad del Mundo

4) Ruta Turística del Libertador

Para la ruta turística del Libertador, de acuerdo al gráfico No 17, las acciones se han visto reflejadas en un impacto de desarrollo turístico en la modalidad de turismo cultural en el 39,52%, ya que está arraigada al turismo local, no obstante las instituciones afines al turismo no han desarrollado una verdadera política de inversión pública, privada y comunitaria para involucrar y articular acciones que fomenten el turismo comunitario, pues se considera un crecimiento del 14,52%, siendo necesario hacer hincapié en articular acciones de integración con las rutas que le acompañan “territorialmente”.

Cuadro No. 44 Nivel de impacto de la Ruta del Libertador

RUTA TURISTICA: RUTA DEL LIBERTADOR		
Líneas de productos	Puntuación	Rango
1. Ecoturismo y turismo de naturaleza	20	Bajo
2. Turismo de deportes y aventura	30	Bajo
3. Turismo de salud	0	Bajo
4. Agroturismo	0	Bajo
5. Turismo de convenciones y congresos	40	Bajo
6. Turismo comunitario	36	Bajo
7. Turismo cultural	98	Bajo
8. Parques temáticos	24	Bajo

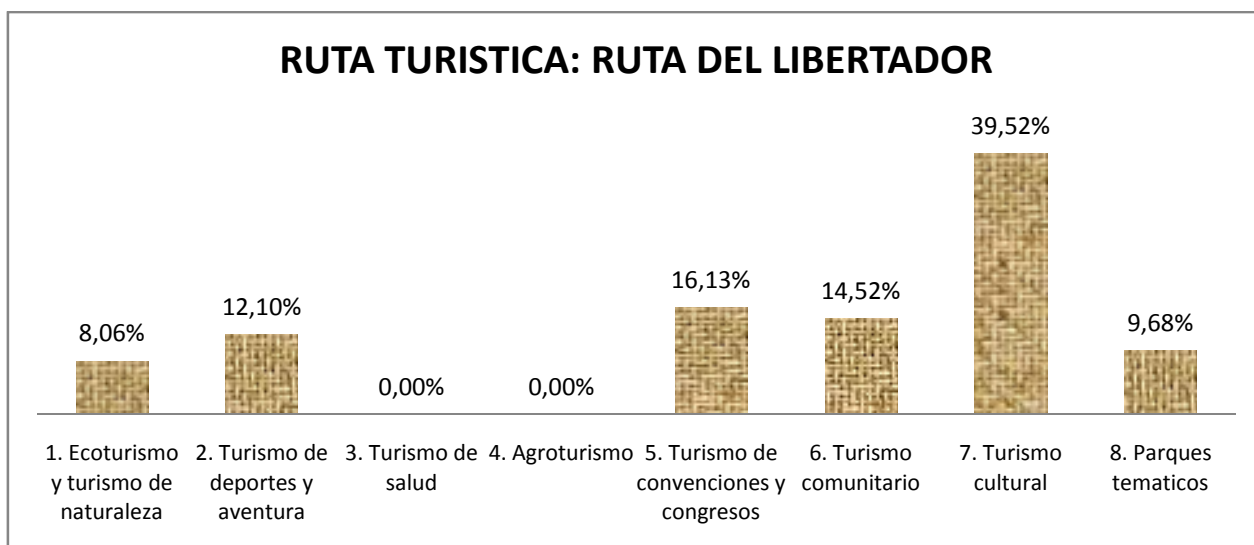


Gráfico No. 17 Nivel de impacto de la Ruta del Libertador

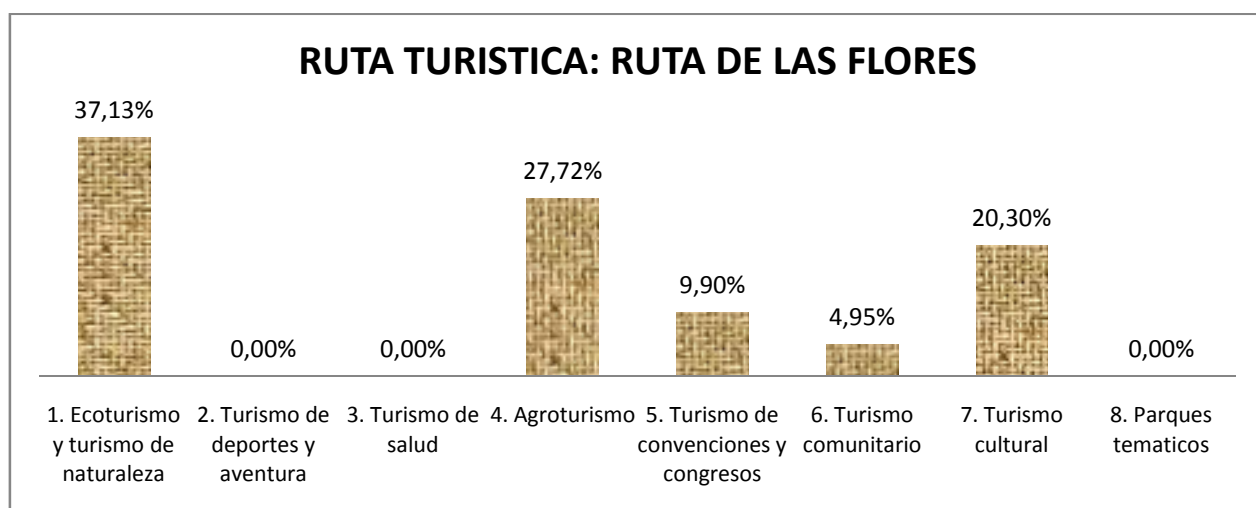
5) Ruta Turística de las Flores

Si bien es cierto, la Ruta Turística de las Flores es un producto nuevo y desconocido en la población, esta ruta tiene la característica de trabajar en base a las fincas floricultoras de las provincias de Cotopaxi y Tungurahua, convirtiéndose en un potencial producto, pues el agroturismo asocia actividades dentro del ecoturismo y turismo de naturaleza, lo que refleja que se debería articular acciones de negocios turísticos productivos dentro del turismo comunitario, pues son los involucrados directos del territorio donde se desarrolla esta actividad.

El gráfico No. 18, indica el crecimiento de los productos determinados en el Plandetur 2020, de los cuales, según los parámetros de calificación definidos anteriormente, se tiene que el ecoturismo y turismo de naturaleza se ha desarrollado en función del nivel de impacto por proyectos de inversión en el 37,13%, seguido del agroturismo definido en el 27,72%, turismo cultural en 20,30%, turismo de convenciones en y convenciones en 9,90% así como el turismo comunitario en un 4,95%.

Cuadro No. 45 Nivel de impacto de la Ruta de las Flores

RUTA TURISTICA: RUTA DE LAS FLORES		
Líneas de productos	Puntuación	Rango
1. Ecoturismo y turismo de naturaleza	150	Medio
2. Turismo de deportes y aventura	0	Bajo
3. Turismo de salud	0	Bajo
4. Agroturismo	112	Medio
5. Turismo de convenciones y congresos	40	Bajo
6. Turismo comunitario	20	Bajo
7. Turismo cultural	82	Bajo
8. Parques temáticos	0	Bajo

**Gráfico No. 18** Nivel de impacto de la Ruta de las Flores

b) Análisis de las Rutas Turísticas

Del análisis gráfico presentado en cada una de las rutas turísticas (Avenida de los Volcanes, Qhapaq Ñan, Tren de la Mitad del Mundo, Libertador y Flores), se desprende según el potencial turístico de las tres principales actividades turísticas dentro de las mismas son:

- a)** Para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, las actividades de ecoturismo y turismo de naturaleza representa el 27,62%, el turismo cultural (23,13%), turismo de deportes y aventura el 11,46%;
- b)** En la Ruta Turística del Qhapaq Ñan, se realizan actividades ligadas al ecoturismo y turismo de naturaleza (37,36%), turismo cultural (33,04%) y turismo comunitario (11,44%);
- c)** Las actividades en la Ruta Turística del Tren de la Mitad del Mundo están dadas por: turismo cultural (30,14%), turismo comunitario (27,51%) y ecoturismo y turismo de naturaleza (22,49%);
- d)** En la Ruta del Libertador se realizan actividades como el turismo cultural (39,52%), turismo de convenciones y congresos (16,13%) y turismo comunitario (14,52%);
- e)** Finalmente en la Ruta de las Flores se realiza actividades ligadas al ecoturismo y turismo de naturaleza (37,13%), agroturismo (27,72%) y turismo cultural (20,30%).

Los indicadores antes citados reflejan tipologías de turismo en común como el ecoturismo y turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo comunitario y turismo de deportes y aventura, debido al potencial turístico natural y cultural presente en la Región Sierra Centro, éstos a la vez, en un desarrollo sostenible integral no logran posicionarse de cierta manera por sí solos, sino, dependen de las sinergias (complementariedad, innovación, cadena de valor y valor agregado) que cada uno de ellos requiere, articulándose a través de nuevos mercados y flujos turísticos que buscan realizar actividades complementarias a un solo tipo de turismo; de éstas, la innovación de productos turísticos ha permitido la competitividad entre ellos, fortaleciendo al cadena de valor y generando valor agregado, logrando un incremento en la captación de la demanda turística actual, permitiendo el desarrollo de nuevos emprendimientos sostenibles y sustentables locales, cuyo fin es mejorar la distribución de beneficios con rentabilidad social, económica y ambiental.

2. Análisis de la demanda

Para el Ministerio de Turismo el mercado turístico de la Región Sierra Centro se ve reflejado en primera instancia por las características particulares que denota el Plan Integral de Marketing Turístico 2010 – 2014, dentro de los tres niveles de mercado como son: de Oportunidad, Consolidado y por Consolidar.

El primer lugar se encuentra el mercado nacional, que según el PIMTE 2010-2014 representa alrededor del 56% del número de personas que realizan turismo interno, sin embargo es el mercado que menos se promociona y/o cuenta para las estrategias de comercialización y mercadeo, los sistemas de levantamiento estadístico con los que actualmente cuenta el país son insuficientes para medir las características de movilidad y desplazamiento turístico. Este grupo está motivado en esencia por productos de recreación familiar a través de la Diversión, la visita a Áreas Protegidas, la práctica de deportes de aventura, el turismo de salud y religioso entre los principales. Como principales puntos emisores de turistas internos se encuentran las ciudades de Guayaquil, Quito, Cuenca y Manta en orden de aporte de número de turistas.

En segundo lugar está el mercado internacional que a nivel país se analiza desde el departamento de inteligencia de mercados, sin embargo según la Regional Sierra Centro del Ministerio de Turismo, representa el 85% de los visitantes de las provincias de la Región Central, donde aproximadamente el 52% viene motivados por la práctica de Deportes Extremos (Ascencionismo a nevados principalmente), el 22% por el Ferrocarril, el 16% por la visita a sitios Naturales y el 10% por convivencia Cultural. Dentro de este grupo, se puede subdividir en:

- Norteamericanos, que en su mayoría vienen a practicar deportes de aventura, buscan encontrar emociones fuertes, y está fundamentalmente compuesto por jóvenes–adultos de entre los 18 y 36 años de edad. Representa el 32.63% de turistas que llegan al país y el 22% de los turistas internacionales que arriban a la provincia.
- Europeos, mayoritariamente representado por profesionales, adultos mayores y lo que busca son productos apacibles, con altos grados de convivencia cultural, que tengan responsabilidad social y natural, además de productos muy específicos y

hasta cierto punto personalizados, sobre todo dentro de la tipología de turismo Científico. Representan el 17.56% de turistas que llegan al país y el 61% de los visitantes de la Provincia.

- Sudamericanos, los cuales tienen un perfil bastante parecido al turista nacional, que lo que buscan es diversión. Representan el 7.45% de los visitantes al país, sin contar los visitantes procedentes de los países vecinos de Colombia y Perú que suman un 42.48% de los ingresos al país, en la provincia no se encuentran registros de este segmento.
- Asiáticos, es un mercado emergente que cada vez está cobrando más fuerza y está posicionándose a nivel mundial como uno de los más importantes, sin embargo lo que se conoce de este subgrupo es muy poco, actualmente representan el 1% de los visitantes a la provincia.

a. Caracterización de la demanda

1) Análisis de los segmentos de mercado

a) Mercado Internacional⁷

Durante los meses de enero a octubre de 2010, el Ecuador presentó un ingreso de turistas extranjeros de 869.358, de los cuales, de acuerdo al área de inteligencia de mercados del Ministerio de Turismo, las llegadas de extranjeros al país registradas en los aeropuertos internacionales de Quito representan un total de 383.543, siendo ésta la demanda potencial.

Aplicando el método de muestreo aleatorio no proporcional simple, se obtuvo la siguiente muestra:

$$n = \frac{N * (P * Q)}{N - 1 (e/k)^2 + (P * Q)}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra (?)

N = universo (383543 turistas)

E = margen de error (5%)

⁷ MINTUR, 2010. Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística

K = nivel de confianza (1.96)

P = probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q = probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Entonces,

$$n = \frac{383543 * (0,5 * 0,5)}{383543 - 1 (0,05/1.96)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 384$$

b) Mercado de Áreas Protegidas⁸

De acuerdo al Ministerio del Ambiente, el registro de visitantes a las Áreas Protegidas durante los meses de enero a octubre de 2010 es de 137.720 turistas, de los cuales, 81.544 (59,21%) son nacionales y 56.176 (40,79%) son extranjeros, distribuidos de la siguiente manera:

Cuadro No. 46 Mercado de Áreas Protegidas en la Región Sierra Centro, 2010

Área Protegida	No. Visitantes	
	Nacionales	Extranjeros
Parque Nacional Cotopaxi	59.764	43.592
Parque Nacional Sangay	1.841	343
Reserva Ecológica Los Ilinizas	529	920
Reserva Faunística Chimborazo	7.273	9.201
Área Nacional de Recreación El Boliche	11.637	193
Parque Nacional Llanganates	500	1.927
TOTAL	81.544	56.176
%	59,21	40,79

Fuente: Ministerio del Ambiente, 2010.

Aplicando el método de muestreo aleatorio no proporcional simple, se obtuvo la siguiente muestra:

$$n = \frac{N * (P * Q)}{N - 1 (e/k)^2 + (P * Q)}$$

⁸ MAE, 2010. Dirección Nacional de Áreas Naturales y Vida Silvestre

Dónde:

n = tamaño de la muestra (?)

N = universo (137720 turistas)

E = margen de error (5%)

K = nivel de confianza (1.96)

P = probabilidad de ocurrencia (0.5)

Q = probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Entonces,

$$n = \frac{137720 * (0,5 * 0,5)}{137720 - 1 (0,05/1,96)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 383$$

De acuerdo a la distribución de turistas nacionales y extranjeros, se ha determinado:

Cuadro No. 47 Distribución de encuestas por Áreas Protegidas en la Región Sierra Centro

Área Protegida	No. Visitantes			
	Nacionales		Extranjeros	
	%	Número	%	Número
Parque Nacional Cotopaxi	73,29%	166	77,60%	121
Parque Nacional Sangay	2,26%	5	0,61%	1
Reserva Ecológica Los Ilinizas	0,65%	1	1,64%	3
Reserva Faunística Chimborazo	8,92%	20	16,38%	26
Área Nacional de Recreación El Boliche	14,27%	32	0,34%	1
Parque Nacional Llanganates	0,61%	1	3,43%	5
TOTAL	100	227	100	156
%				

Fuente: Ministerio del Ambiente, 2010.

2) Mercados potenciales donde se realizó el estudio de mercado

Las encuestas se realizaron de acuerdo a la determinación del muestreo del ingreso turistas extranjeros hacia el Ecuador y los turistas nacionales y extranjeros que consumen el producto Áreas Protegidas de la Región Sierra Centro, las cuales fueron distribuidas de acuerdo al muestreo aleatorio no proporcional simple.

Los sitios de realización fueron los lugares estratégicos de ingreso de turistas en Áreas Protegidas: Control Caspi Parque Nacional Cotopaxi (166 encuestas para nacionales y 121

para extranjeros), Control Parte Alta Parque Nacional Llanganates (1 encuesta para nacionales y 5 para extranjeros), ciudad de Baños como sitio de ingreso al Parque Nacional Sangay (Unidad de Turismo del cantón Baños: 5 encuestas para turistas nacionales y 1 para extranjeros), Refugios Whymper y Hnos. Carrel Reserva de Producción Faunística Chimborazo (20 encuestas a turistas nacionales y 26 a turistas extranjeros), Reserva Ecológica los Illinizas (1 encuesta para nacionales y 3 para extranjeros) y el Área Nacional de Recreación El Boliche con 32 encuestas a turistas nacionales y 1 para extranjeros.

En lo que respecta a la demanda potencial, se aplicaron las encuestas en el Aeropuerto de Quito.

3) Análisis de la demanda turística

a) Mercado Internacional

1. Género del mercado internacional

El gráfico No 19, muestra que el 66% del universo son de género masculino y el 34% corresponde al género femenino, denotándose una afluencia mayor al género masculino correspondiente al ingreso de personas hacia el Ecuador, es decir, de cada 3 turistas que ingresan al país, una de ella es mujer.

Cuadro No. 48 Género mercado internacional

Género		
Variables	No.	Porcentaje
Masculino	255	66,41%
Femenino	129	33,59%
Total	384	100%

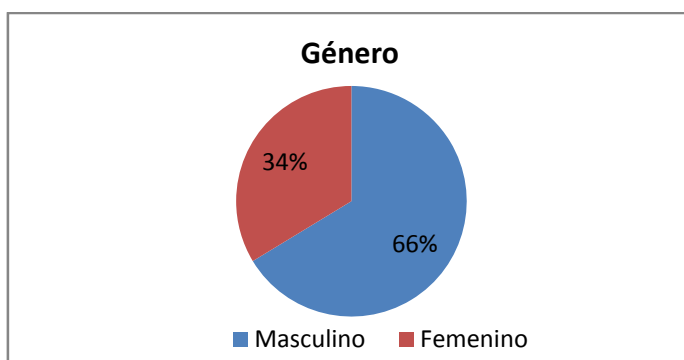


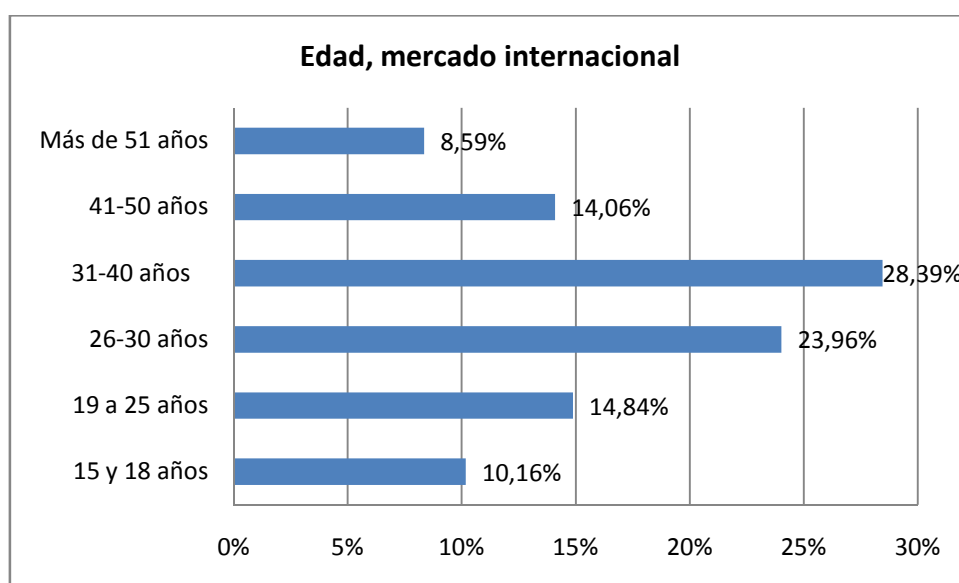
Gráfico No. 19 Género mercado internacional

2. Edad del mercado internacional

El mercado internacional que arriba a través del Aeropuerto de Quito está representado por el 28,29% de personas adultas con una edad entre 31 a 40 años, 26 a 30 años que corresponde el 23,96%, 19 a 25 años el 14,84%, jóvenes entre 15 y 18 años son el 10,16% y adultos mayores con el 8,59%; siendo la tendencia del segmento de turistas que visitarían la Ruta Turística Avenida de los Volcanes a hombres y mujeres de 31 a 40 años de edad.

Cuadro No. 49 Edad, mercado internacional

Edad, mercado internacional		
Variables	No.	Porcentaje
15 y 18 años	39	10,16%
19 a 25 años	57	14,84%
26-30 años	92	23,96%
31-40 años	109	28,29%
41-50 años	54	14,06%
Más de 51 años	33	8,59%
Total	384	100%

**Gráfico No. 20** Edad mercado internacional

3. Nivel de estudios del mercado internacional

De acuerdo al gráfico N. 21, se determinó que el nivel de estudios en la mayoría es secundaria representando el 64,84%, Universitaria el 25,52% quienes han concluido o están estudiando el nivel universitario, postgrado y/o especialización con el 9,64%, esta tendencia puede deberse al nivel de estudios que alcanzan en otros países, es decir, en países desarrollados y potencias mundiales tienen un desarrollo educativo que no necesariamente las personas alcanzan niveles de estudio de carácter universitario.

Cuadro No. 50 Nivel de estudio, mercado internacional

Nivel de estudios		
Variables	No.	Porcentaje
Primaria	0	0,00%
Secundaria	249	64,84%
Universitaria	98	25,52%
Postgrado / Especialización	37	9,64%
Total	384	100%

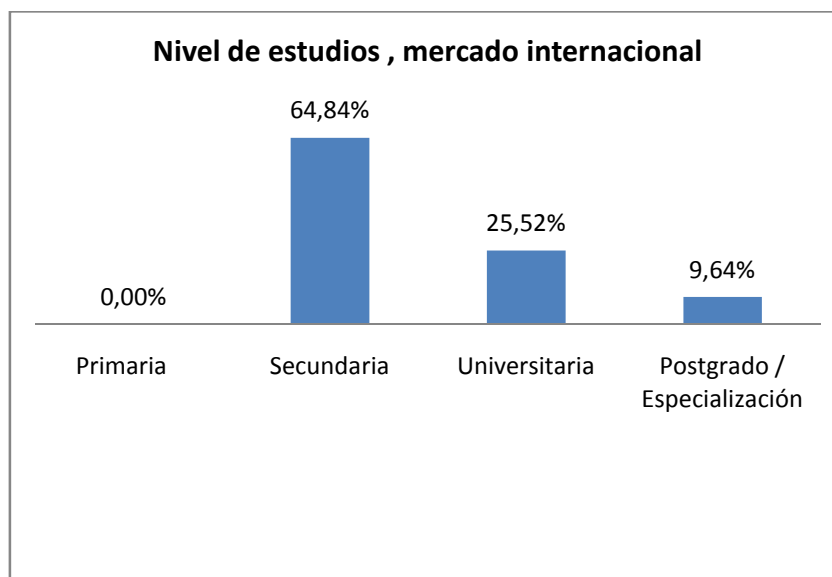


Gráfico No. 21 Nivel de estudio, mercado internacional

4. Estado civil, mercado internacional

Para la variable estado civil, se ha obtenido que el 39,32% de las personas que ingresan al país son casadas, solteras representan el 34,64%, mantienen una unión libre el 11,72%, separados el 9,64% y quienes no contestan representan el 4,69%.

Cuadro No. 51 Estado civil, mercado internacional

Estado civil		
Variables	No.	Porcentaje
Soltero	133	34,64%
Casado	151	39,32%
Separado	37	9,64%
Unión Libre	45	11,72%
Otra: no contestan	18	4,69%
Total	384	100%

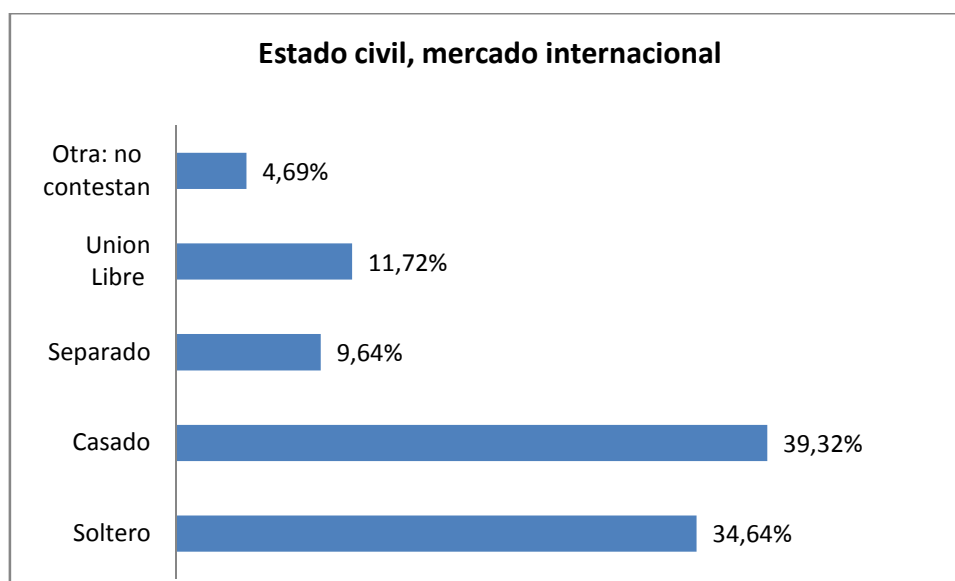


Gráfico No. 22 Estado civil, mercado internacional

5. Lugar de procedencia, mercado internacional

El lugar de procedencia del mercado internacional está dado en primer lugar por Estados Unidos que representa el 15,36%, seguido de Francia con el 14,06%, España el 11,98%, Holanda el 9,90%, en lo que respecta al continente sudamericano los países como Chile con el 7,81%, Argentina con el 7,55%, Colombia el 4,95% y otros países con el 11,72%.

Cuadro No. 52 Lugar de procedencia, mercado internacional

Lugar de procedencia		
Variables	No.	Porcentaje
Alemania	27	7,03%
Argentina	29	7,55%
Bélgica	21	5,47%
Chile	30	7,81%
China	16	4,17%
Colombia	19	4,95%
España	46	11,98%
Estados Unidos	59	15,36%
Francia	54	14,06%
Holanda	38	9,90%
Otros: Inglaterra, Bélgica, Japón, Australia, India,	45	11,72%
Total	384	100%

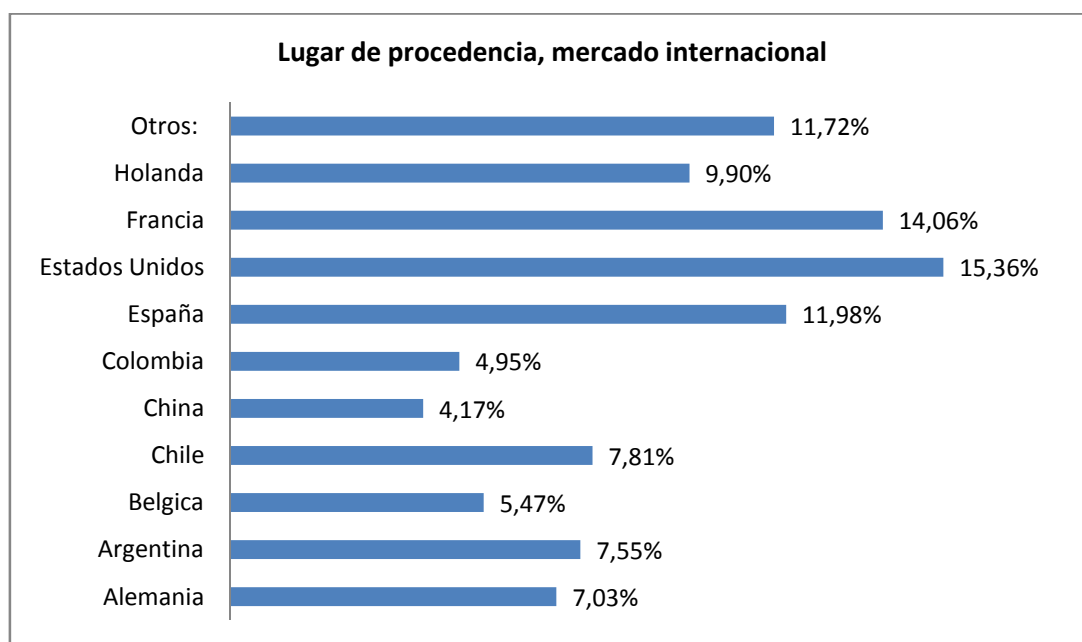


Gráfico No. 23 Lugar de procedencia, mercado internacional

6. Situación laboral actual, mercado internacional

En lo que respecta a la situación laboral actual de las personas que ingresan al país tienen un trabajo el 62%, son jubilados el 19%, estudiantes son el 13% y quienes no trabajan representan el 6%; denotándose que en los meses de estudio es temporada de vacaciones en países como Estados Unidos, Francia y España, debido además a la temporalidad educacional que presentan estos países, razón por la cual, el número mayor de turistas que ingresan son personas que trabajan y arriban al país por distracción en sus vacaciones.

Cuadro No. 53 Situación laboral actual, mercado internacional

Situación laboral actual		
VARIABLES	No.	Porcentaje
Trabaja	239	62,24%
No trabaja	21	5,47%
Estudiante	51	13,28%
Jubilado	73	19,01%
Total	384	100%

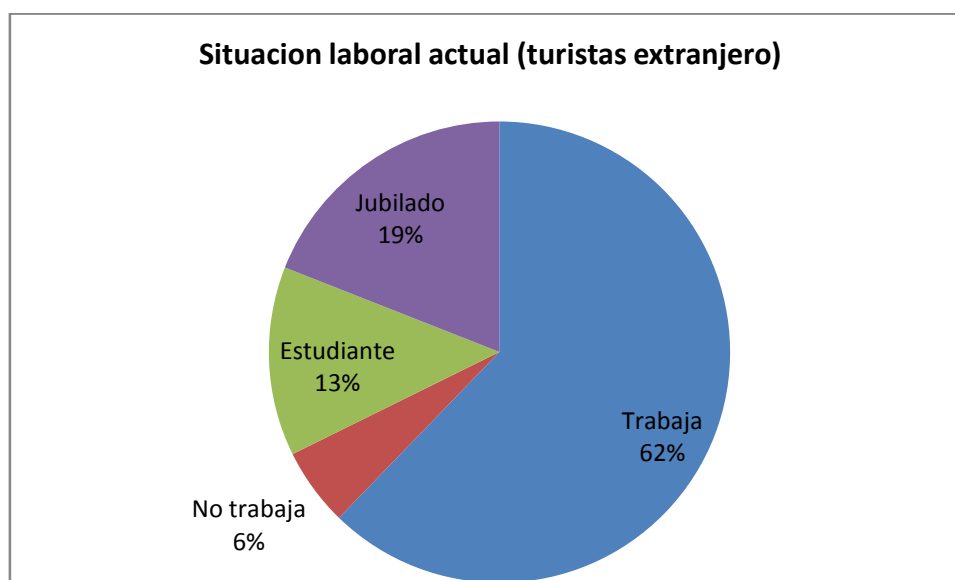


Gráfico No. 24 Situación laboral actual, mercado internacional

7. Forma de realización del viaje, mercado internacional

Al aplicar la condicionante forma de realización del viaje para arribar al Ecuador, se ha determinado que el 75% viene de forma independiente y el 25% llega mediante un grupo organizado por agencia de viajes.

Cuadro No. 54 Forma de realización del viaje, mercado internacional

Forma de realización de viaje		
Variables	No.	Porcentaje
Grupo organizado por agencia de viajes	94	24,48%
Independiente	290	75,52%
Total	384	100%

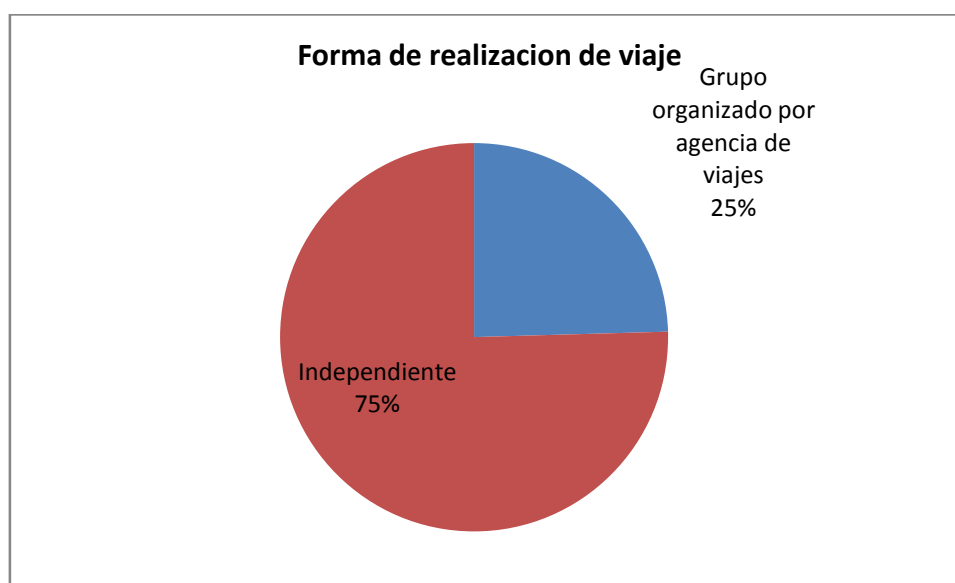


Gráfico No. 25 Forma de realización del viaje, mercado internacional

8. Acompañamiento del viaje, mercado internacional

De acuerdo al Gráfico No. 26, el mercado internacional quienes realiza los viajes de forma independiente “solo” representan el 33,41%, acompañado de sus amigos 26,20%, en pareja el 18,27%, con la familia el 15,14% y con un grupo organizado por agencia de viajes en un 6,97%; teniendo estrecha relación de quienes hacen turismo en el país entre solos y con amigos y que realizan su viaje de forma independiente.

Cuadro No. 47 Acompañamiento del viaje, mercado internacional

Acompañamiento del viaje, mercado internacional		
Variables	No.	Porcentaje
Solo	139	33,41%
Con pareja	76	18,27%
En familia	63	15,14%
Con amigos	109	26,20%
Grupo organizado por agencia de viajes	29	6,97%
Total	416	100%

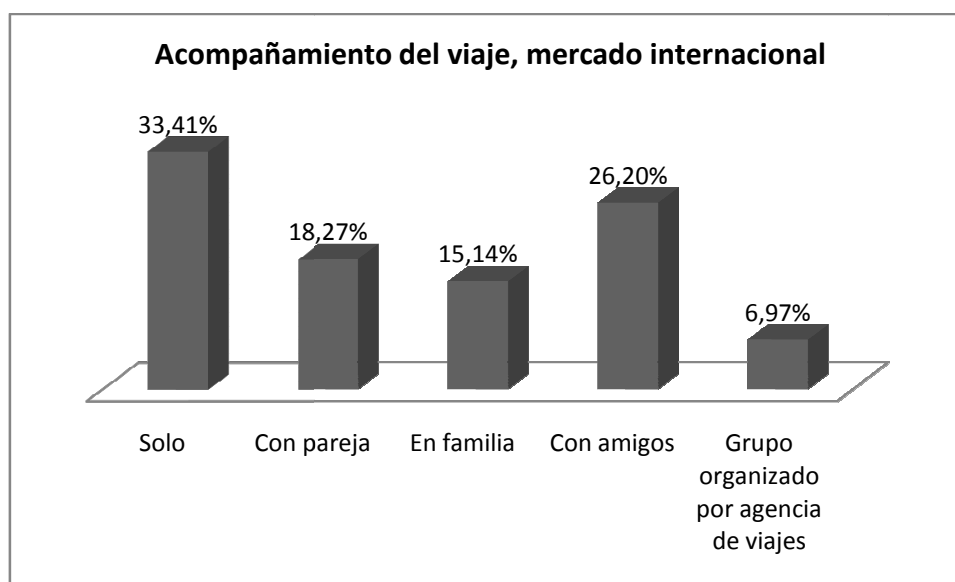


Gráfico No. 26 Personas con quien realiza los viajes, mercado internacional

9. Tipos de turismo que realiza

Dentro de los tipos de turismo que realiza el mercado internacional, se ha determinado que los deportes y aventura tienen mayor aceptación con el 35,46%, turismo comunitario el 15,07%, ecoturismo y turismo de naturaleza el 14,44%, turismo científico el 11,04%, turismo de salud el 8,92%, descanso y diversión el 8,28% y otros como convenciones, negocios y demás con el 6,79%.

Cuadro No. 56 Tipos de turismo que realiza, mercado internacional

Tipos de turismo que realiza		
Variables	No.	Porcentaje
Deportes y aventura	167	35,46%
Turismo comunitario	71	15,07%
Turismo científico	52	11,04%
Descanso y diversión	39	8,28%
Ecoturismo y turismo de naturaleza	68	14,44%
Turismo de salud	42	8,92%
Otros: convenciones, negocios	32	6,79%
Total	471	100%

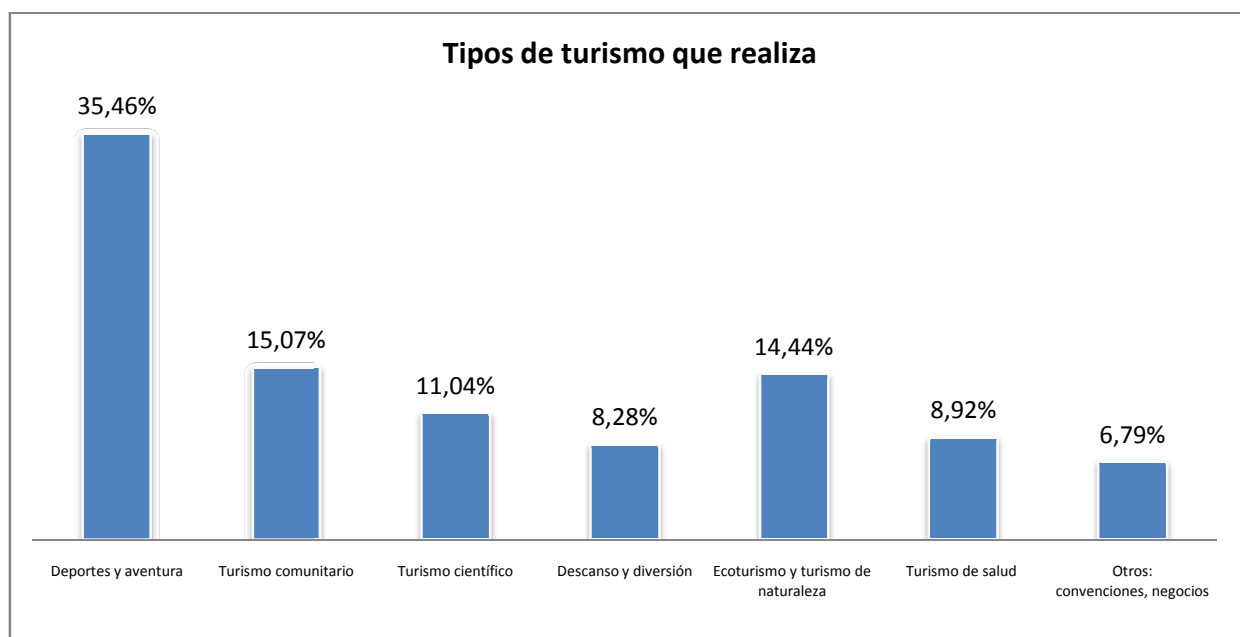


Gráfico No. 27 Tipos de turismo que realiza, mercado internacional

10. Conocimiento sobre Áreas Protegidas, mercado internacional

La variable conocimiento de las Áreas Protegidas en la Región Sierra Centro, quienes ingresan al país conocen sobre las mismas en un 86% y el restante desconocen sobre la existencia de las Áreas Protegidas, debido a la falta de promoción de las mismas y los productos turísticos se han centrado a un mismo “perfil de turista”.

Cuadro No. 57 Conocimiento sobre Áreas Protegidas, mercado internacional

Conocimiento sobre SNAP, mercado internacional		
Variables	No.	Porcentaje
si	52	13,54%
no	332	86,46%
Total	384	100%

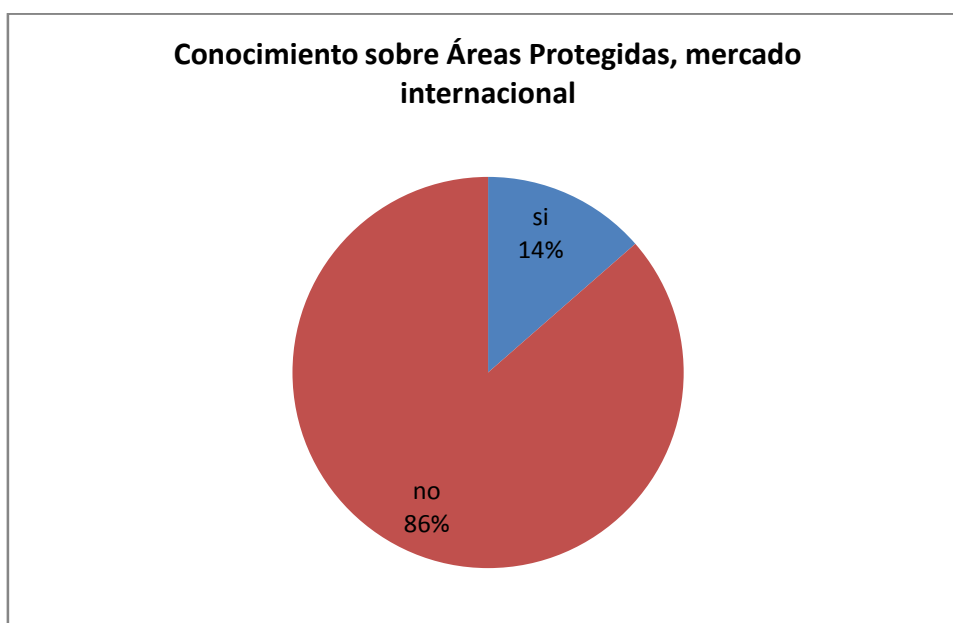


Gráfico No. 28 Conocimiento sobre Áreas Protegidas, mercado internacional

11. Conocimiento de los volcanes y nevados que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional

Al no conocer las Áreas Protegidas, las personas que ingresan al país desconocen además sobre los volcanes y nevados (81%) que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes y la diferencia (19%) conocen de las mismas, pudiéndose deber a que han visitado el Ecuador por otras ocasiones.

Cuadro No. 58 Conocimiento de los volcanes y nevados que integran la Ruta Turística, mercado internacional

Conocimiento de los volcanes y nevados que integran la Ruta Turística, mercado internacional		
Variables	No.	Porcentaje
si	72	18,75%
no	312	81,25%
Total	384	100%

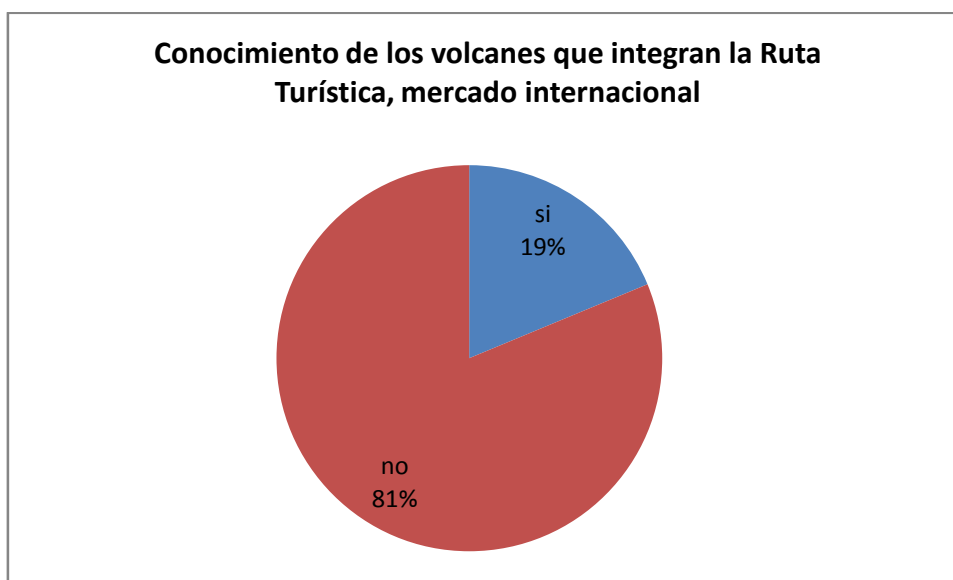


Gráfico No. 29 Conocimiento de los volcanes que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional

12. Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional

El 92% del mercado internacional menciona que le gustaría recorrer las Áreas Protegidas, con sus volcanes y nevados, ya que por la singularidad de atractivos naturales y culturales que presenta el país son de interés para los turistas extranjeros, sin embargo, el 8% muestra un desinterés en recorrer las Áreas Protegidas.

Cuadro No. 59 Nivel de aceptación por visitar las Áreas Protegidas, con sus volcanes y nevados de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional

Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes		
Variables	No.	Porcentaje
si	354	92,19%
no	30	7,81%
Total	383	100%



Gráfico No. 30 Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional

13. Motivación de visita, mercado internacional

Se ha determinado que el 29,43% viene al Ecuador motivado por las vacaciones, seguido del descanso con el 20,46%, negocios con el 13,46%, convivencia cultural con el 10,11%, Alpinismo y observación de los volcanes el 7,13% y las investigaciones científicas con un 3,68%.

Cuadro No. 60 Motivación de visita, mercado internacional

Motivación de visita, mercado internacional		
Variables	No.	Porcentaje
Vacaciones	128	29,43%
Observación del volcán(es)	31	7,13%
Descanso	89	20,46%
Convivencia cultural	44	10,11%
Alpinismo	31	7,13%
Negocios	59	13,56%
Investigaciones científicas	16	3,68%
Giras estudiantiles	0	0,00%
Otros: no especifica	37	8,51%
Total	435	100%



Gráfico No. 31 Motivación de visita, mercado internacional

14. Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional

Una característica muy importante sobre los gustos para conocer la Ruta Turística radica y denota una tendencia en conocer sobre los volcanes y nevados con el 25,75%, cascadas con el 19,52%, aguas termales con el 15,67%, Áreas Protegidas el 12,23%, Sitios religiosos el 10,52%, emprendimientos comunitarios el 8,80% y la visita a ferias artesanales y/o agropecuarias el 7,51%.

Cuadro No. 61 Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional

Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional		
Variables	No.	Porcentaje
Volcanes y nevados	120	25,75%
Aguas termales	73	15,67%
Cascadas	91	19,53%
Sitios religiosos	49	10,52%
Ferias artesanales y/o agropecuarias	35	7,51%
Emprendimientos comunitarios	41	8,80%
Áreas Protegidas	57	12,23%
Total	466	100%

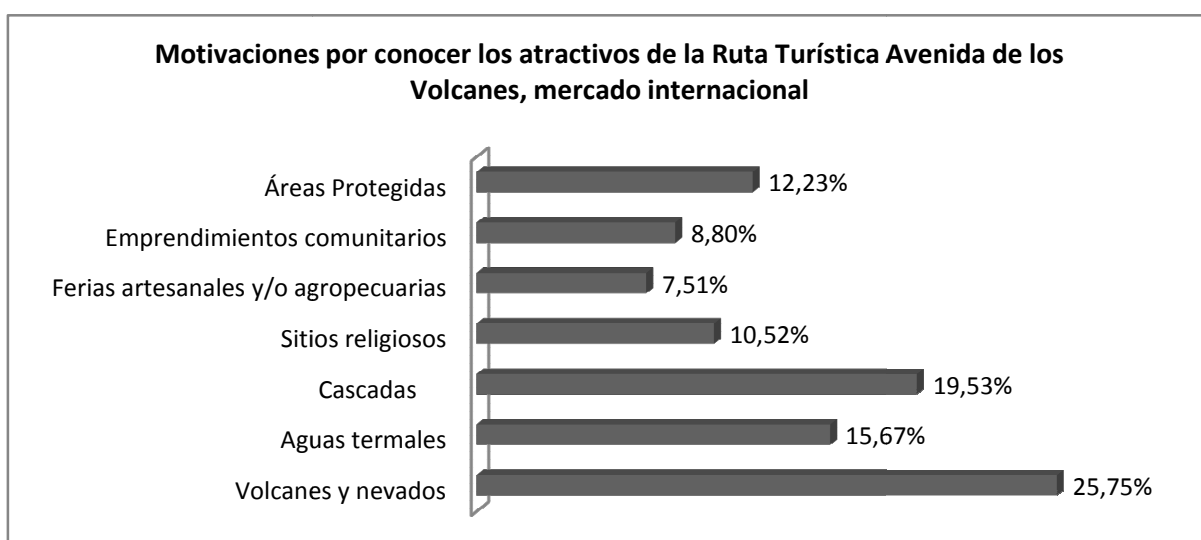


Gráfico No. 32 Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mercado internacional

15. Preferencia por realizar actividades turísticas, mercado internacional

Las actividades turísticas que les gustaría realizar dentro de la Ruta Avenida de los Volcanes, en lo que respecta al mercado internacional se ha definido de la siguiente tendencia: Trekking con el 12,08%, Pesca deportiva con el 11,37%, Rafting el 9,95%, Cabalgatas el 9,77%, Canoping el 8,70%, Prácticas artesanales el 8,35%, 4x4 el 8,17%, Cayoning el 6,75%, Escala deportiva y de alta montaña con el 6,04%, Biking el 5,51%, Campamentos y Andinismo el 5,15% y convivencia comunitaria representa el 3,02%.

Cuadro No. 62 Preferencia por realizar actividades turísticas, mercado internacional

Preferencia por realizar actividades turísticas, mercado internacional		
VARIABLES	No.	Porcentaje
Cabalgatas	55	9,77%
Trekking	68	12,08%
Biking	31	5,51%
Campamentos	29	5,15%
4x4	46	8,17%
Pesca deportiva	64	11,37%
Convivencia comunitaria	17	3,02%
Canoping	49	8,70%
Cayoning	38	6,75%
Rafting	56	9,95%
Andinismo	29	5,15%
Escalada deportiva y de alta montaña	34	6,04%
Prácticas artesanales	47	8,35%
Total	563	100%

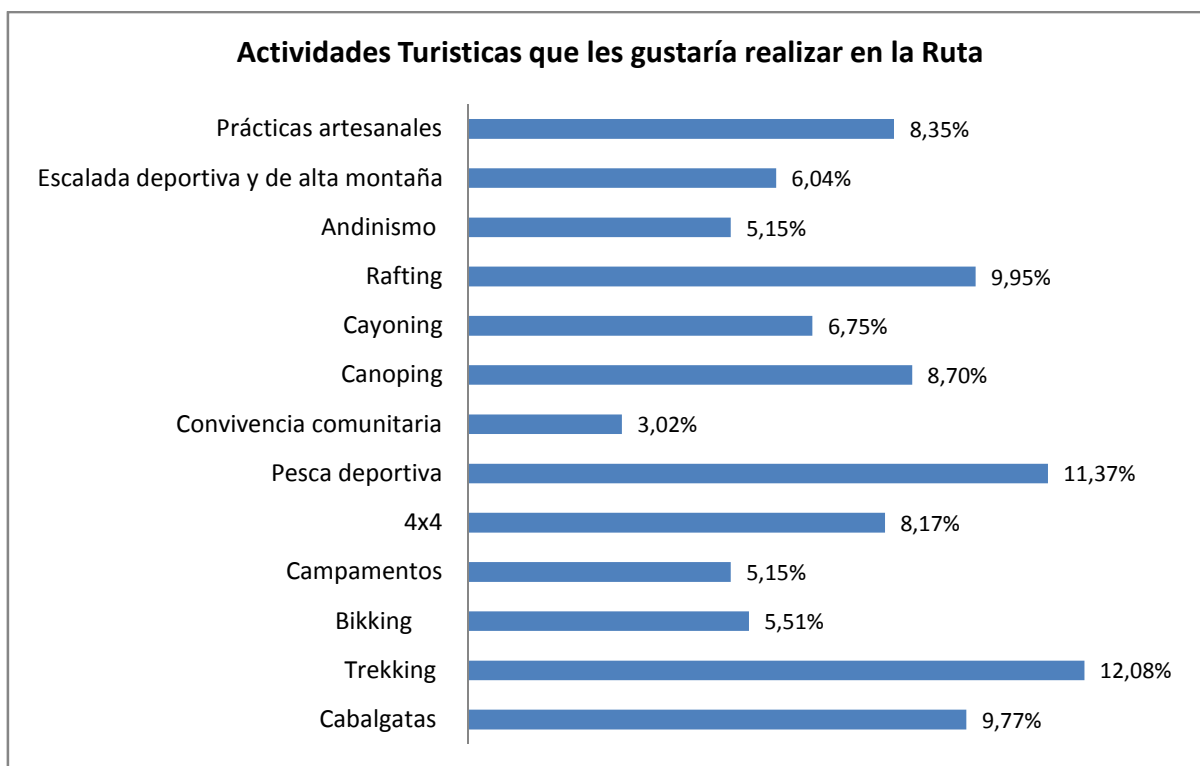


Gráfico No. 33 Preferencia por realizar actividades turísticas, mercado internacional

16. Requerimientos de la demanda, mercado internacional

Los requerimientos mínimos para que un sitio sea un atractivo, consideran el mercado internacional que la buena alimentación es lo más importante con el 31,80%, cómodo hospedaje el 21,49%, buena atención al turista el 16,89%, vías en buenas condiciones el 13,38%, señalización turística clara el 11,62% y pesca deportiva con el 4,82%.

Cuadro No. 63 Requerimientos de la demanda, mercado internacional

Requerimientos para que un sitio sea atractivo		
VARIABLES	No.	Porcentaje
Buena alimentación	145	31,80%
Cómodo hospedaje	98	21,49%
Señalización turística clara	53	11,62%
Vías en buenas condiciones	61	13,38%
Buena atención al turista	77	16,89%
Pesca deportiva (zona destinada)	22	4,82%
Total	456	100%

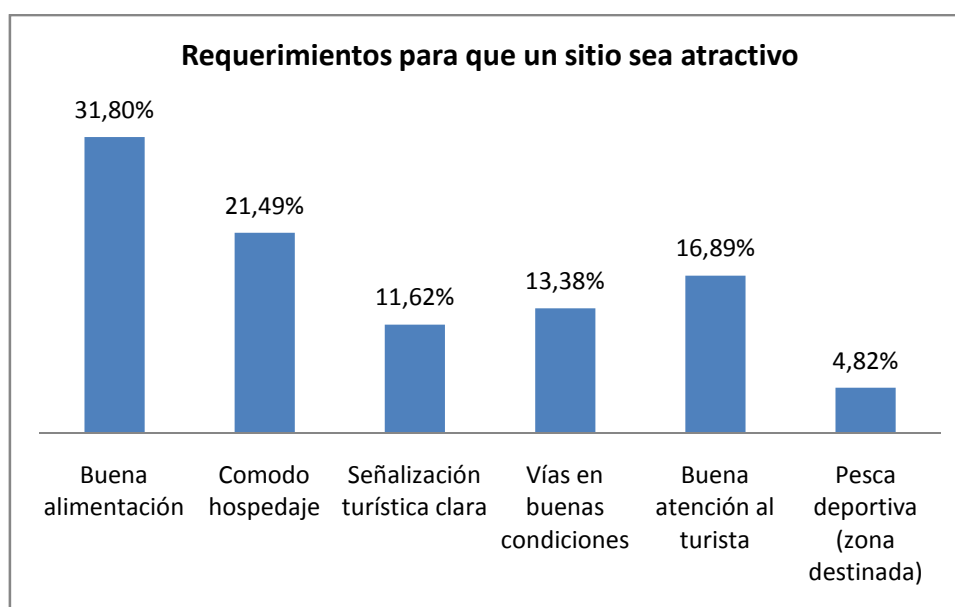


Gráfico No. 34 Requerimientos de la demanda, mercado internacional

17. Lugar de hospedaje, mercado internacional

El 60,16% se hospeda en un hotel u hostería, en un refugio de montaña el 22,92%, casa de amigos el 12,24% y casa de familiares el 4,69%.

Cuadro No. 64 Lugar de hospedaje, mercado internacional

Lugar de hospedaje, mercado internacional		
Variables	No.	Porcentaje
Casa de amigos	47	12,24%
Hotel u hostería	231	60,16%
Casa de familiares	18	4,69%
Refugio	88	22,92%
Total	384	100%

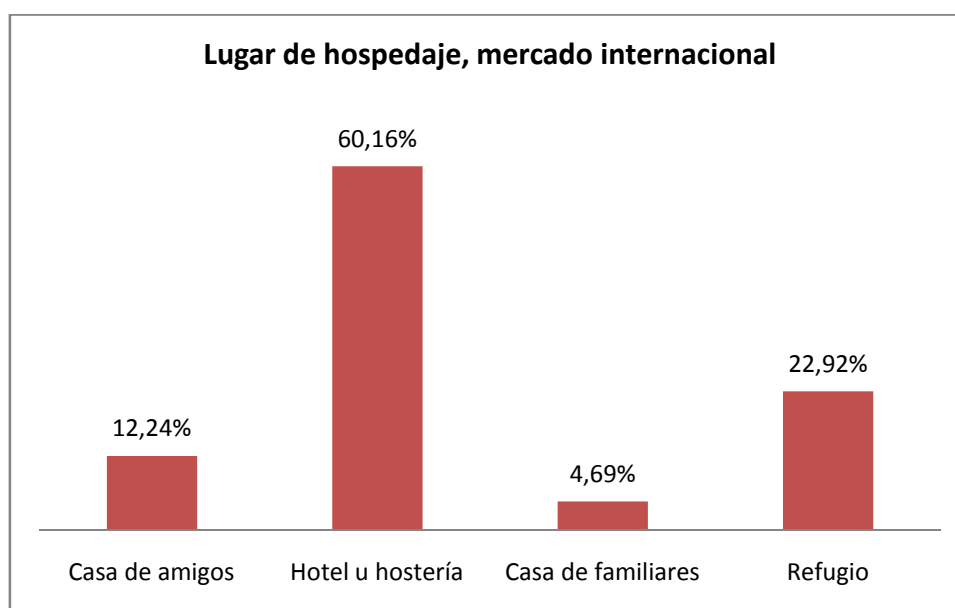


Gráfico No. 35 Lugar de hospedaje, mercado internacional

18. Medios de transporte, mercado internacional

Para la variable medios de transporte, se tiene una tendencia muy definida (72,40%) de quienes mencionan que el transporte organizado es el servicio que mejor utilizan y utilizarían, seguido de una empresa de transporte público con el 22,14%, carro propio el 3,13% y otros alquilando un vehículos representan el 2,34%.

Cuadro No. 65 Medios de transporte, mercado internacional

Medios de transporte		
Variables	No.	Porcentaje
Carro propio	12	3,13%
Bus	85	22,14%
Transporte organizado	278	72,40%
Otros: chivas, rancheras, aventura	9	2,34%
Total	384	100%

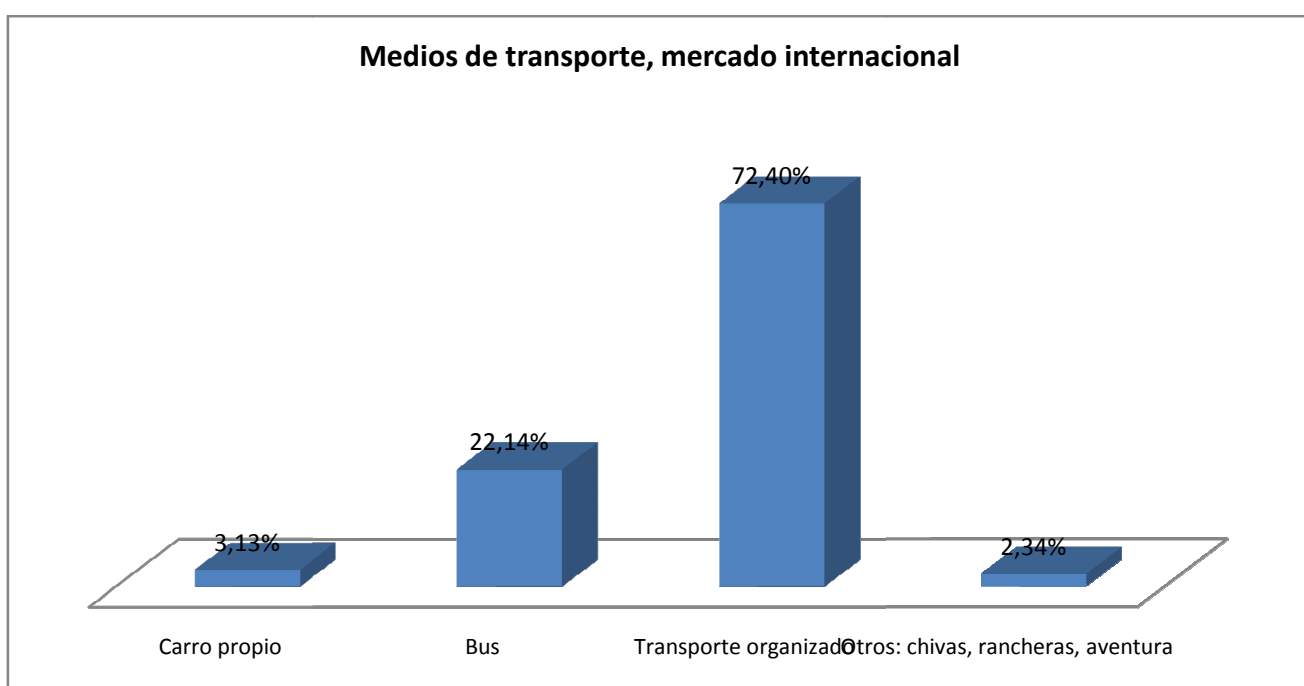


Gráfico No. 36 Medios de transporte, mercado internacional

19. Tiempo de permanencia, mercado internacional

Para visitar los lugares turísticos de la Avenida de los Volcanes, se menciona que el 38,80% estaría dispuesto a permanecer dos días, el 32,55% permanecería tres días, el 12,50% un solo día y el 16,15% realizaría el recorrido por más de tres días.

Cuadro No. 66 Tiempo de permanencia, mercado internacional

Tiempo de permanencia, mercado internacional		
Variables	No.	Porcentaje
Un día	48	12,50%
Dos días	149	38,80%
Tres días	125	32,55%
Más de 3 días	62	16,15%
Total	384	100%

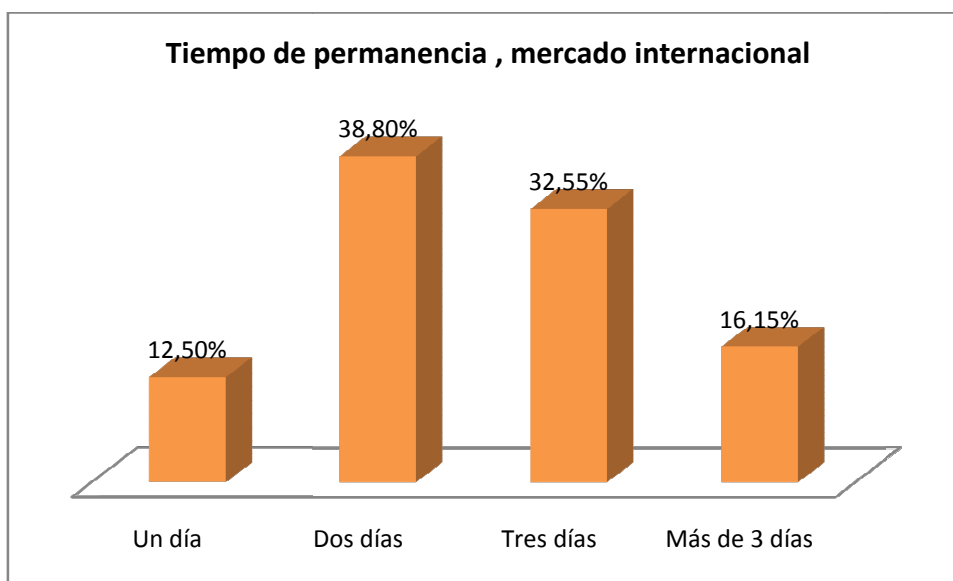


Gráfico No. 37 Tiempo de permanencia, mercado internacional

20. Presupuesto diario excluido transporte, mercado internacional

Dentro de la variable de presupuesto diario excluido el transporte, el mercado internacional esta dispuesto en invertir entre USD 77,00 y USD 97,00 diariamente el 47,92%, entre USD 56,00 y USD 76,00 el 27,08%, más de USD 98,00 el 13,28% y menos de USD 55,00 el 11,72%. Esto de muestra el poder adquisitivo o gasto generado en la actividad turística entre \$77 y \$97 dólares.

Cuadro No. 67 Presupuesto excluido transporte, mercado internacional

Presupuesto diario excluido transporte, mercado internacional		
Variables	No.	Porcentaje
Menor a \$55	45	11,72%
Entre \$56 y \$76	104	27,08%
Entre \$77 y \$97	184	47,92%
Más de \$98	51	13,28%
Total	384	100%

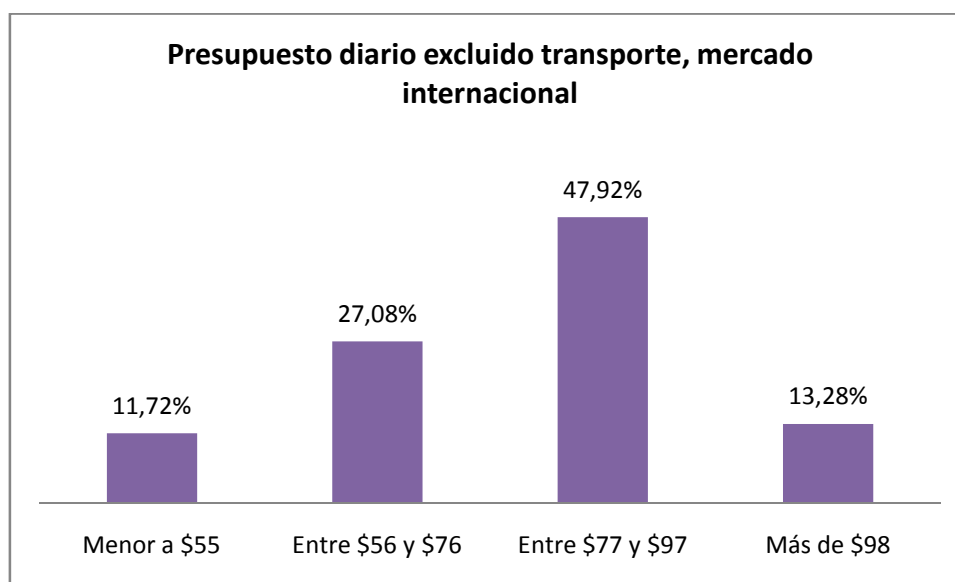


Gráfico No. 38 Presupuesto excluido transporte, mercado internacional

21. Medios de información, mercado internacional

Sin duda, el acceso a internet ha permitido que las personas que arriban a Ecuador se enteren de mejor manera sobre el país teniendo un porcentaje del 40,09%, seguido de publicaciones en diarios y revistas con el 20,49%, guías especializadas de turismo el 16,70%, recomendación de amigos el 11,80%, televisión el 6,24% y la promoción que se realiza en ferias turísticas representa el 4,68%.

Cuadro No. 68 Medios de información, mercado internacional

Medios de información		
Variables	No.	Porcentaje
Internet	180	40,09%
Promoción en ferias turísticas	21	4,68%
Publicaciones en diarios o revistas especializadas	92	20,49%
Televisión	28	6,24%
Recomendación de amigos	53	11,80%
Otros: guías de turismo	75	16,70%
Total	449	100%

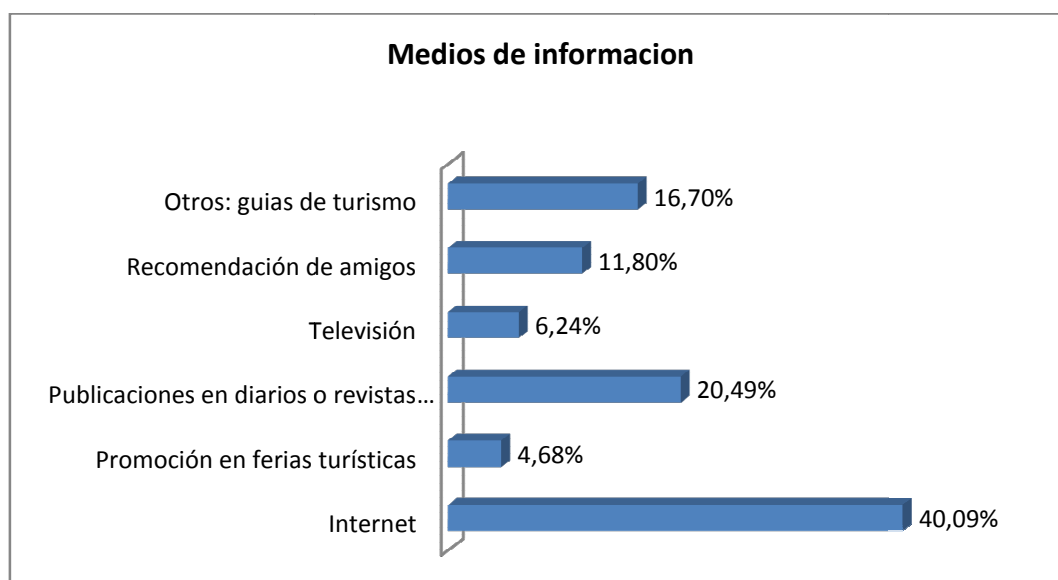


Gráfico No. 39 Medios de información, mercado internacional

b) Mercado de Áreas Protegidas

1. Género

a. Turistas nacionales

El gráfico No. 40, indica que el 65,20% de los turistas nacionales pertenecen al género masculino y el 34,80% al género femenino, notándose las características poblaciones por género en el Ecuador, a la vez, son las mismas o tienen el mismo comportamiento en la actividad turística.

Cuadro No. 69 Género de los turistas nacionales

Género (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Masculino	148	65,20%
Femenino	79	34,80%
Total	227	100%

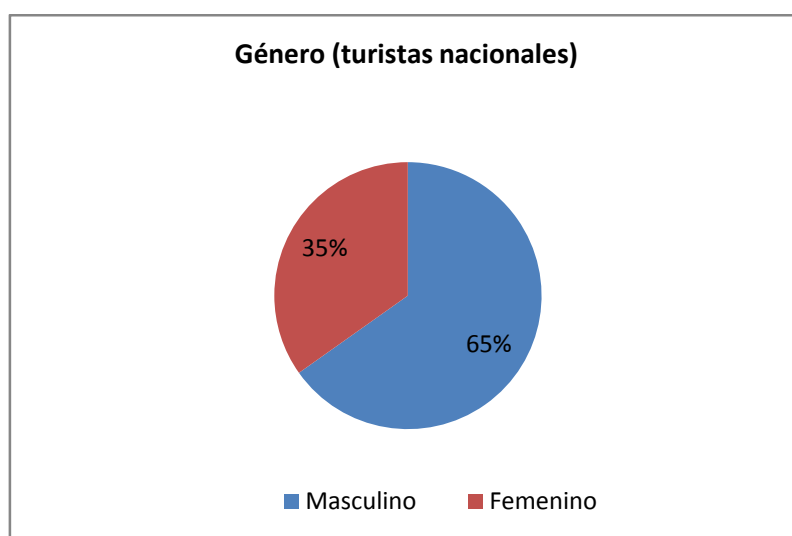


Gráfico No. 40 Género de los turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

Al contrario de la tendencia en turistas nacionales, para los turistas extranjeros se mantiene una estrecha relación porcentual de ingreso por género masculino (56,41%) y género femenino (43,59%).

Cuadro No. 70 Género de los turistas extranjeros

Género (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Masculino	88	56,41%
Femenino	68	43,59%
Total	156	100,00%

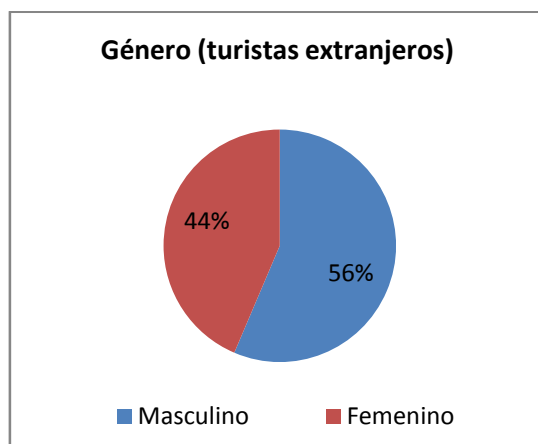


Gráfico No. 41 Género de los turistas extranjeros

2. Edad

a. Turistas nacionales

Dentro de esta variable se obtuvo que el 34,80 oscilan entre una edad de 26 a 30 años quienes visitan las áreas geográficas en estudio, el 21,15% corresponde a edad entre 15 y 18 años y el 19,82% entre 31 a 40 años, de los segmentos entre 19 a 25 años el 14,98%, entre 41 a 50 años el 5,73% y el 3,52% tienen más de 51 años. Esta tendencia representa o se relaciona a las actividades que se realizan en Áreas Protegidas, ya que, quienes están en una edad de 20 a 30 años realizan mayores actividades al aire libre.

Cuadro No. 71 Edad de los turistas nacionales

Edad (turistas nacionales)		
Variabes	No.	Porcentaje
15 y 18 años	48	21,15%
19 a 25 años	34	14,98%
26-30 años	79	34,80%
31-40 años	45	19,82%
41-50 años	13	5,73%
Más de 51 años	8	3,52%
Total	227	100%

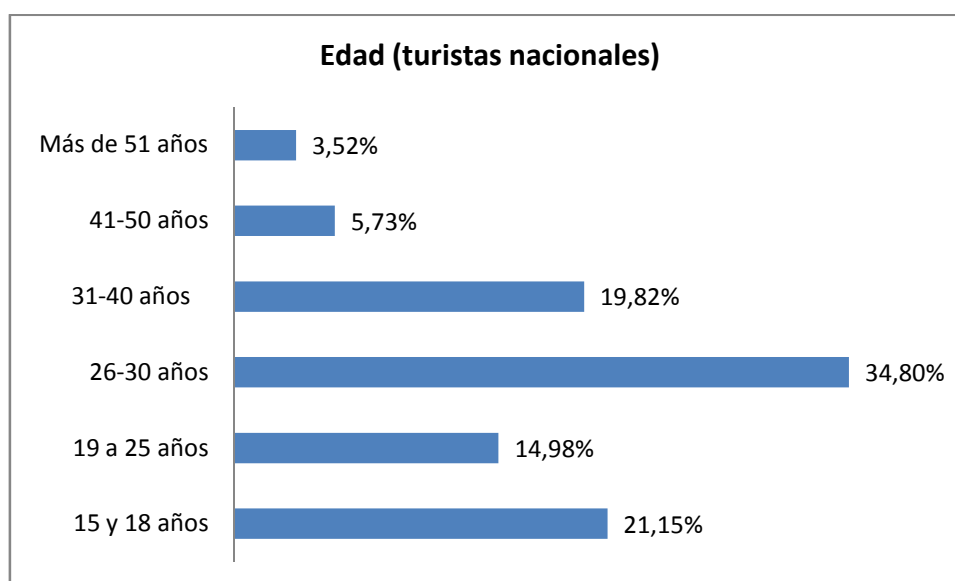


Gráfico No. 42 Edad de los turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

Para este apartado se obtuvo que los turistas extranjeros de 31 a 40 años representan el 28,85%, de 26 a 30 años el 23,72%; 19 a 25 años el 14,74%; para los turistas que están entre una edad de 15 y 18 años y 41 a 50 años representan el 5,13 % cada uno y quienes tienen una edad mayor a 51 años se estima que es el 22,44%. La relación entre turistas extranjeros que ingresan al país por actividades al aire libre está dada en la relación de 25 a 40 años.

Cuadro No. 72 Edad de los turistas extranjeros

Edad (turistas extranjeros)		
Variabes	No.	Porcentaje
15 y 18 años	8	5,13%
19 a 25 años	23	14,74%
26-30 años	37	23,72%
31-40 años	45	28,85%
41-50 años	8	5,13%
Más de 51 años	35	22,44%
Total	156	100,00%

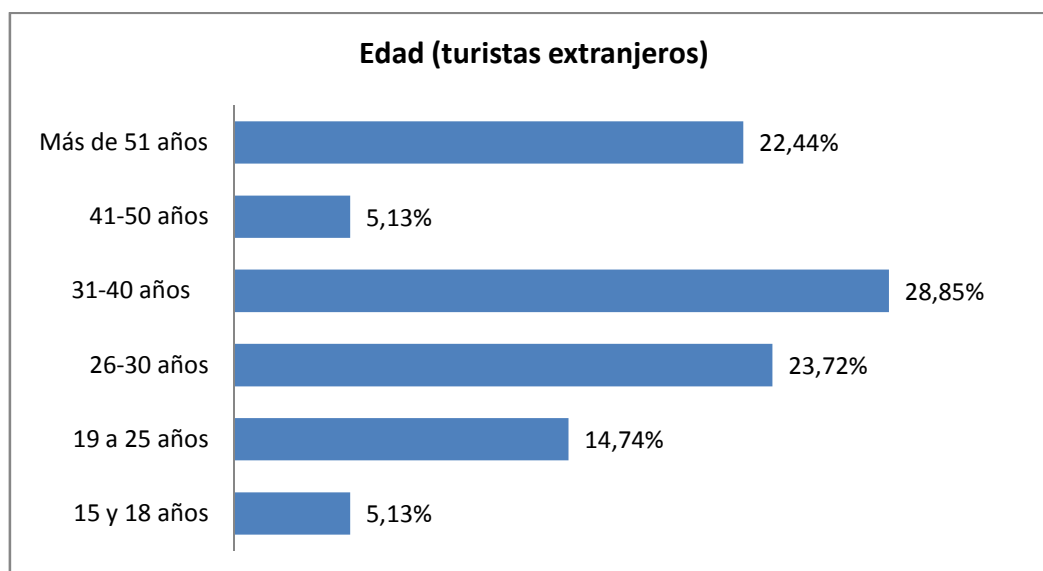


Gráfico No. 43 Edad de los turistas extranjeros

3. Nivel de estudios

a. Turistas nacionales

De acuerdo al gráfico No. 73, el 71,81% tienen formación universitaria, el 20,26% han alcanzado estudios de nivel secundario y el 7,93% tienen una formación de postgrado o especialización; esta tendencia es debido a las giras estudiantiles que se realiza sobre todo en carreras universitarias afines al turismo.

Cuadro No. 73 Nivel de estudios de los turistas nacionales

Nivel de estudios (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Primaria	0	0,00%
Secundaria	46	20,26%
Universitaria	163	71,81%
Postgrado / especialización	18	7,93%
Total	227	100%

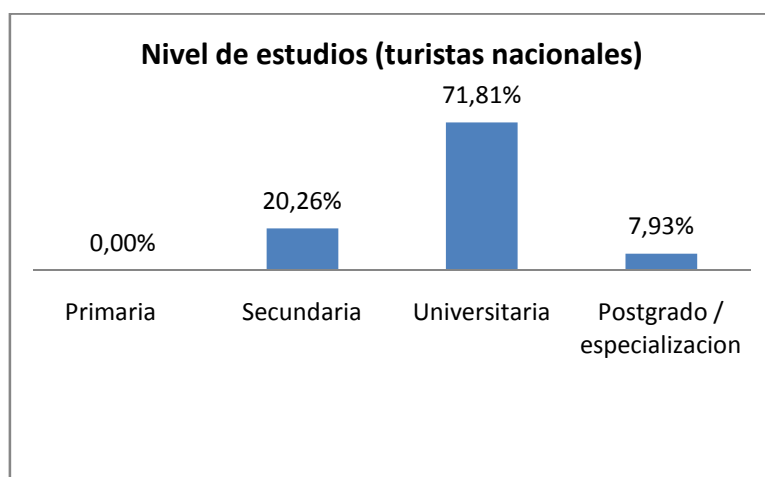


Gráfico No. 44 Nivel de estudios de los turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

Los turistas extranjeros tienen una educación de nivel secundario correspondiente al 51,92%, universitaria el 42,95% y postgrado o especialización el 5,13%. Esto depende del tipo de turismo que se realiza en las Áreas Protegidas que está dado por un segmento de turismo científico y que al igual para el mercado internacional analizado, el caso de estudio fue realizado en temporada de vacacional de los turistas extranjeros y sus características pueden deberse al grado de escolaridad que se alcanza en países desarrollados.

Cuadro No. 74 Nivel de estudios de los turistas extranjeros

Nivel de estudios (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Primaria	0	0,00%
Secundaria	81	51,92%
Universitaria	67	42,95%
Postgrado / Especialización	8	5,13%
Total	156	100%

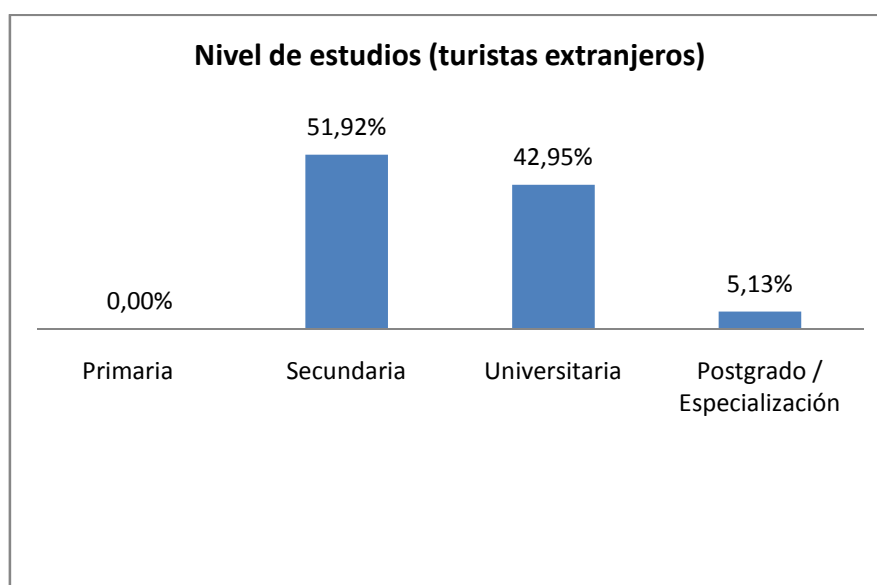


Gráfico No. 45 Nivel de estudios de los turistas extranjeros

4. Estado civil

a. Turistas nacionales

Para esta variable se identificó que la tendencia definida de los turistas nacionales son casados (56,83%), seguido del 24,23% que corresponde a solteros, el 11,89% mantienen una relación libre y el 7,05% son separados.

Cuadro No. 75 Estado civil de los turistas nacionales

Estado civil (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Soltero	55	24,23%
Casado	129	56,83%
Separado	16	7,05%
Union Libre	27	11,89%
Otra	0	0,00%
Total	227	100%

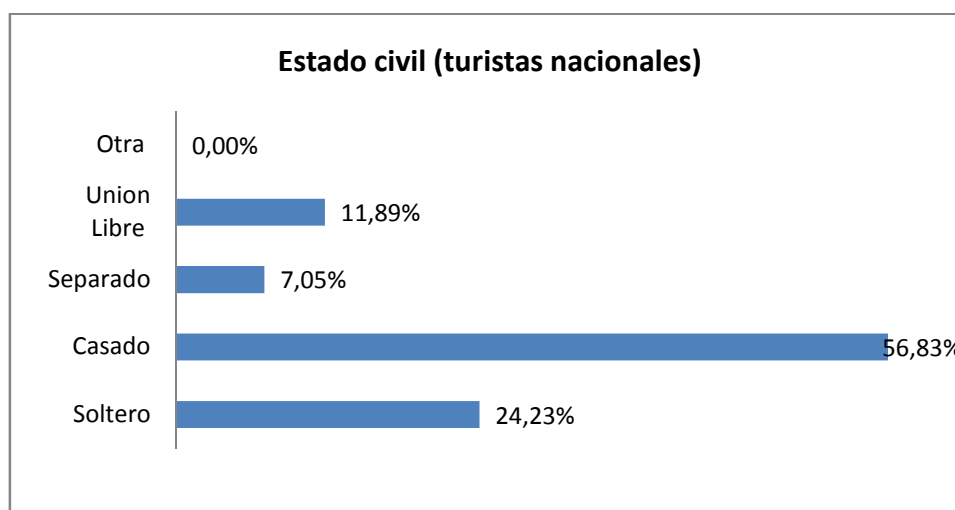


Gráfico No. 46 Estado civil de los turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

A diferencia del turista nacional, el turista extranjero respecto al estado civil como condicionante para realizar viajes de turismo, en el 55,77% son solteros, el 21,79% son casados, el 13,46% son separados, el 7,69% mantienen una relación de unión libre y el 1,28% de los turistas no especifican.

Cuadro No. 76 Estado civil de los turistas extranjeros

Estado civil (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Soltero	87	55,77%
Casado	34	21,79%
Separado	21	13,46%
Unión Libre	12	7,69%
Otra: no especifican	2	1,28%
Total	156	100%

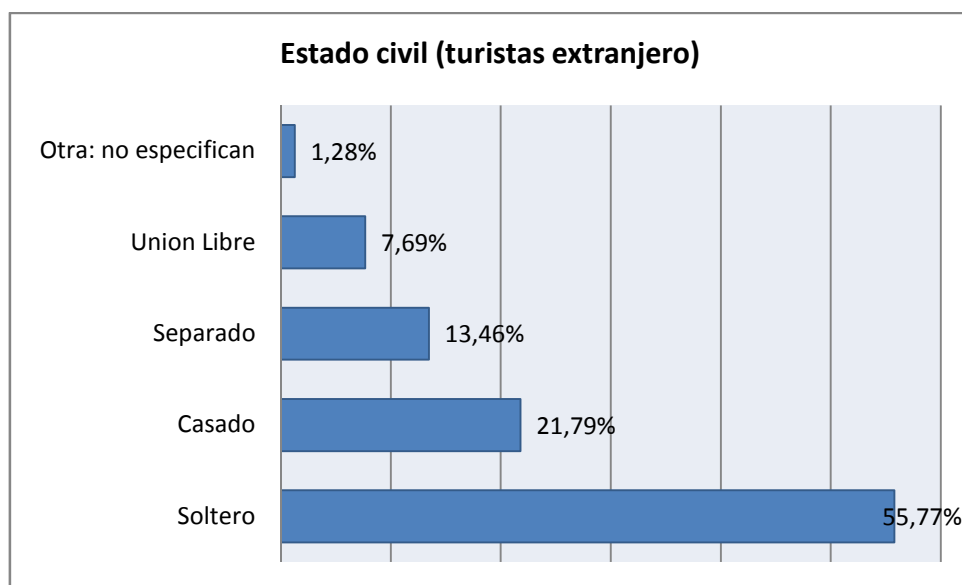


Gráfico No. 47 Estado civil de los turistas extranjeros

5. Lugar de procedencia

a. Turistas nacionales

El lugar de procedencia de los turistas nacionales se concentran de la provincia de Pichincha con el 25,87%, Tungurahua con el 16,60%, Cotopaxi con el 13,90%, Guayaquil con el 11,97%, Cuenca con el 12,36%, Chimborazo el 8,88% y otros lugares con el 10,42%. Teniendo una tendencia clara de que las personas de la Serranía Ecuatoriana prefieren actividades de turismo en sus localidades.

Cuadro No. 77 Lugar de procedencia de los turistas nacionales

Lugar de procedencia (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Pichincha	67	25,87%
Chimborazo	23	8,88%
Guayaquil	31	11,97%
Cotopaxi	36	13,90%
Tungurahua	43	16,60%
Cuenca	32	12,36%
Otros	27	10,42%
Total	259	100%

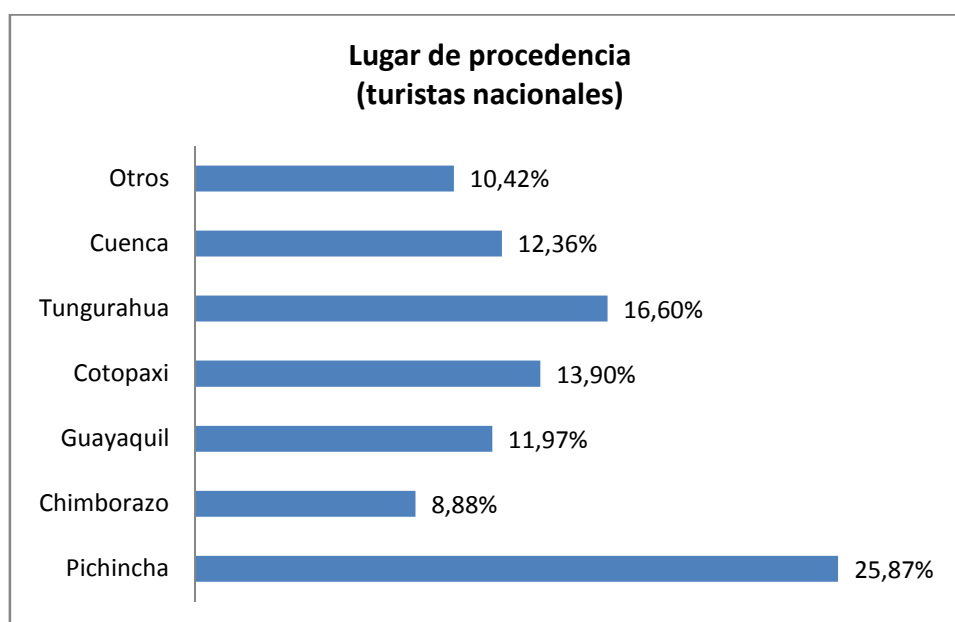


Gráfico No. 48 Lugar de procedencia de los turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

Para el caso de los turistas extranjeros se tiene una tendencia definida en la procedencia principalmente de los Estados Unidos con el 26,28%, seguido de el 17,95% del país Basco, Chile y Argentina con el 10,90% cada uno, Francia el 8,33%, y, Alemania, Colombia y Holanda con el 7,69%, 5,77% y el 5,13% respectivamente.

Cuadro No. 78 Lugar de procedencia de los turistas extranjeros

Lugar de procedencia (turistas extranjeros)		
Variabes	No.	Porcentaje
España	28	17,95%
Estados Unidos	41	26,28%
Holanda	8	5,13%
Francia	13	8,33%
Alemania	12	7,69%
Argentina	17	10,90%
Chile	17	10,90%
Colombia	9	5,77%
Otros (Bulgaria, Bélgica, Inglaterra, Japón, México, Cuba)	11	7,05%
Total	156	100%

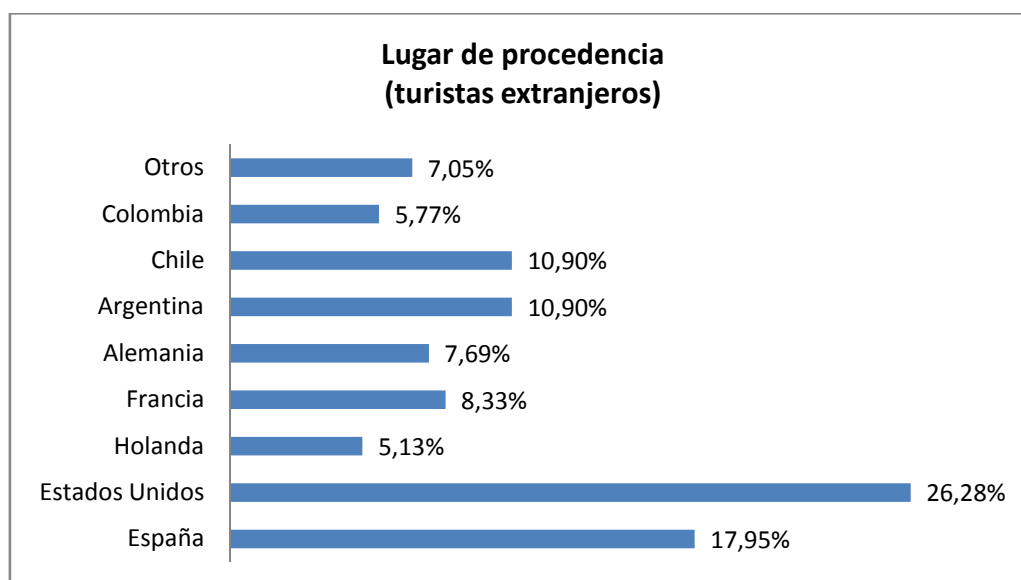


Gráfico No. 49 Lugar de procedencia de los turistas extranjeros

6. Situación laboral actual

a. Turistas nacionales

Dentro de esta variable para quienes realizan turismo en Áreas Protegidas se determinó una tendencia definida que el 67% de los turistas nacionales tienen una relación de trabajo, el 18% son estudiantes y el 15% son personas jubiladas.

Cuadro No. 79 Situación laboral actual de los turistas nacionales

Situación laboral actual (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Trabaja	151	66,52%
No trabaja	0	0,00%
Estudiante	41	18,06%
Jubilado	35	15,42%
Total	227	100%



Gráfico No. 50 Situación laboral actual de los turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

Al igual que los turistas nacionales, la situación laboral de los turistas extranjeros se ha estimado que el 53% trabajan, el 37% son jubilados, 7% son estudiantes y el 3% no trabajan.

Cuadro No. 80 Situación laboral actual de los turistas extranjeros

Situación laboral actual (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Trabaja	83	53,21%
No trabaja	5	3,21%
Estudiante	11	7,05%
Jubilado	57	36,54%
Total	156	100%

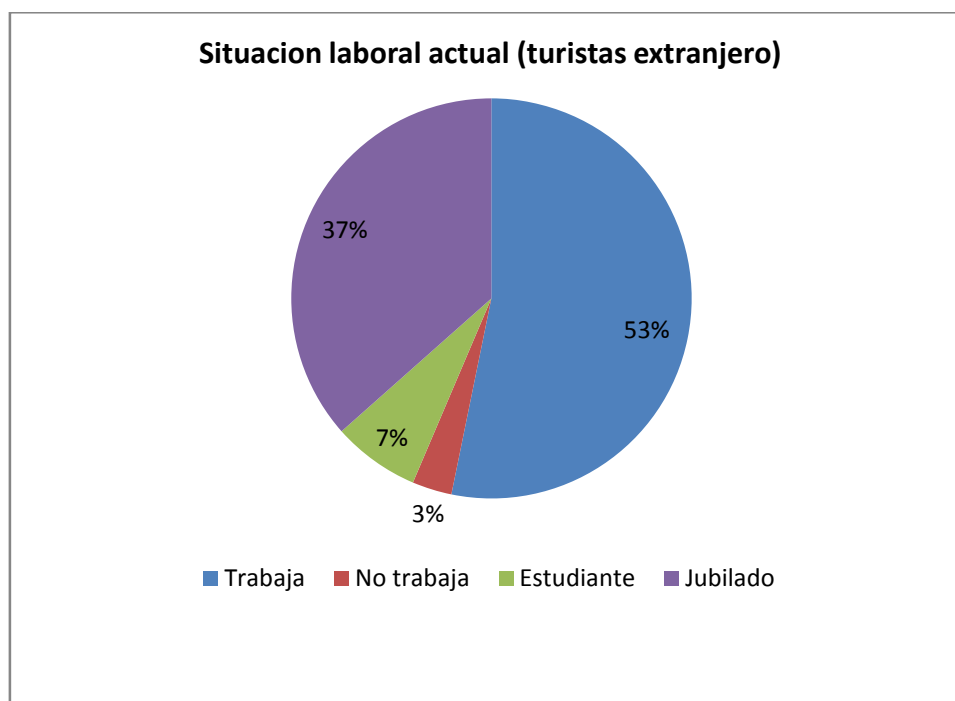


Gráfico No. 51 Situación laboral actual de los turistas extranjeros

7. Forma de realización de viaje

a. Turistas nacionales

Según los datos obtenidos para el turista nacional dentro de esta variable, se ha diferenciado que el 73% de las personas encuestadas realizan su viaje de forma independiente y el 27% lo hace a través de un grupo organizado o por agencia operadora de turismo.

Cuadro No. 81 Forma de realización de viaje de los turistas nacionales

Forma de realización de viaje (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Grupo organizado por agencia de viajes	62	27,31%
Independiente	165	72,69%
Total	227	100%



Gráfico No. 52 Forma de realización de viaje de los turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

A diferencia del turista nacional, para el turista extranjero la forma de realización de viaje está definido que realizan sus viajes a través de un grupo organizado por agencia de viaje (69) y el 31% lo hace de forma independiente; esto se debe a que el turista extranjero busca mayor seguridad en su viaje.

Cuadro No. 82 Forma de realización de viaje de los turistas extranjeros

Forma de realización de viaje (turistas extranjeros)		
VARIABLES	No.	Porcentaje
Grupo organizado por agencia de viajes	107	68,59%
Independiente	49	31,41%
Total	156	100%

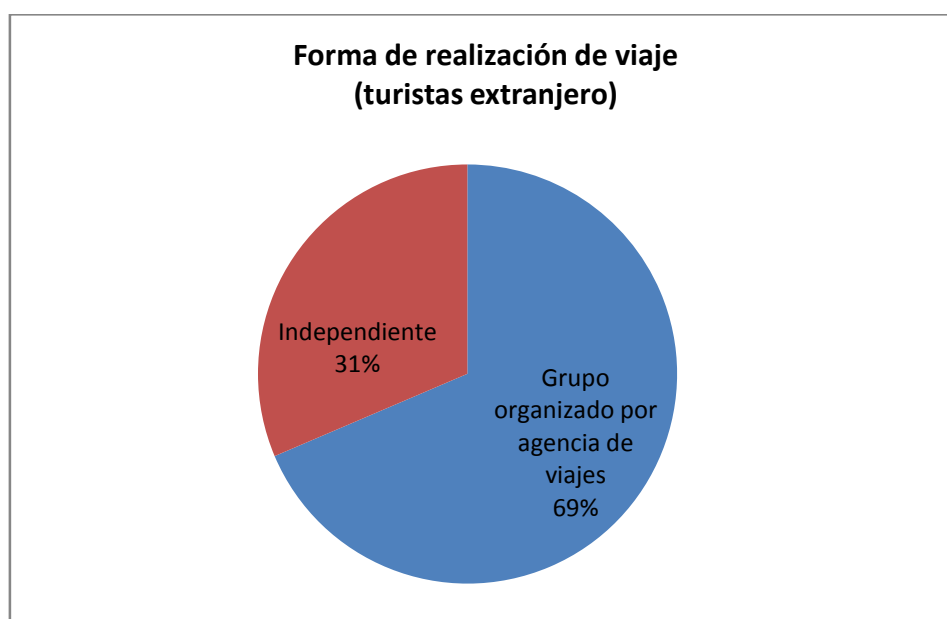


Gráfico No. 53 Forma de realización de viaje de los turistas extranjeros

8. Acompañamiento del viaje

a. Turistas nacionales

La tendencia del turista nacional en referencia al acompañamiento del viaje está claramente definido que el 55,97% realizan sus viajes con la familia, el 23,87% con los amigos, con pareja el 16,87%, grupo organizado el 2,06% y de solo con el 1,23%, lo que denota que el turismo interno se realiza de forma familiar.

Cuadro No. 83 Acompañamiento del viaje, turistas nacionales

Acompañamiento del viaje, turistas nacionales		
Variables	No.	Porcentaje
Solo	3	1,23%
Con pareja	41	16,87%
En familia	136	55,97%
Con amigos	58	23,87%
Grupo organizado por agencia de viajes	5	2,06%
Total	243	100%

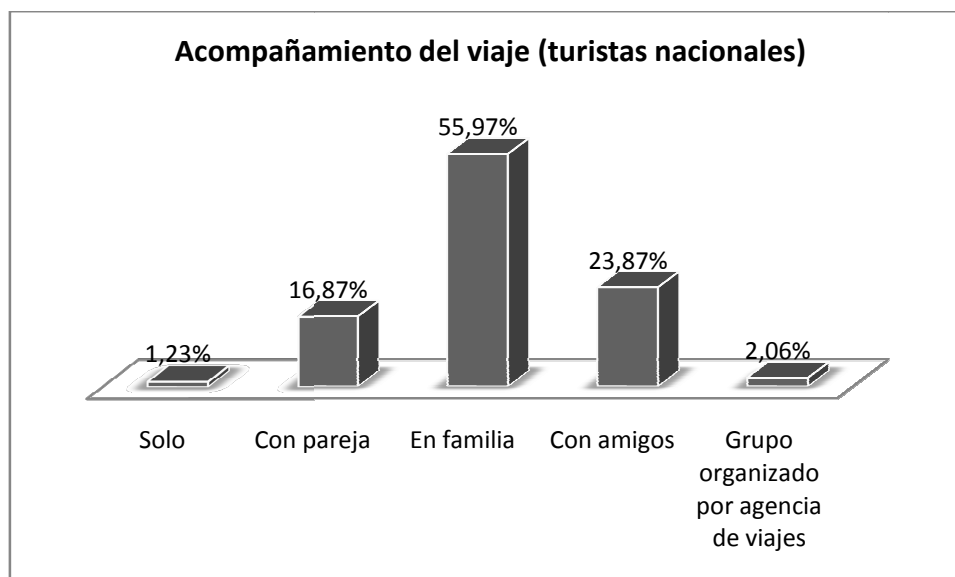


Gráfico No. 54 Acompañamiento del viaje, turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

A diferencia del turista nacional, para el turista extranjero la forma de viajar está delimitada con: amigos que representa el 30,13%, solos el 28,85%, con pareja el 25%, grupo organizado por agencia de viaje el 14,74% y en familia el 1,28%.

Cuadro No. 84 Acompañamiento del viaje, turistas extranjeros

Acompañamiento del viaje (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Solo	45	28,85%
Con pareja	39	25,00%
En familia	2	1,28%
Con amigos	47	30,13%
Grupo organizado por agencia de viajes	23	14,74%
Total	156	100%

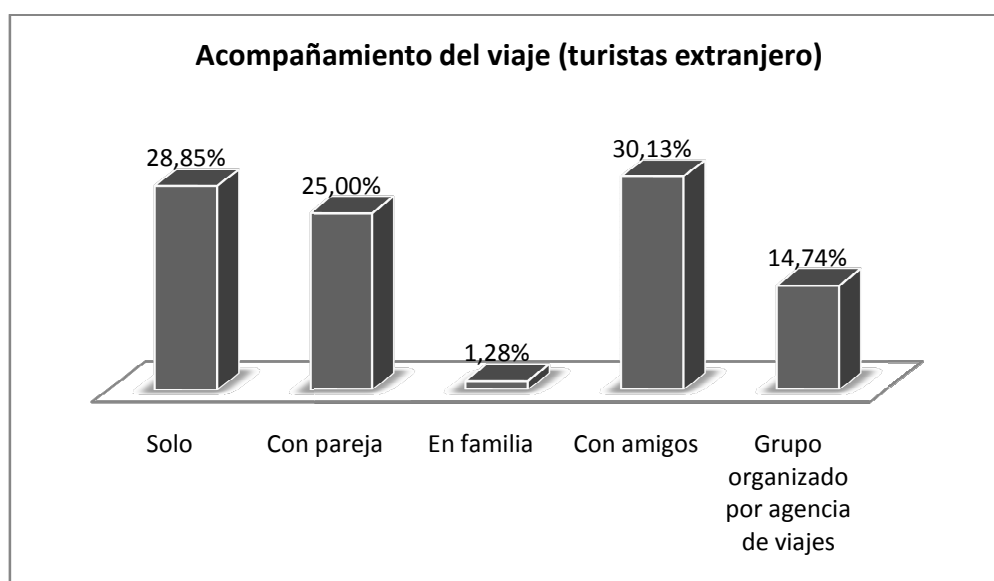


Gráfico No. 55 Acompañamiento del viaje, turistas extranjeros

9. Tipos de turismo que realiza

a. Turistas nacionales

El turista nacional que realiza turismo en las Áreas Protegidas, mayoritariamente el 45,38% realizan deportes de aventura, el 18,88% realiza actividades de ecoturismo y turismo de naturaleza, turismo comunitario el 13,25%, descanso y diversión el 12,85%, turismo de salud el 6,43% y turismo científico representa el 3,21%.

Cuadro No. 85 Tipos de turismo que realizan los turistas nacionales

Tipos de turismo que realiza (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Deportes y aventura	113	45,38%
Turismo comunitario	33	13,25%
Turismo científico	8	3,21%
Descanso y diversión	32	12,85%
Ecoturismo y turismo de naturaleza	47	18,88%
Turismo de salud	16	6,43%
Total	249	100%

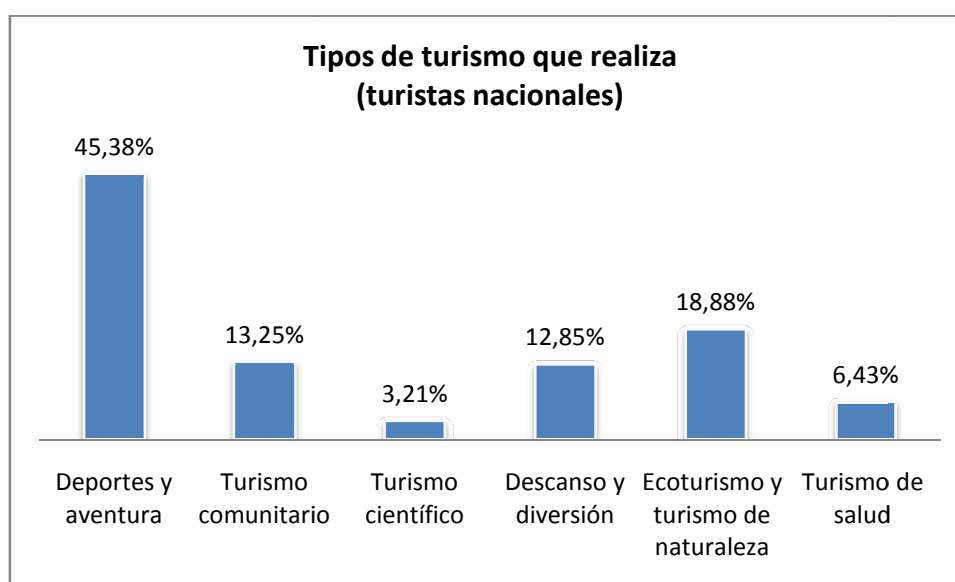


Gráfico No. 56 Tipos de turismo que realizan los turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

El turista extranjero que realiza o le gustaría realizar actividades de turismo, está dado por el turismo científico que representa el 25%, y tiene una estrecha relación con el género y edad de los encuestados para actividades de deportes de aventura (21,79%) y el ecoturismo y turismo de naturaleza (20,51%), sin embargo, las actividades en turismo comunitario corresponde el 14,74%, descanso y diversión el 10,90% y turismo de salud el 7,05%.

Cuadro No. 86 Tipos de turismo que realizan los turistas extranjeros

Tipos de turismo que realiza (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Deportes y aventura	34	21,79%
Turismo comunitario	23	14,74%
Turismo científico	39	25,00%
Descanso y diversión	17	10,90%
Ecoturismo y turismo de naturaleza	32	20,51%
Turismo de salud	11	7,05%
Total	156	100%

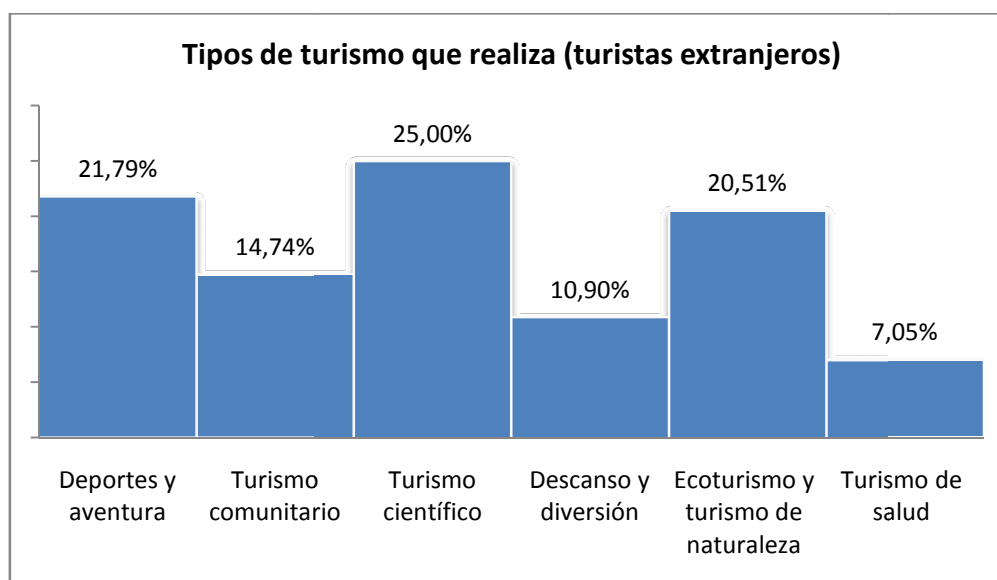


Gráfico No. 57 Tipos de turismo que realizan los turistas extranjeros

10. Conocimiento sobre Áreas de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro

a. Turistas nacionales

Al realizar la pregunta sobre el conocimiento de las Áreas Protegidas que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro, se tiene una tendencia clara que el 86% de quienes respondieron si conocen sobre las mismas y el 14% desconocen las Áreas Protegidas.

Cuadro No. 87 Conocimiento sobre Áreas Protegidas, turistas nacionales

Conocimiento sobre Áreas Protegidas (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
si	195	85,90%
no	32	14,10%
Total	227	100%

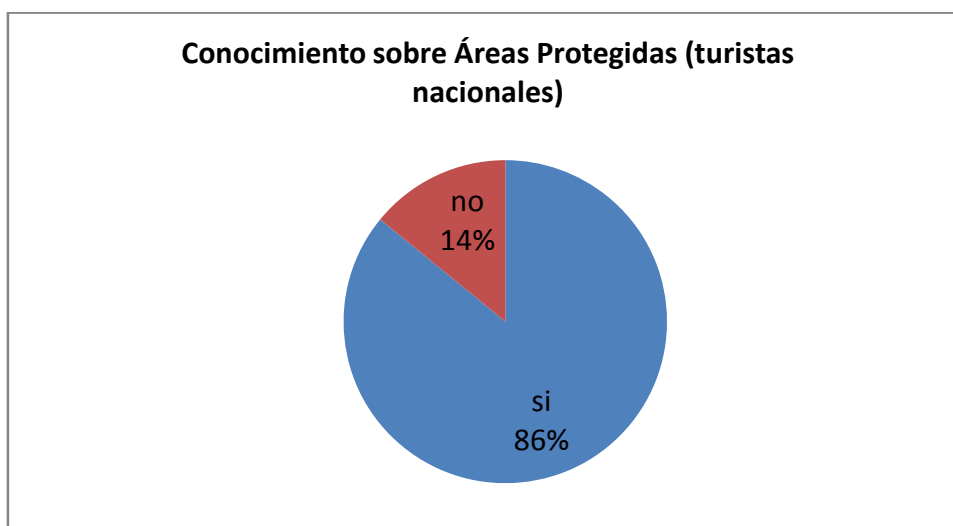


Gráfico No. 58 Conocimiento sobre Áreas Protegidas, turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

De acuerdo a las consideraciones de conocimiento del Sistema Nacional de Áreas Protegidas que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Central del país, se pudo apreciar que el 60,26% si conoce sobre las Áreas Protegidas debido a la concurrencia hacia las mismas y el 39,74% desconocen sobre la existencia de la misma.

Cuadro No. 88 Conocimiento sobre Áreas Protegidas, turistas extranjeros

Conocimiento sobre Áreas Protegidas (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
si	94	60,26%
no	62	39,74%
Total	156	100%

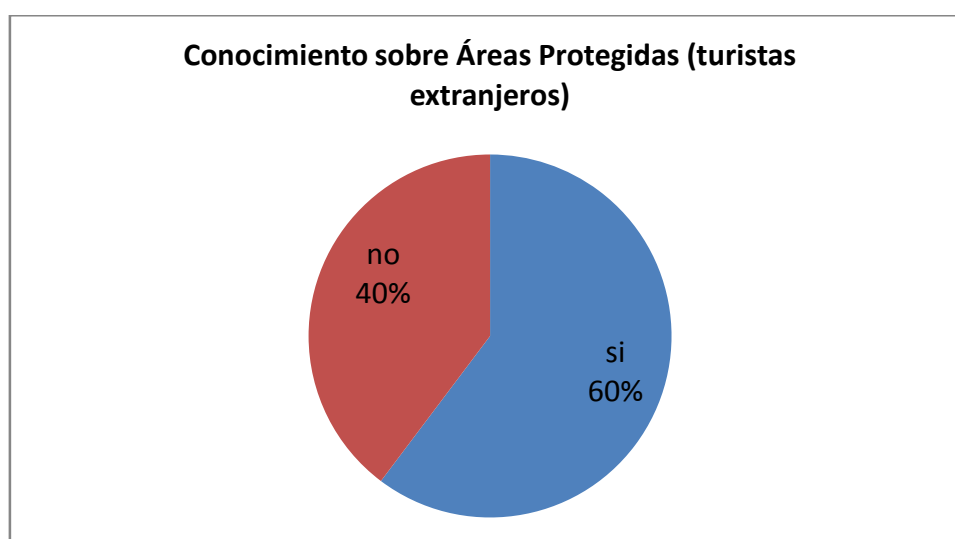


Gráfico No. 59 Conocimiento sobre Áreas Protegidas, turistas extranjeros

11. Conocimiento de los volcanes y nevados que integra la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro

a. Turistas nacionales

Para la variable de conocimiento sobre los volcanes y nevados que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, los turistas nacionales consideran que en su mayoría sí conocen los mismos en el 97% y apenas el 3% menciona no conocer los volcanes y nevados de la Región Sierra Centro; lo que refleja que el turismo interno se está fomentando paulatinamente.

Cuadro No. 89 Conocimiento sobre los volcanes y nevados de la Ruta Turística, turistas nacionales

Conocimiento sobre los volcanes de la Ruta Turística (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
si	221	97,36%
no	6	2,64%
Total	227	100%



Gráfico No. 60 Conocimiento sobre los volcanes y nevados de la Ruta Turística, turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

Los turistas extranjeros mencionan sí conocer los volcanes y nevados que integran la ruta turística Avenida de los Volcanes en un 87,82%, debido a que el nivel de concurrencia es mayor a 1 y el 12,18% mencionar no conocer los volcanes y nevados en la Región Central del Ecuador continental, pues es la primera vez que se encuentran realizando turismo en el Área Protegida.

Cuadro No. 90 Conocimiento sobre los volcanes y nevados de la Ruta Turística, turistas extranjeros

Conocimiento sobre los volcanes y nevados de la Ruta Turística (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
si	137	87,82%
no	19	12,18%
Total	156	100%

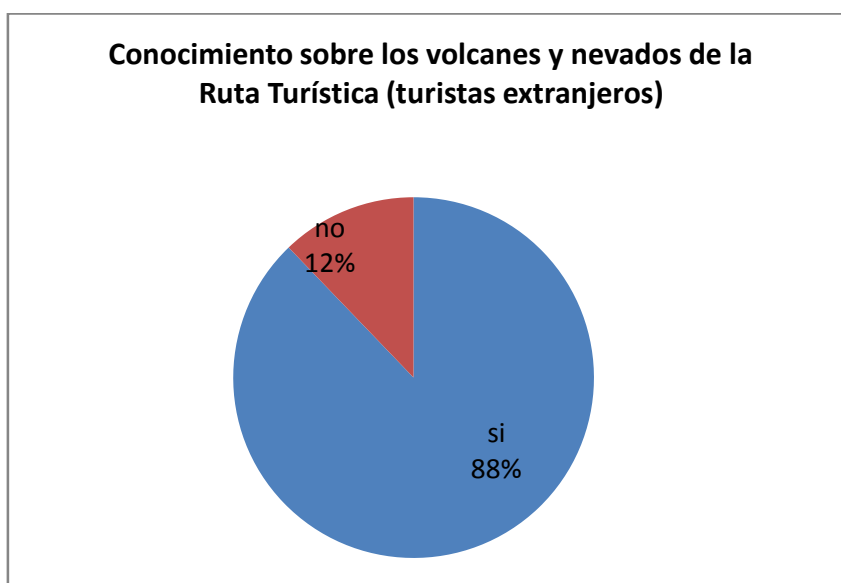


Gráfico No. 61 Conocimiento sobre los volcanes y nevados de la Ruta Turística, turistas extranjeros

12. Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes

a. Turistas nacionales

Para esta variable, los turistas nacionales mencionan en su totalidad que les gustaría conocer y visitar las Áreas Protegidas, con sus volcanes y nevados de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro.

Cuadro No. 91 Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas nacionales

Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
si	227	100,00%
no	0	0,00%
Total	227	100%

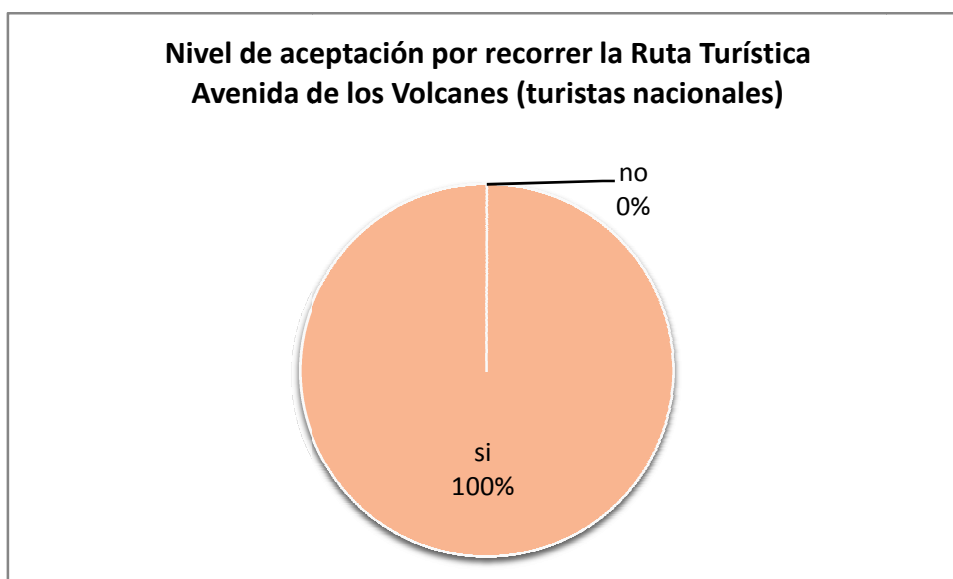


Gráfico No. 62 Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

Sin lugar a duda, al igual que los turistas nacionales, los turistas extranjeros consideran en su totalidad que les gustaría conocer y visitar las Áreas Protegidas, con sus volcanes y nevados de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.

Cuadro No. 92 Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas extranjeros.

Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
si	156	100,00%
no	0	0,00%
Total	156	100%

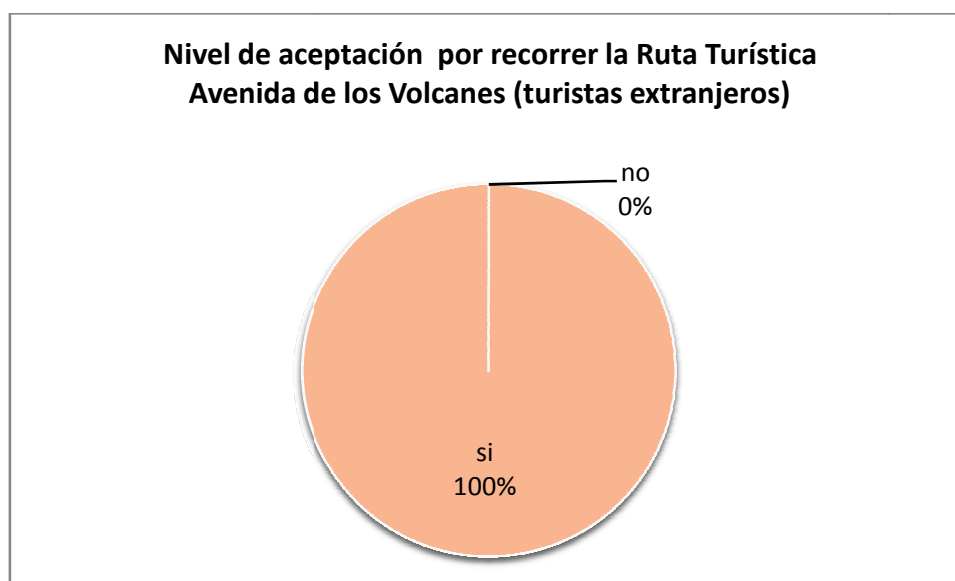


Gráfico No. 63 Nivel de aceptación por recorrer la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas extranjeros.

13. Motivación de visita

a. Turistas nacionales

La motivación de visita para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro, para el caso de turistas nacionales expresan que el principal motivo son y serían potencialmente las vacaciones representando en el 36,95%, descanso el 20,48%, Alpinismo el 12,85%, Observación del volcán el 9,24%, giras estudiantiles el 8,43%, convivencia cultural el 6,02%, y negocios el 2,01%.

Cuadro No. 93 Motivación de visita, turistas nacionales.

Motivación de visita (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Vacaciones	92	36,95%
Observación del volcán	23	9,24%
Descanso	51	20,48%
Convivencia cultural	15	6,02%
Alpinismo	32	12,85%
Negocios	5	2,01%
Investigaciones científicas	0	0,00%
Giras estudiantiles	21	8,43%
Otros	10	4,02%
Total	249	100%

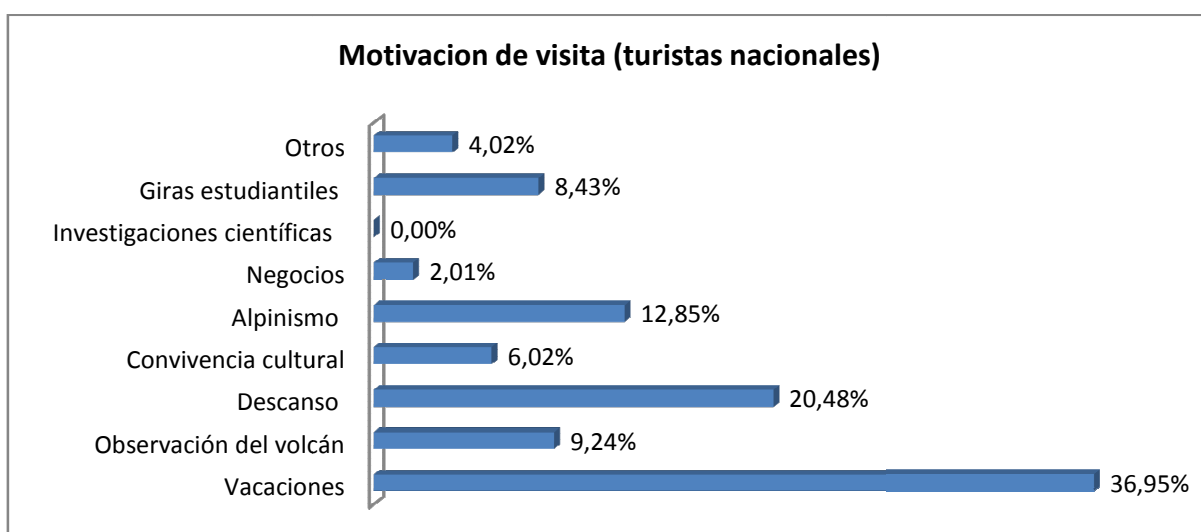


Gráfico No. 64 Motivación de visita para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes de los turistas nacionales.

b. Turistas extranjeros

Para el caso del turista extranjero, manifiestan que la principal motivación de visita al igual que el turista nacional son las vacaciones que representa el 29,71%, seguido de observación del volcán y alpinismo 17,71%, en investigaciones científicas el 10,86%, convivencia cultural el 10,29%, descanso y diversión el 9,14% y los negocios el 1,14%.

Cuadro No. 94 Motivación de visita para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes de los turistas extranjeros.

Motivación de visita (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Vacaciones	52	29,71%
Observación del volcán	31	17,71%
Descanso	16	9,14%
Convivencia cultural	18	10,29%
Alpinismo	31	17,71%
Negocios	2	1,14%
Investigaciones científicas	19	10,86%
Giras estudiantiles	0	0,00%
Otros: no especifica	6	3,43%
Total	175	100%

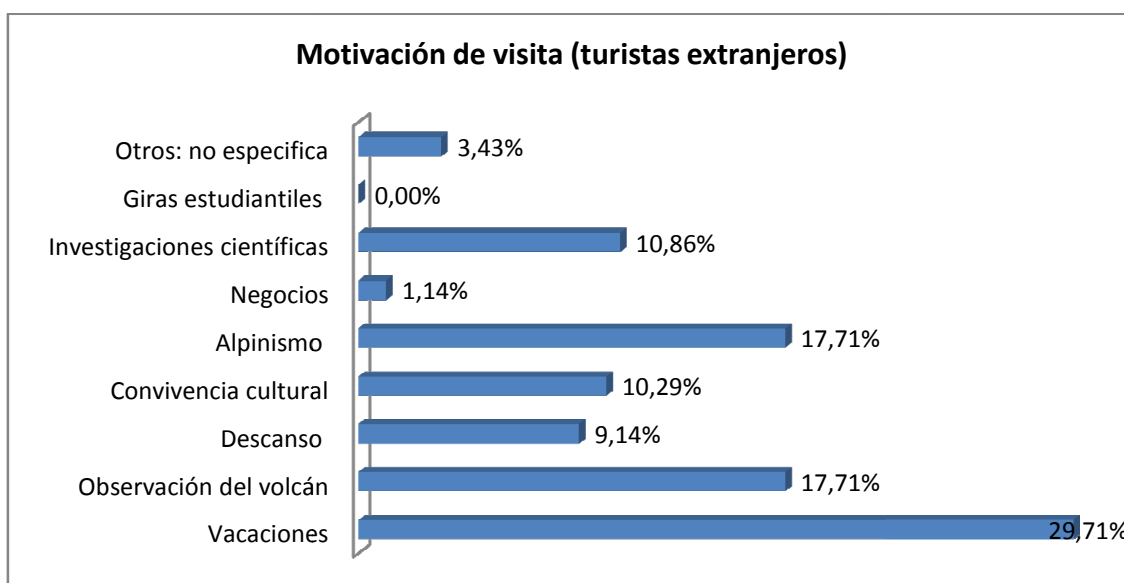


Gráfico No. 65 Motivación de visita para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes de los turistas extranjeros.

14. Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes

a. Turistas nacionales

Los atractivos turísticos que les gustaría conocer en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes para los turistas nacionales, esta representado por los atractivos naturales y actividades que se desprenden de ella como: cascadas con el 26,63%, los volcanes y nevados el 26,58%, las aguas termales el 17,30%, Áreas Protegidas el 15,19%, y los atractivos y actividades culturales como emprendimientos comunitarios el 8,86%, sitios religiosos el 6,33% y ferias artesanales o agropecuarias el 2,11%.

Cuadro No. 95 Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas nacionales.

Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Volcanes y nevados	63	26,58%
Aguas termales	41	17,30%
Cascadas	56	23,63%
Sitios religiosos	15	6,33%
Ferias artesanales y/o agropecuarias	5	2,11%
Emprendimientos comunitarios	21	8,86%
Áreas Protegidas	36	15,19%
Total	237	100%

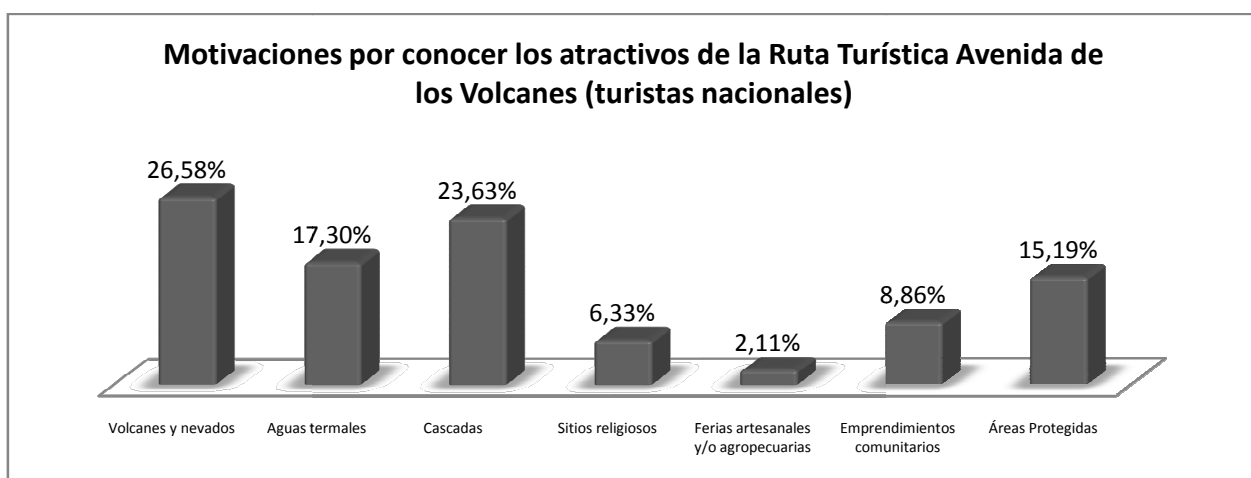


Gráfico No. 66 Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas nacionales.

b. Turistas extranjeros

En lo que respecta a turistas extranjeros, les gustaría conocer prioritariamente los atractivos naturales y culturales que conforman la Ruta Turística Avenida de los Volcanes como volcanes y nevados con el 31,41%, Áreas Protegidas el 21,79%, cascadas el 20,51%, aguas termales el 11,54% y los atractivos culturales como emprendimientos comunitarios el 8,33%, sitios religiosos el 3,85%, ferias artesanales y agropecuarias el 2,56%.

Cuadro No. 96 Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas extranjeros.

Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Volcanes y nevados	49	31,41%
Aguas termales	18	11,54%
Cascadas	32	20,51%
Sitios religiosos	6	3,85%
Ferias artesanales y/o agropecuarias	4	2,56%
Emprendimientos comunitarios	13	8,33%
Áreas Protegidas	34	21,79%
Total	156	100%

Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes (turistas extranjeros)

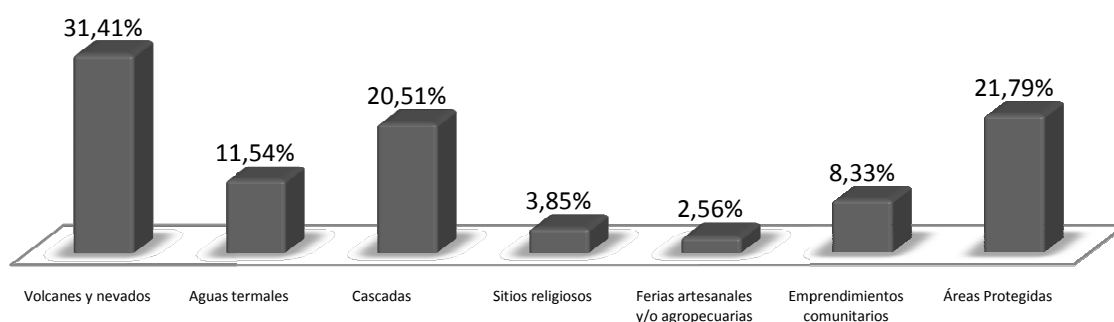


Gráfico No. 67 Motivaciones por conocer los atractivos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, turistas extranjeros.

15. Preferencia por realizar actividades turísticas

a. Turistas nacionales

Según los resultados de esta variable, las actividades que les gustaría realizar en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, está dada tendencialmente articulada por actividades de deportes de aventura como: Cayoning el 14,63%, Biking el 12,54%, Trekking el 11,85%, Canoping el 10,80%, 4x4 con el 9,06%, Andinismo el 8,01%, Cabalgatas 7,23%, y demás en porcentajes pequeños como rafting, convivencia comunitaria, pesca deportiva, campamentos, escalada deportiva y de alta montaña y prácticas artesanales. Estas características se deben a que las actividades que mayoritariamente se desarrollan en la Ruta Turística son derivados de los atractivos naturales.

Cuadro No. 97 Preferencia por realizar actividades turísticas, turistas nacionales.

Preferencia por realizar actividades turísticas (turistas nacionales)		
Variabes	No.	Porcentaje
Cabalgatas	21	7,32%
Trekking	34	11,85%
Biking	36	12,54%
Campamentos	12	4,18%
4x4	26	9,06%
Pesca deportiva	12	4,18%
Convivencia comunitaria	13	4,53%
Canoping	31	10,80%
Cayoning	42	14,63%
Rafting	19	6,62%
Andinismo	23	8,01%
Escalada deportiva y de alta montana	10	3,48%
Prácticas artesanales	8	2,79%
Total	287	100%

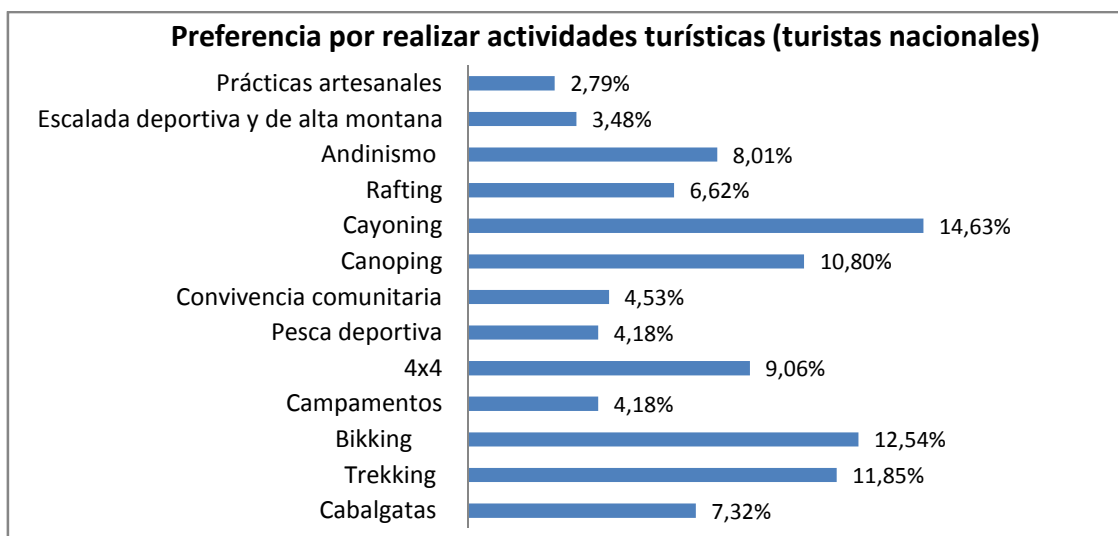


Gráfico No. 68 Preferencia por realizar actividades turísticas, turistas nacionales.

b. Turistas extranjeros

En cuanto a los turistas extranjeros, las principales actividades turísticas que desearían realizar en la Ruta Turística son las relacionadas a cierto riesgo como es el caso de andinismo con el 14,04%, trekking el 12,92%, escalada deportiva y de alta montaña con el 10,67% y actividades de agua “rafting” el 9,55%.

Cuadro No. 98 Preferencia por realizar actividades turísticas, turistas extranjeros.

Preferencia por realizar actividades turísticas (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Cabalgatas	15	8,43%
Trekking	23	12,92%
Biking	11	6,18%
Campamentos	3	1,69%
4x4	8	4,49%
Pesca deportiva	4	2,25%
Convivencia comunitaria	15	8,43%
Canoping	12	6,74%
Cayoning	16	8,99%
Rafting	17	9,55%
Andinismo	25	14,04%
Escalada deportiva y de alta montaña	19	10,67%
Prácticas artesanales	10	5,62%
Total	178	100%

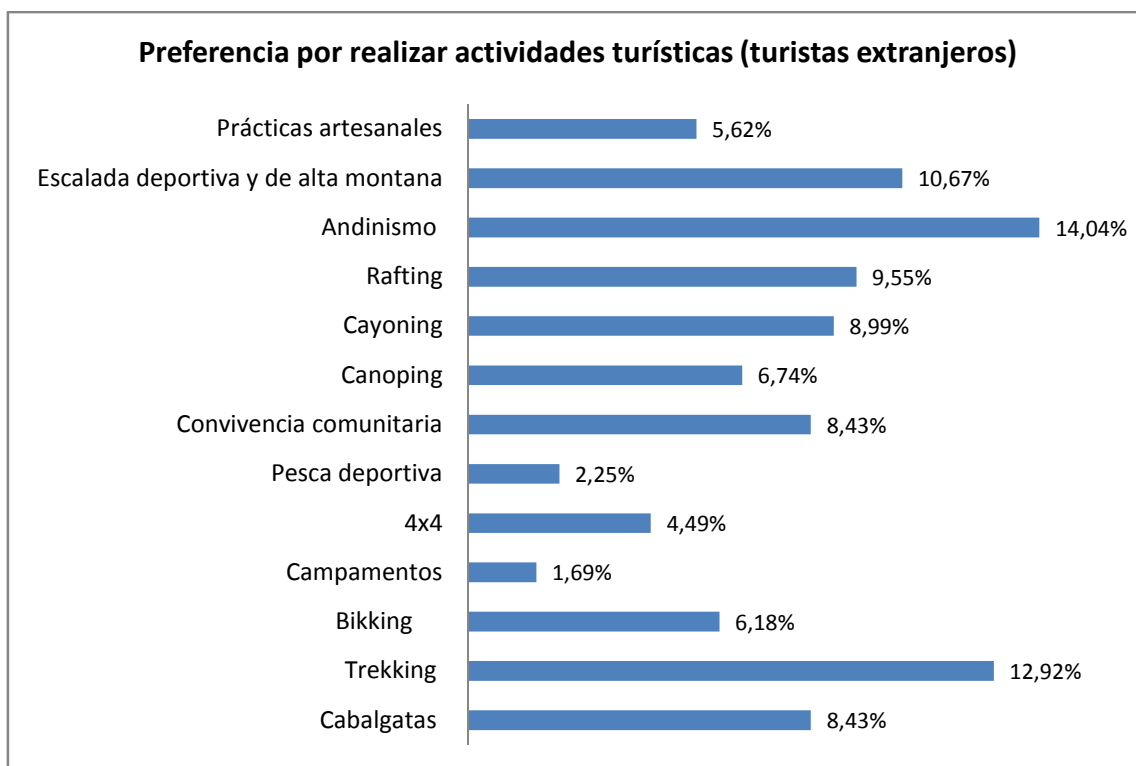


Gráfico No. 69 Preferencia por realizar actividades turísticas, turistas extranjeros.

16. Requerimientos de la demanda

a. Turistas nacionales

Los resultados obtenidos en la variable requerimientos mínimos para que un sitio sea atractivo, según los turistas nacionales está dada por: vías en buenas condiciones el 20,44%, buena alimentación con el 19,78%, cómodo hospedaje el 19,33%, señalización turística clara el 17,33%, una buena atención al turista el 15,78% y otras características importantes como adecuación de senderos, miradores, cabañas, puentes y demás representan el 7,33%. Estos porcentajes están dados por las características motivacionales, ocio y esparcimiento del turista nacional.

Cuadro No. 99 Requerimientos de la demanda, turistas nacionales

Requerimientos de la demanda (turistas nacionales)		
VARIABLES	No.	Porcentaje
Buena alimentación	89	19,78%
Cómodo hospedaje	87	19,33%
Señalización turística clara	78	17,33%
Vías en buenas condiciones	92	20,44%
Buena atención al turista	71	15,78%
Otros: senderos, mirador, cabañas	33	7,33%
Total	450	100%

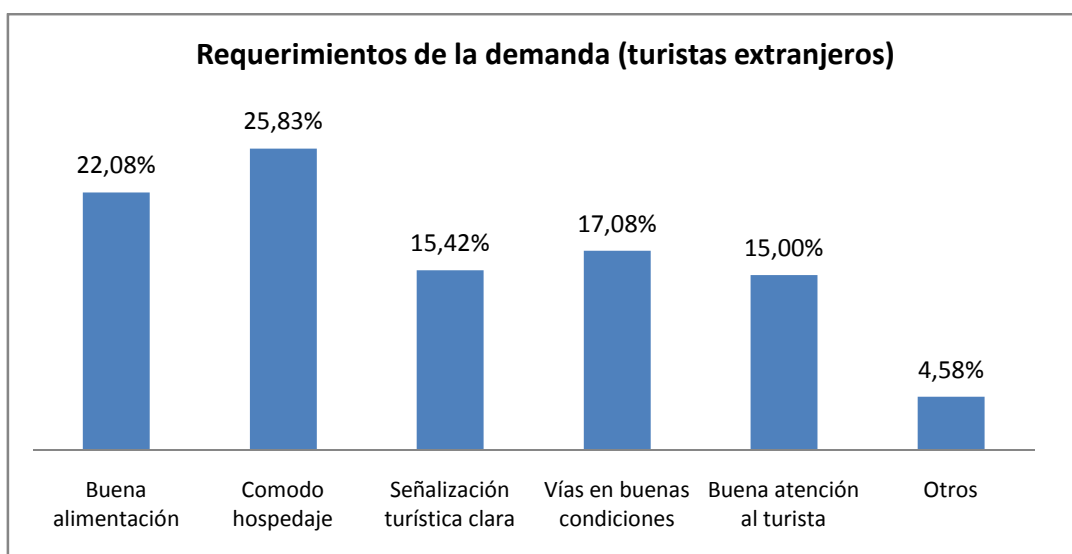


Gráfico No. 70 Requerimientos de la demanda, turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

A diferencia del turista nacional, las consideraciones del turistas extranjeros sobre requerimientos mínimos para que un sitio sea atractivo, porcentualmente son: cómodo hospedaje el 25,83%, buena alimentación el 22,08%, vías en buenas condiciones el 17,08%, señalización turística clara el 15,42% y buena atención al turista el 15%; contando una tendencia de cómodo hospedaje y una buena alimentación.

Cuadro No. 100 Requerimientos de la demanda, turistas extranjeros.

Requerimientos de la demanda (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Buena alimentación	53	22,08%
Cómodo hospedaje	62	25,83%
Señalización turística clara	37	15,42%
Vías en buenas condiciones	41	17,08%
Buena atención al turista	36	15,00%
Otros	11	4,58%
Total	240	100%

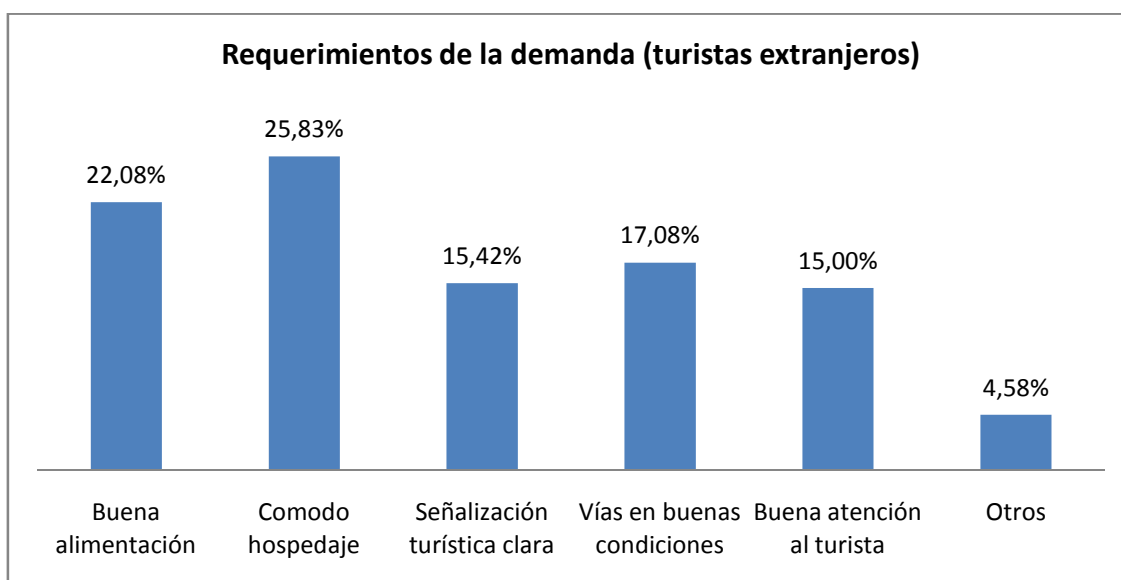


Gráfico No. 71 Requerimientos de la demanda, turistas extranjeros.

17. Lugar de hospedaje

a. Turistas nacionales

El lugar donde se hospedan los turistas nacionales, cuando realizan turismo de Áreas Protegidas son: 47,58% se hospeda en un hotel u hostería, por facilidades y coyunturas en la casa de amigos el 29,52%, casa de familiares el 16,74% y refugio de montaña el 6,17%.

Cuadro No. 101 Lugar de hospedaje, turistas nacionales

Lugar de hospedaje (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Casa de amigos	67	29,52%
Hotel u hostería	108	47,58%
Casa de familiares	38	16,74%
Refugio	14	6,17%
Total	227	100%

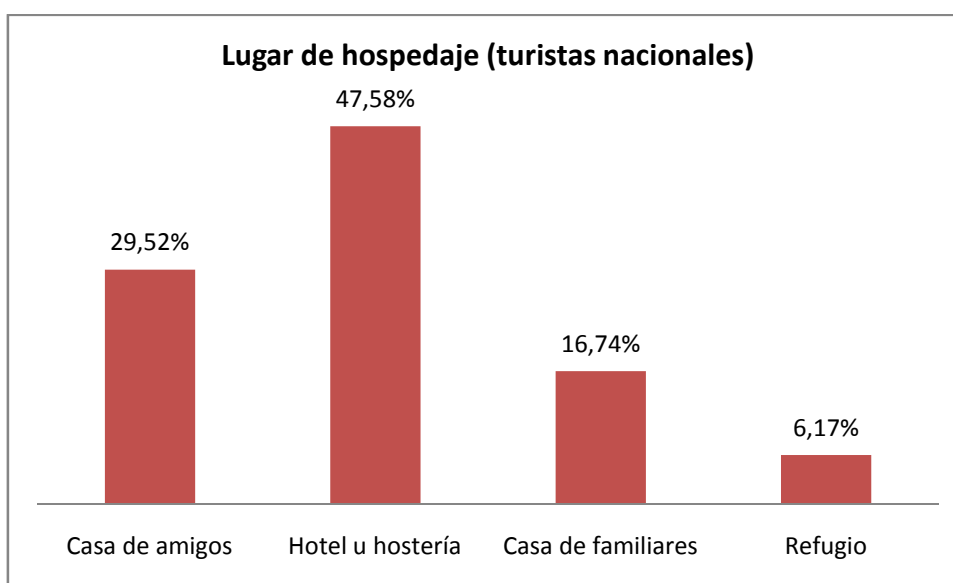


Gráfico No. 72 Lugar de hospedaje, turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

El turista extranjero al no contra con familiares o amigos en el país y/o región, busca como hospedaje un hotel u hostería lo que en el presente estudio representa el 82,69%, además de en un refugio de montaña el 16,03%.

Cuadro No. 102 Lugar de hospedaje, turistas extranjeros

Lugar de hospedaje (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Casa de amigos	2	1,28%
Hotel u hostería	129	82,69%
Casa de familiares	0	0,00%
Refugio	25	16,03%
Total	156	100,00%

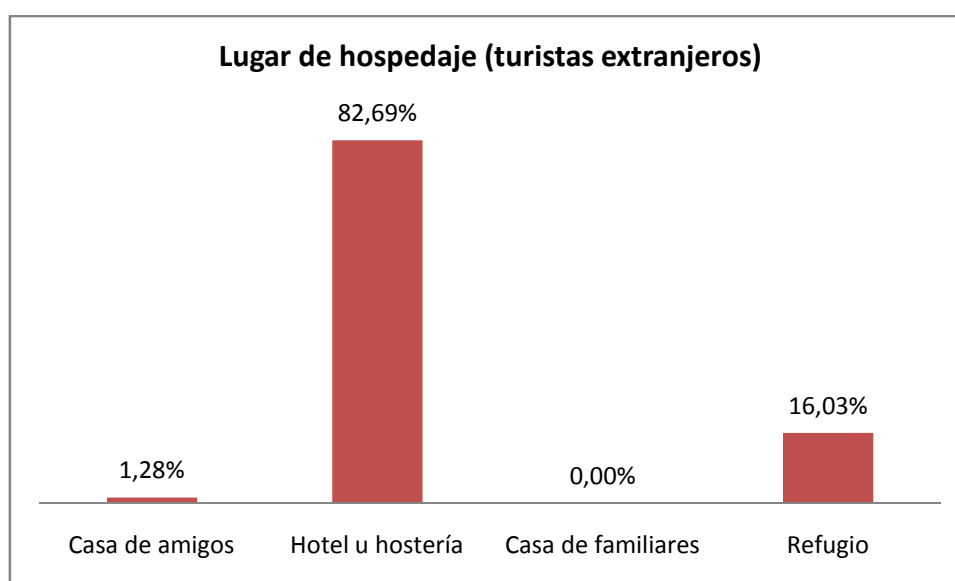


Gráfico No. 73 Lugar de hospedaje, turistas extranjeros

18. Medios de transporte

a. Turistas nacionales

Por la facilidad de movilización, el 59,03% de los turistas nacionales para llegar a un sitio turístico usan carro propio, sin embargo, el transporte público representa el 24,67%, en transporte organizado mediante agencia operadora de turismo el 10,13% y otros medios de transporte in situ como chivas, rancheras o alquiler de motos, cuadrones y demás en un 6,17%.

Cuadro No. 103 Medios de transporte, turistas nacionales

Medios de transporte (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Carro propio	134	59,03%
Bus	56	24,67%
Transporte organizado	23	10,13%
Otro: chivas, rancheras	14	6,17%
Total	227	100%

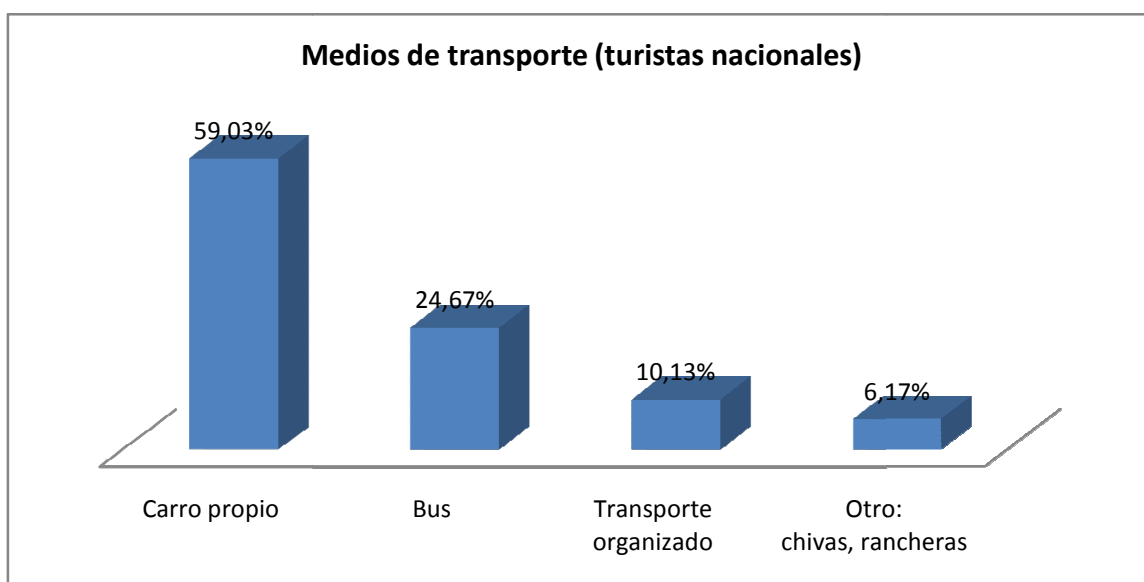


Gráfico No. 74 Medios de transporte, turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

Para el turista extranjero, el medio de transporte utilizado en su mayoría (80,77%) es el transporte organizado, otros medios de transporte interno para recorrer en los lugares turístico con el 10,26%, transporte público el 5,77% y carro propio 3,21%.

Cuadro No. 104 Medios de transporte, turistas extranjeros

Medios de transporte (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Carro propio	5	3,21%
Bus	9	5,77%
Transporte organizado	126	80,77%
Otros: chivas, rancheras, aventura	16	10,26%
Total	156	100%

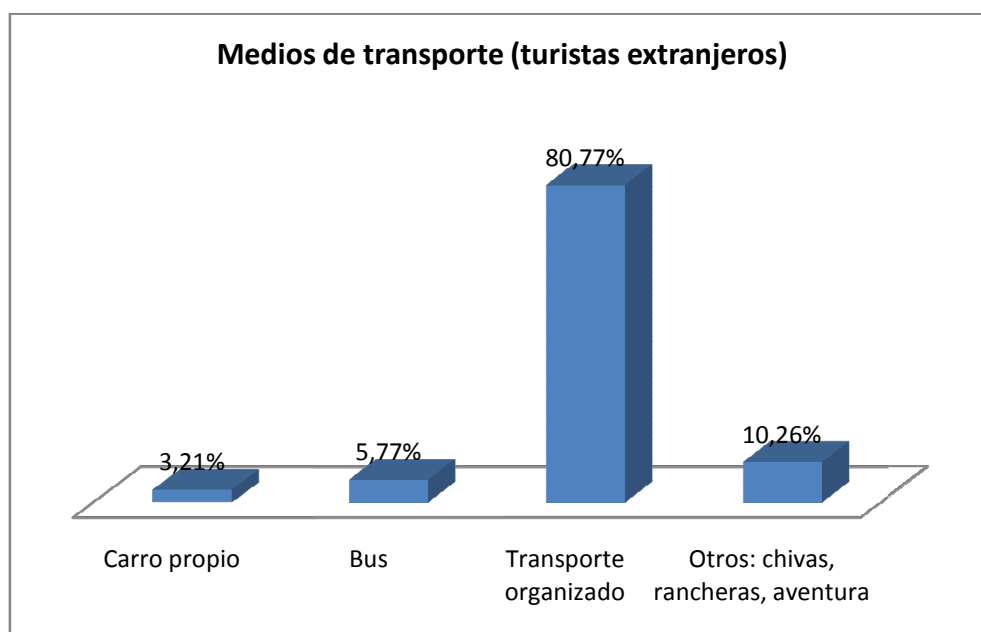


Gráfico No. 75 Medios de transporte, turistas extranjeros

19. Tiempo de permanencia

a. Turistas nacionales

Los turistas nacionales representado por el 56,39% designan dos días en promedio para realizar sus viajes, seguido de un día el 18,50%, tres días en promedio el 14,98% y el 10,13% destina más de tres días para realizar los viajes de turismo. De las comparaciones porcentuales descritas, el tiempo de permanencia no necesariamente representa viajes de fin de semana, sino están ajustados a realidades de feriados donde el turismo interno mueve un gran porcentaje de visitas a los lugares turísticos; sin embargo, según el gasto generado en estos días, el turista nacional decide visitar éstos atractivos turísticos por dos días (fin de semana).

Cuadro No. 105 Tiempo de permanencia, turistas nacionales

Disposición tiempo de permanencia (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Un día	42	18,50%
Dos días	128	56,39%
Tres días	34	14,98%
Más de 3 días	23	10,13%
Total	227	100%

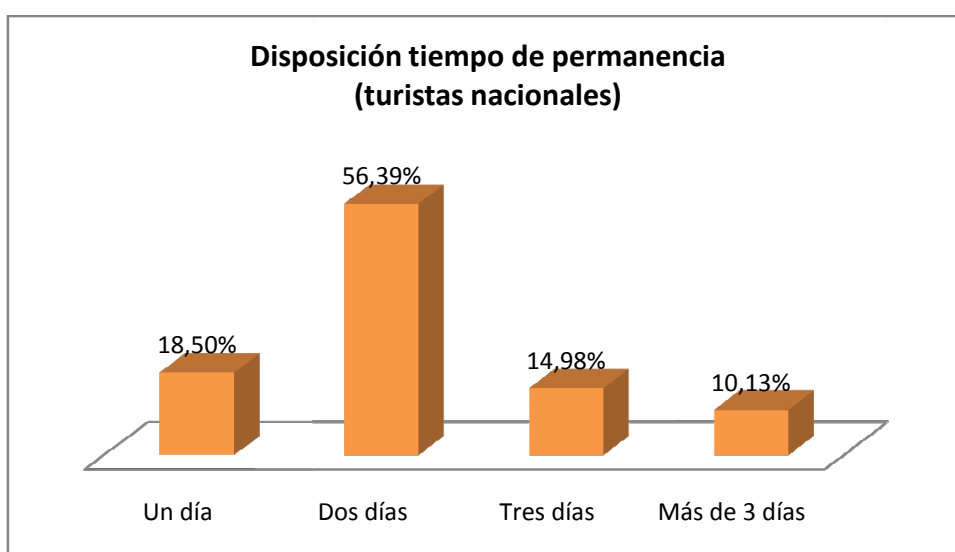


Gráfico No. 76 Tiempo de permanencia, turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

Dentro de la misma variable aplicada a los turistas extranjeros, se obtuvo que la tendencia en días para realizar los viajes y/o recorridos dentro de la Ruta Turística Avenida es de tres días que representa el 37,82%, seguido de personas que destinan dos días correspondiente al 35,26%, un día el 19,87% y prefieren visitar esta Ruta Turística más de tres días el 7,05%.

Cuadro No. 106 Tiempo de permanencia, turistas extranjeros

Disposición tiempo de permanencia (turistas extranjeros)		
Variabes	No.	Porcentaje
Un día	31	19,87%
Dos días	55	35,26%
Tres días	59	37,82%
Más de 3 días	11	7,05%
Total	156	100%

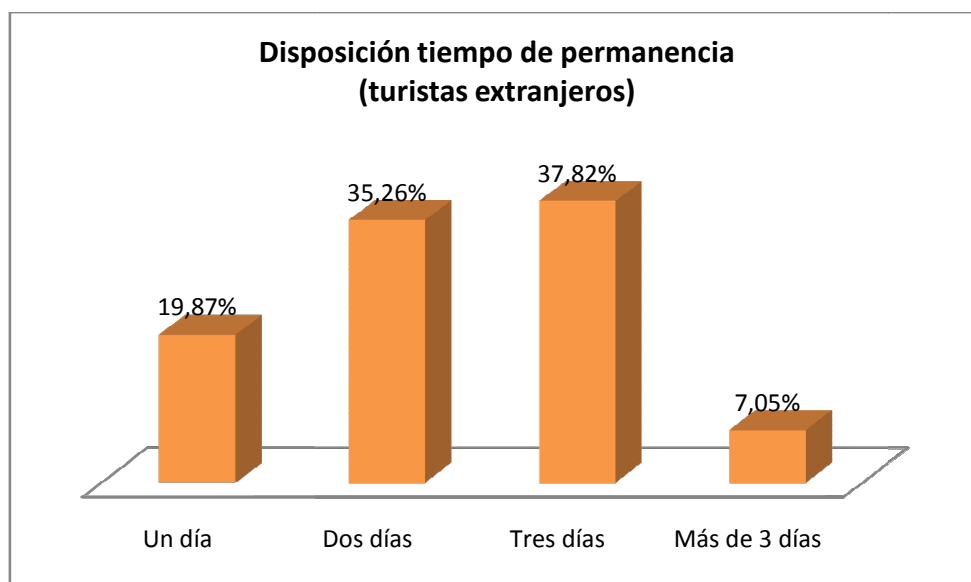


Gráfico No. 77 Tiempo de permanencia, turistas extranjeros

20. Presupuesto diario excluido transporte

a. Turistas nacionales

El presupuesto diario que destinan los turistas nacionales considerando la no adquisición de transporte son: menor a USD 55,00 el 65,64%, el 23,35% destinan entre USD 56,00 y USD 76,00, entre USD 77,00 y USD 97,00 el 9,69% y apenas el 1,32% destina más de USD 98,00; obteniendo una tendencia definida que el presupuesto diario para consumo de productos es menor a \$ 55,00.

Cuadro No. 107 Presupuesto diario excluido transporte, turistas nacionales

Presupuesto diario, excluido transporte (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Menor a \$55	149	65,64%
Entre \$56 y \$76	53	23,35%
Entre \$77 y \$97	22	9,69%
Más de \$98	3	1,32%
Total	227	100%

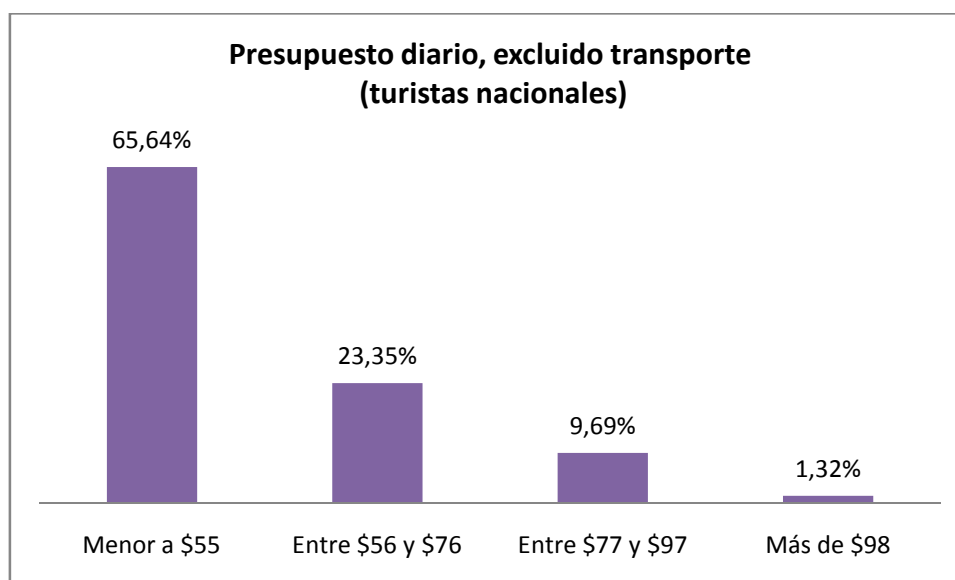


Gráfico No. 78 Presupuesto diario excluido transporte, turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

La condicionante presupuesto diario que destinan los turistas extranjeros excluido el transporte está denotado entre USD 56,00 y USD 76,00 que corresponde el 49,36%, un gasto menor a USD 55,00 consideran el 29,49%, entre USD 77 y USD 97,00 el 13,46% y más de USD 98,00 el 7,69%.

Cuadro No. 108 Presupuesto diario excluido transporte, turistas extranjeros

Presupuesto diario, excluido transporte (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Menor a \$55	46	29,49%
Entre \$56 y \$76	77	49,36%
Entre \$77 y \$97	21	13,46%
Más de \$98	12	7,69%
Total	156	100%

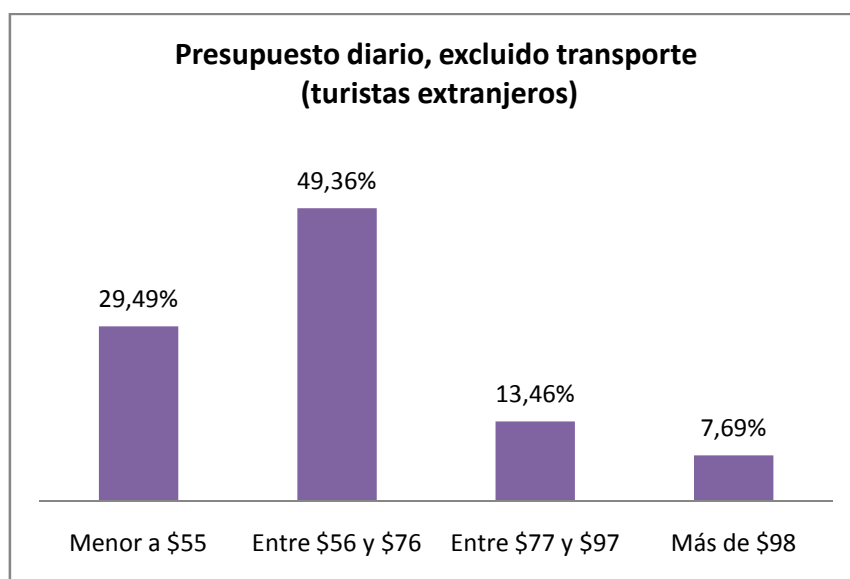


Gráfico No. 79 Presupuesto diario excluido transporte, turistas extranjeros

21. Medio de información

a. Turistas nacionales

Los medios de información de los atractivos turísticos para los turistas nacionales, esta representado por el 25,19% a través del internet, publicaciones en diarios o revistas el 20,93%, promoción en ferias turísticas el 18,60%, televisión el 13,95%, recomendación de amigos el 12,02% y otros medios como las guías de turismo 9,30%; sugiriendo los medios y canales de comunicación e información por el internet mediante redes sociales, páginas web desarrolladas y estrategias virtuales de promociones, así como también la promoción y difusión escrita mediante publicaciones en diarios o revistas nacionales.

Cuadro No. 109 Medios de información, turistas nacionales

Medios de información (turistas nacionales)		
Variables	No.	Porcentaje
Internet	65	25,19%
Promoción en ferias turísticas	48	18,60%
Publicaciones en diarios o revistas	54	20,93%
Televisión	36	13,95%
Recomendación de amigos	31	12,02%
Otros: guías de turismo	24	9,30%
Total	258	100%

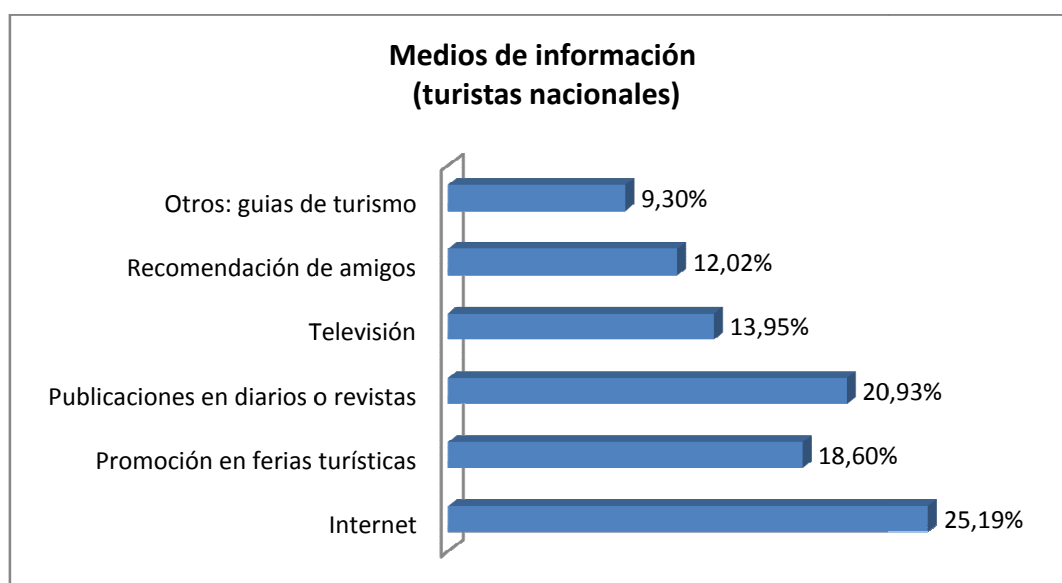


Gráfico No. 80 Medios de información, turistas nacionales

b. Turistas extranjeros

Para los turistas extranjeros, al no contar con otro medio de promoción y difusión directa para informarse de atractivos turísticos existentes, el internet es el mejor medio de información (46,23%), seguido de publicación en diarios o revistas especializadas el 18,40%, guías especializadas de turismo el 17,45%, recomendación de amigos el 9,43% y televisión el 3,30%. Concluyendo que la tendencia con las herramientas digitales son la mejor opción para mostrar e informar de los atractivos y actividades turísticas que se desarrollan en los territorios que desean visitar.

Cuadro No. 110 Medios de información, turistas extranjeros

Medios de información (turistas extranjeros)		
Variables	No.	Porcentaje
Internet	98	46,23%
Promoción en ferias turísticas	11	5,19%
Publicaciones en diarios o revistas especializadas	39	18,40%
Televisión	7	3,30%
Recomendación de amigos	20	9,43%
Otros: guías de turismo	37	17,45%
Total	212	100,00%

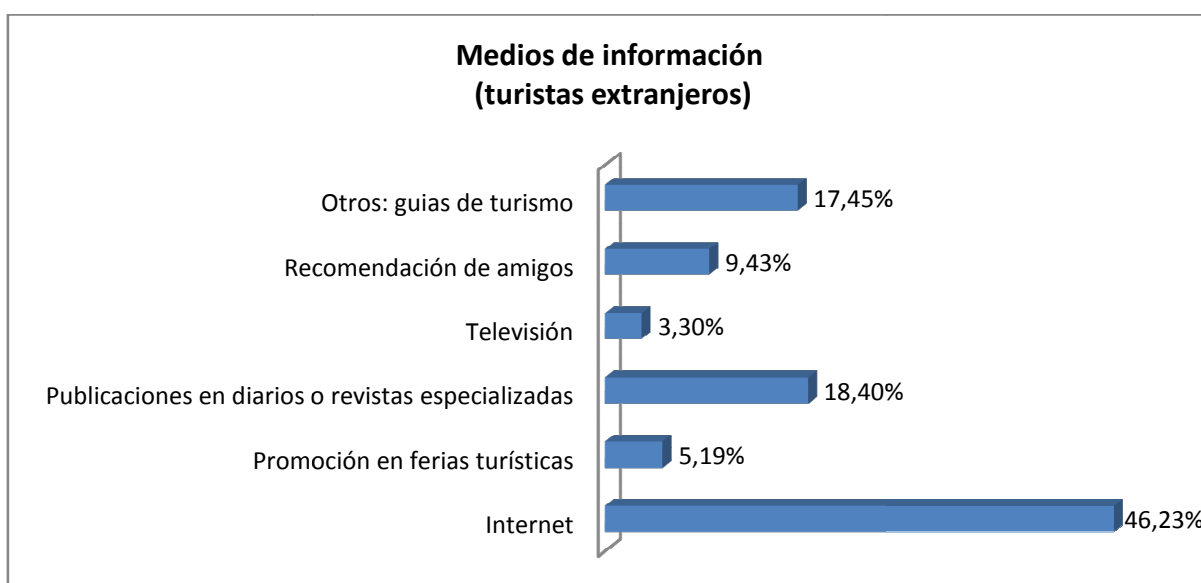


Gráfico No. 81 Medios de información, turistas extranjeros

b. Perfil de los segmentos de mercado priorizados para el estudio

1) Perfil de los turistas nacionales que consumen el producto Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro

Los turistas nacionales que visitan la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro son hombres (65%) y mujeres (35%), en su mayoría son jóvenes adultos entre una edad de 26 a 30 años que han culminado sus estudios o se encuentran en el nivel de estudios Universitarios (72%), son casados (57%) provenientes de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Cotopaxi, quienes tienen un trabajo actual y realizan sus viajes de forma independiente.

A su vez, los viajes de turismo los realizan acompañados de sus familias (56%) o amigos (24%), realizando las diferentes tipologías de turismo como deportes y aventura (45%) y ecoturismo y turismo de naturaleza (19%), conocen las Áreas Protegidas, volcanes y nevados de la Región Central del país; su principal motivación de visita es por vacaciones (37%), descanso (20%) y alpinismo (13%), sin embargo los turistas nacionales mencionan que sí les gustaría conocer las Áreas protegidas, volcanes y nevados y principalmente los atractivos como Volcanes y nevados (27%), cascadas (24%), aguas termales (17%), prefiriendo realizar 4 actividades en su mayoría de aventura como cayoning (15%), biking (13%), trekking (12%) y canoping (11%).

El turista nacional considera que un sitio turístico debe tener un buen acceso al interior del atractivo (20%), un establecimiento que preste una buena alimentación (20%) y un cómodo hospedaje (19%), así como también buena infraestructura y facilidades turísticas, prefiriendo hospedarse en establecimientos hoteleros "hotel u hostería (48%) y el 30% se hospeda en casa de amigos.

El principal medio de transporte del turista nacional es en carro propio (59%) y servicio de transporte público (25%); permaneciendo en el lugar en la mayoría dos días (57%), a la vez los encuestados manifiestan que en promedio acuden a un lugar turístico por un día (19%) esto se ve reflejado en los días de feriados y fines de semana donde el turista interno puede planificar sus viajes, destinando un presupuesto diario por persona de USD 55,00.

El principal medio de información es por internet (25%) seguido de publicaciones en diarios y revistas (21%) y la promoción en ferias de turismo (19%).

1. Perfil de los turistas extranjeros que consumen el producto Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro

Los turistas extranjeros que visitaron las Áreas protegidas son del género masculino y femenino diferenciando porcentualmente el 56% de varones y el 44% de mujeres, quienes oscilan en una edad entre 26 a 30 años (24%), entre 31 a 40 años 29% y el adulto mayor a 51 años 22%, los cuales tienen un nivel de instrucción secundaria (high school 52%) y universitaria (43%).

En promedio el turista extranjero que realiza turismo en las Áreas protegidas son solteros (56%) y casados (22%) que provienen de países como Estados Unidos (26%), de América del sur como Chile y Argentina (11% cada uno), del continente europeo países como España 18%) y Francia (8%) quienes tienen un trabajo estable (53%), sin embargo el turista jubilado representa el 37%.

El turista extranjero organiza sus viajes por medio de un grupo organizado o por agencia de viajes (69%) en su mayoría acompañados por sus amigos (30%), solo (29%) y en pareja (25%); prefiriendo realizar turismo científico (25%), deportes y aventura (22%), ecoturismo y turismo de naturaleza (21%), los cuales mencionan conocer las Áreas protegidas (60%) y los volcanes y nevados (88%) de la Región Sierra Centro, sin embargo de quienes mencionaron no conocer lo anterior, manifiestan por unanimidad (100%) que sí les gustaría visitar las Áreas protegidas con sus nevados y volcanes, ya que, su principal motivación de visita es por vacaciones (30%), observación de volcanes y alpinismo (18%).

Los volcanes y nevados (31%) constituyen el principal atractivo que les gustaría conocer, seguido de cascadas (21%) y las Áreas protegidas (22%), las actividades turísticas que les gustaría realizar en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes son Andinismo (14%), trekking (13%), escalada deportiva y de montaña (11%), rafting (10%), convivencia comunitaria (8%); requieren servicios relacionados con cómodo hospedaje (26%), buena alimentación (22%) y vías en buenas condiciones (17%).

Al momento de visitar la zona de la Ruta Turística menciona que el principal lugar donde se hospedaría sería un hotel u hostería 83%, siendo su principal medio de movilización el transporte organizado (81%) y su disposición de tiempo de permanencia en el lugar sería de un día (20%), dos días (35%) y tres días (38%); destinando un presupuesto diario de entre \$ 56 y \$ 76 dólares. El principal medio de información del turista extranjero es por internet (46%), publicación en diarios o revistas especializadas (18%) y guías de turismo (17%).

2. Perfil del mercado internacional potencial que consumiría el producto Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro

El mercado internacional que ingresa por el Aeropuerto de Quito una vez aplicada la encuesta se ha determinado el siguiente perfil de la demanda potencial:

El género masculino representa el 66%, mientras que el 34 % son mujeres, los mismos que oscilan en una edad de 26 a 30 años (24%) y de 31 a 41 años (28%), tienen un nivel de formación secundaria (65%) y universitarios (26%), son casados (39%) y solteros (35%).

Los países de procedencia son el contienen americano como Estados Unidos 15%, Chile y Argentina (8%), del continente europeo como España (12%), Francia (14%), Holanda (10%), Alemania (7%); el 62% trabaja y los jubilados representan el 19%.

Realizaron sus viajes hacia el Ecuador de forma independiente, adquiriendo los tickets en el mismo aeropuerto, viajan solos (33%), con amigos (26%) y con pareja (18%).

El tipo de turismo que realiza se vincula con deportes de aventura 35%, turismo comunitario (15%), ecoturismo y turismo de naturaleza (14%), además de llegar por otros motivos como convenciones, negocios y trabajo (7%), quienes manifiestan no conocer las Áreas protegidas (86%), los volcanes y nevados (81%), sin embargo manifiestan que desearían conocer los mismos (92%), ya que su principal motivación de visita en muchos casos es vacaciones (29%), descanso (20%) y los negocios (14%); a su vez les gustaría conocer los volcanes y nevados (26%), cascadas (20%), aguas termales (16%) y áreas protegidas (12%), donde les gustaría realizar actividades como trekking (12%), pesca deportiva (11%), rafting y cabalgatas (10%), canoping (9%) y prácticas artesanales (8%), andinismo (5%).

Los turistas extranjeros requieren de buena prestación de servicios de alimentación (32%), cómodo hospedaje (21%), buena atención (17%); ya que al momento que visiten los atractivos en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes se hospedarían en un hotel u hostería (60%) y refugio (CTC) (23%), utilizando el medio de transporte organizado (72%) y servicio de transporte público (22%), pues destinarían dos días (39%) y tres días (16%), invirtiendo un promedio de \$ 77 a \$ 97 dólares.

El principal medio de información que utiliza el turista extranjero es el internet (40%), publicaciones en diarios o revistas especializadas en viajes y turismo (20%) y guías especializadas de turismo (17%).

3. Análisis situacional de la problemática existente en la ruta

a. Matriz FODA

Cuadro No. 111 Matriz FODA

FODA	<p>DEBILIDADES</p> <p>D1 Legislación Turística inconsistente</p> <p>D2 Inexistencia de un marco técnico referencial para la operación turística.</p> <p>D3 Crecimiento desordenado de la actividad turística.</p> <p>D4 Prestación de servicios turísticos deficientes.</p> <p>D5 Escasas facilidades para la actividad turística</p> <p>D6 Infraestructura inapropiada para la actividad turística.</p> <p>D7 Carencia de planes de contingencia</p> <p>D8 Limitada cultura empresarial</p> <p>D9 Desconocimiento de la potencialidad del turismo como actividad alternativa para el desarrollo socio económico.</p> <p>D10 Vías de acceso secundarias en mal estado</p>	<p>FORTALEZA</p> <p>F1 Ubicación estratégica de los atractivos.</p> <p>F2 Existencia de Recursos turísticos naturales y culturales de importancia para el desarrollo turístico de la ruta.</p> <p>F3 Iniciativas de las comunidades para la protección y conservación del patrimonio natural y cultural.</p> <p>F4 Capacidad de diversificación en la oferta turística.</p> <p>F5 Actividades turísticas para las diferentes tipologías de turistas.</p> <p>F6 Vías principales en buen estado.</p> <p>F7 Existencia de organizaciones comunitarias establecidas jurídicamente.</p> <p>F8 Conectividad hacia los atractivos turísticos</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1 El turismo como alternativa para el desarrollo sostenible, personalizado y con valor cultural</p> <p>O2 Ruta con un alto grado de potencial turístico</p> <p>O3 Gran cantidad de profesionales en el área de turismo.</p> <p>O4 Presencia de ONG´s vinculadas y preocupadas por la preservación del ambiente.</p> <p>O5 Políticas turistas definidas.</p> <p>O6 Apoyo de instituciones de educación superior en la propuesta de proyectos.</p> <p>O7 Las áreas protegidas cuentan con el programa punto verde del Ministerio del Ambiente.</p> <p>O8 Organismos internacionales dispuestos a contribuir económicamente.</p> <p>O9 Potencial mercado de turismo nacional e internacional.</p> <p>O10 El turismo como política de Estado</p> <p>O11 La región sierra centro es un importante elemento productivo y comercial del País</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar el turismo de la Avenida de los Volcanes de forma sostenible. - Mejorar las facilidades para acceder a los productos turísticos. - Fomentar la innovación y el espíritu empresarial. - Mejorar la colaboración con Instituciones de educación y formación profesional. - Concienciar sobre la importancia de la innovación. - Concienciar sobre el papel de las cadenas de valor. - Fomentar el trabajo en red y las colaboraciones a través de la cadena de valor. - Articular el papel de las organizaciones y grupos encargados de la actividad turística de acuerdo con las recomendaciones de este estudio. - Asegurar un desarrollo turístico sostenible - Fomentar la sostenibilidad social y medioambiental del sector turístico - Resolver las ineficiencias en los diferentes modos de transporte - Aumentar la conciencia sobre (la importancia de) los principios de sostenibilidad en el turismo 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reforzar la industria turística de la Avenida de los Volcanes como un sector de servicios de alta calidad. - Situar la Avenida de los Volcanes como primer destino turístico en el Ecuador continental - Incentivar la demanda turística, como mecanismo dinamizador de la economía. - Potencializar la marca "Avenida de los Volcanes". - Desarrollar Centros turísticos de excelencia a escala comunitaria - Articular recursos económicos disponibles de forma eficaz - Lograr una mayor accesibilidad a las atracciones y recursos públicos centrada en el turismo. - Crear una plataforma productiva para el sector turístico a escala Sierra Centro - Incentivar / promover la utilización de instrumentos financieros del Estado - Negociar sistemas de garantías para mejorar el acceso al financiamiento.
<p>AMENAZA</p> <p>A1 Débiles coyunturas políticas.</p> <p>A2 Aculturación</p> <p>A3 Procesos migratorios.</p> <p>A4 Inestabilidad Política y económica.</p> <p>A5 Inseguridad jurídica que ahuyente las inversiones privadas</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incremento y redistribución de los ingresos económicos generados por el destino. - Estandarizar la evaluación de la calidad - Fomentar la industria turística como ente empleador - Apoyar y participar activamente en el diálogo social 	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hacer que el sector turístico forme parte de las herramientas del conocimiento (Tic´s) - Garantizar el acceso a suficientes recursos financieros para incentivar los negocios turísticos. - Mejorar la información en el mercado y la disponibilidad de datos

b. Análisis ZOOP (Identificación de la problemática existente en la ruta)

El Destino turístico de la Ruta Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro, se construye sobre una base estructural bastante compleja, la vocación del área eminentemente agrícola y la presencia mayoritaria de grupos campesinos le dan una configuración sui generis, en este sentido la mayoría de sus pobladores no consideran al turismo como una actividad complementaria que permita solucionar sus problemas socio económicos de manera sustentable, ni siquiera es comprendida la actividad en sus reales dimensiones y proporciones , lo que ha hecho pensar en la Insostenibilidad de los procesos de desarrollo turístico.

Este supuesto surge de tres argumentos fundamentales, en primer lugar está la imposibilidad de utilizar los recursos turísticos, luego, el entorno inadecuado para el desarrollo turístico y finalmente una débil estructura de la planta turística, aspectos que se analizarán individualmente a continuación.

Con respecto a la imposibilidad de utilizar los recursos turísticos existentes se han definido dos áreas de análisis propuestos en base a la comprensión del cómo debería estar constituido un producto turístico y observando los elementos que lo configuran es así que se busca definir los problemas que esto conlleva en el área de los recursos naturales y los recursos culturales.

En la Región Sierra Centro más que en otras regiones del Ecuador el deterioro de los recursos naturales ha sido un problema permanente, enormes extensiones de territorio han venido sufriendo durante siglos los embates de una vocación asignada por los sistemas productivos agrícolas y ganaderos que no respetaron en lo más mínimo la flora y fauna nativas, dando paso a cultivos extensivos y al sobre pastoreo, en un inicio en las grandes haciendas y ahora empeorado con un minifundismo agresivamente destructivo, que promueve el avance de la frontera agrícola, la deforestación y el uso de plantas exóticas para hacer plantaciones productivas con árboles de rápido crecimiento, como el pino y el Eucalipto especies que aceleran los procesos erosivos por la toxicidad de las resinas de los primeros y la característica desecadora del segundo, todo esto en detrimento de las especies nativas que paulatinamente van desapareciendo, al eliminarse la vegetación arbórea nativa, desaparecen los nichos ecológicos de otras plantas menores y de los animales que en esas zonas habitan, siendo ahora muy difícil encontrar animales menores como aves, reptiles y batracios, mucho peor mamíferos que se han confinado en espacios

cada vez más reducidos, y es que inclusive las áreas protegidas son objeto de invasión y depredación por la falta de recursos y personal que hagan posible que la vigilancia sea más efectiva y eficiente

Teniendo entonces una belleza escénica inconmensurable desde una perspectiva visual paisajística macro, la esencia misma de la concepción natural va desapareciendo con la extinción de plantas y animales y la contaminación de los acuíferos; limitando de esta manera la capacidad de la configuración de productos turísticos relacionados con el ambiente, el turista ve de lejos la montaña pero al acercársele quiere palpar la vida que ha surgido en torno a ella.

Desde la perspectiva de los recursos turísticos culturales el problema es aún mayor porque el deterioro es auto inducido, una especie de suicidio cultural provocado por un alto grado de migración y la pérdida de la cosmovisión andina que ha dado como resultado una fuerte desvalorización de la identidad, por otro lado la despreocupación del mantenimiento de los monumentos y la alteración de las formas de expresión cultural han provocado la pérdida de los emblemas culturales, creándose una máscara que oculta la esencia misma del pueblo y que con el paso del tiempo se va asumiendo como verdadera, negándole para siempre el derecho a los más jóvenes de saber quiénes son y de donde vienen, varias son las causas esenciales de este problema, sin embargo es bastante difícil erradicar posiciones que vienen marcadas desde el punto de vista religioso y político opresivo.

Desde el punto de vista turístico se ha provocado una grave lesión a la potencialidad que tiene la avenida de los volcanes como atractivo cultural, por lo que es importante, definir y rescatar urgentemente los elementos culturales que por si mismos son un potencial de gran valor para la zona y sus habitantes.

El segundo aspecto que se ha determinado en la problematización de el destino de la ruta de los volcanes es el de establecer si el entorno existente es el adecuado para el desarrollo turístico, para el efecto se realizó un análisis considerando algunos aspectos coyunturales que configuran el escenario de la actividad turística en la zona.

En primer lugar se ha podido detectar un crecimiento desordenado de la actividad turística, aspecto que es una constante en todas las regiones del Ecuador continental y que provoco el deterioro acelerado de las playas de nuestro país y está provocando fuertes estragos en el desarrollo turístico de la región oriental, se ha detectado que este fenómeno es provocado

por dos razones sustanciales en primer lugar no se han definido políticas de zonificación turística y en la actualidad se puede emprender cualquier actividad turística sin tomar en cuenta la verdadera vocación de la zona y de su gente, por otra parte esta la operación turística que se hace aislada y desarticulada, con muy poco profesionalismo.

Para definir el espacio como adecuado para el turismo también es necesaria la participación de los organismos gubernamentales que manejan las políticas de desarrollo productivo y la aplicación de las normas y reglamentos, sin embargo desde los gobiernos locales no se ha podido percibir un compromiso serio con la actividad turística, relegándole a una actividad de membrete.

El escaso interés de los gobiernos locales en la zona Sierra Centro por desarrollar el turismo ha tenido consecuencias colaterales bastante importantes, una de ellas es la desmotivación de la inversión privada, que no ha encontrado un ambiente propicio pues migran de sus capitales hacia otras zonas geográficas y en el mejor de los casos le da otro destino en la misma área. La apatía y lentitud de los procesos burocráticos también ha generado una planificación turística desastrosa, no se han actualizado los inventarios turísticos, y no se sabe exactamente con lo que se cuenta lo que provoca que los emprendimientos turísticos permanezcan en su mayoría en un estado incipiente sin lograr consolidarse como productos.

En referencia al entorno empresarial favorable de la zona se pueden encontrar algunos casos excepcionales que podrían servir como referentes, sin embargo adolecen de un grave problema que es el diseño y aplicación de un programa de promoción adecuado, limitándolos en su acción y desarrollo; en otros casos se hace una promoción irreal y se vende hacia afuera un producto que no cumple con los estándares de calidad, lesionando los intereses de los servidores turísticos responsables que ofertan exclusivamente lo que tienen. Agravándose el problema por una limitada cultura microempresarial incapaz de vincular las actividades consuetudinarias con el turismo y una legislación que se elabora desde los escritorios sin un acercamiento real a la problemática que vive el servidor turístico.

Dentro del sector comunitario se ha generado varios problemas de coordinación con las instituciones, ya que, muchas de ellas se han convertido en sustento paternalista, por lo que ha sobrepasado los límites de cooperación social y se ha convertido en una cooperación económica, existiendo una falta de empoderamiento de las comunidades, provocando que la infraestructura destinada para las actividades turísticas comunitarias se deterioren inmediatamente y no cumplen el fin para el que fueron implementadas; una principal razón

par el deterioro de las infraestructuras comunitarias se genera en las bases políticas, orgánicas y sociales, ya que si bien es cierto que poseen un horizonte de vida no cumplen en su totalidad o simplemente interpretan tanto la legislación como sus pensamientos de acuerdo a las necesidades o imponencia para que se realice las acciones que ellos deseen, sin un pensamiento técnico sino un pensamiento de sobreabastecimiento.

Finalmente se realizo un análisis de la problemática como lo muestra el gráfico No. 82 desde el punto de vista de la estructura de la planta turística, enfocando tres aspectos fundamentales: Calidad del servicio turístico, Infraestructura y facilidades para la actividad.

En lo que hace referencia a los servicios turísticos se ha podido detectar escasa especialización en alojamiento, alimentación y guianza, desembocando en el servicio deficiente pues no se cumple con las expectativas del visitante.

A pesar de que las vías principales de acceso a los atractivos se encuentran en muy buenas condiciones, requieren de accesos secundarios de los que no se han preocupado los gobiernos seccionales a lo que se suma la escasa y deficiente señalización que no contribuye para mejorar la calidad de las prestaciones.

El crecimiento desordenado de la actividad y la permisividad para las iniciativas en la zona de la Avenida de los Volcanes ha hecho posible que muchos de los emprendimientos no cuenten con las características básicas necesarias para lo que fueron diseñados, es necesario entonces redefinir los conceptos y recategorizar las infraestructura entendiéndolas en su real dimensión.

Un grave problema de la actividad turística del destino de la Avenida de los Volcanes es el transporte, sin lugar a dudas existen una gran cantidad de unidades de servicio pero muy pocas de ellas están cooperadas como servidores exclusivamente turísticos y mucho menos registradas como tales, por lo que es trascendental establecer los lineamientos para estructurar un modelo de aplicación al transporte turístico que traspase la normatividad legal y se construya sobre una base sustentable de turismo racionalizado, planificado y eficiente.

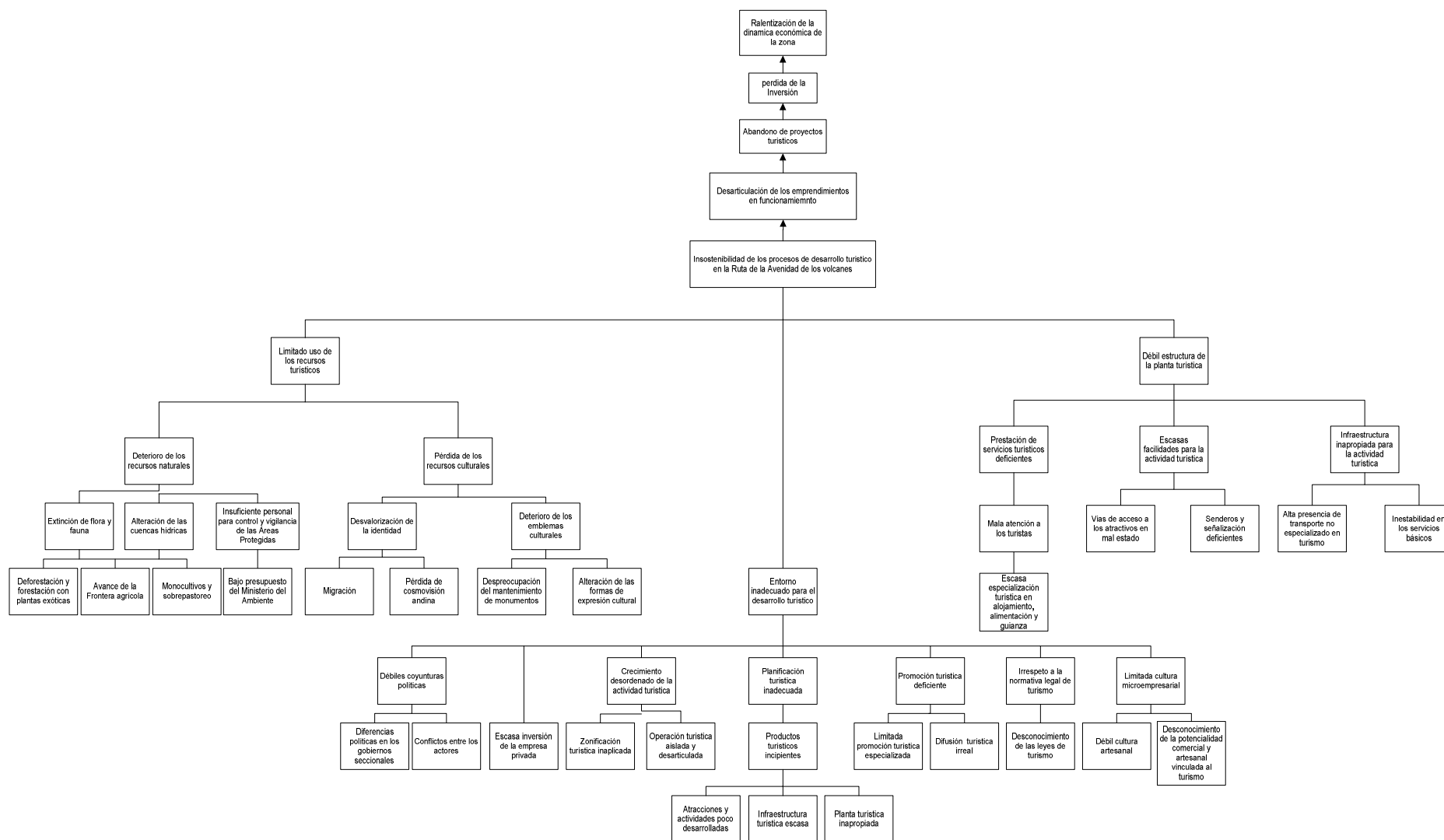


Gráfico No. 82 Árbol de problemas Ruta Turística Avenida de los Volcanes

A continuación se describen los alcances y metas programadas de los años 2009 y 2010 de las Instituciones afines al turismo de la Región Central del país, sin embargo es necesario mencionar que los proyectos han sido ejecutados mediante convenios de cooperación interinstitucional con los Gobiernos Autónomos Descentralizados, Gobiernos Municipales, Instituciones comunitarias y ONG's.

Cuadro No. 112 Metas programadas y ejecutadas en el 2009 y 2010, Región Sierra Centro

PROYECTOS PROGRAMADOS Y EJECUTADOS EN LA REGION SIERRA CENTRO				
PROYECTOS 2009 - 2010				
No.	EJE PROGRAMA	MONTO DEL PROYECTO		
		MINTUR	CONTRAPARTE	TOTAL
3	Gobernanza del Sistema Turístico	23.000,00	3.400,00	26.400,00
12	Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística	624.079,12	289.156,89	913.236,01
5	Plan Integral de Marketing Turístico 2010 - 2020	59.510,00	11.000,00	70.510,00
7	Plan Nacional de Capacitación Turística	50.600,00	12.700,00	63.300,00
1	Fomento de inversión	4.464,00	-	4.464,00
	Total	761.653,12	316.256,89	1.077.910,01

Elaborado por: Patricio Espín M

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

El cuadro anterior muestra la inversión pública y privada realizada en la Región Sierra Centro en base al Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador hacia el año 2020; no todos los proyectos están involucrados directamente en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, pero se involucran indirectamente en su mayoría, lo que indica que la inversión no se ve reflejada en el territorio, ya que, son acciones muy indistintas y no representan un impacto articulador de las instituciones involucradas, consolidando la problemática descrita anteriormente.

A breves rasgos se han establecido los problemas básicos de la Ruta. Sin embargo es seguro que en la aplicación del plan de desarrollo turístico irán apareciendo nuevos y complejos problemas que tendrán que ser resueltos sobre el espacio abierto que es necesario dejar para consolidar un destino turístico, potenciarlo y convertirlo en un referente para otros emprendimientos turísticos a gran escala, razón por la cual, a continuación se describen los objetivos a ser alcanzados en el Plan de Desarrollo.

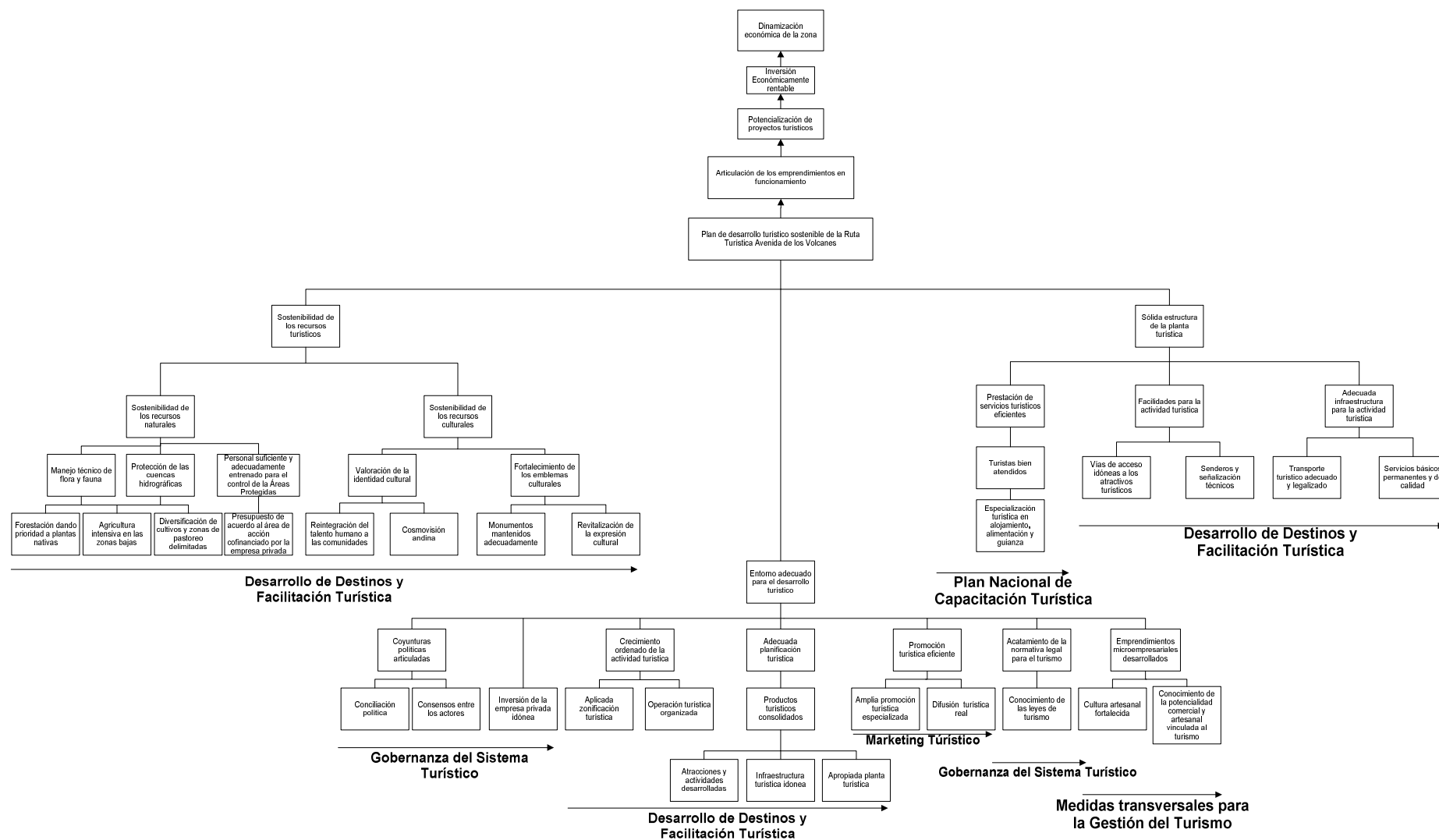


Gráfico No. 83 Árbol de objetivos Ruta Turística Avenida de los Volcanes

C. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA RUTA TURÍSTICA AVENIDA DE LOS VOLCANES PARA LA REGIÓN SIERRA CENTRO.

1. Formulación filosófica

a. Visión

El Ecuador y la Región Sierra Centro en el año 2020 ha logrado que:

La Ruta Turística Avenida de los Volcanes para la Región Sierra Centro se convierta en un destino consolidado y referente para otros destinos turísticos en el Ecuador, conocido a nivel nacional e internacional y ubicado en el primer lugar de los destinos turísticos continentales, con servicios turísticos de calidad que demuestran eficacia y eficiencia en los procesos, con un entorno económico favorable para la sostenibilidad de la actividad y con un entorno ambiental protegido y conservado.

b. Misión

El Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Avenida de los Volcanes es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en todos los ámbitos de actuación para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos.

c. Valores

La Ruta Turística Avenida de los Volcanes al ser considerada un producto y destino turístico del Ecuador, fundamenta su acción de atractivos y actividades turísticas con calidad, seguridad y eficiencia en los prestadores de servicios turísticos; estimula el respeto al saber ancestral de la cosmovisión andina enmarcados en la política pública de gestión de calidad de destinos turísticos.

d. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Avenida de los Volcanes a ser alcanzados a través de la ejecución de sus programas y proyectos son los siguientes:

2) Objetivos estratégicos

a) Objetivos estratégicos sostenibles para el ámbito ambiental

- Desarrollar y asegurar la actividad turística de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes de forma sostenible.
- Mejorar las facilidades para acceder a los productos turísticos.

b) Objetivos estratégicos sostenibles para el ámbito socio - cultural

- Mejorar la colaboración y articulación con Instituciones de educación y formación profesional.
- Articular el papel de las organizaciones y grupos encargados de la actividad turística, de acuerdo a los roles y funciones a ellas transferidas.
- Fomentar los principios de conciencia de la sostenibilidad social y cultural del sector turístico.
- Situar la Ruta Turística Avenida de los Volcanes como primer destino turístico en el Ecuador continental.
- Apoyar y participar activamente en el diálogo social.

c) Objetivos estratégicos sostenibles para el ámbito económico

- Lograr una mayor accesibilidad a las atracciones y recursos públicos centrada en el turismo, como fuente de innovación y espíritu empresarial.
- Concienciar sobre la importancia de la innovación, las cadenas de valor y el valor agregado.
- Reforzar la industria turística de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes como un sector de servicios de calidad.
- Incentivar la demanda turística como mecanismo dinamizador de la economía.

- Potencializar la marca “Avenida de los Volcanes”.
- Desarrollar Centros turísticos de Excelencia a escala comunitaria
- Articular recursos económicos disponibles de forma eficaz
- Crear una plataforma productiva para el sector turístico a escala Sierra Centro
- Negociar sistemas de garantías para mejorar y garantizar el acceso a la financiación de negocios turísticos.
- Estandarizar la evaluación de la calidad
- Fomentar la industria turística como ente empleador para mejorar los ingresos económicos generados por los recursos turísticos disponibles.
- Hacer que el sector turístico forme parte de las herramientas del conocimiento (Tics)

e. Políticas⁹ para el Desarrollo Turístico Sostenible de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes

Las políticas de Estado para el turismo sostenible del Ecuador representan las líneas de acción para la gestión interinstitucional y guían la propuesta programática de intervenciones concretas del PLANDETUR 2020, no obstante al ser la Ruta Turística Avenida de los Volcanes un producto turístico de categoría, las políticas se han definido de la siguiente manera:

- La valorización y conservación del patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
- El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental y contribuir a la superación de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
- La gestión del turismo en Ecuador y particularmente en la Región Sierra Centro busca un funcionamiento coordinado de sinergias entre los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente.
- La optimización de las oportunidades generadas por el turismo que mejora la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor y el fortalecimiento del valor agregado.
- La promoción integral para fomentar de manera efectiva la demanda actual y potencial de turismo interno y receptivo.
- El impulso del turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.
- La integración regional a través de alianzas estratégicas con un posicionamiento del Ecuador como país líder en turismo sostenible.
- La formación y capacitación del recurso humano.
- La defensa y protección de los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.
- Fortalecimiento y desarrollo de los destinos turísticos regionales con mecanismos de seguridad integral.

⁹ MINTUR 2007. Adaptado por Patricio Espín M., del Plan de Desarrollo Estratégico del Ecuador hacia el año 2020 "PLANDETUR 2020"

2. Estrategias de turismo sostenible y sustentable

Las estrategias que se aplicarán para la consecución de los objetivos planteados están basados en el marco de las políticas de Estado para el turismo sostenible PLANDETUR 2020, así como en el PNBV 2010-2014:

- Fortalecimiento de la actividad turística sostenible de Ecuador en los ámbitos económicos, sociales, ambientales, institucionales y políticos del país.
- Establecimiento de un sistema adecuado de gobernanza turística mediante el fortalecimiento institucional, la coordinación interinstitucional pública, privada y comunitaria, el adecuado manejo territorial, la gestión descentralizada, la mejora de procesos y la generación y aplicación de normas claras para todos los actores.
- Transformación del sistema turístico ecuatoriano hacia el turismo sostenible, de forma integral y pionera a través de un proceso gradual de inclusión de criterios de sostenibilidad en sus actividades y a todo nivel, que fortalezcan el patrimonio social y natural.
- Instrumentalización de la actividad turística para contribuir en la consecución y superación de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que permita extender los beneficios de la actividad a las empresas, comunidades e instituciones turísticas y relacionadas. También a la sociedad ecuatoriana para el disfrute de la recreación y el turismo social; con la integración de productos y servicios locales en la cadena de valor del turismo, la inclusión social, el fomento de la equidad de género, la reducción de la pobreza, la conservación del patrimonio natural y cultural, y la generación de sinergias para la sostenibilidad.
- Desarrollo, equipamiento y dotación de elementos necesarios para la creación, mejora y consolidación de los destinos turísticos de Ecuador, como componentes de productos turísticos competitivos.
- Innovación de productos turísticos, planificación de mercadeo estratégico y operativo y gestión integrada de la comercialización para la mejora continua de la competitividad.
- Fortalecimiento de la microempresa, pequeñas empresas, de redes de MyPE's y comunidades turísticas y proveedoras de suministros y servicios complementarios para la industria turística.

- Desarrollo de inteligencia e información estratégica y operativa permanente, tanto del mercado como de la gestión turística, para el desarrollo eficiente del turismo sostenible en Ecuador.
- Fortalecimiento y sistematización de la gestión de promoción y mercadeo turístico de Ecuador, que facilite el acceso eficaz a los mercados principales nacionales e internacionales.
- Capacitación y formación integral en turismo sostenible, tanto a nivel de sensibilización de la sociedad civil, en general, como en la adquisición de conocimientos técnicos profesionales y competencias laborales del turismo.
- Promover el objetivo 3, 4, 8 y 11 del Plan Nacional del Buen Vivir 2010 – 2014, efectivizando la inclusión social, equidad de género, conservación de los recursos y la integralidad cultural de la población en general.

3. Formulación de programas y proyectos para el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes

A continuación se enumeran los programas y proyectos que una vez articulados con el PLANDETUR 2020, se propone:

a. Formulación de programas, proyectos y componentes

Cuadro No. 113. Formulación de programas y proyectos

Programa	Proyecto	Componente
Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística para el Fomento y adecuada planificación para el uso racional de los recursos naturales y culturales para la estructuración de productos turísticos	P1. Implementar estrategias de conservación de los recursos naturales en la ruta turística Avenida de los Volcanes con la finalidad de alcanzar la sostenibilidad de los recursos naturales con potencial turístico.	C1. Protección de Microcuencas, Flora y Fauna. C2. Campaña de protección del medio Ambiente C3. Convenios de cooperación interinstitucional para la protección del medio ambiente
	P2. Sostenibilidad de recursos culturales con potencial turístico	C1. Valoración de la identidad cultural C2. Fortalecimiento de los emblemas culturales
	P3. Crecimiento ordenado de la actividad turística	C1. Adecuada zonificación turística C2. Operación turística organizada
	P4. Planificación turística para el destino Avenida de los Volcanes	C1. Organización del territorio de acuerdo a sus potencialidades C2. Inversiones público, privado y comunitario en turismo C3. Fortalecimiento de las actividades productivas
		P5. Potencialización de las facilidades para la actividad turística
	P6. Fortalecimiento de la Infraestructura para la actividad turística sostenible y sustentable	C1. Implementación de centros de facilitación al turista
Gobernanza del Sistema Turístico para generar un entorno adecuado para el desarrollo turístico	P7. Articulación de coyunturas políticas P8. Observancia de la normatividad legal para el turismo	C1. Conciliación política C2. Consensos entre los actores C3. Inversión de la empresa Privada – comunitaria C4. Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador
		C1. Conocimiento de las leyes de turismo C2. Aplicación de un nuevo marco legal para el turismo sostenible
Plan Nacional de Capacitación Turística para el fortalecimiento en la prestación de servicios turísticos	P9. Fortalecimiento para la Prestación de servicios turísticos	C1. Prestación de servicios turísticos eficientes C2. Especialización turística en alojamiento, alimentación y guianza
Marketing Turístico para la promoción del Destino Turístico Avenida de los Volcanes	P10. Promoción turística	C1. Innovación de productos turísticos
		C2. Potencialización de flujos de mercados turísticos
Fomento de Inversiones y Gestión Financiera para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad turística.	P11. Emprendimientos micro empresariales	C1. Cultura artesanal fortalecida C2. Conocimiento de la potencialidad comercial y artesanal vinculada al turismo

b. Actividades del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible

Cuadro No. 114. Actividades del Plan de Desarrollo Turístico

Programa	Proyecto	Componente	Actividades	Presupuesto	
Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística	P1. Sostenibilidad de los recursos naturales con potencial turístico	C1. Protección de Microcuencas, Flora y Fauna.	A1C1. Participar en el diseño y ejecución de programas de preservación de microcuencas y mantenimiento de flora y fauna del destino turístico Avenida de los Volcanes.	35.000,00	
			A2C1. Elaborar e Implementar un plan de forestación, reforestación y manejo de páramos para 25 mil Ha. de las Áreas Protegidas de la Región.	200.000,00	
			A3C1. Realizar la promoción y sostenimiento de centros para la recuperación de Flora y Fauna silvestre.	70.000,00	
			A4C1. Zonificar las Áreas Protegidas, para delimitar las zonas tangibles e intangibles de las mismas, como medio para realización de actividades en las zonas de uso público.	200.000,00	
		C2. Campaña de protección del medio Ambiente	A1C2. Desarrollar un plan de marketing ambiental para la Avenida de los Volcanes.	30.000,00	
			A2C2. Establecer una campaña de visualización ambiental - turística en las principales carreteras del destino turístico.	90.000,00	
			A3C2. Capacitar permanente a las comunidades y centros educativos sobre mantenimiento de los recursos naturales	120.000,00	
		C3. Convenios de cooperación interinstitucional para la protección del medio ambiente	A1C3. Realizar convocatorias a los actores involucrados en el mantenimiento de los recursos naturales del área.	5.000,00	
			A2C3. Conformar espacios de concertación para la conservación de los recursos naturales de la Avenida de los Volcanes Región Sierra Centro.	8.000,00	
			A3C3. Establecer estrategias participativas que coadyuven a la conservación de los recursos naturales.	25.000,00	
			A4C3. Definir de un sistema de monitoreo que permita la evaluación permanente de las acciones emprendidas.	25.000,00	
		P2. Implementar estrategias de conservación de los recursos culturales en la ruta turística Avenida de los Volcanes con la finalidad de alcanzar la sostenibilidad de recursos culturales con potencial turístico	C1. Valoración de la identidad cultural	A1C1. Reintegrar al talento humano en las comunidades	20.000,00
				A2C1 Recuperar la Cosmovisión Andina de los integrantes de las comunidades inmersas en las Ruta	25.000,00
			C2. Fortalecimiento de los emblemas culturales	A1C2. Realizar un plan de recuperación de los monumentos histórico patrimoniales	20.000,00
				A4C2. Implementar el plan de restauración de monumentos histórico patrimoniales.	120.000,00
	A3C2. Realizar talleres de revitalización de expresión cultural.			25.000,00	
	A4C2. Implementar Centros de Interpretación Cultural, en la comunidad de mayor potencial turístico.			480.000,00	
	P3. Planificar el crecimiento ordenado de la actividad turística		C1. Adecuada zonificación turística	A1C1. Actualizar y validar los inventarios turísticos	120.000,00
				A2C1. Zonificar geográficamente los recursos y atractivos turísticos	150.000,00
		A3C1. Definir clusters con criterios de valor e integralidad por subdestinos.		15.000,00	
		A4C1. Definir y actualizar zonas de uso público en Áreas Protegidas.		70.000,00	
C2. Operación turística organizada		A1C2 Realizar talleres de planificación organizacional para operación en territorios pequeños.	5.000,00		
		A2C2 Capacitar permanente en temas de competencias laborales	35.000,00		
		A3C2 Realizar monitoreos y evaluaciones de la	3.000,00		

			operativización turística por micro destinos.	
	P4. Planificación turística para el destino Avenida de los Volcanes	C1. Organización del territorio de acuerdo a sus potencialidades turísticas naturales y culturales	A1C2. Realizar la demarcación de un régimen especial de conservación de recursos en el territorio.	35.000,00
A2C2. Definir políticas regionales para la administración de los recursos naturales y culturales			40.000,00	
A3C2. Definir de roles y funciones de las instituciones públicas, privadas, comunitarias y de apoyo en el territorio.			12.000,00	
A4C2. Aplicar el programa punto verde para Áreas Protegidas.			240.000,00	
C2. Inversiones público, privado y comunitario en turismo		A1C2. Fomentar la inversión financiera a través del acceso a créditos y microcréditos para el sector turismo.	12.000,00	
		A2C2. Mejorar las políticas y ordenanzas para la inversión privada – comunitaria en el territorio.	15.000,00	
C3. Fortalecimiento de las actividades productivas		A1C3. Realizar la demarcación de la frontera agrícola	220.000,00	
		A2C3. Diseñar un sistema de comunicación y articulación de producción agrícola – turística “agroturismo”.	25.000,00	
		A3C3. Fortalecer las cadenas productivas e integrar la cadena de valor en los territorios	30.000,00	
		A4C3. Crear nuevos medios de comercialización directa productor - consumidor, basados en mercados sostenibles y solidarios	200.000,00	
P5. Potencialización y dotación de facilidades para la actividad turística		C1. Señalización turística regional	A1C1. Realizar el diagnóstico situacional de señalización y senderización de los atractivos turísticos de la zona de influencia del proyecto	28.000,00
			A2C1. Definir estratégicamente los lugares a señalar	5.000,00
			A3C1. Georeferenciar los sitios que requieren señalética turística y los sitios donde existente este tipo de facilidades.	9.000,00
	A4C1. Definir de roles institucionales términos de señalización		12.000,00	
	A5C1. Diseñar e Implementación un plan de señalización turístico regional		280.000,00	
	C2. Senderización turística de acuerdo al entorno	A1C2. Realizar la validación de senderos	6.000,00	
		A2C2. Aplicar la normativa vigente en Áreas Protegidas y convenios internacionales.	5.000,00	
		A3C1. Aplicar tecnologías limpias y amigables con el entorno	90.000,00	
		A4C2. Aplicar el diseño técnico actual de señalización en Áreas Protegidas, en función al programa punto verde.	25.000,00	
P6. Fortalecimiento de la Infraestructura para la actividad turística sostenible y sustentable	C1. Implementación de centros de facilitación al turista	A1C1. Diseñar un modelo de centro de facilitación al turista	50.000,00	
		A2C1. Generar un modelo de administración público – comunitario sobre infraestructura existente y futura.	25.000,00	
		A3C1. Diseño medios de acceso total para personas con capacidades especiales.	25.000,00	
		A4C1. Implementar el modelo de centros de facilitación al turistas	900.000,00	
Gobernanza del Sistema Turísticos	P7. Articulación de coyunturas políticas	C1. Conciliación política	A1C1. Realizar convocatorias a los actores políticos y sociales del área de influencia de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes	5.000,00
			A2C1. Crear una agenda político – económico de la Región “Avenida de los Volcanes”	12.000,00
			A3C1. Articular la Coordinación interinstitucional para la gestión del turismo sostenible.	5.000,00
	C2. Consensos entre los actores	A1C2. Realizar convocatorias a talleres participativo	2.000,00	
		A2C2. Socializar el Proyecto “Plan de Desarrollo Turístico de la Avenida de los Volcanes”	5.000,00	
		A3C2. Realizar monitoreos y evaluaciones de las actividades en la ruta turística.	15.000,00	

		C3. Inversión de la empresa Privada - comunitaria	A1C3. Capacitar a la empresa privada para la inversión en productos turísticos	7.000,00	
			A2C3. Establecer las facilidades para el acceso a créditos financieros para la empresa privada y comunitaria.	5.000,00	
			A3C3. Mantener un proceso de monitoreo y evaluación a la inversión de la empresa privada - comunitaria con capacitación constante.	5.000,00	
		C4. Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador	A1C4. Crear un observatorio turístico para la Región Sierra Centro (Avenida de los Volcanes)	80.000,00	
			A2C4. Diseñar un sistema integrado de información turística por destino	35.000,00	
			A3C4. Diseñar un sistema estadístico de afluencia de turistas	35.000,00	
			A4C4. Crear un sistema de registro automático de ingreso de turistas hacia Áreas Protegidas	50.000,00	
		P8. Observancia de la normatividad legal para el turismo	C1. Conocimiento de las leyes de turismo	A1C1. Convocar a las organizaciones para talleres de socialización y capacitación sobre legislación turística	5.000,00
				A2C1. Crear un comité interinstitucional para la vigilancia en la aplicación de la normativa legal turística.	10.000,00
			C2. Aplicación de un nuevo marco legal para el turismo sostenible	A1C2. Configurar una estrategia de normas aplicables a la realidad local sobre la base del turismo sostenible.	15.000,00
A2C2. Generar ordenanzas a nivel cantonal para impulsar la certificación en programas verdes.	5.000,00				
Plan Regional de Capacitación Turística	P9. Fortalecimiento para la Prestación de servicios turísticos	C1. Prestación de servicios turísticos eficientes	A1C1. Implementar capacitaciones permanentes a los artesanos de acuerdo a las características vocacionales	25.000,00	
			A2C1. Realizar el diseño y estructuración de un plan de capacitación en temáticas de servicio al cliente	7.000,00	
			A3C1. Realizar un diseño y aplicación de protocolos de estándares de calidad en la prestación del servicio.	7.000,00	
			A4C1. Regular los precios por los servicios a través de monitoreo y evaluación	5.000,00	
		C2. Especialización turística en alojamiento, alimentación y guianza	A1C2. Acondicionar y equipar adecuadamente los establecimientos turísticos para la especialización en el servicio turístico	320.000,00	
			A2C2. Regular la actividad turística de los prestadores de servicios a través de monitoreo y evaluación	5.000,00	
			A3C2. Ejecutar capacitaciones en competencias laborales.	35.000,00	
Marketing Turístico	P10. Promoción turística	C1. Innovación de productos turísticos	A1C1. Diseño de nuevas piezas promocionales	35.000,00	
			A2C1. Desarrollo de nuevos medios de promoción digital	100.000,00	
			A3C1. Consolidación de una página web regional con información del atractivo turístico	5.000,00	
			A4C1. Creación de islas de información turísticas en puntos de interés	150.000,00	
		C2. Potencialización de flujos de mercados turísticos	A1C2. Estudios de mercados por producto turístico	100.000,00	
			A2C2. Desarrollo y ejecución de campañas y ferias de promoción turística especializada	50.000,00	
Fomento de Inversiones y Gestión Financiera para el fortalecimiento o desarrollo de la actividad turística.	P11. Emprendimientos micro empresariales	C1. Cultura artesanal	A1C1. Realizar el diagnóstico situacional de la actividad artesanal en la zona de influencia del proyecto	40.000,00	
			A2C1. Realizar campañas de promoción de mecanismos de financiamiento para la implementación de microempresas.	5.000,00	
			A3C1. Realizar asistencia técnica para el acceso al financiamiento a través del banco del Estado.	3.000,00	
		C2. Conocimiento de la potencialidad comercial y	A1C2. Realizar la categorización y análisis del sector artesanal de acuerdo a su vinculación con la actividad turística.	15.000,00	

		artesanal vinculada al turismo	A2C2. Desarrollar una estrategia para la vinculación de la microempresa artesanal con la actividad turística	12.000,00
			A3C2. Aplicar el plan de desarrollo artesanal vinculado con la actividad turística en el área de influencia del Proyecto	25.000,00

c. Desarrollo de los programas del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes

1) Nombre del programa:

Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística para el Fomento y adecuada planificación para el uso racional de los recursos naturales y culturales para la estructuración de productos turísticos

a. Descripción y justificación del programa.

El Programa de uso racional de los recursos naturales y culturales para la estructuración de productos turísticos está encaminado a la búsqueda de la racionalización en la explotación de los atractivos promoviendo su recuperación y mantenimiento a través de un proceso de concientización permanente para darles sostenibilidad en el tiempo y sustentabilidad económica.

El adecuado manejo de estos elementos sobre los que subyace la estructuración de los productos turísticos contribuye a potencializar el destino turístico de la Avenida de los Volcanes dándole la posibilidad de configurarse como un sólido conglomerado de emprendimientos que se fundamentan en la naturaleza y la cultura ancestral como fortalezas.

Una de las dificultades que presenta el turismo en el destino Avenida de los Volcanes es la inconsistencia de su planta turística, caracterizada por la falta de estandarización y calidad en los servicios, infraestructura incipiente y escasas facilidades turísticas.

La concentración de la actividad turística en grupos minoritarios y un amplio desconocimiento de los contenidos esenciales del turismo han sido factores determinantes en la constante inestabilidad de la estructura de la planta turística.

La objetivización del plan de desarrollo turístico de la Avenida de los Volcanes busca fortalecer y potencializar los servicios para ir armando sobre una base sólida productos turísticos de calidad, para el efecto se propone trabajar en tres ejes fundamentales la prestación de servicios, las facilidades e infraestructura turística.

b. Objetivos

- Actualizar los inventarios turísticos de las áreas de influencia al destino turístico de la Avenida de los Volcanes de forma técnica y precisando al detalle los recursos turísticos disponibles.
- Capacitar a los servidores turísticos en el uso adecuado de los recursos turísticos naturales y culturales.
- Realizar un manejo racional de los recursos turísticos naturales y culturales.
- Promover en la población la concientización para la recuperación y preservación de los recursos ambientales y culturales.
- Racionalizar el ingreso de turistas en las áreas de riesgo de recursos culturales y naturales.
- Lograr una operación turística coordinada en favor de los recursos naturales y culturales.
- Lograr el crecimiento Ordenado de la actividad turística.
- Zonificar el Destino turístico de la Avenida de los Volcanes para el desenvolvimiento de las actividades turísticas de acuerdo a los recursos y servicios de clúster operativos.
- Posicionar a la Avenida de los Volcanes como un Destino turístico de importancia a nivel internacional y el primero en preferencia a nivel nacional.
- Lograr alto grado de eficiencia y calidad en los servicios, en el destino turístico Avenida de los Volcanes constituyéndose en referente para otros destinos turísticos.
- Contar con las facilidades necesarias para concretizar los procesos de desarrollo en los cuatro clúster del Destino Turístico Avenida de los Volcanes integrando a la mayoría de los servidores turísticos
- Contar con la infraestructura turística ajustada a los requerimientos de los organismos de control en los cuatro clústers, brindando servicios de calidad y ecológicamente sostenibles.

c. Proyectos propuestos

Proyecto 1: Implementar estrategias de conservación de los recursos naturales en la ruta turística Avenida de los Volcanes con la finalidad de alcanzar la sostenibilidad de los recursos naturales con potencial turístico.	
Breve descripción del proyecto	Plazo
<p>La Avenida de los Volcanes como destino turístico fundamenta su desarrollo en los recursos naturales existentes en la Región, con la presencia de cinco volcanes y tres nevados y bajo la influencia de 6 áreas protegidas, indudablemente son los atractivos naturales los que configuran su esencia y sobre los cuales se desarrolla un importante conjunto de trabajos de operación turística.</p> <p>Por esta razón se establecen las acciones pertinentes a través del proyecto de Sostenibilidad de los recursos naturales con potencial turístico encaminado a la recuperación y preservación de los espacios viablemente adecuados para el desarrollo del turismo y sus zonas de influencia definidos en el Plandetur como programas pilotos para las Áreas Protegidas de la región</p>	<p>Momento Inicial del Proyecto 2.012</p> <p>Duración del Proyecto 8 años</p>

Proyecto 2: Implementar estrategias de conservación de los recursos culturales en la ruta turística Avenida de los Volcanes con la finalidad de alcanzar la sostenibilidad de recursos culturales con potencial turístico.	
Breve descripción del proyecto	Plazo
<p>La configuración eminentemente natural del Destino Turístico de la Avenida de los Volcanes implica la presencia de una organización humana que basa su existencia en el mantenimiento de los rasgos culturales ancestrales, pueblos y ciudades levantados bajo la influencia de una económica sustentada en la agricultura y la ganadería, con un fuerte y profundo sentido religioso y una mixtura impresionante de manifestaciones que complementan un escenario perfectamente concebido para la actividad turística, en este sentido se busca a través del proyecto de sostenibilidad de los recursos culturales con potencial turístico, rescatar y preservar los valores culturales ancestrales como referentes de una existencia que debe perdurar y mostrarse al mundo.</p>	<p>Momento Inicial del Proyecto: 2.013</p> <p>Duración del Proyecto: 7 años</p>

Proyecto 3: Planificar el crecimiento ordenado de la actividad turística.	
Breve descripción del proyecto	Plazo
<p>El desarrollo turístico implica la vinculación directa con otras componentes de carácter productivo, que se encuentran distribuidas en territorios definidos, esto hace necesario que la actividad tenga que desenvolverse tomando en cuenta una serie de factores que necesariamente se vinculan con el ordenamiento y la organización de los procesos, considerando los recursos y los servicios disponibles en el territorio y los indicadores sociales promoviendo de esta manera un crecimiento equilibrado de las cadenas de valor.</p> <p>En este sentido se proyecta un crecimiento ordenado de la actividad turística basado en los criterios propuestos dentro del programa de desarrollo de destinos y facilidad turística del Plandetur 2020.</p>	<p>Momento Inicial del Proyecto: 2.012</p> <p>Duración del Proyecto: 8 años</p>

Proyecto 4: Planificación turística para el destino Avenida de los Volcanes	
Breve descripción del proyecto	Plazo
<p>La Adecuada planificación se constituye en un imperativo dentro del plan de desarrollo turístico de la Avenida de los Volcanes, fundamentada en la organización y el ordenamiento territorial y abarcando las diferentes áreas que forman parte de las estructuras de las cadenas de valor.</p> <p>Esta planificación esta vinculada directamente relacionada con los criterios propuestos por el Plandetur 2020, sin embargo se establecen los parámetros necesarios para ajustarle al sistema de clúster en los que se involucran los beneficiarios directos e indirectos.</p> <p>El proyecto de planificación turística para el destino de la Avenida de los Volcanes fortalece y potencializa la actividad turística orientándola a servicios de excelencia, con el objetivo de posicionar al destino en el mercado nacional e internacional.</p>	<p>Momento Inicial del Proyecto: 2.013</p> <p>Duración del Proyecto: 7 años</p>

Proyecto 5: Potencialización y dotación de facilidades para la actividad turística.	
Breve descripción del proyecto	Plazo
<p>En el desarrollo turístico de la Avenida de los volcanes la existencia de las facilidades turísticas contribuyen a un mejor ordenamiento y consolidación de los productos constituyéndose en elementos insustituibles para que los turistas puedan disfrutar con mayor comodidad de los servicios, al tiempo que los servidores tendrán mayor posibilidad de potencializar su actividad.</p> <p>En este aspecto los organismos e instituciones involucradas con la actividad turística tienen un rol trascendental, pues serán las encargadas de implementar, mantener y evaluar estas facilidades.</p> <p>A través del proyecto de Potencialización de las facilidades para la actividad turística se estructura un escenario con mejores expectativas encaminado a consolidar el destino turístico en forma integral.</p>	<p>Momento Inicial del Proyecto: 2.012</p> <p>Duración del Proyecto: 8 años</p>

Proyecto 6: Fortalecimiento de la Infraestructura para la actividad turística sostenible y sustentable	
Breve descripción del proyecto	Plazo
<p>Los atractivos y los recursos turísticos ampliamente distribuidos en el Destino Turístico “Avenida de los Volcanes” están a disposición de los servidores turísticos, sin embargo la carencia de infraestructura adecuada para la actividad y el incipiente crecimiento en la inversión turística no permite que sean manejados en toda su potencialidad.</p> <p>Crear los espacios para un mejor disfrute de los recursos naturales y ambientales en forma sostenible es un imperativo del Plan de Desarrollo Turístico.</p> <p>Estos ambientes deberán ser configurados en consonancia con los espacios naturales, evitando en lo posible impactar negativamente en el ambiente.</p>	<p>Momento Inicial del Proyecto: 2.012</p> <p>Duración del Proyecto: 8 años</p>

<p>El proyecto de fortalecimiento de la infraestructura para la actividad turística implementará las estrategias necesarias para contar con construcciones alternativas funcionales generen nuevas expectativa en los visitantes, para el efecto se pretende realizar asesorías permanentes e implementar los criterios de normatividad que al tiempo que faciliten el mejoramiento de la infraestructura vayan normando sus características.</p>	
---	--

d. Presupuesto y fuentes de financiamiento posibles

e. Monto total del programa U\$D 4`185.000,00

2) Nombre del programa:

Gobernanza del Sistema Turístico para generar un entorno adecuado para el desarrollo turístico

a. Descripción y justificación del programa.

Las actividades turísticas, para desarrollarse adecuadamente, deben estructurarse en un entorno en el que los elementos que favorecen su crecimiento se manejen con fluidez y eficiencia, para lograrlo se propone el programa de “Generación de entornos adecuados para el desarrollo turístico en el que juega un papel importante la presencia activa de las organizaciones y los gobiernos locales, el crecimiento ordenado de la actividad de acuerdo a los recursos y servicios existentes y el respeto de la normatividad legal vigente y propuesta por el organismo responsable, de esta manera los emprendedores encontraran el espacio apropiado para realizar sus proyectos. Fortaleciendo los criterios propuestos en el Plandetur 2020 a través del programa de Gobernanza del Sistema Turístico.

b. Objetivos

- Promover la coyuntura de los gobiernos locales, para la articulación de emprendimientos y proyectos turísticos en el destino turístico de la Avenida de los Volcanes.
- Promover el cumplimiento por parte de los servidores turísticos de la normativa que se fundamenta en la legislación turística propuesta por el Ministerio de turismo.

c. Proyectos propuestos

Proyecto 1: Articulación de coyunturas políticas	
Breve descripción del proyecto	Plazo
Para el desarrollo sostenido de la actividad turística y la configuración y suma de productos turísticos, la participación efectiva y permanente de los gobiernos locales juega un papel importante, es que a través de políticas coyunturales se da facilidad a los emprendimientos y se constituyen los sistemas organizativos que potencializan la actividad, esta participación	Momento Inicial del Proyecto: 2012 Duración del Proyecto: 8 años

<p>permanente supone la puesta en marcha de planes, programas y proyectos que complementan y contribuyen de forma eficiente para la consolidación del destino.</p> <p>Este proyecto va encaminado ha facilitar y promover las coyunturas políticas y articular los proyectos de forma complementaria dando solidas alternativas a los emprendedores para realizar sus e inversiones con la seguridad de una estabilidad que solamente se puede dar a través de la acción permanente de las comunidades, gobiernos locales, municipalidades y consejos provinciales.</p>	
---	--

Proyecto 2: Observancia/cumplimiento de la normatividad legal para el turismo	
Breve descripción del proyecto	Plazo
<p>Para que el plan de desarrollo turístico se ejecute de forma eficiente es necesario ajustarse a los parámetros establecidos por la legislación turística nacional y que se cumplan con los requisitos fundamentales que, manda la ley y los organismos de control para el establecimiento de servicios turísticos.</p> <p>Por esta razón se propone el proyecto de observancia de la normatividad legal para el turismo, que se logrará a través de un proceso de concientización permanente, pero sobre todo con el cumplimiento de los deberes y derechos que los servidores turísticos y el turista tiene que acatar.</p>	<p>Momento Inicial del Proyecto: 2.013</p> <p>Duración del Proyecto: 7 años</p>

d. Presupuesto y fuentes de financiamiento posibles

e. Monto total del programa U\$D 296.000,00

3) Nombre del programa:

Plan Nacional de Capacitación Turística para el fortalecimiento en la prestación de servicios turísticos

a. Descripción y justificación del programa.

Para respaldar el desarrollo del turismo sostenible es indispensable que los programas de formación satisfagan las necesidades del sector, ya que en la actualidad no responden a la demanda de trabajo existente y al análisis de las competencias laborales.

El Ministerio de Turismo, desarrolló y actualmente se encuentra ejecutando el Plan Nacional de Capacitación de Turística entre los cuales contempla programas de especialización y formación en actividades en competencias turísticas como: mi canoa turística, negocios turísticos productivos, infotaxi, viaja fácil, consolida turismo comunitario y jóvenes productivos entra 21; lo que ha permitido pasar de un servicio de carácter doméstico a servicios de calidad en los lugares donde ya se ha ejecutado la capacitación de profesionalización para el personal.

Las normas de calidad para la prestación de servicios son exigentes en un mercado tan competitivo como es el turístico. Por ello, se requiere que el sector laboral deba capacitarse y profesionalizarse en un adecuado desarrollo de capacidades de sus recursos humanos.

Para impulsar el modelo de turismo sostenible, esta exigencia se convierte en una necesidad urgente, debido a la generalizada baja calidad del servicio turístico en los destinos y establecimientos turísticos del país.

b. Objetivos.

- Lograr alto grado de eficiencia y calidad en los servicios, en el destino turístico Avenida de los Volcanes constituyéndose en referente para otros destinos turísticos.
- Profesionalizar y tecnificar el servicio turístico de acuerdo a las exigencias del mercado a los que están destinados.

c. Proyectos propuestos

Proyecto 1: Fortalecimiento para la Prestación de servicios turísticos	
Breve descripción del proyecto	Plazo
<p>El Proyecto de fortalecimiento de los servicios turísticos busca orientar de forma permanente los procesos hasta lograr la excelencia, concretándose a través de la capacitación oportuna y el seguimiento permanente, se buscará consolidar este proyecto en función a los requerimientos de prestación de servicios que los clientes soliciten y enfocados siempre al tipo de mercado que se ofertan los productos.</p> <p>Los servicios se darán bajo los estándares de calidad que dictan las normas internacionales.</p>	<p>Momento Inicial del Proyecto : 2.012</p> <p>Duración del Proyecto: 8 años</p>

d. Presupuesto y fuentes de financiamiento posibles

e. Monto total del programa U\$D 404.000,00

4) Nombre del programa:

Marketing Turístico para la promoción del Destino Turístico Avenida de los Volcanes

a. Descripción y justificación del programa.

Uno de los temas recurrentes en el marketing del Ecuador es que se vende los mismos productos. Estos productos considerados como tradicionales tampoco se han innovado. Es decir, que no se han creado nuevos productos o que se hayan dado cambios, adaptaciones en los productos existentes sustentando el diseño de los mismos en una verdadera investigación de mercado.

En el año 2010 se realiza un estudio denominado Plan Integral de Marketing Turístico 2010-2014, lo que permite tener las pautas de gestión en la promoción y difusión de los atractivos y actividades turísticas, en este documento se menciona que cerca del 56% del turismo que se realiza en el país es de carácter interno, siendo la elaboración de nuevas piezas promocionales o canales de comunicación y comercialización los instrumentos para fomentar el turismo interno.

Sin embargo, es necesario tener en cuenta que cerca del 17% del total de atractivos turísticos han sido desarrollados como tal, razón por la cual, la promoción estará destinada no solo a un cierto atractivo sino a un conjunto de atractivos con la generación de folletería de información especializada para nichos de mercado definidos por perfil de turista en un plan de mercadeo regional que responda a las necesidades nacionales.

Acceso disponible al Sistema de Información Estratégica para el Turismo – SIETE, que incluye a la Unidad de Inteligencia de Mercado y sus estudios especializados de turismo, desarrollando nuevos conceptos de productos turísticos comercializables diferenciados e innovadores que permitan capturar mercados objetivo potenciales o emergentes.

b. Objetivos.

- Promocionar los atractivos, actividades y destinos turísticos según definición de mercados nacionales e internacionales.
- Contar con una sólida propuesta de piezas promocionales y guías de turismo especializadas.

c. Proyectos propuestos

Proyecto 4: Promoción turística	
Breve descripción del proyecto	Plazo
<p>Parte fundamental del plan de desarrollo turístico de la Avenida de los Volcanes es el desarrollo de un proyecto de comercialización y venta del destino y sus diversos productos, utilizando los mecanismos, herramientas e instrumentos que requiere un moderno plan de marketing, considerando los grupos de destino al que están dirigidos los servicios y desarrollando estrategias que vayan de acuerdo a las últimas tendencias de mercadeo y tecnología.</p> <p>La promoción turística será diseñada, ejecutada y evaluada de forma permanente con el propósito de mantener la expectativa por el destino, siempre con el criterio de dar al turista lo que se le ofrece con calidad y eficiencia.</p> <p>La promoción turística se ajustará a los parámetros propuestos por el plan integral de marketing turístico del Ministerio de Turismo.</p>	<p>Momento Inicial del Proyecto: 2.013</p> <p>Duración del Proyecto : 8 años</p>

d. Presupuesto y fuentes de financiamiento posibles

e. Monto total del programa U\$D 280.000,00

5) Nombre del programa:

Fomento de Inversiones y Gestión Financiera para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad turística.

a. Descripción y justificación del programa.

En el diagnóstico realizado del sector turístico del Ecuador se evidenció como uno de los problemas prioritarios es la falta de fuentes de financiamiento para el desarrollo turístico, tanto para instituciones públicas, como para el sector privado y comunitario. Por otro lado, es prioritario establecer una estructura ejecutora de fondos económicos que garantice y dé soporte al cumplimiento de los programas y proyectos definidos en el PLANDETUR.

Para ello el Ministerio de Turismo, a través del mecanismo de convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Banco Nacional de Fomento y Corporación Financiera Nacional han ejecutado desembolsos de recursos económicos destinados a los sectores susceptibles de financiamiento, es decir a todos los establecimientos prestadores de servicios turísticos a nivel unipersonal y asociativo para acceso a microcréditos y créditos.

Sin embargo, es necesario mantener vigente este acceso a créditos para el sector turismo, lo que permitirá innovar productos, mejorar la calidad del servicio y oferta, y nuevas iniciativas que fomenten el turismo sostenible como política vigente en el Ecuador.

b. Objetivos.

- Lograr alto grado de eficiencia y calidad en los servicios, en el destino turístico Avenida de los Volcanes constituyéndose en referente para otros destinos turísticos.
- Contar con las facilidades necesarias para concretizar los procesos de desarrollo en los cuatro clúster del Destino Turístico Avenida de los Volcanes integrando a la mayoría de los servidores turísticos
- Contar con la infraestructura turística ajustada a los requerimientos de los organismos de control en los cuatro clústers, brindando servicios de calidad y ecológicamente sostenibles.
- Promover emprendimientos turísticos en los cuatro clúster del destino.

c. Proyectos propuestos

Proyecto 6: Emprendimientos micro empresariales	
Breve descripción del proyecto	Plazo
<p>La participación de los emprendedores es quizá la parte fundamental del plan de desarrollo para el destino turístico de la Avenida de los Volcanes.</p> <p>Para el efecto y a través del proyecto de emprendimientos micro empresariales, se buscara dar a los inversionistas las facilidades necesarias para que accedan a los créditos de las instituciones financieras gubernamentales y no gubernamentales, estos emprendimientos tendrán un seguimiento y se potencializarán y fortalecerán a través de la capacitación permanente y asesorías adecuadas y puntuales.</p> <p>De acuerdo al programa negocios turísticos productivos propuesto por el Ministerio de turismo y el apoyo a la microempresa turística sostenible y cadenas de valor según el Plandetur 2020.</p>	<p>Momento Inicial del Proyecto 2.013</p> <p>Duración del Proyecto : 7 años</p>

d. Presupuesto y fuentes de financiamiento posibles

e. Monto total del programa U\$D 100.000,00

d. Componentes y presupuesto para el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible

Cuadro N. 115 Componentes y presupuesto para el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible

Componentes	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
P1C1. Protección de Microcuencas, Flora y Fauna.	105.000,00	400.000,00		200.000,00		120.000,00			
P1C2. Campaña de protección del medio Ambiente		120.000,00	90.000,00		120.000,00				120.000,00
P1C3. Convenios de cooperación interinstitucional para la protección del medio ambiente	38.000,00	25.000,00		25.000,00		30.000,00			
P2C1. Valoración de la identidad cultural			45.000,00		25.000,00				
P2C2. Fortalecimiento de los emblemas culturales		45.000,00		120.000,00		480.000,00			
P3C1. Adecuada zonificación turística	80.370,00		62.370,00				26.370,00		12.870,00
P3C2. Operación turística organizada		43.615,00		32.615,00		21.615,00		10.615,00	
P4C1. Organización del territorio de acuerdo a sus potencialidades		38.064,00		28.464,00		18.864,00		9.264,00	
P4C2. Inversiones público, privado y comunitario en turismo	24.111,00	21.411,00	18.711,00	16.011,00	13.311,00	10.611,00	7.911,00	5.211,00	3.861,00
P4C3. Fortalecimiento de las actividades productivas		150.670,00	131.670,00	112.670,00	93.670,00	74.670,00	55.670,00	36.670,00	27.170,00
P5C1. Señalización turística regional	107.160,00	95.160,00		89.160,00		47.160,00	59.160,00		
P5C2. Senderización turística de acuerdo al entorno			87.318,00		62.118,00		36.918,00		18.018,00
P6C1. Implementación de centros de facilitación al turista		559.065,00	488.565,00				206.565,00		100.815,00
P7C1. Conciliación política	27.683,00	24.583,00	21.483,00	18.383,00	15.283,00	12.183,00	9.083,00	5.983,00	4.433,00
P7C2. Consensos entre los actores	25.004,00	22.204,00	19.404,00	16.604,00	13.804,00	11.004,00	8.204,00	5.404,00	4.004,00
P7C3. Inversión de la empresa Privada - comunitaria		13.481,00	11.781,00	10.081,00	8.381,00	6.681,00	4.981,00	3.281,00	2.431,00
P7C4. Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador		63.440,00	55.440,00	47.440,00	39.440,00				11.440,00
P8C1. Conocimiento de las leyes de turismo		9.516,00	8.316,00	7.116,00	5.916,00	4.716,00	3.516,00	2.316,00	1.716,00
P8C2. Aplicación de un nuevo marco legal para el turismo sostenible	17.860,00	15.860,00	13.860,00	11.860,00		7.860,00		3.860,00	2.860,00
P9C1. Prestación de servicios turísticos eficientes	26.790,00	23.790,00	20.790,00	17.790,00	14.790,00	11.790,00	8.790,00	5.790,00	4.290,00
P9C2. Especialización turística en alojamiento, alimentación y guianza		277.550,00	172.550,00		102.550,00	67.550,00		32.550,00	
P10C1. Innovación de productos turísticos	138.415,00	122.915,00	107.415,00	91.915,00	76.415,00	60.915,00	45.415,00	29.915,00	22.165,00
P10C2. Potencialización de flujos de mercados turísticos		99.125,00		74.125,00		49.125,00		24.125,00	
P11C1. Cultura artesanal fortalecida	42.864,00	38.064,00	33.264,00	28.464,00	23.664,00	18.864,00	14.064,00	9.264,00	6.864,00
P11C2. Conocimiento de la potencialidad comercial y artesanal vinculada al turismo	46.436,00	41.236,00	36.036,00	30.836,00	25.636,00	20.436,00	15.236,00	10.036,00	7.436,00

V. CONCLUSIONES

1. A nivel mundial, el turismo se ha convertido en una forma de vida que garantiza la soberanía social, natural y cultural de las poblaciones que se ven involucradas de manera directa e indirecta, en la ruta avenida de los volcanes la situación actual de la actividad turística denota una serie de inconvenientes relacionados con una limitada dotación de servicios básicos y acceso a la educación; poca coordinación interinstitucional y superposición de roles; escasa planificación para el desarrollo de actividades turístico ambientales y de conservación, sin embargo, se evidencia la existencia de productos turísticos poco desarrollados que procuran la incorporación, de valor agregado y generación de capital social para la creación de oportunidades de empleos formales e informales, generando espacios para fortalecer la inversión en los tres niveles (público, privado y comunitario).
2. A pesar de las debilidades detectadas en los Clusters de la ruta, el índice de potencialidad turística es óptimo para atraer diferentes tipos de demandas, esta condición le proporciona a la ruta una ventaja competitiva sobre otras rutas que atraviesan por la Región Central del país, pues éstas no se encuentran fortalecidas y la ruta de los volcanes se ha constituido en un referente internacional para el desarrollo del turismo sostenible, garantizando de cierta forma una mejor experiencia al turista, pues la oferta turística que la conforma se complementa adecuadamente con otras rutas para el desarrollo de varias modalidades y tipologías de turismo.
3. La propuesta contempla 5 programas, 11 proyectos, 25 componentes y 85 actividades que en conjunto muestran la articulación de proyectos turísticos para la inversión en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, siendo indispensable tomar en cuenta que dentro de la metodología cluster, los proyectos se van entrelazando y articulando con los actores públicos, privados, comunitarios y educativos definiendo las acciones que emprenderán cada una de las instituciones en los territorios configurados.

VI. RECOMENDACIONES

1. El Ministerio de Turismo como organismo regulador de la actividad turística, deberá configurar las normas turísticas legales que incentiven la inversión privada y comunitaria, desarrollando de manera participativa las acciones de planificación y ordenamiento de la actividad turística que permita ubicar a la Ruta Avenida de los Volcanes en los primeros lugares de destinos de turismo sostenible a nivel nacional e internacional.
2. La mejora de la oferta turística, así como de la infraestructura y entorno, junto a la imperante necesidad de una alianza integral entre los hacedores de políticas públicas turísticas, sectores privado y comunitario, junto con la sociedad, son retos importantes dentro del sistema de inteligencia público – político regional, por lo que se recomienda realizar alianzas estratégicas (interinstitucionales, marco y macro de cooperación) que garanticen una comunicación técnica – política en el fortalecimiento y apoyo a la comercialización del destino.
3. Es imperante la ejecución del plan de desarrollo turístico sostenible bajo las actividades y proyectos de inversión público, privado y comunitario descritos en el presente documento, lo que permitirá posicionar a la Ruta Turística Avenida de los Volcanes como destino sostenible del país.
4. Realizar talleres de revitalización cultural, integrando a los niños, jóvenes y adultos mayores en las comunidades; ya que actualmente se están perdiendo costumbres, tradiciones y cosmovisiones culturales que son la base fundamental de la actividad turística en el centro del país.
5. El Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, destaca la importancia de continuar con los esfuerzos que potencien el fortalecimiento de las MiPYMES turísticas a través de programas de formalización, capacitación y mecanismos que faciliten el acceso a financiamiento.
6. Es necesaria la implementación de sistemas de estandarización y certificación, así como de estructura y monitoreo de los indicadores de medición de impacto del sector, su competitividad y sostenibilidad.

VII. RESUMEN

La presente investigación propone: formular un plan de desarrollo turístico sostenible de la ruta turística Avenida de los Volcanes, Región Sierra Centro. De acuerdo al análisis del diagnóstico situacional de la ruta turística y el índice de potencialidad turística que es una ventaja competitiva sobre otras rutas que atraviesan por la Región Central del país, y, apoyado sobre la base de la metodología clúster se configuró 4 espacios de análisis y planificación de la actividad turística (clúster 1: Chimborazo y Carihuayrazo; cantones: Riobamba, Guano, Colta, Alausí, Guaranda, Ambato; Clúster 2: Tungurahua, El Altar; cantones: Riobamba, Penipe, Ambato, Baños; Clúster 3: Sangay; cantones: Guamote, Alausí, Baños; y, Clúster 4: Cotopaxi y Quilotoa; cantones: Salcedo, Sigchos, Saquisilí, Pujilí, Latacunga); basándose además como política de desarrollo turístico el Plan de Desarrollo del Turismo Sostenible en el Ecuador hacia el año 2020 y el Plan Integral de Marketing Turístico 2010 – 2014, se elaboró la propuesta que contempla 5 programas, 11 proyectos, 25 componentes y 85 actividades con sus debidas planificaciones y alcances presupuestarios de intervención anual que en conjunto muestran la articulación de proyectos turísticos para la inversión en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes hasta el año 2020, articulando y definiendo acciones con los actores públicos, privados, comunitarios y educativos que se encuentran configurado en los 4 clúster descritos y establecidos para el efecto, siendo una alternativa sustentable para su desarrollo socio económico, cultural y ambiental, diversificándose las actividades productivas, fomentando las cadenas de valor y valor agregado competitivo, logrando así elevar la calidad de vida de las poblaciones por donde atraviesa la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.

VIII. SUMMARY

The following research proposes: “To establish a sustainable plan for touristic development of Volcano Touristic Avenue al the Central Sierra Region”. According to the analysis from the situational diagnosis of the touristic route and the touristic potential index, which is a competitive advantage over other routes that go through the Country Central Region; and supported on base of Cluster Methodology, it was formed four spaces of analysis and planning for the touristic activity (Cluster 1: Chimborazo and Carihayrazo; Cantons: Riobamba, Guano, Colta, Alausí, Guaranda and Ambato. Cluster 2: Tungurahua and Altar; Cantons: Riobamba, Penipe, Ambato and Baños. Cluster 3: Sangay; Cantons: Guamote, Alausí and Baños. Cluster 4: Cotopaxi and Quilotoa; Cantons: Salcedo, Sigchos, Saquisilí, Pujilí and Latacunga). Moreover considering as a touristic development politic The Sustainable Touristic Development Plan in Ecuador toward 2020 year and Marketing Touristic Integral Plan 2010-2014. It was elaborated the proposal that considers 5 programs, 11 projects, 25 components and 85 activities with its own planning and scope budget of annual intervention that in global form shows the touristic project articulation for the investment in Volcano Avenue Touristic Route till 2020 year, articulating and defining actions with public actors, private, communitarian and educational which are included and describe for the effect at the four clusters. Being a sustainable alternative for its activities, promoting value chains and plus competitive value; getting, in this way, to level up quality life for towns where Volcano Avenue Touristic Route goes through.

IX. BIBLIOGRAFÍA

1. ALVAREZ, J. 2009. Investigación de mercados turísticos 2009. 46 p.
2. CALDERON, F. 2005. El Distrito turístico Rural un Modelo teórico desde la perspectiva de la oferta, el caso Andaluz. Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso. PDF. Disponible en: www.eumed.net/tesis/2007/fjcv/cluster%20Turistico.htm
3. CARBALLO, A. 2005. Planificación y manejo del recurso, 8-9 pp. Consultado el 5 de septiembre del 2010. Disponible en www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd63/ecoturismo/cap1.pdf
4. CLAN-DESTINOS, 2008. Qué es y para que sirve un clúster turístico. Consultado el 12 de febrero de 2011. Disponible en: <http://clan-destinos.com/2008/04/19/%C2%BFque-es-un-cluster-turistico-%C2%BFy-para-que-sirve/>
5. Constitución Política del Ecuador, 2008. Incluye artículos 56 y 57
6. Consejo Sectorial de la Producción, Agenda para la Transformación Productiva Territorial. 2010.
7. DRAE, 2001. Diccionario de la Real Academia de la Lengua “Desarrollo”.
8. HIDALGO, T. 2000. Desarrollo Sostenible. Madrid - España
9. HEVIA, R. 2009. Patrimonio Cultural, 12 – 15 pp. Consultado el 03 de septiembre de 2010. Disponible en: www.mav.cl/patrimonio/contenidos/links/-tangibles03.htm
10. HOFSTEDE, A. 2003. Ecosistemas, el páramo.
11. INEC 2001. Censo Poblacional. Ecuador.
12. MAE, 2010. Dirección Nacional de Áreas Naturales y Vida Silvestre.
13. MATOS, A. Volcán Cotopaxi. Consultado el 04 de abril de 2011. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/w/index.php?oldid=36255308>

14. MINTUR 2004. Metodología de Inventario de Atractivos Turísticos. 22 pp.
15. MINTUR 2010. Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística
16. MINTUR 2010. Delimitación del destino “Avenida de los Volcanes” e identificación de los puntos de mayor trascendencia ambiental y cultural
17. MINTUR, 2007. Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 “PLANDETUR 2020”.
18. MINTUR, 2010. Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador PIMTE 2010-2014. Quito – Ecuador.
19. MIPRO, 2010. Consejo Sectorial de la Producción, Agenda para la Transformación Productiva Territorial
20. MSGG, DOS. 2001. Diseño y elaboración de proyectos. División de Organizaciones Sociales - Santiago de Chile – Chile. 7pp.
21. MUÑOZ, E. 2009. *Guía Metodológica para la formulación de Proyectos de desarrollo con la aplicación de Marco Lógico*. Riobamba, 2009.
22. PASTOR, F. Volcán Carihuirazo. Consultado el 04 de abril de 2011. Carihuairazo. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/w/index.php?oldid=35699659>
23. PAINTMAN. 2006. Los Illinizas. Consultado el 04 de abril de 2011. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/w/index.php?oldid=36006178>
24. PELAYO, C. 2008. La competitividad. Disponible en: www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml
25. PERALES M. 2004. “El control Inka de las fronteras étnicas: reflexiones desde el valle de Ricrán en la Sierra Central del Perú”. EN: Chungará Revista de Antropología Chilena, Vol. 36, N°2, pp.515-523. Santiago de Chile,

26. PEREZ, L. 2000. Identificación, descripción y evaluación del impacto ambiental. Cuba.
27. PORTER, M. 1990. The Competitive Advantage of Nations. Consultado el 17 dic. 2010. Disponible en <http://gecomomiacluster.blogspot.com/2007/11/qu-es-un-cluster-concepto-terico.html>
28. PUCCIO, H. y GRANA, N. 2008. *Innovation as a Requirement for Tourism Competitiveness. A Methodology for its Analysis*. Argentina, 22 de Noviembre de 2008.
29. SENPLADES, 2010. Zonas de Planificación 3: Pastaza, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo
30. SIERRA, R. 1999. Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador continental. Proyecto INEFAN/GEF-BIRF y EcoCiencia
31. SIEBERT L, 2007. Anexo Volcanes del Ecuador. Consultado el 02 de mayo de 2011. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/w/index.php?oldid=35699676>
32. SIISE 2010. *Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador 4.5*.
33. Technical Regulation on road signs, part 1. Description and use of basic traffic control devices. First Edition.
34. TIERRA, P. 2009. Texto Básico planificación territorial. Riobamba (Ecuador). 42-44pp.
35. UNAPUCHA, L. 2006. Volcanes en el Ecuador. Consultado el 11 de febrero de 2011. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos36/volcanes-ecuador/volcanes-ecuador.shtml>
36. WORDPRESS, 2009. Clúster turístico. Consultado el 27 jun. 2010. Disponible en: clandestinos.com/2008/04/19/%C2%BFque-es-un-cluster-turistico-%C2%BFy-para-que-sirve/

10. ¿Conoce usted las Áreas Protegidas que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro?

- 10.1. SI 10.2. NO

11. ¿Conoce usted los volcanes y nevados que integra la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro?

- 11.1. SI 11.2. NO

12. Le gustaría visitar las Áreas Protegidas, con sus volcanes y nevados de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro?

- 12.1. SI 12.2. NO

13. ¿Cuál sería su principal motivación para visitar la Ruta Turística Avenida de los Volcanes?

- 13.1. Vacaciones 13.2. Observación del volcán 13.3. Descanso
 13.4. Convivencia cultural 13.5. Alpinismo 13.6. Negocios
 13.7. Investigaciones científicas 13.8. Giras estudiantiles 13.9 Otros _____

14. ¿Qué atractivos le gustaría conocer en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes?

- 14.1 Volcanes y nevados 14.2 Aguas termales 14.3 Cascadas 14.4 Sitios religiosos
 14.5 Ferias artesanales y/o agropecuarias 14.6 Emprendimientos comunitarios
 14.7 Áreas Protegidas 14.8 Otros _____

15. ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes?

- 15.1 Cabalgatas 15.2 Trekking 15.3 Biking
 15.4 Campamentos 15.5 4 x 4 15.6. Pesca deportiva
 15.7 Convivencia comunitaria 15.8 Canoping 15.9 Cayoning
 15.10 Rafting 15.11 Andinismo 15.12 Escalada deportiva y de alta montana
 15.13 Prácticas artesanales 15.13 Otros _____

16. ¿Qué requerimientos considera usted que un sitio turístico debe tener para ser mas atractivo?

- 16.1 Buena alimentación 16.2 Cómodo hospedaje 16.3 Señalización turística clara
 16.4 Vías en buenas condiciones 16.5 Buena atención al turista
 16.6 Otros especifique ¿Cual? _____

17. ¿Si está interesado en visitar esta zona, usted se hospedaría en?

- 17.1 Casa de amigos 17.2 Hotel u hostería 17.3 Casa de familiares
 17.4 Refugio, ¿Dónde?

18. ¿Qué medio de transporte estaría dispuesto a utilizar para llegar a los atractivos turísticos de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes?

- 18.1 Carro propio 18.2 Bus 18.3 Transporte organizado
 18.4 Otro ¿Cuál/es? _____

19. ¿De cuánto tiempo dispone usted para su permanencia en los sitios de interés de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes?

- 19.1 Un día 19.2 Dos días 19.3 Tres días 19.4 Más de 3 días

20. ¿Cuál sería su presupuesto diario, excluido el transporte, para visitar estas zonas cercanas a la Ruta Turística Avenida de los Volcanes?

- 20.1 Menor a \$55 20.2 Entre \$56 y \$76 20.3 Entre \$77 y \$97
 20.4 Más de \$98

21. ¿A través de que medios se informa usted sobre los diferentes lugares turísticos?

- 21.1. Internet 21.2. Promoción en ferias turísticas
 21.3. Publicaciones en diarios o revistas 21.4. Televisión
 21.5. Recomendación de amigos 21.6. Otros_____

Anexo 2. Encuestas para los Turistas Extranjeros

Survey for National Tourists

STUDY OF TOURISM DEMAND

This surveys aims to know the perception of tourists about the “Tourist Route of the Volcanoes”, locate it on the Ecuador’s Central Andes Region.

We appreciate the time you spent with us to answer this survey.

1. Gender

Female

Male

2. Age (years)

15 – 18

19 – 25

26 – 30

31 - 40

41 – 50

51 >

3. What is your educational background?

Elementary

High School

University

Degree/Specialization

Other

4. What is your marital status?

Single

Married

Divorced

Living

together

other

5. What is your place of origin?

Country _____

State _____

City _____

Parish _____

6. What is your current job situation?

Employed

Unemployed

Retired

Student

Other _____

7. What do you prefer when planning a vacation trip?

Travel agencies vocational packages

Independent

Other _____

8. How would you like to take your vocational trip?

Alone

With partner

Family

Friends

Travel

agencies

group

packages

9. What kind of tourism would you like to enjoy in the “Central Andes Region”?

Adventure sports

Community tourism

scientific tourism

Rest and recreation

Nature

Health

10. Have you been or have you known about the protected areas in the Route of the Volcanoes on the Central Andes Region?

Yes

No

11. Have you got any knowledge about the snow-capped volcanoes and mountains that form part of the Avenue of the Volcanoes path in the Central Andes region?

Yes

No

12. Would you like to enjoy a vacation trip to the snow-capped volcanoes and protected areas in the Avenue of the Volcanoes path in the Central Andes Region?

Yes

No

- 13. What would be your main motivation to visit the tourist Avenue of the Volcanoes path?**
 Vacations volcano observation Enjoyment Climbing
 Cultural coexistence scientific research Student tours
 Business Other _____
- 14. What attractions would you like to enjoy at the Tourist Avenue of the Volcanoes path?**
 Volcanoes and glaciers Hot springs water falls
 Religious sites craft and/or agricultural fairs community enterprise
 Protected areas Other _____
- 15. What kind of tourist activities would you like to do at the Tourist Avenue of the Volcanoes Pathway?**
 Horseback riding Trekking Biking Camping
 Mud-drive (4x4) Rafting Climbing. (Sport High Mountain
 Crafting Other _____
- 16. What requirements do you consider a tourist site must have to be more attractive?**
 Good food service Good lounge excellent signalization
 Excellent rout system Excellent attention to tourists Other _____
- 17. When visiting these areas, you would like to stay better in?**
 Friend's shelter Hotel Relatives shelter Log house
 Other _____
- 18. What sort of transportation would you like to take when visiting the Avenue of the volcanoes path?**
 Bus owned car package transportation Other _____
- 19. How long would you like to stay at the Avenue of the Volcanoes on your next vacation trip?**
 Number of days _____
- 20. How much would you like to spend when visiting the Avenue of the Volcanoes? (exclude transportation costs)**
 < \$55 between \$56 - \$76 between \$77- \$97 > \$ 98
- 21. How do you get information about tourist attractions?**
 Television Internet Promotion in tourism fairs newspapers
 Magazines Friends Other _____

ANEXO 3. Matriz de Marco Lógico: Plan de desarrollo turístico para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.

Objetivos	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
<p>FIN</p> <p>Potenciar el desarrollo de la ruta turística Avenida de los Volcanes, como alternativa sustentable de las poblaciones de la Región Sierra Centro utilizando buenas prácticas en turismo sostenible</p>	<p>Para el 2.020 Las Poblaciones de la Región Sierra Centro, asumen la Ruta turística de la Avenida de los Volcanes como una alternativa sustentable para su desarrollo socio económico, diversificándose las actividades productivas y elevando su calidad de vida en un 20%</p>	<ul style="list-style-type: none"> - PIB de la Región. - Registros de ingresos de turistas - Catastros de servicios turísticos - Informes del SRI - 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación del Plandetur 2020 - Asignación permanente de fondos - Acuerdos políticos - Participación comunitaria -
<p>PROPÓSITO</p> <p>Elaborar el Plan de desarrollo turístico para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.</p>	<p>Plan de desarrollo para el Destino Turístico la Avenida de los Volcanes ejecutado en 100% para el 2.020</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de proyectos ejecutados dentro del Plan de desarrollo turístico. - Registro de turistas. - Registros contables de las Instituciones involucradas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación comunitaria - Asignación permanente de fondos - Servicios básicos - Red Vial - Políticas conservacionistas de recursos naturales y culturales -
<p>Componente 1</p>			
<p>Desarrollo de Destinos y Facilitación Turística para el Fomento y adecuada planificación para el uso racional de los recursos naturales y culturales para la estructuración de productos turísticos</p>	<p>Se estructuran productos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inventarios turísticos de las Provincias de Bolívar, Cotopaxi, Chimborazo y Tungurahua consolidados en dos años. - Servidores turísticos de la región Sierra Centro Capacitados 100% en el uso adecuado de los recursos Turísticos en cinco años. - 70% de Recursos turísticos aprovechados y manejados de forma racional para el 2020. - Ingreso racionalizado de turistas en 100% a las áreas con recursos turísticos vulnerables en 2 años - En 2 años el 100% de las operadoras de turismo coordinan acciones de forma eficiente con los prestadores de servicios para el mantenimiento y uso 	<ul style="list-style-type: none"> - Inventarios turísticos - Registros de asistencias a capacitaciones - Resultados de evaluaciones de capacitación - Resultados de análisis de impacto ambiental y socio cultural. - Registro de ingreso de turistas a las áreas con recursos turísticos vulnerables. - Actas de compromiso y resoluciones de operadores con prestadores de servicios - Catastros - Mapa de zonificación - Informes de seguimiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinación del Estado con Ong's - Asignación permanente de Fondos - Sustentabilidad de las Áreas protegidas. - Sustentabilidad del Patrimonio Cultural - Existencia de inventarios turísticos. - Agricultura y ganadería responsable con el ambiente y el patrimonio cultural. - Crecimiento Urbano Ordenado. - Participación activa de Universidades y Politécnicas. - Aplicación del Plandetur 2020

	<p>racional de los recursos turísticos en la región.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La actividad turística se desarrolla de manera ordenada en las cuatro provincias de influencia del plan de desarrollo a partir del tercer año de su aplicación. - La actividad turística se desarrolla en el 100 % de acuerdo a la planificación establecida en el plan de desarrollo para el Destino turístico Avenida de los Volcanes al finalizar el tercer año de implementación. -El Destino Turístico Avenida de los Volcanes cuenta en un 100% con las facilidades necesarias para la actividad en cinco años - El destino Turístico Avenida de los Volcanes cuenta con infraestructura adecuada para los servicios ofertados en un 80% para el tercer año y un 100% para el 2.020. 		
Componente 2			
Gobernanza del Sistema Turístico para generar un entorno adecuado para el desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Se establecen instancias de articulación, cooperación y coordinación entre el Estado y las iniciativas turísticas privadas desde el segundo año, con un 70% de acuerdos positivos. - El 100% de los servidores turísticos realizan sus actividades acatando las disposiciones y reglamentos que impone la regulación jurídica para la actividad en tres años. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acuerdos - Convenios de cooperación - Licencia única anual de funcionamiento - Registro del establecimiento - Informes de Recategorización de servicios turísticos. - Visitas de campo 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación del Plandetur 2020 - Acuerdos políticos - Participación comunitaria - Asignación permanente de Fondos - Coordinación del Estado con Ong's

Componente 3			
Plan Nacional de Capacitación Turística para el fortalecimiento en la prestación de servicios turísticos	- El 100% de los servidores turísticos actuantes y legítimamente establecidos dentro del plan de desarrollo turístico del producto Avenida de los Volcanes prestan un servicio con estándares de calidad de acuerdo a las normas ISO a partir del tercer año.	- Evaluaciones de los visitantes Catastros.	- Aplicación del Plandetur 2020 - Asignación permanente de Fondos - Coordinación del Estado con Ong's
Componente 4			
Marketing Turístico para la promoción del Destino Turístico Avenida de los Volcanes	- Se realiza la promoción del Destino turístico de forma eficiente a través de medios de comunicación masivos a partir del segundo año hasta el 2020.	- Spots publicitarios en medios de comunicación masivo - Página Web	- Asignación permanente de Fondos - Coordinación del Estado con Ong's
Componente 5			
Fomento de Inversiones y Gestión Financiera para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad turística.	- Las organizaciones gubernamentales apoyan e incentivan la actividad turística en un 100% a partir del primer año permitiendo un crecimiento de la actividad turística en 70% para el 2020	- Informes de créditos para el área turística BNF y CFN.	- Acuerdos políticos - Participación comunitaria - Asignación permanente de Fondos
			Presupuesto
Actividades Componente 1			
A1.C1. Sostenibilidad de los recursos naturales con potencial turístico	Para el 2.020 las estrategias para la conservación de los recursos Naturales en el destino Turístico La Avenida de los Volcanes se implementan con la participación del 100% de las comunidades y gobiernos locales a través de prácticas agrícolas y turísticas amigables con el ambiente.	Obras de conservación de suelos. Sistemas de protección para las micro cuencas. Visualización de las campañas de protección del medio ambiente Registros de ingresos de turistas a las áreas protegidas. Convenios marco y macro de cooperación interinstitucional para la protección del ambiente.	\$ 808.000,00
A2.C1. Sostenibilidad de recursos culturales con potencial turístico	En el 2.020 se consolida la participación del 70% de las comunidades Urbanas y rurales que habitan el destino turística Avenida de los Volcanes a través de la	Obras monumentales del patrimonio Urbano y Rural del Destino Turístico Av. De los Volcanes Recuperadas y conservadas. Participación significativa de los pobladores en actos culturales.	\$ 960.000,00

<p>A3.C1. Crecimiento ordenado de la actividad turística.</p>	<p>demostración consciente de sus valores culturales, rescatándolos y preservándolos como referentes a su propia existencia. Para el 2.020 la actividad turística del destino Av. de los Volcanes crece en 50% de forma visiblemente ordenada y cumpliendo con la legislación para la actividad</p>	<p>Convenios marco y macro de cooperación interinstitucional para la sostenibilidad cultural. Catastros de Servicios Turísticos. Inventarios Turísticos.</p>	<p>\$ 398.000,00</p>
<p>A4.C1. Planificación turística</p>	<p>El 100% de las actividades turísticas se realizan bajo criterios de zonificación, vocación turística, y de acuerdo a los recursos y servicios de los 4 clúster operativos</p>	<p>Mapeo de zonificación Turística. Inventarios turísticos. Catastros de servicios Turísticos Evaluación de redes de Valor de los Clúster.</p>	<p>\$ 829.000,00</p>
<p>A5.C1. Potencialización y dotación de facilidades para la actividad turística</p>	<p>El Destino turístico Av. de los Volcanes cuenta con las facilidades necesarias para concretizar los procesos de desarrollo en los 4 clúster para el 2.020, integrando al 80 % de los servidores turísticos.</p>	<p>Inventarios turísticos Resultados de evaluación de campo Informes de gobiernos seccionales y locales.</p>	<p>\$ 460.000,00</p>
<p>A6.C1. Fortalecimiento de la infraestructura para la actividad eco turística.</p>	<p>Los Cuatro clúster del destino Turístico Avenida de los Volcanes cuenta para el 2.015 con infraestructura turística ajustada 80% a los requerimientos de los organismos de control, brindando servicios de calidad y ecológicamente sostenibles.</p>	<p>Registros de Establecimientos turísticos. Emisión de licencias anuales de funcionamiento. Catastros de servicios Turísticos Evaluación de redes de Valor de los Clúster.</p>	<p>\$ 1'000.000,00</p>
<p>Actividades Componente 2</p>			
<p>A1.C2 Articulación de coyunturas políticas</p>	<p>Para el 2.014 al menos el 70% de los gobiernos locales, Municipios y juntas parroquiales trabajan de forma coyuntural se logran articular el 75% de los proyectos.</p>	<p>Convenios marco y macro de cooperación interinstitucional para el desarrollo turístico de la Av. De los Volcanes. Evaluaciones de proyectos en ejecución</p>	<p>\$ 261.000,00</p>

A2.C2. Observancia/cumplimiento de la normatividad legal para el turismo	Para el 2.013 se cumplen en un 100% las normativas legales que regulan la actividad turística. Hasta el año 2020 se mantiene evaluaciones periódicas.	Registros de Establecimientos turísticos. Emisión de licencias anuales de funcionamiento. Registros del SRI y Impuestos Municipales.	\$ 35.000,00
Actividades Componente 3			
A1.C3. Fortalecimiento de la prestación de servicios turísticos eficientes	Para el 2.020 el 80% de los servicios turísticos ofertados en el destino turístico de la Avenida de los Volcanes alcanza un alto grado de eficiencia y calidad, constituyéndose en referente para otros destinos turísticos.	Registro de ingresos de turistas Categorización de servicios turísticos	\$ 404.000,00
Actividades Componente 4			
A1.C4. Promoción turística Eficiente	En el 2.020 la Av. de los volcanes esta posicionada como un destino turístico de importancia a nivel Nacional e internacional	Spots publicitarios Visualización Pagina Web. Encuestas.	\$ 440.000,00
Actividades Componente 5			
A1.C5. Emprendimientos micro empresariales	Se concretan en cada clúster 2 emprendimientos turísticos por año, hasta el 2.015 se alcanzan 40 nuevos empresas turísticas de calidad y posicionadas en el mercado.	Registros de establecimientos turísticos Legalización de empresas turísticas.	\$ 1000.000,00
Total			\$ 5 425.000,00

Elaborado por: Patricio Espín M

ANEXO 4. Identificación de los objetivos estratégicos

No.	PROBLEMÁTICA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
1	Medio Interno	
1.1	Macro Fortalezas	
	1. Ubicación estratégica de los atractivos. 2. Existencia de Recursos turísticos naturales y culturales de importancia para el desarrollo turístico de la ruta. 3. Vías principales en buen estado. 4. Conectividad hacia los atractivos turísticos	1. Desarrollar y asegurar el turismo de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes de forma sostenible. 2. Mejorar las facilidades para acceder a los productos turísticos. 3. Lograr una mayor accesibilidad a las atracciones y recursos públicos centrada en el turismo.
	5. Existencia de organizaciones comunitarias establecidas jurídicamente. 6. Iniciativas de las comunidades para la protección y conservación del patrimonio natural y cultural.	4. Mejorar la colaboración con Instituciones de educación y formación profesional. 5. Articular el papel de las organizaciones y grupos encargados de la actividad turística, de acuerdo a los roles y funciones a ellas transferidas. 6. Fomentar la sostenibilidad social y cultural del sector turístico
	7. Capacidad de diversificación en la oferta turística. 8. Actividades turísticas para las diferentes tipologías de turistas.	7. Concienciar sobre la importancia de la innovación, las cadenas de valor y el valor agregado. 8. Fomentar el trabajo en red y las colaboraciones a través de la cadena de valor. 9. Incentivar la demanda turística 10. Potencializar la marca “Avenida de los Volcanes”. 11. Articular recursos económicos disponibles de forma eficaz

12. Hacer que el sector turístico forme parte de las herramientas del conocimiento (Tics)	
1.2 Nudos críticos	
1. Legislación Turística inconsistente.	13. Apoyar y participar activamente en el diálogo social
2. Inexistencia de un marco técnico referencial para la operación turística.	
3. Crecimiento desordenado de la actividad turística.	14. Reforzar la industria turística de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes como un sector de servicios de calidad.
4. Prestación de servicios turísticos deficientes.	15. Estandarizar la evaluación de la calidad
5. Escasas facilidades para la actividad turística	16. Situar la Ruta Turística Avenida de los Volcanes como primer destino turístico en el Ecuador continental
6. Infraestructura inapropiada para la actividad turística.	
7. Carencia de planes de contingencia	17. Desarrollar Centros turísticos de Excelencia a escala comunitaria
8. Limitada cultura empresarial	18. Crear una plataforma productiva para el sector turístico a escala Sierra Centro
9. Desconocimiento de la potencialidad del turismo como actividad alternativa para el desarrollo socio económico.	19. Negociar sistemas de garantías para mejorar y garantizar el acceso a la financiación de negocios turísticos.
	20. Fomentar la industria turística como ente empleador para mejorar los ingresos económicos generados por los recursos turísticos disponibles.

ANEXO 5. Identificación de las políticas

No.	PROBLEMÁTICA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	POLÍTICAS
1	Medio Interno		
1.1	Macro Fortalezas		
	1. Ubicación estratégica de los atractivos. 2. Existencia de Recursos turísticos naturales y culturales de importancia para el desarrollo turístico de la ruta. 3. Vías principales en buen estado. 4. Conectividad hacia los atractivos turísticos	1. Desarrollar y asegurar la actividad turística de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes de forma sostenible. 2. Mejorar las facilidades para acceder a los productos turísticos. 3. Lograr una mayor accesibilidad a las atracciones y recursos públicos centrada en el turismo, como fuente de innovación y espíritu empresarial.	1. La valorización y conservación del patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
	5. Existencia de organizaciones comunitarias establecidas jurídicamente. 6. Iniciativas de las comunidades para la protección y conservación del patrimonio natural y cultural.	4. Mejorar la colaboración con Instituciones de educación y formación profesional. 5. Articular el papel de las organizaciones y grupos encargados de la actividad turística de acuerdo a los roles y funciones a ellas transferidas. 6. Fomentar los principios de conciencia de la sostenibilidad social y cultural del sector turístico.	2. El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental y contribuir a la superación de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). 3. La gestión del turismo en Ecuador y particularmente en la Región Sierra Centro busca un funcionamiento coordinado de sinergias entre

			los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente.
7. Capacidad de diversificación en la oferta turística.		7. Concienciar sobre la importancia de la innovación, las cadenas de valor y el valor agregado.	4. La optimización de las oportunidades generadas por el turismo que mejora la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos mediante la dinamización de las cadenas de valor y el fortalecimiento del valor agregado.
8. Actividades turísticas para las diferentes tipologías de turistas.		8. Incentivar la demanda turística como mecanismo dinamizador de la economía.	
		9. Potencializar la marca “Avenida de los Volcanes”.	5. La promoción integral para fomentar de manera efectiva la demanda actual y potencial de turismo interno y receptivo
		10. Articular recursos económicos disponibles de forma eficaz	
		11. Hacer que el sector turístico forme parte de las herramientas del conocimiento (Tics)	
1.2 Nudos críticos			
1. Legislación Turística inconsistente		12. Apoyar y participar activamente en el diálogo social	6. El impulso del turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.
2. Inexistencia de un marco técnico referencial para la operación turística.			
3. Crecimiento desordenado de la actividad turística.		13. Reforzar la industria turística de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes como un sector de servicios de calidad.	7. La integración regional a través de alianzas estratégicas con un posicionamiento del Ecuador como país líder en turismo sostenible.
4. Prestación de servicios			

<p>turísticos deficientes.</p> <p>5. Escasas facilidades para la actividad turística</p> <p>6. Infraestructura inapropiada para la actividad turística.</p>	<p>14. Estandarizar la evaluación de la calidad.</p> <p>15. Situar la Ruta Turística Avenida de los Volcanes como primer destino turístico en el Ecuador continental.</p>	<p>8. La formación y capacitación del recurso humano para la sensibilización, profesionalización y la gestión adecuada del turismo sostenible.</p>
<p>7. Carencia de planes de contingencia.</p> <p>8. Limitada cultura empresarial.</p> <p>9. Desconocimiento de la potencialidad del turismo como actividad alternativa para el desarrollo socio económico.</p>	<p>16. Desarrollar Centros turísticos de Excelencia a escala comunitaria.</p> <p>17. Crear una plataforma productiva para el sector turístico a escala Sierra Centro.</p> <p>18. Garantizar el acceso a suficientes recursos financieros para incentivar los negocios turísticos.</p> <p>19. Negociar sistemas de garantías para mejorar y garantizar el acceso a la financiación de negocios turísticos.</p> <p>20. Fomentar la industria turística como ente empleador para mejorar los ingresos económicos generados por los recursos turísticos disponibles.</p>	<p>9. La defensa y protección de los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.</p>

ANEXO 6. Matriz de Marco Lógico 1: estrategias de conservación de los recursos naturales.

Nombre del Proyecto: Implementar estrategias de conservación de los recursos naturales en la ruta turística Avenida de los Volcanes con la finalidad de alcanzar la sostenibilidad de los recursos naturales con potencial turístico.

Objetivos del Proyecto: Desarrollar estrategias y actividades de conservación de los recursos naturales en el Destino Turístico Avenida de los Volcanes.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
<p>FIN Recuperar y preservar los espacios naturales adecuados para el desarrollo del turismo y sus zonas de influencia, de conformidad con lo establecido en el PLANDETUR 2020 en el programa piloto correspondiente a Áreas Protegidas.</p>	<p>Para el año 2.020, se recuperan y preservan al menos el 60% de los espacios naturales con potencial turístico en cada una de las Áreas Protegidas involucradas en la Ruta de los Volcanes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de zonificación e identificación de espacios turísticos. - Informes técnicos, económicos y fotográficos impresos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los responsables de las Áreas Protegidas vinculadas a la ruta de los Volcanes recuperan y preservan los espacios naturales destinados a la actividad turística implementado los programas y proyectos del Plan.
<p>PROPOSITO Implementar estrategias de conservación de los recursos naturales en la ruta turística Avenida de los Volcanes con la finalidad de alcanzar la sostenibilidad de los recursos naturales con potencial turístico.</p>	<p>Para el año 2.015 las estrategias para la conservación de los recursos naturales en la ruta turística Avenida de los Volcanes se implementan con la participación de al menos el 50% de las comunidades y gobiernos locales, a través de prácticas agrícolas y turísticas amigables con el ambiente reduciendo paulatinamente la expansión de la frontera agrícola en un 80% y el sobre pastoreo en un 50%.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Convenios marco y macro de cooperación interinstitucional firmados para la protección del ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las estrategias de conservación de los recursos naturales de la ruta turística Avenida de los Volcanes son implementadas mediante acuerdos políticos participativos entre los sectores comunitario, privado y público.
<p>Componente 1</p>			
<p>Protección de Microcuencas, Flora y Fauna.</p>	<p>Para el año 2.015 los atractivos turísticos naturales de la ruta turística Avenida de los Volcanes se encuentran protegidos en el 50% de las comunidades, mediante acciones de forestación y reforestación con plantas nativas en 25.000 has de páramo durante los años 2013 y 2014, y actividades de promoción para turismo de investigación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de verificación de obras - Registro fotográfico de bosques nativos en crecimiento. - Informes técnicos sobre evaluaciones ecológicas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las microcuencas y biodiversidad existente en la ruta turística Avenida de los Volcanes que corresponde al Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador son protegidas a través de la implementación de acciones participativas orientadas al manejo adecuado de las actividades agropecuarias y urbanas.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
Componente 2			
Campaña de protección del medio Ambiente	Durante el año 2.013 se han llevado a cabo tres campañas de protección ambiental y se ha ejecutado un programa de capacitación en protección del ambiente, abarcando el 40% de las comunidades involucradas dentro de la ruta turística Avenida de los Volcanes.	<ul style="list-style-type: none"> - Acuerdos y compromisos firmados con comunidades. - Contratos con capacitadores. - Registros de participación en capacitaciones. - Documento técnico e informe de capacitación. - Documento técnico de campañas de especialización para la conservación de flora y fauna. 	- Las campañas de protección y programas de capacitación son ejecutados de manera íntegra y participativa con las instituciones involucradas en la ruta turística Avenida de los Volcanes.
Componente 3			
Convenios de cooperación interinstitucional para la protección del medio ambiente	En el año 2012 se estructura participativamente un espacio de concertación interinstitucional que trabaja eficientemente en la conservación de los recursos naturales, y con un sistema de monitoreo que permita la evaluación permanente de las acciones a desarrollar.	<ul style="list-style-type: none"> - Un documento técnico con el análisis situacional sobre la conservación de los recursos turísticos - Convenios marco de cooperación - Documentos con las acciones a ser implementadas por los departamentos de gestión ambiental de las instituciones involucradas. 	- Los convenios de cooperación son respetados y el espacio de concertación funciona eficientemente implementando acciones de protección ambiental.
Actividades			Presupuesto
Actividades Componente 1			
A1C1. Participar en el diseño y ejecución de programas de preservación de microcuencas y mantenimiento de flora y fauna del destino turístico Avenida de los Volcanes.			\$ 35.000,00
A2C1. Elaborar e Implementar un plan de forestación, reforestación y manejo de páramos para 25 mil Ha. de las Áreas Protegidas de la Región.			\$ 200.000,00
A3C1. Realizar la promoción y sostenimiento de los centros existentes para la recuperación de Flora y Fauna silvestre.			\$ 70.000,00
A4C1. Zonificar las Áreas Protegidas, para delimitar las zonas tangibles e intangibles de las mismas, como medio para realización de actividades en las zonas de uso público.			\$ 200.000,00

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
Actividades Componente 2			
A1C2.	Desarrollar un plan de marketing ambiental para la Avenida de los Volcanes.		\$ 30.000,00
A2 C2.	Establecer una campaña de visualización ambiental - turística en las principales carreteras del destino turístico.		\$ 90.000,00
A3C2	Capacitar permanentemente a las comunidades y centros educativos sobre mantenimiento de los recursos naturales		\$ 120.000,00
Actividades Componente 3			
A1C3.	Realizar convocatorias a los actores involucrados en el mantenimiento de los recursos naturales del área.		\$ 5.000,00
A2C3.	Conformar espacios de concertación para la conservación de los recursos naturales de la Avenida de los Volcanes Región Sierra Centro.		\$ 8.000,00
A3C3.	Establecer estrategias participativas que coadyuven a la conservación de los recursos naturales.		\$ 25.000,00
A4C3.	Definir un sistema de monitoreo que permita la evaluación permanente de las acciones emprendidas.		\$ 25.000,00

ANEXO 7. Matriz de Marco Lógico 2: estrategias de conservación de los recursos culturales.

Nombre del Proyecto: Implementar estrategias de conservación de los recursos culturales en la ruta turística Avenida de los Volcanes con la finalidad de alcanzar la sostenibilidad de recursos culturales con potencial turístico.

Objetivos del Proyecto: Desarrollar actividades y acciones de conservación de los recursos culturales en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
<p>FIN Rescatar y preservar los valores culturales ancestrales, de las poblaciones asentadas en las zonas de influencia directa e indirecta de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.</p>	<p>Para el año 2.020 se recupera, preserva y rescata los valores culturales, mediante la participación del 50% de las comunidades involucradas en la ruta turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Convenios interinstitucionales de cooperación marco y específicos firmados con las instituciones involucradas. - Acuerdos y compromisos firmados entre las comunidades y gobiernos seccionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las instituciones involucradas a nivel público, privado y comunitario rescatan y preservan de forma participativa los valores y saberes ancestrales de las poblaciones inmersas en la ruta turística Avenida de los Volcanes.
<p>Propósito Implementar estrategias de conservación de los recursos culturales en la ruta turística Avenida de los Volcanes con la finalidad de alcanzar la sostenibilidad de recursos culturales con potencial turístico</p>	<p>En cinco años se implementan con la participación de al menos el 50% de las comunidades y de los gobiernos seccionales, seis estrategias de conservación de los recursos culturales en la ruta turística Turístico Avenida de los Volcanes, relacionados con la valoración de la identidad cultural y el fortalecimiento de los emblemas culturales existentes en el destino.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos de acuerdos y compromisos firmados con las comunidades, gobierno y empresa privada. - Informes técnico de diagnósticos situacionales de los recursos culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las estrategias de conservación y fortalecimiento de los recursos, emblemas y valores culturales de las poblaciones acentuadas a lo largo de la ruta turística Avenida de los Volcanes son implementadas mediante procesos participativos entre los sectores comunitario, privado y público.
<p>Componente 1</p>			
<p>Valoración de la identidad cultural</p>	<p>En el año 2014 se han llevado procesos de capacitación con al menos la participación del 50% de los jóvenes de las comunidades, logrando reintegrar el talento humano mediante procesos de identidad y cosmovisión andina.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actas de acuerdos firmados con las comunidades y gobiernos locales - Informes de capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> - El talento humano joven de las comunidades acentuadas a lo largo de la ruta turística Avenida de los Volcanes se forman y capacitan en la valoración de su identidad cultural – ancestral.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
Componente 2			
Fortalecimiento de los emblemas culturales	<p>Para el año 2.013 se cuenta con un plan de recuperación, rescate y mantenimiento del 100% de los monumentos emblemáticos arqueológicos, civiles y religiosos inventariados en la zona central de la ruta turística Avenida de los Volcanes considerando su uso ulterior como atractivos turísticos.</p> <p>Para el año 2.020 los elementos que conforman la identidad cultural de las poblaciones de la zona de influencia del proyecto han sido rescatados en un 50% y son mantenidos y manejados de forma efectiva y eficiente.</p> <p>A partir del año 2014 se implementa anualmente un centro de interpretación cultural en las comunidades con mayor potencial turístico cultural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de el INPC - Informes de visitas de campo - Resultados de encuestas de opinión a los turistas - Índices de afluencia turística - Convenios interinstitucionales - Documentos históricos - Permisos patrimoniales - Informes técnicos - Términos de referencia - Documento con los procesos contractuales - Informes de obras - Documentos con los Modelos de gestión para la administración de las obras 	<ul style="list-style-type: none"> - Las comunidades que cuentan con un mayor potencial turístico – cultural manejan de forma eficaz y eficiente los centros de interpretación cultural, fomentando el cuidado y respeto de la identidad y cosmovisión ancestral.
Actividades	Presupuesto		
Actividades Componente 1			
A1C1 Reintegrar al talento humano joven en las comunidades.			\$ 20.000,00
A2C1 Recuperar la Cosmovisión Andina de los integrantes de las comunidades inmersas en las Ruta.			\$ 25.000,00
Actividades Componente 2			
A1C2 Realizar un plan de recuperación de los monumentos histórico patrimoniales			\$ 20.000,00
A2C2. Implementar el plan de restauración de monumentos histórico patrimoniales.			\$ 120.000,00
A3C2. Realizar talleres de revitalización de la expresión cultural.			\$ 25.000,00
A4C2. Implementar Centros de Interpretación Cultural, en la comunidad de mayor potencial turístico.			\$ 480.000,00

ANEXO 8. Matriz de Marco Lógico 3: crecimiento ordenado de la actividad turística

Nombre del Proyecto: Planificar el crecimiento ordenado de la actividad turística.

Objetivos del Proyecto: Desarrollar actividades, acciones y estrategias de organización para el crecimiento de las actividades turísticas desarrolladas en la Áreas Protegidas y zonas de influencia descritas en los cantones conformados en los clúster para el Destino Turístico Avenida de los Volcanes.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
FIN Planificación del desarrollo de la actividad turística, considerando los recursos y los servicios disponibles en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas.	Para el año 2020 el número de establecimientos turísticos crecen en forma ordenada y sistémica en un 20% en cada clúster identificado en la Avenida de los volcanes.	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos de planificación estratégica territorial. - Índice de crecimiento de establecimientos turísticos. - Licencias Únicas Anuales de Funcionamiento emitidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los responsables de la planificación y operación turística del Sistema Nacional de Áreas Protegidas vinculadas a la ruta turística Avenida de los Volcanes, fomentan el desarrollo ordenado y la planificación de las actividades turísticas.
Propósito Planificar el crecimiento ordenado de la actividad turística	Para el año 2.020 el producto turístico Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro crece un 60% de forma sostenida, ordenada y regulada, logrando consolidarse como el primer destino turístico a nivel nacional.	<ul style="list-style-type: none"> - Informes técnicos de proceso de zonificación y ordenamiento de la actividad turística de las instituciones involucradas (MINTUR, MAE, GAD's) - Registro y catastro de actividades turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los procesos de planificación, zonificación y operación turística son desarrollados de forma efectiva por las instituciones involucradas en el crecimiento de la actividad turística de la ruta Avenida de los Volcanes.
Componente 1			
Adecuada zonificación turística	Para el 2.015 se ha establecido una rigurosa zonificación para el 100% del área de desarrollo turístico de la ruta Avenida de los Volcanes, definiendo las zonas de uso de acuerdo a su vocación y otorgando a cada clúster sus respectivas competencias dentro del marco del Plandetur 2020, bajo los siguientes criterios: <ul style="list-style-type: none"> - Actualización y validación de los inventarios de atractivos turísticos de las áreas de influencia del proyecto durante el primer 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento técnico de inventarios turísticos. - Mapa base con zonificación geográfica - Documentos de estructuración de clusters - Acuerdos firmados con gobiernos seccionales. - Términos de referencia - Procesos contractuales - Fichas técnicas de campo 	<ul style="list-style-type: none"> - Las instituciones públicas, privadas y comunitarias participan coordinadamente en la definición de una adecuada zonificación turística del territorio, en función del desarrollo turístico de la ruta Avenida de los Volcanes.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
	semestre del año 2012. - Divulgación de resultados del inventario a partir del segundo semestre del año 2012. - Zonificación del 100% de las áreas geográficas del destino Avenida de los Volcanes, de acuerdo a las actividades turísticas actuales y potenciales identificadas, durante el primer semestre del año 2013. - Definición y estructuración de siete clústers turísticos con criterios de valor y complementariedad, en el segundo semestre del año 2013. - Definición de zonas de uso público y turístico en las Áreas Protegidas a través de la actualización de los planes de manejo del área hasta finales del año 2013	- Informe fotográfico - Documento técnico de atractivos turísticos georeferenciados. - Actas de acuerdo firmadas entre los involucrados: privado, comunitario y público - Mapas de clúster por subdestino - Matriz de involucrados considero que hay varios elementos que forman parte del documento técnico de informe - Proyectos propuestos - Documento técnico de propuesta de modelos de facilidades a ser implementadas	
Componente 2			
Operación turística organizada	Para el año 2015 la operación turística se maneja de forma ordenada con la participación directa de los actores que asumen sus competencias de acuerdo a lo establecido dentro de una planificación consensuada, bajo los siguientes criterios: - Realización de talleres de planificación para la operación de actividades turísticas, en el segundo trimestre del 2012. - Desarrollo de talleres de planificación turística cada dos años con los actores involucrados. - Ejecución de programas de capacitaciones con la participación de al menos el 60% de las instituciones públicas y operadores de servicios turísticos, desde el año 2012 hasta el año 2015. - Monitoreo y evaluación anual de al menos el 60% de los operadores turísticos basados en estándares de calidad en servicios de acuerdo a la oferta.	- Informes de talleres de capacitación - Documento técnico de planificación estratégica. - Permisos de operación turística. - Oficios emitidos y recibidos - Registros de asistencia - Material de trabajo - Convocatorias - Informe ejecutivo de talleres - Acuerdos y compromisos firmados - Plan de capacitación turística - Contrato con capacitadores - Informes de monitoreo y evaluaciones trimestrales a establecimientos turísticos. - Hoja de planta turística	- Los prestadores de servicios y operadores turísticos desarrollan sus actividades organizadamente bajo competencia y planificación participativa, prestando sus servicios en forma eficaz y eficiente.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
Actividades			Presupuesto
Actividades Componente 1			
A1C1. Actualizar y validar los inventarios turísticos			\$ 120.000,00
A2C1. Zonificar geográficamente los recursos y atractivos turísticos			\$ 150.000,00
A3C1. Definir clústers con criterios de valor e integralidad por subdestinos.			\$ 15.000,00
A4C1 Definir y actualizar zonas de uso público en Áreas Protegidas.			\$ 70.000,00
Actividades Componente 2			
A1C2 Realizar talleres de planificación organizacional para operación en territorios pequeños.			\$ 5.000,00
A2C2 Capacitar permanentemente en temas de competencias laborales			\$ 35.000,00
A3C2 Realizar monitoreos y evaluaciones de la operativización turística por micro destinos.			\$ 3.000,00

ANEXO 9. Matriz de Marco Lógico 4: Planificación turística de la Ruta Avenida de los Volcanes

Nombre del Proyecto: Planificación turística de la Ruta Avenida de los Volcanes

Objetivos del Proyecto: Contar con una adecuada planificación turística, que fortalezca y potencialice las estructuras de las cadenas de valor identificadas en la ruta Avenida de los volcanes.

Objetivos	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
<p>FIN Contar con una adecuada planificación turística, de las diferentes áreas que forman parte de las estructuras de las cadenas de valor, creando nuevos medios de comercialización como resultado de inversiones integrales que desarrollan valor agregado en los productos turísticos.</p>	<p>Para el año 2.015, la actividad turística ha sido planificada en la ruta turística Avenida de los Volcanes, con la participación de al menos el 80% de instituciones públicas y privadas, y el 50% del sector comunitario involucrado en la Ruta, para alcanzar el desarrollo de las cadenas productivas y generar valor agregado en los productos que se comercializan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Convenios Marco de Cooperación entre el distintas Carteras de Estado y la Banca Pública y Privada. - Estadísticas sobre el número de emprendimientos creados y/o fortalecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las instituciones responsables de la planificación turística y ordenamiento territorial en la ruta turística Avenida de los Volcanes, organizan el territorio en función del fortalecimiento de las actividades productivas vinculadas al turismo como mecanismo de inversiones en los niveles público, privado y comunitario.
<p>Propósito Planificación turística para la ruta turística Avenida de los Volcanes, de acuerdo a sus potencialidades y al fomento de inversiones en actividades productivas de tipo turístico.</p>	<p>Para el año 2.015 el producto turístico Avenida de los Volcanes se consolida como el primer destino turístico del Ecuador Continental, recibiendo al menos el 40% de turistas nacionales y extranjeros que visitan el Ecuador, y cuenta con una adecuada planificación, con roles y políticas definidas en torno a la actividad turística en la Región.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Convenios de cooperación interinstitucional firmados. - Estadísticas de ingresos de turistas - Informes de evaluación de los proyectos de inversión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las actividades y acciones de planificación turística consolida la ruta turística como tal, mediante la definición de roles y políticas que fomentan la inversión en actividades productivas vinculadas al turismo.
<p>Componente 1</p>			
<p>Organización del territorio de acuerdo a sus potencialidades turísticas naturales y culturales.</p>	<p>Se establecen procesos de planificación permanente con convocatorias semestrales a partir del primer semestre del año 2013 hasta el 2.020, con la participación del 100% de los operadores turísticos de la zona de influencia del proyecto, extendiéndose en un 30% a agencias de viajes y operadoras nacionales y/o internacionales, bajo los siguientes criterios:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos técnicos de planificación - Informes de evaluación de los proyectos. - Ordenanzas municipales. - Convenios y tratados internacionales firmados. - Documento técnico y publicación del régimen especial. 	<ul style="list-style-type: none"> - El territorio se encuentra organizado de acuerdo a las potencialidades turísticas con la participación y definición de roles, funciones, políticas y ordenanzas emanadas y consensuadas por las instituciones públicas, privadas y comunitarias.

	<ul style="list-style-type: none"> - Definición y demarcación de un régimen especial de conservación que articula las ordenanzas, reglamentos y leyes con el fin de contar con el instrumento que fomente la conservación de los recursos hasta el año 2014. - Proceso participativo y consensuado para la definición de políticas, roles y funciones que permitirán articular las acciones de cada institución involucrada definiendo sus competencias durante el segundo semestre del año 2014. - Fomentar actividades sostenibles en las Áreas Protegidas, bajo estándares pre-establecidos de calidad y seguridad establecidos en los Planes de Manejo de las Áreas Protegidas involucradas, así como el programa punto verde del Ministerio del Ambiente, a partir del año 2012. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acuerdos y compromisos firmados de los involucrados a nivel público, privado y comunitario. - Informe de reuniones (memorias técnicas) - Documento técnico de definición de políticas para la administración de los recursos naturales y culturales. - Documento técnico y publicación de los roles y funciones de las instituciones. - Documento técnico programa punto verde 	
Componente 2			
Inversiones público, privado y comunitario en turismo	<p>Para el año 2020, los involucrados en la actividad turística en la ruta de los Volcanes tienen acceso a fuentes de financiamiento específicos para el desarrollo microempresarial como estrategia productiva que se amplía al sector empresarial turístico de mayor escala, en base las siguientes condiciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición de ordenanzas y políticas de acuerdo a los roles y funciones para la inversión privada – comunitaria en el segundo semestre del año 2013. - Socialización anual de mecanismos de financiamiento y acceso al crédito hasta el año 2015. - Incremento de al menos el 30% del número de prestadores de servicios turísticos en función a accesos a créditos y microcréditos, de manera ordenada y planificada en cinco años. 	<ul style="list-style-type: none"> - Convenios Marco de Cooperación entre el distintas Carteras de Estado y la Banca Pública y Privada. - Registro de participantes - Modelos de Solicitudes para acceso a crédito socializadas - Documentos técnicos de políticas y ordenanzas que benefician a los prestadores de servicios turísticos - Patentes municipales - Emisión de licencias única anual de funcionamiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Las inversiones públicas, privadas y comunitarias se incrementan y desarrollan de acuerdo a las ordenanzas y políticas definidas para el acceso a financiamiento mediante convenios vigentes entre el Ministerio de Turismo y las Instituciones Financieras Públicas, logrando incluso la captación y/o inversión de capitales internacionales.

Componente 3			
Fortalecimiento de las actividades productivas	<p>Para el año 2020, el 80% de las actividades productivas de la Región, ha fortalecido su cadena productiva integrando sus productos y/o servicios a una cadena de valor con mercados basados en los principios de sostenibilidad y solidaridad, en función de los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realización de estudios de demarcación de la frontera agrícola dentro del SNAP, así como de los territorios que forman parte de los clústers propuestos, durante el primer semestre del año 2015. - Control de al menos el 70% de actividades productivas de acuerdo al límite altitudinal territorial en las zonas de influencia de la ruta turística, durante el segundo semestre el año 2016 con evaluaciones periódicas hasta el año 2020. - Desarrollo de un modelo sistémico de agroturismo como una modalidad a ser potencializada en cada territorio, y que incluya por lo menos un 30% de fincas familiares y haciendas existentes en la ruta durante el año 2017. - Consolidación de la cadena de valor para el turismo sostenible, basado en la integración de las actividades económicas de la población local dentro de la ruta. En este caso, se estima que el 40% de las poblaciones sin atractivos turísticos de jerarquía significativa que se encuentran en los clúster realicen actividades económicas locales y tradicionales que puedan proveer de insumos a la actividad turística. - Creación de al menos 1 centro de comercialización basado en los criterios de sostenibilidad y mercado justo integrando a la cadena de valor del turismo y de los emprendimientos empresariales de cada cantón interviniente en la Ruta Turística, desde el año 2017 hasta el 2020. 	<ul style="list-style-type: none"> - Convenios Interinstitucionales - Acuerdos políticos – privados – comunitarios - Número de emprendimientos creados - Términos de referencia - Proceso contractual - Mapa georeferenciado de demarcación de la frontera agrícola. - Documento técnico de la demarcación. - Documento técnico de diagnóstico situacional - Acuerdos y compromisos de los actores públicos y comunitarios - Modelo de gestión del sistema propuesto 	<ul style="list-style-type: none"> - Las actividades productivas identificadas en la ruta turística avenida de los volcanes, se integran a la cadena de valor del turismo bajo criterios de sostenibilidad desarrollando ofertas innovadoras con valor agregado y conectadas a mercados de comercio justo.

Actividades	Presupuesto
Actividades Componente 1	
A1C2. Realizar la demarcación de un régimen especial de conservación de recursos en el territorio.	\$ 35.000,00
A2C2. Definir políticas regionales para la administración de los recursos naturales y culturales	\$ 40.000,00
A3C2. Definir roles y funciones de las instituciones públicas, privadas, comunitarias y de apoyo en el territorio.	\$ 12.000,00
A4C2. Aplicar el programa punto verde para Áreas Protegidas.	\$ 240.000,00
Actividades Componente 2	
A1C2. Fomentar la inversión financiera a través del acceso a créditos y microcréditos para el sector turismo.	\$ 12.000,00
A2C2. Mejorar las políticas y ordenanzas para la inversión privada – comunitaria en el territorio.	\$ 15.000,00
Actividades Componente 3	
A1C3. Realizar la demarcación de la frontera agrícola.	\$ 220.000,00
A2C3. Diseñar un sistema de comunicación y articulación de producción agrícola – turística “agroturismo”.	\$ 25.000,00
A3C3. Fortalecer las cadenas productivas e integrar la cadena de valor en los territorios.	\$ 30.000,00
A4C3. Crear nuevos medios de comercialización directa productor - consumidor, basado en mercados sostenibles y solidarios.	\$ 200.000,00

ANEXO 10. Matriz de Marco Lógico 5: potencialización y dotación de facilidades para la actividad turística

Nombre del Proyecto: Potencialización y dotación o implementación de facilidades para la actividad turística.

Objetivos del Proyecto: Implementar un plan de señalización y senderización a nivel regional de tipo urbano, rural y para Áreas Protegidas en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
<p>FIN</p> <p>Contar con un plan de intervención para la dotación de facilidades turísticas a nivel urbano, rural y especializado para Áreas Protegidas en la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.</p>	<p>Para el año 2.020 la ruta turística Avenida de los Volcanes y los clúster que la conforman, cuenta con las facilidades turísticas necesarias, cumpliendo de esta forma con los requerimientos propuestos por el PLANDETUR 2020 en un 80%.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos técnicos de planes de desarrollo turístico de gobiernos seccionales - Informe de visitas de campo - Informe técnico para la implementación de facilidades turísticas. - Informes de evaluación de facilidades turísticas 	<ul style="list-style-type: none"> - Las instituciones que tienen competencia en la ejecución y desarrollo de facilidades turísticas en las zonas urbana y rural y en Áreas Protegidas, generan un modelo de gestión de sostenibilidad de acuerdo a las implementaciones realizadas.
<p>Propósito</p> <p>Dotar a la ruta avenida de los volcanes de senderos y señalización turística para el buen desarrollo de la actividad.</p>	<p>Para el año 2.020, los clústers que conforman la Ruta Turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro, se han dotado en un 100% de señalización y senderos turísticos a nivel urbano, rural y en áreas protegidas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Documento técnico del plan de señalización y senderización. - Informe técnico de implementación de senderos. - Registro fotográfico. - Documento técnico de gestión para la sostenibilidad de las facilidades implementadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los convenios de cooperación interinstitucional con las instituciones públicas, privadas y comunitarias involucradas, se desarrolla en función de la implementación de facilidades turísticas de acuerdo a los clúster establecidos.
<p>Componente 1</p>			
<p>Señalización turística regional.</p>	<p>Hasta el año 2018 se ha implementado un plan de señalización turística regional, estableciendo un proceso permanente de mantenimiento, bajo un modelo de gestión en la administración de las facilidades implementadas, el 70% se implementa hasta el año 2015 y el 30% hasta el 2018 bajo los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición de estrategias de señalización y senderización mediante la realización de al menos siete talleres participativos con los 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del plan de vialidad para el acceso los atractivos turísticos de la Avenida de los Volcanes región Sierra Centro. - Cartas de compromiso firmada de los gobiernos seccionales - Informe de visitas de campo - Banco fotográfico - Informe de evaluaciones - Informe cumplimiento de normas y manuales actualizados en 	<ul style="list-style-type: none"> - Los atractivos turísticos existentes en los clúster establecidos de la ruta turística Avenida de los Volcanes, se encuentra dotados con señalización turística a nivel urbano, rural y en Áreas Protegidas pertenecientes la Región Sierra Centro.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
	<p>gobiernos seccionales, según normas del Ministerio de Turismo y Ministerio del Ambiente, en el primero semestre del año 2012.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición de roles institucionales en temas de señalización (MINTUR, MAE, MTOP), para lo cual, se deberá gestionar permisos de instalación con la institución competente, en el primer semestre del año 2012. - Establecimiento de un diagnostico situacional de señalización y senderización de las Áreas Protegidas incluyendo georeferenciación de señalética, durante segundo semestre del año 2012. - Elaboración e implementación del plan de señalización de la zona de influencia de ruta, con la participación del 60% de los actores involucrados en el área turística. - Implementación del plan de señalización de la zona de influencia de ruta, con la cooperación (aporte económico) del 60% de las instituciones públicas involucradas en el área turística hasta el año 2018. 	<p>temas de señalización y senderización.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Permisos de uso de suelo e instalaciones de facilidades. 	
Componente 2			
Senderización turística de acuerdo al entorno	<p>Para el año 2012, se ha normalizado la utilización del Manual de senderización en Áreas Protegidas, y se establece que hasta el año 2020 el 100% de las Áreas Protegidas inmersas en los clústers adoptan la propuesta y cuentan con un modelo de gestión y administración de senderos a nivel interno y externo respecto al Área Protegida o sitio de interés, teniendo en cuenta las siguientes condiciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para el segundo semestre del año 2013, se ha validado el 100% los senderos existentes en las áreas protegidas, tomando en cuenta la potencialidad para el uso turístico y y contando con evaluaciones periódicas. - Durante el primer semestre del 2014, se ha 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento técnico de constancia de inventarios turísticos - Documento técnico de senderización - Cartas topográficas - Informes técnicos - Registro fotográfico. - Documento técnico de constatación 	<ul style="list-style-type: none"> - Los senderos turísticos que forman parte de la ruta turística Avenida de los Volcanes, son levantados técnicamente y cuentan con el sistema de senderización turística, un modelo de gestión y administración para la implementación, adecuación y mantenimiento de los senderos.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
	<p>diseñado un plan general de senderización técnica que incluya los atractivos turísticos de la zona de influencia de la ruta y que cuente con la utilización de tecnologías amigables con el ambiente en el sistema de señalización, reduciendo el consumo de productos tóxicos en un 40%.</p> <ul style="list-style-type: none"> - En el año 2014, se cuenta con una normativa estructurada para salvaguardar los intereses de los objetivos al cual fueron ascendidas como categoría de protección del ambiente y zonas intangibles. ¿hay zonas intangibles en todas las áreas protegidas de la sierra centro?, es un poco complejo por las competencias ministeriales. 		
Actividades			Presupuesto
Actividades Componente 1			
A1C1. Realizar el diagnóstico situacional de señalización y senderización de los atractivos turísticos de la zona de influencia del proyecto.			\$ 28.000,00
A2C1. Definir estratégicamente los lugares a señalar.			\$ 5.000,00
A3C1. Georeferenciar los sitios que requieren señalética turística y los sitios donde existente este tipo de facilidades.			\$ 9.000,00
A4C1. Definir los roles institucionales en términos de señalización.			\$ 12.000,00
A5C1. Diseñar e Implementar un plan de señalización turística regional			\$ 280.000,00
Actividades Componente 2			
A1C2. Realizar la validación de senderos existentes.			\$ 6.000,00
A2C2. Aplicar la normativa vigente en Áreas Protegidas y convenios internacionales.			\$ 5.000,00
A3C2. Aplicar tecnologías limpias y amigables con el entorno.			\$ 90.000,00
A4C2. Aplicar el diseño técnico actual de señalización en Áreas Protegidas, en función al programa punto verde.			\$ 25.000,00

ANEXO 11. Matriz de Marco Lógico 6: fortalecimiento de la infraestructura para la actividad turística sostenible.

Nombre del Proyecto: Fortalecimiento de la Infraestructura para la actividad turística sostenible.

Objetivo del Proyecto: Implementar estrategias que promuevan el uso de construcciones alternativas funcionales para la creación de espacios de distracción y esparcimiento en espacios naturales.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
FIN Dotar de infraestructura turística básica a la Ruta Turística Avenida de los Volcanes.	Para el año 2017, el 100% de las Áreas Protegidas inserta en la ruta turística cuenta con centros de facilitación turística y/o centros de interpretación que satisfaga las expectativas del visitante	<ul style="list-style-type: none"> - Planos de infraestructura - Informe técnico de obra 	<ul style="list-style-type: none"> - Los centros de facilitación turística han sido implementados en las áreas protegidas por las instituciones responsables del desarrollo turístico de la ruta Avenida de los Volcanes y funcionan óptimamente.
Propósito Desarrollo de estrategias para el fortalecimiento de la infraestructura para la actividad turística sostenible.	Para el año 2017 el destino turístico de la Avenida de los Volcanes Región Sierra Centro planifica estrategias de implementación de infraestructura turística amigable con el ambiente adecuada para la actividad turística, con la participación activa del 60% de los sectores privado y comunitario y al menos el 80% del sector público involucrados en la ruta.	<ul style="list-style-type: none"> - Documentación de contratación con el ICO. - Informe técnico - Registro fotográfico e informes de campo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las estrategias para el fortalecimiento de la infraestructura turística son implementadas mediante acuerdo políticos entre los sectores comunitario y privado
Componente 1			
Implementación de centros de facilitación al turista	Para el año 2020, se cuenta con un centro de facilitación turística integral en cada Área Protegida que conforma el clúster, poniendo en valor el patrimonio natural y cultural del área, y diversificando la oferta al en un atractivo turístico que proporcione bienestar, comodidad y seguridad turística, teniendo en cuenta los siguientes elementos: <ul style="list-style-type: none"> - Para el segundo semestre del 2012, se cuenta con una consultoría para definir el modelo de centro de facilitación cuyo fin es normalizar la 	<ul style="list-style-type: none"> - Firmas de convenios de cooperación interinstitucional - Documentos de procesos pre y contractuales - Certificaciones de legalización de tierras para la intervención. - Informe de fiscalización de obras de Infraestructura - Registro de fotografías y videos - Actas de acuerdo y aceptación firmadas de instituciones involucradas 	<ul style="list-style-type: none"> - La implementación y adecuación de centros de facilitación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas correspondiente a la ruta turística Avenida de los Volcanes, son implementados bajo un modelo arquitectónico sostenible y de administración específico, efectuado de acuerdo al convenio de cooperación interinstitucional.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
	prestación de servicios y garantizar la satisfacción total del turista, basado en un modelo de administración. - Para el primer trimestre del 2013, se cuenta con un estudio para determinar el modelo de administración de la infraestructura puesta en el territorio para que promueva el co-manejo público y comunitario. - Para el tercer trimestre del 2013, se cuenta con una propuesta de diseño de de medios de acceso e interpretativos para personas con capacidades especiales a ser implementado en las infraestructuras ya existentes, logrando posicionar a la Ruta Turística como verdadero punto sostenible y de responsabilidad social.	- Documento impreso y digital del modelo de centro de facilitación propuesto. - Actas entrega - recepción de infraestructuras	
Actividades			Presupuesto
Actividades Componente 1			
A1C1. Diseñar un modelo de centro de facilitación al turista			\$ 50.000,00
A2C1. Generar un modelo de administración público – comunitario sobre infraestructura existente y futura.			\$ 25.000,00
A3C1. Diseñar medios de acceso total para personas con capacidades especiales, en infraestructuras existentes.			\$ 25.000,00
A4C1. Implementar el modelo de centros de facilitación al turista.			\$ 900.000,00

ANEXO 12. Matriz de Marco Lógico 7: articulación de coyunturas políticas.

Nombre del Proyecto: Articulación de coyunturas políticas.

Objetivos del Proyecto: Fortalecer las coyunturas políticas y articular proyectos que coadyuven a la generación de inversiones, a través de procesos participativos permanente entre organizaciones comunitarias, comunidades y Gobiernos Autónomos Descentralizados.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
<p>FIN Establecer coyunturas políticas sólidas y articular proyectos desde una agenda político – económico, para la creación de sistemas innovadores de gestión que se articulen al desarrollo sostenible del destino.</p>	<p>Para el año 2.020 el 70% de las instituciones públicas, privadas y comunitarias, fortalecen sus políticas, generando facilidades para la inversión de acuerdo a las exigencias de la demanda y las potencialidades del territorio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actas de acuerdos y compromisos firmadas entre los sectores público, privado y comunitario. - Documento técnico – legal de la definición de los roles institucionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los responsables de la articulación político institucional en materia turística, establecen en forma coordinada un escenario político institucional óptimo para la gestión articulada entre actores.
<p>Propósito Articulación de coyunturas políticas</p>	<p>Para el año 2.020 el 100% de los gobiernos seccionales y las instituciones privadas y el 60% de las comunidades con potencial turístico trabajan participativa y articuladamente en el desarrollo del turismo en la zona de influencia del producto avenida de los Volcanes Región Sierra Centro, generando inversiones en función del índice de crecimiento de la actividad turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acuerdos y compromisos firmados de los sectores públicos, privados y comunitarios. - Informe técnico del índice de crecimiento de la actividad turística a nivel de oferta y demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> - La articulación de coyunturas políticas para el desarrollo de la actividad turística en el ruta turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro, son desarrolladas mediante conciliaciones y consensos políticos participativos entre los sectores comunitario, privado y público.
<p>Componente 1</p>			
<p>Conciliación política</p>	<p>Para el primer semestre del año 2012 se han convocado y reunido al 100% de los actores políticos de la zona de influencia del proyecto, socializándose el proyecto y llegando a acuerdos y compromisos, incluido la participación de al menos el 30% de las comunidades, a través de la elaboración de una hoja de ruta que contenga acciones puntuales en beneficio de fomentar una agenda político – económico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acuerdos y compromisos firmados con los sectores público, privado y comunitario. - Informes técnicos de monitoreo y evaluación - Informes de catastros y cumplimiento de deberes y obligaciones de los organismos políticos. - Registro de asistencia 	<ul style="list-style-type: none"> - El establecimiento de alianzas entre las instituciones públicas, privadas y comunitarias son desarrolladas coordinadamente mediante acciones participativas que ofrezcan las mejores condiciones para el desarrollo de la actividad turística y el posicionamiento competitivo de la ruta turística Avenida de los Volcanes.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
	<p>Para el segundo semestre del año 2012, se coordina con el Ministerio del Ambiente actividades vinculadas con la gestión natural y con el Ministerio Coordinador de Patrimonio para la gestión cultural logrando una mayor colaboración de acuerdo al marco de la ley.</p> <p>Durante el primer semestre del año 2013, se ha logrado un acuerdo político entre los actores de la actividad turística en el proceso de legislación para el trabajo en el área de turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Material de socialización - Informe de reuniones - Convenios de cooperación interinstitucional - Informe técnico del cumplimiento de normas y estándares 	
Componente 2			
Consensos entre los actores	<p>Para el 2020 los actores de la actividad turística en la zona de influencia trabajan articuladamente llegándose a concretar el 80% de los acuerdos y compromisos establecidos, bajo las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reuniones de socialización técnico – político con las instituciones y grupos comunitarios en la zona de influencia del proyecto, en el primer semestre del 2012. - Establecimiento de acuerdos y compromisos de trabajo con el 100% de los actores de la actividad turística de la zona de influencia del proyecto, con asignación de tareas de conformidad con las áreas de competencia en el segundo semestre del año 2012. - Presentación de informes al final de cada semestre demostrando los avances de ejecución de las actividades establecidas con una primera evaluación en el primer semestre del año 2013 y con monitoreos semestrales hasta el año 2016. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acuerdos y compromisos firmados entre los actores y sectores. - Informes de talleres de capacitación. - Informes técnico – turísticos de avance de proyectos - Informe de evaluaciones en formatos establecidos para el efecto - Informe de comunicados a instituciones involucradas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las actividades consensuadas entre actores y sectores que participan en la actividad turística, se cumplen satisfactoriamente en el marco de sus competencias y con la optimización de recursos.
Componente 3			
Inversión de la empresa Privada - Comunitaria	<p>Para el 2.020 un 50% de los sectores privado y/o comunitario ha accedido a diferentes líneas de crédito para implementar o mejorar sus negocios, en la ejecución del proyecto de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes Región Sierra Centro, a</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de Crédito del BNF y la CFN - Informes de créditos de Bancos Privados - Documento con los planes de 	<ul style="list-style-type: none"> - La inversión de la empresa privada y el sector comunitario se realiza de acuerdo a las estipulaciones del convenio de Cooperación Interinstitucional MINTUR – BNF/CFN,

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
	<p>través del cumplimiento de las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En el segundo semestre del año 2013 se han capacitado a 2.000 posibles inversionistas para el fomento de la empresa privada en el sector turístico. - Para el primer semestre del año 2014 se han otorgado un mínimo de 80 créditos para la inversión turística en la zona de influencia del proyecto. - Se monitorea y evalúa al 100% de los inversionistas y se realizan capacitaciones permanentes durante todo el proceso de consolidación del producto. 	<p>Inversión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un documento con la evaluación de créditos entregados - Informe técnico del crecimiento de nuevos establecimientos turísticos. 	<p>y se ejecuta en base a los planes de inversión elaborados.</p>
Componente 4			
<p>Sistema de Información Estratégica para el Sistema de Áreas Protegidas en la Región Sierra Centro.</p>	<p>El sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador, mantiene información a nivel nacional, para la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, en el segundo semestre del 2014 se deberá contar con un sistema propio que determine y/o evalúe las características de comportamiento en los aspectos psicográficos y demográficas de los turistas y visitantes que ingresan a las Áreas Protegidas de la Región.</p> <p>Teniendo las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contar con un sistema innovador estadístico que permitirá contar con el número de turistas nacionales e internacionales en temporadas bajas y altas en los lugares o zonas de potencial turístico urbano y rural, en el segundo semestre del 2013. - Sistema estadístico implementado en las Áreas Protegidas mediante un buen nivel o medio de comunicación, articulación y cooperación entre el Ministerio del Ambiente, Ministerio de Turismo y el Ministerio Coordinador del 	<ul style="list-style-type: none"> - Estadísticas de ingreso de turistas - Documentos técnicos resultado de estudios - Informe de análisis de nivel de crecimiento de la actividad turística. - Informe técnico del sistema integrado - Software para estadísticas en Áreas Protegidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - El fortalecimiento del SIETE se desarrolla en cada una de las Áreas protegidas que integran la Ruta Turística Avenida de los Volcanes, mediante el desarrollo y análisis de un sistema informático que permita tener las características motivaciones y de comportamiento de los turistas, mediante convenio de cooperación entre el MINTUR, MAE, MCPCyN.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
	Patrimonio Natural y Cultural, en el segundo semestre del 2014, teniendo evaluaciones semestrales hasta el año 2020.		
Actividades			Presupuesto
Actividades Componente 1			
A1C1 Realizar convocatorias a los actores políticos y sociales del área de influencia de la Ruta Turística Avenida de los Volcanes			\$ 5.000,00
A2C1. Crear una agenda político – económico de la Región “Avenida de los Volcanes”.			\$ 12.000,00
A3C1. Articular la Coordinación interinstitucional para la gestión del turismo sostenible.			\$ 5.000,00
Actividades Componente 2			
A1C2 Realizar convocatorias a talleres participativo			\$ 2.000,00
A2C2 Socializar el Proyecto “Plan de Desarrollo Turístico de la Avenida de los Volcanes”			\$ 5.000,00
A3C2 Realizar monitoreos y evaluaciones de las actividades en la ruta turística.			\$ 15.000,00
Actividades Componente 3			
A1C3 Capacitar a la empresa privada para la inversión en productos turísticos			\$ 7.000,00
A2C2 Establecer las facilidades para el acceso a créditos financieros para la empresa privada.			\$ 5.000,00
A3C3 Mantener un proceso de monitoreo y evaluación a la inversión de la empresa privada con capacitación constante.			\$ 5.000,00
Actividades Componente 4			
A1C4. Crear un observatorio turístico para la Región Sierra Centro (Avenida de los Volcanes)			\$ 80.000,00
A2C4. Diseñar un sistema integrado de información turística por destino.			\$ 35.000,00
A3C4. Diseñar un sistema estadístico de afluencia de turistas.			\$ 35.000,00
A4C4. Crear un sistema de registro automático de ingreso de turistas hacia Áreas Protegidas			\$ 50.000,00

ANEXO 13. Matriz de Marco Lógico 8: observancia/cumplimiento de la normatividad legal para el turismo

Nombre del Proyecto: Observancia/cumplimiento de la normatividad legal para el turismo

Objetivo del Proyecto: Generar un comité interinstitucional para el desarrollo y aplicación de normas y ordenanzas cantonales para el desarrollo de la actividad turística, en la ruta turística Avenida de los Volcanes.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
<p>FIN Contar con normas y ordenanzas a nivel cantonal para el desarrollo de la actividad turística, basados en leyes, políticas y reglamentos nacionales.</p>	<p>Para el año 2015, se ha configurado un comité con el 90% de las instituciones involucradas en la actividad turística de la ruta para facilitar el proceso de generación de ordenanzas municipales para la implementación de normas y estándares de calidad en los establecimientos prestadores de servicios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acta de constatación del comité - Ordenanzas Municipales desarrolladas y aplicadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - El comité interinstitucional mediante participación activa de los sectores, desarrollan y aplican las normas y ordenanzas para el desarrollo de la actividad turística en la ruta turística Avenida de los Volcanes.
<p>Propósito Observancia y cumplimiento de la normatividad legal para el turismo</p>	<p>Para el 2015 el 90% de los organismos públicos y privados involucrados con la actividad acatan la legislación vigente en turismo emitida por el MINTUR cumpliendo puntualmente con sus deberes y obligaciones y haciendo cumplir sus derechos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Catastros turísticos - Facturas de pago de patentes de funcionamiento y operación - Estadísticas de ingresos económicos 	<ul style="list-style-type: none"> - La observancia y el cumplimiento de la normativa turística se aplica a nivel cantonal en función a la legislación turística del Ecuador.
<p>Componente 1</p>			
<p>Conocimiento de las leyes de turismo</p>	<p>Al finalizar el 2012 el 60% de las personas naturales y jurídicas involucradas con la actividad turística están al tanto y manejan solventemente los preceptos y la normatividad que rige la legislación en el área de turismo, para lo cual:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En el primer trimestre del 2012 se convocan al 80% de las instituciones públicas y privadas involucradas con la actividad turística por cluster, desarrollando al menos 14 talleres sobre legislación turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de capacitaciones - Registro de asistencia - Informe de resultados de monitoreo y evaluación - Informes de talleres participativos - Informes de monitoreo, seguimiento y evaluación. - Acta de creación del comité - Documento con roles y funciones definidos por cada integrante del comité 	<ul style="list-style-type: none"> - El conocimiento de las leyes de turismo permite desarrollar las actividades turísticas de forma coordinada e integral.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
	<ul style="list-style-type: none"> - Durante el año 2013, el comité interinstitucional se fortalece, siendo las Mesas de Turismo de las provincias o sus afines quienes configuren el comité (OGD) para la vigilancia en la aplicación de la normativa turística. 		
Componente 2			
<p>Aplicación de un nuevo marco legal para el turismo sostenible</p>	<p>En el año 2015 se cuenta con un marco legal para el turismo sostenible con normativas que exijan el cumplimiento de estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos. Considerando los siguientes propósitos:</p> <p>Para el segundo semestre del año 2013, los municipios que han asumido las competencias turísticas proponen técnicamente la estrategia para la construcción de normas jurídicas que completen el esquema de la legislación turística ecuatoriana relativa a actividades turísticas con realidad local.</p> <p>Hasta el año 2020 el 80% de los establecimientos prestadores de servicios turísticos implementan voluntariamente normas de calidad en sus servicios basados en la seguridad jurídica y la protección al consumidor de servicios turísticos</p> <p>Para el año 2015, al menos el 25% de los municipios que han asumido las competencias turísticas cuentan con una propuesta de certificación de servicios turísticos acorde a su realidad local, logrando involucrar al menos al 80% de los representantes de los establecimientos turísticos en cada jurisdicción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Términos de referencia para contratación del nuevo marco legal para el turismo sostenible - Cartas de aceptación de organizaciones gubernamentales - Documento impreso y digital (normas y reglamentos) - Ordenanzas a nivel cantonal. - Registro de participantes - Acuerdo firmados entre actores - Acta de resoluciones de participantes - Catastro de establecimientos con certificación implementada - Informe de encuestas de satisfacción a turistas - Documento de aceptación y compromiso de los prestadores de servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> - La aplicación del nuevo marco legal para el turismo sostenible se desarrolla con estándares de calidad basados en la seguridad y protección al consumidor.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
Actividades			Presupuesto
Actividades Componente 1			
A1C1 Convocar a las organizaciones para talleres de capacitación sobre legislación turística			\$ 5.000,00
A2C1 Crear un comité interinstitucional para la vigilancia en la aplicación de la normativa legal turística.			\$ 10.000,00
Actividades Componente 2			
A1C2. Configurar una estrategia de normas aplicables a la realidad local sobre la base del turismo sostenible.			\$ 15.000,00
A2C2. Generar ordenanzas a nivel cantonal para impulsar la certificación en programas verdes.			\$ 5.000,00

ANEXO 14. Matriz de Marco Lógico 9: fortalecimiento de la prestación de servicios turísticos

Nombre del Proyecto: Fortalecimiento de la prestación de servicios turísticos

Objetivo del Proyecto: Fortalecer y estandarizar la calidad de la prestación de servicios turísticos basado en normas internacionales.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
<p>FIN</p> <p>Desarrollar competencias laborales específicas para fortalecer la calidad en la prestación de servicios turísticos, bajo estándares y normas internacionales.</p>	<p>Para el año 2.020, se ha logrado que el 75% de los prestadores de servicios turísticos que están dentro de la ruta turística Avenida de los Volcanes y los clusters que lo conforman han desarrollado niveles de calidad para la prestación del servicio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informe de formación a personal de prestación de servicios por competencias laborales. - Informe de curso y talleres efectuados. - Registro de asistencia a personas capacitadas. - Informe y facturas de adquisición de equipos y maquinarias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los propietarios de los establecimientos prestadores de servicios turísticos, implementan mecanismos y estrategias para fortalecer los criterios de calidad en la prestación de servicios turísticos.
<p>Propósito</p> <p>Desarrollar e implementar estrategias que permitan fortalecer la prestación y especialización de servicios turísticos.</p>	<p>Para el 2020, el 80% de las empresas vinculadas al servicio turístico manejan criterios de calidad en el servicio y han llegado al nivel de excelencia, ya que cuentan con especialización en los sectores de alojamiento, alimentación y guianza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Documento técnico de estructuración de capacitaciones en los diferentes ámbitos. - Actas de acuerdos y compromisos firmados por los prestadores de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las estrategias de fortalecimiento en la prestación y especialización de servicios turísticos son implementados mediante normas y estándares de calidad en el servicio.
<p>Componente 1</p>			
<p>Prestación de servicios turísticos eficientes</p>	<p>Para el año 2015 se ha diseñado e implementado un plan de servicio al cliente de acuerdo a los estándares de calidad internacional asumiendo las características que implica su aplicación de acuerdo a la realidad local bajo los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ejecución de un plan de capacitación para microempresas artesanales de acuerdo a la potencialidad de cada sector, en el primer semestre del año 2013. 	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de talleres participativos - Documentos modelo de plan de servicio - Registro de asistencia - Contrato con capacitadores - Facturas - Informe de capacitación desarrollados - Informe de productos generados con valor agregado - Informe técnico de sanciones aplicadas a establecimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> - La prestación de servicios turísticos son desarrollados y ejecutados mediante la participación activa en los programas de capacitación y formación de microempresas turísticas y artesanales, basados en estándares de calidad internacionales.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento y registro del 70% de artesanos como proveedores de productos turísticos con calidad, en el segundo semestre el año 2013. - Estructuración de un plan de servicio al cliente, capacitando al menos al 40% de prestadores de servicios turísticos en el primer semestre del 2013. - Desarrollo y ejecución de regulaciones bajo estándares de calidad y precio justo acorde al servicio y producto, desde el primer semestre del 2013, con evaluaciones semestrales hasta el 2015. 		
Componente 2			
Especialización turística en alojamiento, alimentación y guianza	<p>Durante el año 2013 los prestadores de servidores turísticos han definido el tipo de servicios que ofertan y asumen sus competencias en un 50%. Se espera que hasta el año 2020 se diversifiquen y especialicen los sectores turísticos en un 80% mediante un trabajo de forma articulada.</p> <p>Para esto se ha logrado que:</p> <p>En el año 2013 se ha realizado un proceso de reordenamiento de la actividad turística, en el cual el 40% de los prestadores de servicios turísticos se han especializado en actividades puntuales, logrando acondicionar sus establecimientos con equipos modernos y adecuados en excelentes condiciones.</p> <p>Para el 2012, se implementa el Plan Nacional de Capacitación Turística en temas de competencias laborales, lo que permite tener roles definidos en función a la aptitud de cada profesional y no profesional en la prestación de su servicio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de talleres participativas - Documentos modelo de plan de servicio - Catastros de servicios turísticos. - Sistematización de opiniones de turistas y prensa - Proformas - Facturas - Un documento con el plan de capacitación en competencias laborales impreso - Contrato de capacitadores - Material de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> - Los servicios de alojamiento, alimentación y guianza para la ruta turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro son especializados a través de la ejecución de planes de capacitación en competencias laborales, logrando regular la actividad turística y fomentando el equipamiento y modernización de sus equipamientos y maquinarias.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
Actividades			Presupuesto
Actividades Componente 1			
A1C1	Implementar capacitaciones permanentes a los artesanos de acuerdo a las características vocacionales		\$ 25.000,00
A2C1	Realizar el diseño y estructuración de un plan de capacitación en temáticas de servicio al cliente.		\$ 7.000,00
A3C1	Realizar un diseño y aplicación de protocolos de estándares de calidad en la prestación del servicio.		\$ 7.000,00
A4C1	Regular los precios por los servicios a través de monitoreo y evaluación.		\$ 5.000,00
Actividades Componente 2			
A1C2.	Acondicionar y equipar adecuadamente los establecimientos turísticos para la especialización en el servicio turístico		\$ 320.000,00
A2C2.	Regular la actividad turística de los prestadores de servicios a través de monitoreo y evaluación		\$ 5.000,00
A3C2.	Ejecutar capacitaciones en competencias laborales.		\$ 35.000,00

ANEXO 15. Matriz de Marco Lógico 10: Implementar estrategias de promoción turística de la ruta Avenida de los Volcanes

Nombre del Proyecto: Implementar estrategias de promoción turística de la ruta Avenida de los Volcanes.

Objetivos del Proyecto: Desarrollar estrategias y actividades de promoción turística especializada de acuerdo a segmentos de mercados turísticos específicos para el Destino Turístico Avenida de los Volcanes.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
<p>FIN Incrementar la cantidad de demanda que visita y el volumen de ventas de la ruta Avenida de los Volcanes con sus diversos productos, utilizando mecanismos, herramientas e instrumentos que requiere las nuevas tendencias de mercado y tecnología.</p>	<p>En el año 2020 al menos el 80% de los productos turístico que se articulan a la Ruta de los volcanes son comercializados y generan beneficios socioculturales, ambientales y económicos a la población</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Documento técnicos de promoción turística. - Informes técnicos, económicos impresos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los responsables de la promoción turística para la Ruta Avenida de los Volcanes implementan progresivamente estrategias de acceso a mercados con productos turísticos especializados y competitivos
<p>PROPÓSITO Implementar estrategias de promoción turística de la ruta Avenida de los Volcanes.</p>	<p>Para el año 2.020 las estrategias de promoción turística de la ruta turística Avenida de los Volcanes se implementan con la participación de al menos el 70% de los actores públicos, privados y comunitarios, innovando productos turísticos y especializándolos para alcanzar nuevos mercados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estadísticas sobre tendencias de mercado. - Informe técnico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las estrategias de promoción turística para la ruta turística Avenida de los Volcanes son implementadas de acuerdo a las tendencias del mercado turístico, mediante acuerdos técnico - políticos participativos entre los sectores comunitario, privado y público.
<p>Componente 1</p>			
<p>Potencialización de flujos de mercados turísticos</p>	<p>Hasta el año 2018 se han llevado a cabo al menos tres estudios de mercado por producto turístico identificado en la Ruta, elaborando estrategias de promoción y publicidad y ejecutando una campaña y/o feria de promoción turística para captar nuevos flujos de mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Documento técnico de los mercados turísticos por producto. - Informe técnico y registro fotográfico de la realización de campañas y ferias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las estrategias de mercado diseñadas, incrementan los flujos de mercado de cada producto turístico identificado en la ruta

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
Componente 2			
Innovación de productos turísticos, a través de la implementación de estrategias de publicidad y campañas de difusión.	Para el año 2.015 el 60% de los atractivos y productos turísticos de la ruta Avenida de los Volcanes son difundidos y promocionados mediante el desarrollo de estrategias de publicidad y difusión en los puntos de mayor interés turístico.	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de atención al turista en las islas de información. - Documento técnico de desarrollo de piezas promocionales. - Registro de turistas y visitantes que ingresan a la isla de información. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los atractivos y productos turísticos de mayor interés de la ruta Avenida de los Volcanes, son difundidos
Actividades			Presupuesto
Actividades Componente 1			
A1C2. Estudios de mercados por producto turístico			100.000,00
A2C2. Desarrollo y ejecución de campañas y ferias de promoción turística especializada			50.000,00
Actividades Componente 2			
A1C1. Diseño de nuevas piezas promocionales para material físico y digital			35.000,00
A2C1. Impresión y distribución de las piezas promocionales			100.000,00
A3C1. Consolidación de una página web regional con información del atractivo turístico			5.000,00
A4C1. Creación de islas de información turísticas en puntos de interés			150.000,00

ANEXO 16. Matriz de Marco Lógico 11: emprendimientos microempresariales

Nombre del Proyecto: Emprendimientos microempresariales

Objetivo del Proyecto: Generar emprendimientos turísticos a nivel comunitario y privado para el fortalecimiento del destino turísticos Avenida de los Volcanes.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
FIN Generar emprendimientos turísticos a nivel comunitario y privado para el fortalecimiento de la ruta turística Avenida de los Volcanes en la Región Sierra Centro.	Hasta el año 2020 se implementan en cada clúster 40 nuevas empresas y microempresas turísticas de calidad posicionadas en el mercado.	- Registro de nuevos emprendimientos microempresariales.	- Las instituciones responsables del desarrollo de emprendimientos, generan e impulsan estrategias de articulación de emprendimientos productivos mejorando la calidad de los productos en el mercado.
Propósito Desarrollo de emprendimientos microempresariales	Para el 2.020 se han puesto en marcha 200 proyectos microempresariales relacionados directa e indirectamente con la actividad turística y se encuentran funcionando en un 100%	- Informes de fuentes de financiamiento - Reportes bancarios - Registro Cámara de la Producción - Registro MIPRO	- El desarrollo de emprendimientos microempresariales están en funcionamiento y se encuentran relacionados con la actividad turística.
Componente 1			
Cultura artesanal desarrollada y fortalecida	Para el segundo trimestre del 2015 se ha fortalecido el desarrollo artesanal en un 70% en la zona de influencia del proyecto, potencializando el 80% de los talleres artesanales ya existentes y dando alternativas nuevas e, teniendo en cuenta lo siguiente: - Para el segundo trimestre del 2013 se conoce la situación actual del 90% de las microempresas vinculadas al turismo en la zona de influencia del proyecto. - Para el tercer trimestre del 2013, una vez contando con el diagnóstico de la actividad artesanal, se realizan capacitaciones permanentes al menos al 40% de los artesanos, involucrando la promoción de los convenios	- Informes de evaluación microempresarial de la zona. - Informes de talleres situacionales - Estadísticas microempresariales - Informes de cámara de la pequeña industria - Convenios de cooperación interinstitucional entre la Banca y las Instituciones Públicas. - Informe de pago por impuestos a nuevas microempresas. - Solicitudes de crédito al MINTUR - Informe de desembolsos realizados por BNF o CFN	- La cultura artesanal es desarrolla con la participación activa de los emprendedores empresariales, logrando cumplir sus metas mediante el acceso a créditos con instituciones financieras públicas.

Resumen narrativo de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes de verificación	Supuestos
	marco de cooperación para el financiamiento de la implementación de las microempresas. - Para el 2015, se financian 200 proyectos microempresariales integrales (emprende Ecuador) y 200 con créditos parciales a largo plazo, mediante instituciones financieras del Estado como BNF y CFN.		
Componente 2			
Conocimiento de la potencialidad comercial y artesanal vinculada al turismo	Para el segundo semestre del 2013 se conoce el menos el 70% del potencial artesanal que se puede involucrar con la actividad turística en la zona de influencia del proyecto de la Avenida de los Volcanes Región Sierra Centro. Para esto, se ha destinado y estimado que: Para el 2014, se han desarrollado estrategias de articulación de la actividad microempresarial y turística, fortaleciendo las ventas a través de un plan y canales de comercialización. Para el segundo semestre del 2014, se aplica el plan de desarrollo artesanal fomentado por el Ministerio Coordinador de la Producción, basado en el mejoramiento de las artesanías con fines de promoción turística.	- Análisis de resultados para censos microempresarial - Hojas de ruta y campo - Fichas de control de establecimientos - Documento oficial de estrategias para apoyo y fortalecimiento de micromepresas. - Canales de ventas realizados (convenios) - Convenios firmados con el MIPRO y MINTUR	- La potencialidad comercial y artesanal vinculada al turismo se desarrolla mediante estrategias de vetas y comercialización de acuerdo al plan de desarrollo artesanal vinculado a una promoción del producto.
Actividades			Presupuesto
Actividades Componente 1			
A1C1 Realizar el diagnóstico situacional de la actividad artesanal en la zona de influencia del proyecto			\$ 40.000,00
A2C1 Realizar campañas de promoción de mecanismos de financiamiento para la implementación de microempresas.			\$ 5.000,00
A3C1 Realizar asistencia técnica para el acceso al financiamiento a través del banco del Estado.			\$ 3.000,00
Actividades Componente 2			
A1C2 Realizar la categorización y análisis del sector artesanal de acuerdo a su vinculación con la actividad turística.			\$ 15.000,00
A2C2 Desarrollar una estrategia para la vinculación de la microempresa artesanal con la actividad turística			\$ 12.000,00
A3C2 Aplicar el plan de desarrollo artesanal vinculado con la actividad turística en el área de influencia del Proyecto			\$ 25.000,00