



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

**“ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO  
COMUNITARIO VINCULADO A LA RUTA DEL TREN  
PATRIMONIAL Y RUTA SUBTROPICAL EN LA PROVINCIA DE  
CHIMBORAZO”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA TITULACIÓN DE GRADO**

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

**NOEMÍ MARIBEL SAGBA SAGBA**

**RIOBAMBA - ECUADOR**

**2017**

©2017, **Noemí Maribel Sagba Sagba**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

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

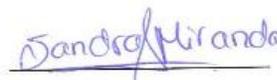
El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: “ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO COMUNITARIO VINCULADO A LA RUTA DEL TREN PATRIMONIAL Y RUTA SUBTROPICAL EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”, de responsabilidad de la señorita Noemí Maribel Sagba Sagba, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

**TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

**ING. NANCY PATRICIA TIERRA TIERRA**  
**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**



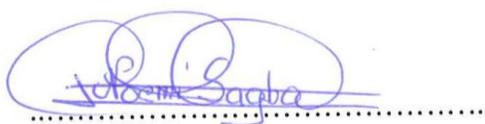
**ING. SANDRA PATRICIA MIRANDA SALAZAR**  
**ASESORA DEL TRIBUNAL**



## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Noemí Maribel Sagba Sagba soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

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



Noemí Maribel Sagba Sagba

## DEDICATORIA

*Con todo mi amor dedico a Dios por darme sabiduría y llenarme de bendiciones, a mis padres Milton y Elsa por ser un pilar fundamental en mi vida y apoyarme en los buenos y malos momentos.*

*A mis Hermanos Diego, Mónica y Valeria que creyeron en mí, y de una u otra manera fueron parte fundamental de mi vida con sus consejos y apoyo incondicional.*

*A mis sobrinos Martín y Estefanía quienes con su alegría llenan mi vida de felicidad.*

***Noemí Maribel Sagba Sagba***

## AGRADECIMIENTO

*Sin duda alguna agradezco a Dios por ser mi padre creador, por darme salud, amor, valentía y sobre todo guiarme en cada paso que doy, para cumplir con una más de mis metas.*

*A mi familia, principalmente a mis padres Miltón y Elsa, a mis hermanos Diego, Mónica y Valeria que gracias a su apoyo y consejos me dieron la fortaleza para seguir adelante y culminar con una de las etapas más importantes de mi vida.*

*A mis amigos y amigas Fanny, Sofía, Lily, Ruth Margoth, Doris y Henry quienes siempre estuvieron ahí para darme ánimos y apoyo en toda la etapa de nuestros estudios.*

*A la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, ya que en sus aulas he aprendido lecciones que me van a acompañar durante toda la vida, a sus docentes que a más de compartir sus conocimientos académicos me brindaron su amistad. Mi gratitud a mis tutores de tesis, Ing. Patricia Tierra e Ing. Sandra Miranda, que gracias a sus conocimientos, paciencia y tiempo hicieron posible la culminación de este trabajo.*

*A las comunidades y sus dirigentes, personas sabias que con sus conocimientos y apoyo fueron parte fundamental en la realización de mi tesis.*

*Al Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Chimborazo por haberme permitido realizar mi tesis, gracias por su apoyo en el transcurso de mi trabajo.*

**Noemí Maribel Sagba Sagba**

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO COMUNITARIO VINCULADO A LA RUTA DEL TREN PATRIMONIAL Y RUTA SUBTROPICAL EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.</b> .....	1
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
A. JUSTIFICACIÓN .....	2
B. OBJETIVOS.....	3
1. Objetivo general .....	3
2. Objetivos específicos .....	3
C. HIPÓTESIS .....	4
<b>II. REVISIÓN BIBLIOGRAFICA</b> .....	5
A. GENERALIDADES .....	5
1. Turismo .....	5
2. Turismo sostenible .....	5
3. Turismo comunitario.....	5
4. Turismo cultural .....	7
B. ANÁLISIS SITUACIONAL TURÍSTICO .....	8
1. Análisis situacional .....	8
2. Diagnóstico turístico .....	8
3. Análisis de la oferta.....	9
C. EVALUACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO .....	11
1. Condición empresarial del negocio comunitario.....	12
2. Calidad del buen vivir .....	12
3. Calidad del servicio.....	12
D. ESTRATEGIAS TURÍSTICAS .....	13

1. Matriz (CEPES) .....	13
2. Matriz de Planificación Estratégica .....	13
<b>III. MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....	<b>15</b>
<b>A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR</b> .....	<b>15</b>
1. Localización.....	15
2. Ubicación geográfica .....	16
3. Características climáticas .....	16
4. Clasificación ecológica .....	17
<b>B. MATERIALES</b> .....	<b>17</b>
1. Materiales.....	17
2. Equipos.....	17
<b>C. METODOLOGÍA</b> .....	<b>17</b>
<b>IV. RESULTADOS</b> .....	<b>25</b>
<b>A. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO</b> .....	<b>25</b>
1. Mapa de ubicación de las comunidades que involucran actividades turísticas .....	25
2. Clasificación de las comunidades según su tipología .....	31
3. Caracterización de la situación actual de las comunidades .....	35
4. Caracterización de la oferta turística existente en las comunidades .....	43
5. Perfil de la demanda turística.....	70
<b>B. EVALUACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO</b> .....	<b>75</b>
1. Evaluación de la condición empresarial del negocio comunitario .....	76
2. Evaluación de la calidad del buen vivir .....	80
3. Evaluación de la calidad del servicio .....	84
<b>C. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN PARA EL TURISMO COMUNITARIO</b> .....	<b>88</b>

1. Análisis de la problemática .....	88
2. Matriz de Planificación Estratégica .....	95
<b>V. CONCLUSIONES</b> .....	109
<b>VI. RECOMENDACIONES</b> .....	111
<b>VII. RESUMEN</b> .....	
<b>VIII. SUMMARY</b> .....	
<b>IX. BIBLIOGRAFIA</b> .....	114
<b>X. ANEXOS</b> .....	117

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-6.</b> Zona Turística 2, Ruta del Tren Patrimonial.....	15
<b>Figura 2-6.</b> Zona Turística 4, Ruta Subtropical .....	16
<b>Figura 3-7.</b> Ruta del Tren Patrimonial .....	25
<b>Figura 4-7.</b> Ruta Subtropical .....	29

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-3:</b> Matriz de evaluación de la condición empresarial del negocio comunitario.....	21
<b>Tabla 2-3:</b> Criterios de evaluación .....	22
<b>Tabla 3-3:</b> Matriz de evaluación de la calidad del buen vivir .....	22
<b>Tabla 4-3:</b> Criterios de evaluación .....	23
<b>Tabla 5-3:</b> Matriz de evaluación de la calidad del servicio.....	24
<b>Tabla 6-3:</b> Criterios de evaluación .....	24
<b>Tabla 7-4:</b> Comunidades que realizan turismo.....	33
<b>Tabla 8-4:</b> Ámbito Socio demográfico de las comunidades que realizan turismo. ¡Error! Marcador no definido.	
<b>Tabla 9-4:</b> Ámbito Socio económico de las comunidades que realizan turismo.....	39
<b>Tabla 10-4:</b> Ámbito Socio económico de las comunidades que realizan turismo.....	41
<b>Tabla 11-4:</b> Atractivos turísticos de las comunidades que realizan turismo l. ....	44
<b>Tabla 12-4:</b> Resumen de las características del inventario .....	47
<b>Tabla 13-4:</b> Categorización de los atractivos .....	47
<b>Tabla 14-4:</b> Infraestructura de las comunidades que realizan turismo. ....	50
<b>Tabla 15-4:</b> Planta turística de las comunidades que realizan turismo. ....	52
<b>Tabla 16-4:</b> Superestructura de las comunidades que realizan turismo. ....	57
<b>Tabla 17-4:</b> Productos turístico de las comunidades que realizan turismo. ....	61
<b>Tabla 18-4:</b> Matriz de evaluación de productos turísticos comunitarios .....	76
<b>Tabla 19-4:</b> Rangos de calificación.....	77
<b>Tabla 20-4:</b> Matriz de evaluación de la calidad del buen vivir .....	80
<b>Tabla 21-4:</b> Porcentaje por nivel de cumplimiento .....	83
<b>Tabla 22-4:</b> Evaluación por cumplimiento. Calidad del servicio.....	84
<b>Tabla 23-4:</b> Evaluación por cumplimiento total - el número de estándares de no aplicación.....	87
<b>Tabla 24-4:</b> Matriz CPES: Condición empresarial del negocio comunitario. ....	88
<b>Tabla 25-4:</b> Matriz CPES: Calidad del buen vivir. ....	91
<b>Tabla 26-4:</b> Matriz CPES: Calidad del servicio. ....	93
<b>Tabla 27-4:</b> Matriz de Planificación Estratégica. Condición empresarial del negocio comunitario. .	95
<b>Tabla 28-4:</b> Matriz de Planificación Estratégica. Calidad del buen vivir .....	100
<b>Tabla 29-4:</b> Matriz de Planificación Estratégica. Calidad del servicio .....	105

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Ficha de levantamiento de información emprendimiento Quinoa Ñan.....	117
<b>Anexo 2.</b> Matriz de evaluación Organización estratégica.....	121
<b>Anexo 3.</b> Matriz de evaluación. Organización empresarial .....	123
<b>Anexo 4.</b> Matriz de evaluación. Servicio y capacidad física .....	127
<b>Anexo 5.</b> Matriz de evaluación. Administración financiera .....	129
<b>Anexo 6.</b> Matriz de evaluación. Control contable .....	131
<b>Anexo 7.</b> Matriz de evaluación. Comercialización y venta .....	134
<b>Anexo 8.</b> Matriz de evaluación. Alianzas estratégicas.....	138
<b>Anexo 9.</b> Matriz de evaluación. Equidad e inclusión .....	140
<b>Anexo 10.</b> Criterios de evaluación.....	141
<b>Anexo 11.</b> Evaluación total por componentes .....	142
<b>Anexo 12.</b> Matriz de evaluación. ....	143
<b>Anexo 13.</b> Matriz de evaluación de los servicios turísticos .....	145
<b>Anexo 14.</b> Matriz de evaluación disminuido el número de estándares de no aplicación.....	147

# **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO COMUNITARIO VINCULADO A LA RUTA DEL TREN PATRIMONIAL Y RUTA SUBTROPICAL EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

## **I. INTRODUCCIÓN**

El turismo comunitario es un modelo de gestión del turismo que se está desarrollando en la región andina como alternativa al turismo tradicional, que a su vez permite la conservación del patrimonio natural y cultural y la participación de la comunidad local en la gestión turística del territorio (Pastor, Casa, & Soler, 2011).

Por su versatilidad el turismo comunitario se vincula fácilmente con otras modalidades de turismo como por ejemplo el turismo cultural y de naturaleza que se liga estrechamente con el desarrollo de la actividad turística comunitaria teniendo como principal motivo de visitación la convivencia con otras culturas tal y como lo menciona el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Históricos-Artísticos (1976), “el turismo cultural son todos los desplazamientos de personas que satisfacen la necesidad humana de diversidad y tienden a elevar el nivel cultural del individuo y suscitan nuevos conocimientos, experiencias y contactos”, al mismo tiempo orienta el desarrollo de las comunidades anfitrionas a la valoración y protección de su patrimonio natural y cultural, donde los actores principales son los miembros de la comunidad quienes intercambian sus formas de vida y fomentan el respeto hacia los recursos existentes en cada destino.

En la provincia de Chimborazo el turismo comunitario ha sido uno de los factores más influyentes para la dinamización de la economía local, logrando constituirse en una alternativa de progreso para las comunidades puesto que la oferta turística diferenciada, pone en valor el patrimonio cultural y natural de sus territorios, haciendo que su cultura viva se constituya en el máximo referente de la actividad, aún más, cuando se encuentra articulada a la presencia de productos turísticos patrimoniales y naturales como es el caso de la Ruta del tren del Ecuador declarado como “Patrimonio Histórico y Monumento Civil”,

por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural en el año 2008 y la Ruta Subtropical creada como estrategia para fortalecer el potencial turístico existente en un territorio mancomunado, que se ratifica en el Plan de turismo para el buen vivir de la provincia de Chimborazo, donde se hace referencia a la zona turística 4 Ruta Subtropical en el año 2015, este vínculo permite en la actualidad, la difusión del patrimonio de las comunidades como recurso social.

La ruta del tren como recurso patrimonial y la ruta subtropical como recurso natural se han convertido en un ente dinamizador de la economía de las poblaciones circundantes a ellas, pues las comunidades incluidas como parte de su oferta han promovido la creación de emprendimientos familiares y asociativos de índole artesanal, agropecuario, gastronómico y turístico, que a su vez abren plazas de empleo directos o indirectos para la población local.

En medida de esta articulación es menester desarrollar un análisis de la situación actual del turismo comunitario vinculado a la ruta del tren patrimonial y ruta subtropical en la provincia de Chimborazo, puesto que las diversas sinergias que ésta provoca podría en forma subsecuente aportar con el establecimiento de acciones no solo de recuperación y preservación del patrimonio natural y cultural de las comunidades, sino de diversificación de oferta e inversión para el mejoramiento del producto turístico comunitario y a su vez de las condiciones de vida de la población.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

La riqueza patrimonial de la provincia de Chimborazo es diversa debido a la existencia de comunidades que se caracterizan por su patrimonio material e inmaterial, este patrimonio ha permitido que las comunidades desarrollen actividades turísticas comunitarias que procuran una armonía entre lo cultural y lo ambiental a través de la convivencia con los turistas.

Sin embargo no todas las actividades de turismo comunitario que se desarrollan vinculadas a la ruta del tren patrimonial y ruta subtropical han sido ejecutadas bajo parámetros técnicos de tipo administrativo y de mercado sobre todo, provocando una inadecuada gestión y planificación de los emprendimientos comunitarios, esta condición limita el desarrollo de las actividades turísticas dando paso a la generación de conflictos entre actores involucrados, tal situación se refleja en la oferta de productos turísticos comunitarios incipientes, que no cuentan con los requerimientos

legales para su operación, solo por citar una de las condiciones, impidiéndoles por ejemplo acceder a distintas líneas de financiamiento para afianzar la calidad de su producto.

Por este motivo, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Chimborazo al haber considerado como parte del Plan Mínga 2, la inversión en el sector de turismo comunitario, requiere un estudio que contenga datos reales sobre la situación actual del turismo comunitario (oferta y demanda) vinculadas a la ruta del tren patrimonial y ruta subtropical en la provincia, puesto que su finalidad al haber asumido la competencia en lo que respecta al fomento de las actividades productivas, agropecuarias y turísticas demandan la generación de acciones coordinadas y planificadas de manera inclusiva y participativa mejorando la calidad de vida de la población para alcanzar el desarrollo económico sostenible.

Se espera que mediante la información que se proporcione a través de este estudio, el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Chimborazo pueda identificar y planificar acciones concretas y orientadas a satisfacer las necesidades reales del sector, provocando la asignación presupuestaria para la ejecución de proyectos e inversión que aporten al desarrollo de ventajas competitivas en la oferta para la consolidación del turismo comunitario vinculado a la ruta del Tren Patrimonial y la Ruta Subtropical de la provincia.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo general**

Analizar la situación actual del turismo comunitario vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical en la provincia de Chimborazo.

### **2. Objetivos específicos**

- a. Caracterizar la oferta y demanda del turismo comunitario.
- b. Evaluar el producto turístico comunitario.
- c. Formular estrategias de intervención para el fortalecimiento del turismo comunitario.

### **C. HIPÓTESIS**

El análisis de la situación actual del turismo comunitario vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical en la provincia de Chimborazo, aporta con información actual sobre el escenario de la actividad turística gestionada por comunidades, constituyéndose en un documento de base que aporta a la toma de decisiones en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Chimborazo para el financiamiento de proyectos.

## **II. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

### **A. GENERALIDADES**

#### **1. Turismo**

Según Hunziker & Krapf (2010), mencionan que: “Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa” ( p.45).

Para la Organización Mundial de Turismo (2012), “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (p. 67).

#### **2. Turismo sostenible**

El turismo tradicional incrementó la degradación de los destinos turísticos, ante esta situación las demandas de turismo actual se motivaron en buscar nuevos espacios de esparcimiento libre de contaminación y que promuevan actividades que estén relacionadas con la naturaleza y la gente, para ello ha hecho uso del desarrollo sostenible como una herramienta capaz de generar esa sinergia entre el turismo y la sostenibilidad, es así que la Organización Mundial de Turismo ha adoptado el enfoque sostenible para el turismo definiendo al desarrollo sostenible como el uso racional de los recursos naturales y culturales, que satisfagan las necesidades económicas, sociales, y estéticas al mismo tiempo respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (Torres, 2003, p. 101).

#### **3. Turismo comunitario**

El turismo comunitario se lo define como un modelo de gestión para las comunidades, entendido desde este enfoque para Barrera (2006), “Turismo rural o comunitario es aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local” (p. 30).

Para la comunidad quienes ejercen la actividad turística el Turismo comunitario es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados (Federación de Turismo Comunitario del Ecuador, 2014, p. 26).

### **a. Desarrollo del turismo comunitario**

La aparición del turismo comunitario en los países con riqueza cultural excepcional ha surgido como respuesta al turismo convencional y como alternativa para la aparición de nuevos consumidores y nuevas demandas que buscan experiencias nuevas y el disfrute de nuevas emociones.

Partiendo de aquello la práctica del turismo en las comunidades ha permitido el desarrollo integral para la gestión turística de sus territorios y la apropiación de su identidad, esto ha contribuido además a reducir la pobreza a través de la generación de empleos y la obtención de ingresos complementarios a las familias de las comunidades. A su vez la actividad turística permite la conservación de los recursos culturales y naturales de los destinos comunitarios, siendo ellos los encargados de la preservación de este patrimonio.

### **b. Marco legal**

El marco legal hace referencia a las distintas leyes nacionales e internacionales que sustentan la actividad turística comunitaria en el Ecuador

#### **1) Constitución de la República**

La Constitución de la República del Ecuador (2008), "reconoce y garantiza un conjunto de derechos colectivos a los pueblos indígenas y afro ecuatorianos que establece como principio general la promoción del desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión, preservando su identidad y protegiendo su ecosistema".

La Constitución de la República apoya a la superación de las comunidades en el desarrollo de actividades empresariales turísticas, siempre y cuando estas mantengan la conservación de los recursos naturales y su riqueza cultural intacta para el disfrute de las futuras generaciones.

## **2) Ley de Turismo**

La Ley de Turismo menciona que: todas las comunidades locales organizadas y capacitadas que deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos (Ministerio de Turismo, 2008, p.3).

## **3) Código Ético Mundial para el Turismo**

El Código indica que la actividad, en la que se manejan los recursos turísticos de una localidad de manera sustentable, debe incluir a todos los habitantes, para que conjuntamente realicen acciones en las que se observe la distribución equitativa de todos los recursos tanto naturales y culturales que posee dicha comunidad.

## **4) Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios**

El Reglamento para el Registro de Centros Turísticos comunitarios, define al turismo comunitario como acciones de emprendimiento, referentes a servicios turísticos; las mismas que deben de desarrollar competencias en las actividades que ellas realicen. Además de cumplir con las normas establecidas en este reglamento.

## **4. Turismo cultural**

Se entiende al turismo cultural como aquel segmento del mercado turístico que ofrece al visitante un conocimiento más profundo de otras culturas, costumbres y tradiciones, otras formas de vivir y de entender el mundo. Ofrece un contacto más cotidiano y cercano del comportamiento cultural de otras poblaciones (Guerra, 2003, p.1).

Según Prados (2008),” el turismo cultural constituye hoy en día un segmento turístico en expansión, convirtiéndose en un importante protagonista de la recuperación urbanística, arquitectónica y funcional de nuestras ciudades” (p.19).

## **B. ANÁLISIS SITUACIONAL TURÍSTICO**

### **1. Análisis situacional**

Para Hanel & Hanel (2004), “El análisis situacional es un método que permite analizar dificultades, oportunidades y riesgos, para clasificarlos y jerarquizarlos, identificando problemas futuros de la empresa dando soluciones a esto a través del diseño de acciones preventivas” (p. 9).

#### **a. Importancia**

La situación actual permite analizar de manera real el escenario externo e interno de una empresa para la toma de decisiones oportunas ante las fallas u debilidades encontradas, permitiendo aprovechar las fortalezas y oportunidades. Además se conoce la situación de la empresa con los clientes y proveedores. Esta información sirve de base para la realización futura de la planificación estratégica de la empresa.

### **2. Diagnóstico turístico**

El diagnóstico turístico tiene como propósito la recolección de información y el análisis técnico de los seis elementos que permiten el desarrollo de la actividad turística de un destino, así como también el análisis de las condiciones del entorno que influyen en la dinámica de esta actividad (Ricaurte, 2009, p. 11). También hay autores que resaltan que:

El diagnóstico turístico es un estudio que tiene como objetivo principal conocer la situación actual y potencial de la actividad turística de la comunidad. El diagnóstico es la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino, se lo conoce también como línea base o estado de situación actual y lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación (Vásquez, 2013, p.16).

#### **a. Político administrativo**

El análisis político administrativo fundamentalmente se basa en identificar las funciones, competencias y recursos, la intervención, decisión y el manejo de poder que ejercen sobre la empresa, para que esta pueda orientar la continuidad de las decisiones.

## **b. Socio demográfico cultural**

El análisis sociodemográfico se realiza a de los actores sociales involucrados en el área de estudio, para identificar sus formas de comportamiento características de actitudes individuales, donde aparece las condiciones económicas, políticas y sociales que orientan la forma de apropiación cultural.

## **c. Socio económico**

El análisis socioeconómico es la base económica que se caracteriza por formar un conjunto de actividades cuyo desarrollo determina el crecimiento económico se encuentra formada por el modo de producción y este es definido como la forma en que se organizan todos los seres humanos para satisfacer sus necesidades.

## **3. Análisis de la oferta**

El análisis de la oferta es el estudio que forma como una línea base que ayude a identificar las posibles problemáticas a solucionar tomado en cuenta que la oferta turística de forma general se compone de las organizaciones que ofrecen bienes y servicios a los turistas formando una variedad de actividades: transporte, alojamiento, restauración, intermediación, servicios de apoyo del sector privado, servicios de apoyo del sector público e intermediarios, entre otras. En este contexto, se puede definir de la siguiente manera (Paredes, 2009):

### **a. Sistema turístico**

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo. De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (1998) “El sistema turístico se compone de cuatro elementos: el espacio geográfico, la oferta, la demanda, y los operadores de mercado”.

#### **1) El espacio geográfico**

El espacio geográfico es la base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda, y que ofrece atracciones como clima, paisaje, playas, monumentos históricos, cultura de la población residente, entre otros.

## **2) La oferta**

Compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística. Conforman la experiencia del turista, es decir, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino y logran satisfacer sus necesidades y expectativas.

### **a) Atractivos**

Son aquellos elementos materiales e inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tengan capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos.

Para Baéz & Acuña (1998), “Los atractivos turísticos de acuerdo a su grado de importancia dentro de un área, pueden clasificarse en tres categorías básicas: atractivos focales, complementarios y de apoyo” (p.23).

### **b) Infraestructura**

Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas, y en consecuencia, puede ser de uso común o puede ser específica del turismo. Es el soporte que permite la conexión entre centros emisores y receptores y el desarrollo del destino turístico, en especial, el transporte (rutas y terminales) y la comunicación.

### **c) Planta turística**

Está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen los requerimientos de turistas en su desplazamiento y su estancia en el estilo elegido.

### **d) Superestructura**

Está integrada por organismos públicos, privados y del tercer sector que tienen por objeto planificar y coordinar el funcionamiento del sistema turístico.

### **3) La demanda**

La demanda implica al grupo de personas (actuales o potenciales) que viajan y hacen uso de los servicios e instalaciones creadas para su recreación. La demanda turística se analiza, evaluando la situación actual y la tendencia de la actividad turística en el territorio.

#### **a) Perfil del turista**

Pretende conocer la procedencia de los turistas que visitan un destino turístico. Es de vital importancia que los gestores de un destino tengan conocimiento de los mercados receptores, para asegurar el mejor posicionamiento posible y mayor rentabilidad del sector turístico, ya que si se tienen identificados los mercados se podrá mejorar la oferta turística.

### **4) Los operadores del mercado**

Son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, los tour operadores, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

#### **a) Mercadeo y Venta**

Entendido como el modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad, mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción, por una de las partes, de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita.

## **C. EVALUACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO**

La propuesta metodológica de evaluación del producto turístico comunitario fusiona la metodología del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE, 2008) y el manual de estándares de calidad para turismo comunitario, ambos adaptados por Tierra (2009).

Se divide en tres ámbitos a ser evaluados:

### **1. Condición empresarial del negocio comunitario**

Ámbito que se clasifica en las siguientes categorías:

- Organización estratégica
- Organización empresarial
- Servicios y capacidad física
- Administración financiera
- Control contable y control interno
- Comercialización y mercadeo
- Alianzas estratégicas y redes
- Equidad e inclusión

### **2. Calidad del buen vivir**

Se subdivide en lo siguiente:

- Organización
- Gestión ambiental y territorial
- Revitalización cultural y relaciones interculturales
- Mejoramiento de las condiciones productivas económicas
- Mejoramiento de las condiciones básicas de la vida comunitaria

### **3. Calidad del servicio**

Se caracteriza por las siguientes condiciones:

- Instalaciones
- Hospedaje
- Alimentación
- Servicio al cliente
- Guianza y transporte
- Seguridad e higiene

## **D. ESTRATEGIAS TURÍSTICAS**

Estrategia es la forma en la que la empresa o institución, en interacción con su entorno, despliega sus principales recursos y esfuerzos para alcanzar sus objetivos o también un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa (Fernández, 2012, p.2).

La estrategia relacionada con la actividad turística determina las metas y los objetivos a largo plazo, así como las acciones a emprender y los recursos necesarios para el cumplimiento de dichas metas como lo menciona Contreras (2013), además de identificar oportunidades y peligros en el entorno de la organización.

### **1. Matriz (CPES)**

La matriz causa efecto propone para el levantamiento de la información básica, una matriz estructurada por un conjunto de filas y columnas contentivas de la siguiente información:

- En una primera columna se le asigna números a cada una de las causas;
- Lista de los problemas seleccionados por la comunidad, ordenados de mayor a menor importancia;
- El efecto con el que se está relacionando
- En la cuarta se coloca el conjunto de alternativas propuestas por los participantes durante la realización de los talleres vivenciales ordenados y relacionados de acuerdo con cada uno de los problemas indicados en la columna anterior. (Tierra, 2014, p. 35).

### **2. Matriz de Planificación Estratégica**

Es una herramienta muy útil que contribuye a mejorar la coherencia de las intervenciones, por que detecta errores e incongruencias a través de la síntesis de aspectos que fundamente la proposición del objetivo estratégico, cabe recalcar que la matriz de planificación detalla de manera clara y sencilla la panorámica de la intervención que pensamos llevar a cabo y promueve la participación y el compromiso. Una matriz de planificación puede elaborarse contando con los beneficiarios y ser analizada por personas no expertas en planificación (Illán, 2010, p. 11).

**a. Análisis de objetivos**

Permite describir la situación futura a la que se desea llegar para resolver los problemas encontrados.

**b. Análisis de involucrados**

El análisis de involucrados es una herramienta que permite identificar a aquellos actores (personas, grupos o instituciones) interesados en el éxito o fracaso de un proyecto o iniciativa. Son también, aquellos que contribuyen o que son afectados o que tienen influencia sobre los problemas a enfrentar. (Dirección Nacional de Promoción del Empleo y Formación Profesional, 2008, p.2).

**c. Análisis de acciones**

El análisis de acciones se formulan en función del objetivo que persiguen, estas acciones pueden ser de índole administrativa, económica, social, ambiental. (Dirección Nacional de Promoción del Empleo y Formación Profesional, 2008, p.3).

### III. MATERIALES Y MÉTODOS

#### A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

##### 1. Localización

La presente investigación se llevó a cabo en la provincia de Chimborazo, desde su cabecera provincial la ciudad de Riobamba.

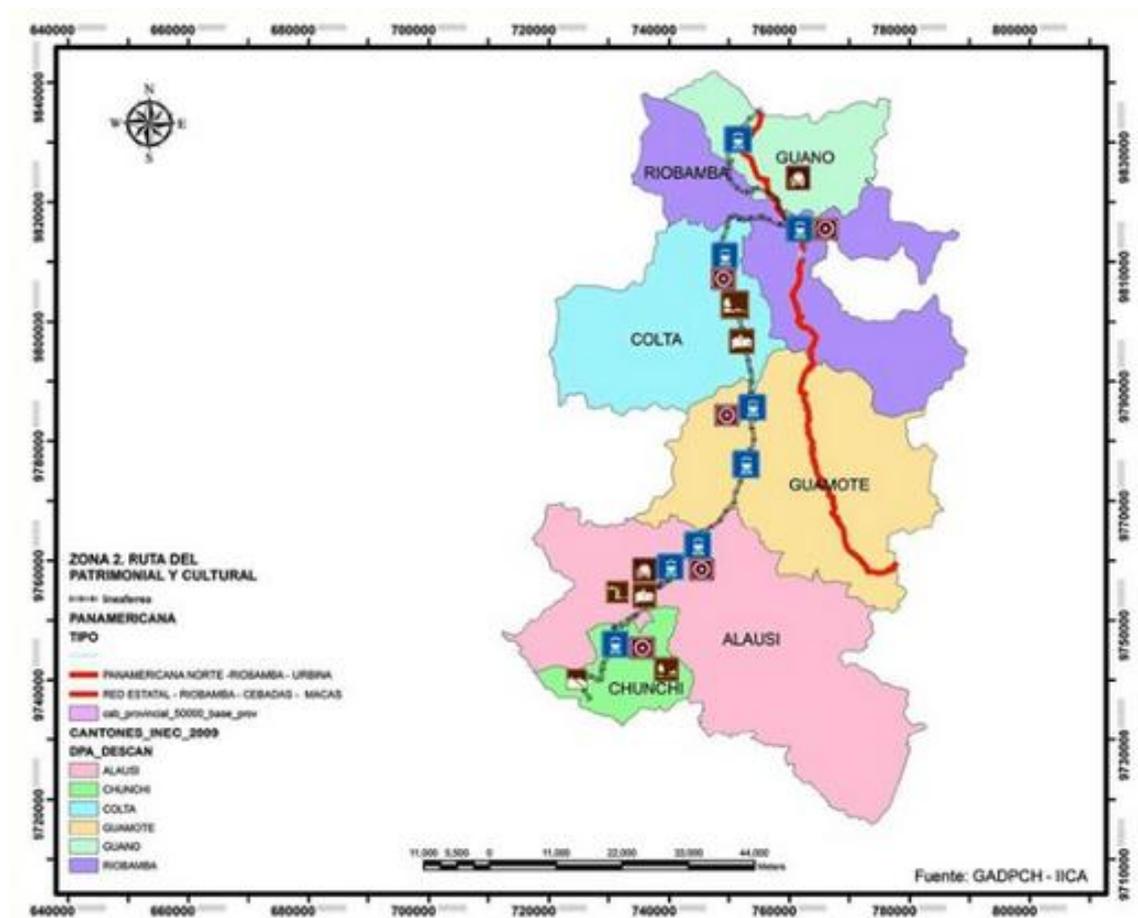


Figura: 1-6. Zona Turística 2, Ruta del tren Patrimonial

Nota: Plan de Manejo Turístico de la provincia de Chimborazo, 2015

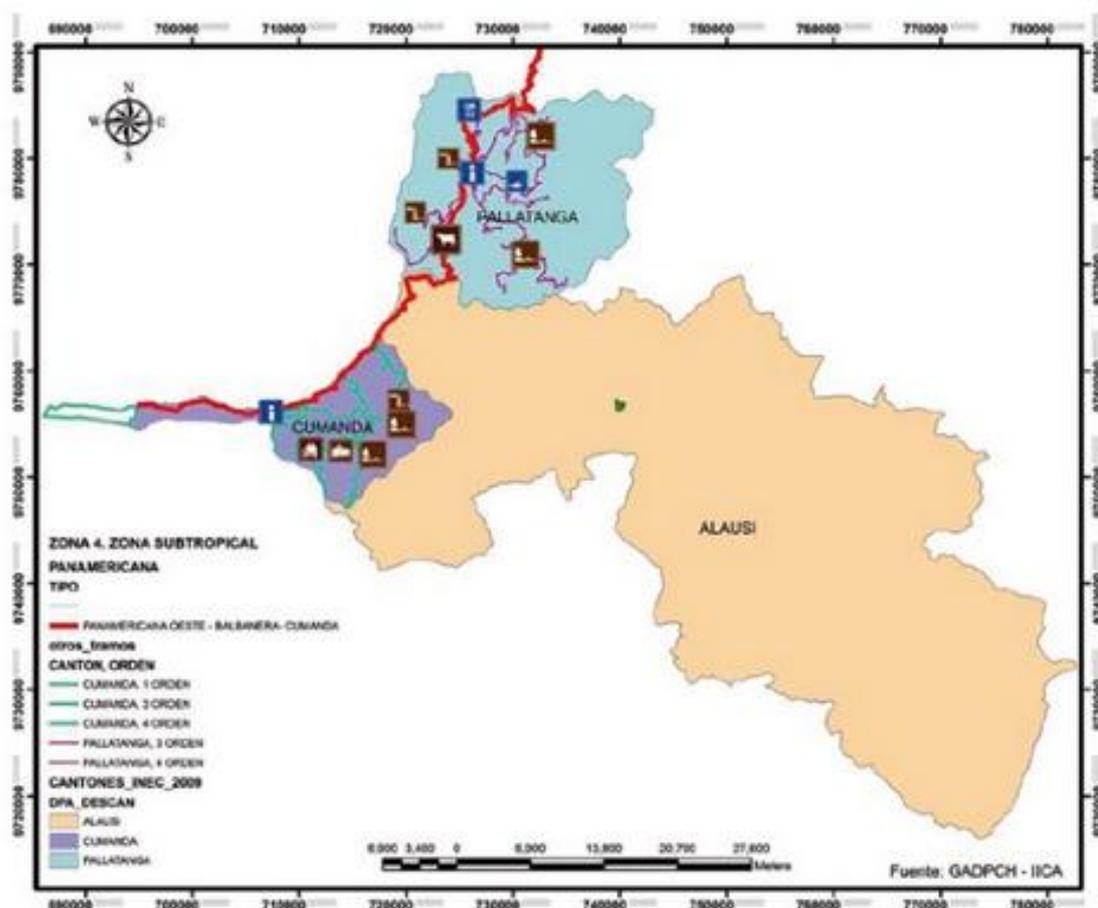


Figura 2-6. Zona Turística 4, Ruta Subtropical

Nota: Plan de Manejo Turístico de la provincia de Chimborazo, 2015

## 2. Ubicación geográfica

- Latitud:** 1°40'00"S
- Longitud:** 78°39'00"O
- Altitud:** Se encuentran ubicados en un rango desde los 132 msnm en el cantón Cumandá hasta los 6.310 msnm en la cima del nevado Chimborazo

## 3. Características climáticas

- Temperatura media:** Oscila entre los 9° y 24 °C
- Precipitación media anual:** 57 mm a 200 mm

(Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Chimborazo, 2012, p.37).

#### **4. Clasificación ecológica**

Según el Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador Continental; la superficie de cobertura vegetal natural de la provincia de Chimborazo, en términos de porcentaje señala que el 55% de la provincia mantiene su cobertura vegetal natural existiendo en mayor proporción: Páramo herbáceo (30,9%), Matorral húmedo montano (6,4%) y Bosque Siempre verde montano alto (5,8%). (Ministerio del Ambiente, 2012).

### **B. MATERIALES**

#### **1. Materiales**

Útiles de oficina, libreta de campo, esferos resmas de papel bond, Cds, tinta de impresora B/N y color.

#### **2. Equipos**

Computadora, impresora, flash memory, GPS, cámara fotográfica.

### **C. METODOLOGÍA**

La presente investigación se realizó mediante el uso de los métodos analítico y descriptivo a través de la recopilación de información de fuentes bibliográficas y la investigación de campo.

#### **1. Caracterización de la oferta y demanda del turismo comunitario**

##### **a. Mapa de ubicación de las comunidades que involucran actividades turísticas**

Se realizó la identificación de las comunidades que realizan turismo comunitario mediante el levantamiento de información georeferencial, ubicándolas en un mapa de distribución que representa la ruta del tren patrimonial y ruta subtropical identificando las comunidades, servicios y actividades que ofertan, altitud y ecosistemas que poseen.

## **b. Clasificación de las comunidades según su tipología**

Se clasificó a las comunidades que realizan turismo comunitario, considerando la clasificación y lineamientos establecida por Ochoa (2004), siendo estas las siguientes:

### **1) Nuevas iniciativas**

Comunidades que han tenido una visión de articular servicios turísticos en sus comunidades de forma incipiente pero que aún no cuentan con permisos ni autorizaciones correspondientes para constituirse legalmente.

### **2) Proceso de consolidación**

Comunidades que han articulado servicios turísticos en sus comunidades y que trabajan con productos turísticos comunitarios, pero los organismos del Estado no han tenido la flexibilidad suficiente para proceder a obtener permisos correspondientes.

### **3) Legalmente constituidas o consolidadas**

Comunidades que trabajan con productos turísticos comunitarios consolidados, además tienen los permisos correspondientes y están legalmente constituidas como Centros de Turismo Comunitario.

Esta clasificación se desarrolló mediante salidas de campo, reuniones y conversatorio con la directiva de las comunidades y administradores de los emprendimientos.

## **c. Caracterización de la oferta y demanda del turismo comunitario**

Para la caracterización de la oferta se tomó en cuenta tres ámbitos importantes dentro del desarrollo de las comunidades, según la metodología Diagnóstico del territorio propuesta por (Paredes, 2009) estos son los siguientes:

**1) Socio demográfico:** corresponde al levantamiento de datos relacionados con la autodefinición (pueblo nacionalidad), población, familias vinculadas al turismo, Necesidades básicas insatisfechas, migración, educación y salud.

**2) Socio económico:** corresponde al levantamiento de datos relacionados con la actividad económica a la que se dedica la población, destino de la producción y otras actividades.

**3) Político Administrativo:** corresponde al levantamiento de datos relacionados con el tipo de organización, máxima autoridad, relación con la comunidad y condición de pertenencia del emprendimiento turístico.

#### **4) Análisis de la oferta**

La caracterización de la oferta turística de las comunidades se realizó a través de salidas de campo a los sitios de estudio y en base a la técnica de entrevista enfocada a personas involucradas en actividades turísticas (administradores, coordinadores de operación, dirigentes, entre otros), se levantó información referente a la oferta y demanda bajo el enfoque del sistema turístico establecido por la (Organización Mundial de Turismo, 1996), esta actividad se complementó con información secundaria relacionada con documentación producto de otras investigaciones.

Dentro del sistema turístico se consideraron los siguientes componentes:

##### **a) Atracciones y actividades**

Se identificó la condición del atractivo, el estado de conservación, clasificación y jerarquización a través de la revisión de información de fuentes secundarias tomadas de los trabajos de titulación de grado, maestrías, información referencial de los años 2013 al 2017, además de la revisión bibliográfica de Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de las parroquias: Santiago de Calpi, Columbe, Pistishi y el cantón Alausí, esta información se validó mediante salidas de campo a las comunidades, dado que se constituyen en los motivadores del desplazamiento turístico.

##### **b) Infraestructura**

El análisis de la infraestructura turística se realizó considerando los cuatro aspectos fundamentales de acuerdo al marco teórico del sistema turístico, que corresponde a seguridad, saneamiento, servicios básicos, vialidad y conectividad.

### **c) Planta turística**

Se caracterizó la oferta de servicios de hospedaje, alimentación, esparcimiento, operación y agenciamiento, considerando elementos como: capacidad instalada, tipología del servicio, condiciones de infraestructura y equipamiento, talento humano, precios, entre otros.

### **d) Superestructura**

Se identificaron los organismos responsables de la organización y el buen funcionamiento del sistema turístico ya sean de tipo gubernamentales y no gubernamentales o comunitarios, así como los mecanismos y/o normas de regulación y control para el manejo de la actividad turística.

### **e) Producto**

Se identificó la existencia de producto turístico como tal y/o como servicio independiente analizando: líneas de producto, subproductos, precios, canal de mercado (directa o intermediaria) y medios de difusión.

## **5) Análisis de la demanda**

### **a) Perfil**

Se recopiló y sintetizó información referente a las características, gustos, preferencias, sociodemográficas, motivacionales, que influenciada por sus intereses y necesidades particulares visitan las comunidades, sus atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos comunitarios ofertados. Esta información corresponde a revisión de información de fuentes secundarias tomadas de los trabajos de titulación de grado y maestrías que han sido realizados para las diferentes comunidades, estos datos corresponden a información referencial de los años 2013 al 2017, además de la revisión bibliográfica de trabajos realizados por entidades del estado como el Ministerio de Turismo, Ferrocarriles del Ecuador, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba y de fuentes primarias mediante salidas de campo a las comunidades.

## **2. Evaluación del producto turístico comunitario**

En función de la caracterización de la oferta y demanda turística de las comunidades se procedió a la evaluación de la oferta de turismo comunitario considerando la definición de

producto turístico, de negocio, de calidad turística (estándares de calidad) y gestión comunitaria, en base a la metodología propuesta por Tierra (2009), que fusiona los lineamientos para evaluar el nivel de gestión empresarial de MYPIMES del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza CATIE (2008) y los parámetros establecidos en el Manual de Estándares de Calidad para Turismo Comunitario de Chimborazo de Yucta (2009), validada por la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo CORDTUCH.

La metodología propuesta responde a los siguientes lineamientos:

### 1) Condición empresarial del negocio comunitario

La evaluación empresarial del negocio comunitario permitió analizar las condiciones de conocimiento y manejo de la actividad turística, mediante la respectiva calificación numérica, dando como resultado la categoría actual del emprendimiento, esto se detalla de la siguiente manera:

La evaluación sobre las condiciones de conocimiento y manejo de la actividad turística toma en cuenta los siguientes ámbitos:

**Tabla 1-3:** Matriz de evaluación de la condición empresarial del negocio comunitario

Matriz de evaluación de la Condición empresarial del negocio comunitario				
Ámbito de evaluación	Elementos de evaluación	Rangos de evaluación		
		a	b	c
		(C,CP,NC)	(C,CP,NC)	(C,CP,NC)
<b>Organización estratégica</b>	Misión	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Visión	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Objetivos	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Metas	0 a 1	0 a 1	0 a 1
<b>Organización empresarial</b>	Organización interna	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Estado legal	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Políticas del personal	0 a 1	0 a 1	0 a 1
<b>Servicios y capacidad física</b>	Instalaciones	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Equipos	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Servicios	0 a 1	0 a 1	0 a 1
<b>Administración financiera</b>	Planificación financiera anual	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Evaluación de inversiones	0 a 1	0 a 1	0 a 1
<b>Control contable y control interno</b>	Estados financieros contables	0 a 1	0 a 1	0 a 1
<b>Comercialización y mercadeo</b>	Organización de la oferta	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Conocimiento del mercado	0 a 1	0 a 1	0 a 1
<b>Alianzas estratégicas y redes</b>	Relaciones estratégicas con proveedores	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Socios	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Mercados	0 a 1	0 a 1	0 a 1
<b>Equidad e inclusión</b>	Diversidad de los socios dentro de la empresa	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Representatividad de género en la organización	0 a 1	0 a 1	0 a 1

Nota: Trabajo de investigación, 2017

**Tabla 2-3:** Criterios de evaluación

Criterios de evaluación		Calificación numérica por criterio
<b>Cumple (C).</b> Es el cumplimiento total del criterio.		1
<b>Cumple parcial (CP).</b> Es el cumplimiento parcial del criterio; se refiere a aquellos casos en que se han iniciado acciones tendientes a cumplir con el requisito, pero no alcanzan el desempeño requerido. Es visualizado como la oportunidad para mejoramiento del desempeño.		0,5
<b>No cumple (NC).</b> Es la falta de cumplimiento total del criterio.		0
Rangos de calificación		
Los rangos de calificación corresponden al grado en que se encuentran los criterios evaluados con relación a las comunidades		
Se consideran tres rangos de calificación de acuerdo a su importancia		
<b>A = Alto</b>	<b>B= Medio</b>	<b>C= Bajo</b>
0,76 a 1	0,51 a 0,75	0 a 0,50

Nota: Trabajo de investigación, 2017

## 2) Calidad del buen vivir

Los estándares de calidad de vida al ser cualitativos permiten conocer el nivel de contribución del turismo al mejoramiento de la calidad de vida de la población en el aspecto socio cultural y económico a través de constatar la existencia de condiciones básicas para la convivencia comunitaria como fundamento de la actividad y para una convivencia armoniosa entre la comunidad con el turista.

**Tabla 3-3:** Matriz de evaluación de la calidad del buen vivir

Evaluación de la calidad del buen vivir				
Elementos	Mecanismos de evaluación	Nivel de cumplimiento		
		C	CP	NC
Organización	Su personalidad jurídica	Si o No	Si o No	Si o No
	Un reglamento de participación en la actividad turística	Si o No	Si o No	Si o No
	Un plan de desarrollo comunitario	Si o No	Si o No	Si o No
	Un programa de rendición de cuentas	Si o No	Si o No	Si o No
	Un plan de inversiones y distribución de beneficios comunitarios	Si o No	Si o No	Si o No
Gestión ambiental y territorial	Plan de gestión y protección del territorio y del patrimonio natural	Si o No	Si o No	Si o No
	Programa de educación ambiental	Si o No	Si o No	Si o No
	Programa de manejo de residuos orgánicos	Si o No	Si o No	Si o No
	La comunidad conoce y aplica las formas ancestrales de protección del patrimonio natural	Si o No	Si o No	Si o No
Revitalización cultural y relaciones interculturales	Plan de desarrollo cultural	Si o No	Si o No	Si o No
	Programa de formación de gestión cultural comunitaria	Si o No	Si o No	Si o No
	Plan de protección y difusión del patrimonio cultural	Si o No	Si o No	Si o No
	La comunidad conoce y aplica los principios que promueven relaciones intercultural	Si o No	Si o No	Si o No

Evaluación de la calidad del buen vivir				
Elementos	Mecanismos de evaluación	Nivel de cumplimiento		
		C	CP	NC
Organización	Su personalidad jurídica	Si o No	Si o No	Si o No
	Un reglamento de participación en la actividad turística	Si o No	Si o No	Si o No
	Un plan de desarrollo comunitario	Si o No	Si o No	Si o No
	Un programa de rendición de cuentas	Si o No	Si o No	Si o No
	Un plan de inversiones y distribución de beneficios comunitarios	Si o No	Si o No	Si o No
Mejoramiento de las condiciones productivas económicas	Un plan de diversificación productiva	Si o No	Si o No	Si o No
	Infraestructura productiva adecuada a su diversificación	Si o No	Si o No	Si o No
	Una estrategia de incorporación de mujeres en actividades productivas complementarias	Si o No	Si o No	Si o No
	Un programa de formación artesanal, agroindustrial, agropecuaria	Si o No	Si o No	Si o No
	Una estrategia de provisión de productos primarios, semielaborados y elaborados por sus miembros, para abastecer la demanda turística	Si o No	Si o No	Si o No
Mejoramiento de las condiciones básicas de la vida comunitaria	Agua potable	Si o No	Si o No	Si o No
	Energía eléctrica	Si o No	Si o No	Si o No
	Medio de intercomunicación	Si o No	Si o No	Si o No
	Una vía de acceso en buenas condiciones	Si o No	Si o No	Si o No
	Un sistema de evacuación y tratamiento de aguas servidas	Si o No	Si o No	Si o No
	Un sistema de manejo de desechos	Si o No	Si o No	Si o No
	Un plan de mantenimiento y reparación de viviendas e infraestructura social	Si o No	Si o No	Si o No
	Un plan de ordenamiento territorial	Si o No	Si o No	Si o No
	Una adecuada señalización de sus instalaciones comunitarias	Si o No	Si o No	Si o No
	Un plan de seguridad y protección de sus miembros y visitantes	Si o No	Si o No	Si o No

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

**Tabla 4-3:** Criterios de evaluación

Criterios de evaluación
<b>Cumple (C).</b> Es el cumplimiento total del criterio.
<b>Cumple parcial (CP).</b> Es el cumplimiento parcial del criterio; se refiere a aquellos casos en que se han iniciado acciones tendientes a cumplir con el requisito, pero no alcanzan el desempeño requerido. Es visualizado como la oportunidad para mejoramiento del desempeño.
<b>No cumple (NC).</b> Es la falta de cumplimiento total del criterio.

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

### 3) Calidad del servicio

La evaluación del servicio permite diferenciar la satisfacción o no del servicio adquirido, identificando las necesidades en la prestación del servicio y actividades turísticas (estándares mínimos de calidad). Se evaluó de la siguiente manera:

**Tabla 5-3:** Matriz de evaluación de la calidad del servicio

Estándares de calidad	Puntaje máximo por estándar	Valores de cumplimiento			
		C	CP	NC	NA
Instalaciones	51	-	-	-	-
Hospedaje	32	-	-	-	-
Alimentación	68	-	-	-	-
Servicio al cliente	3	-	-	-	-
Guianza y transporte	32	-	-	-	-
Seguridad e higiene	11	-	-	-	-

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

**Tabla 6-3:** Criterios de evaluación

Criterios de evaluación
<b>Cumple (C).</b> Es el cumplimiento total del criterio.
<b>Cumple parcial (CP).</b> Es el cumplimiento parcial del criterio; se refiere a aquellos casos en que se han iniciado acciones tendientes a cumplir con el requisito, pero no alcanzan el desempeño requerido. Es visualizado como la oportunidad para mejoramiento del desempeño.
<b>No cumple (NC).</b> Es la falta de cumplimiento total del criterio.

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

La realización del análisis situacional se dio en base a la calificación mayor que obtienen los valores de cumplimiento.

### **3. Formulación de estrategias de intervención para el fortalecimiento del turismo comunitario**

#### **a. Análisis de la problemática**

Como primer paso se analizó la problemática local relacionada con la condición de la oferta y la demanda en base a los resultados de la evaluación de turismo comunitario, mediante la elaboración de la Matriz CEPES (Causa, Problema, Efecto, Solución).

#### **b. Formulación de estrategias de intervención**

Se realizó una matriz de planificación priorizando las estrategias, objetivos, actores y acciones que contrarrestan la problemática de las comunidades.

#### IV. RESULTADOS

##### A. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO

###### 1. Mapa de ubicación de las comunidades que involucran actividades turísticas

###### a. Ubicación de los emprendimientos turísticos en la Ruta del Tren Patrimonial

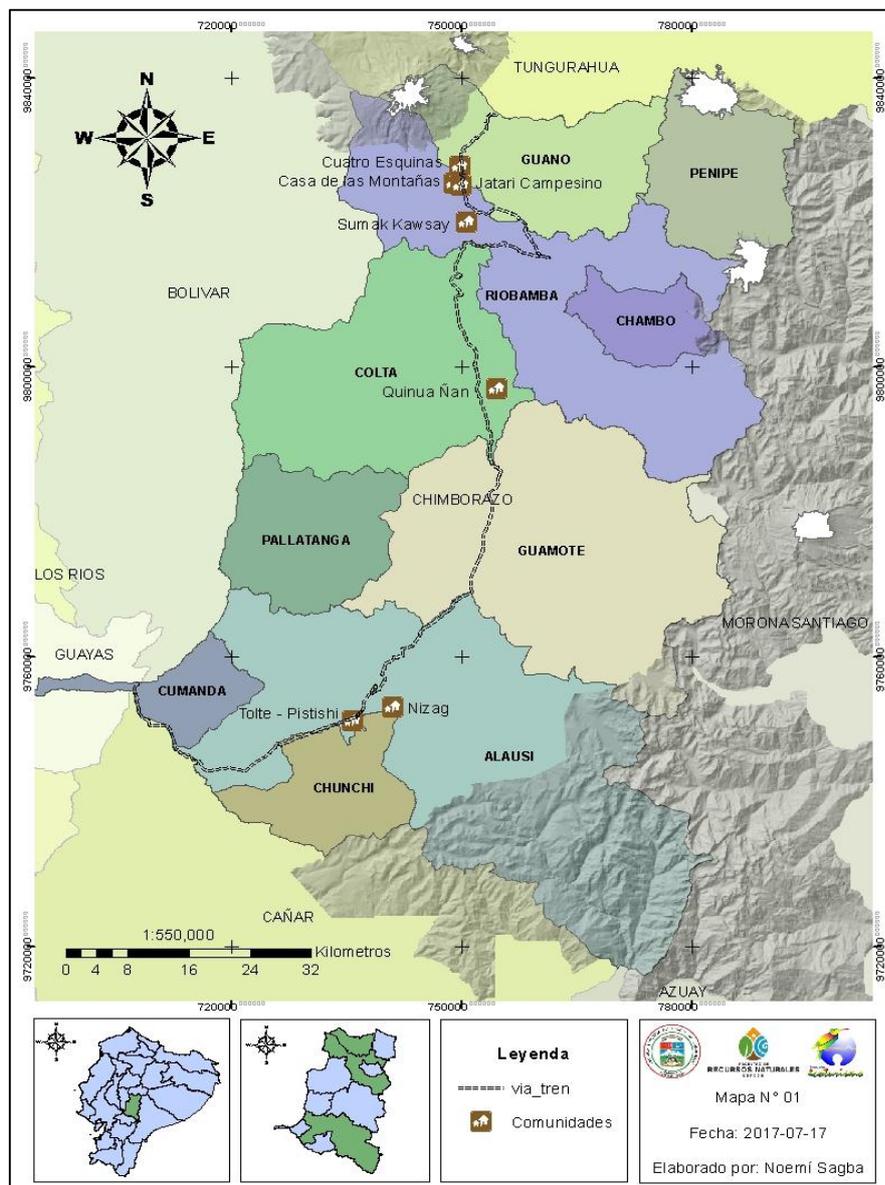


Figura 3-7. Ruta del Tren Patrimonial

Nota: Trabajo de campo, 2017

La declaración de la red ferroviaria del Ecuador como “Monumento Civil y Patrimonio Histórico, Testimonial, Simbólico”, según Registro Oficial No. 361 (17 de junio de 2008), Acuerdo No. 029, fue el inicio que dio paso a la rehabilitación de diferentes rutas y estaciones del tren, poniendo en operación un total de 507 km de vía férrea de norte a sur, esta obra se concluyó en el año 2014.

El sistema ferroviario rehabilitado con fines turísticos, incluye los tramos: Norte: Quito - San Lorenzo; Sur: Quito - Durán y Austral: Sibambe - Cuenca. Ferrocarriles del Ecuador Empresa Publica en todas las estaciones la oferta de servicios turísticos consta de la cafetería del tren, museo del tren, plaza artesanal y refugio; cada una de estas rutas se encuentra distribuidas en distintos ecosistemas por la cual comparten una variedad de microclimas y se vinculan a atractivos tanto naturales como culturales.

En el tramo Sur: Quito - Durán se incorporaron una serie de productos turísticos que abarcan diferentes expediciones en el territorio de la provincia de Chimborazo. La línea férrea operativa en esta zona comprende 158, 9 km de longitud y al igual que las otras rutas atraviesa una variedad de ecosistemas que en este caso en particular van hasta el páramo herbáceo llegando a su punto más alto 3.609 msnm en la estación de Urbina y la más baja 532 msnm que corresponde a la formación rocosa en el tramo Alausí - Sibambe en un descenso en zig - zag de 800 metros.

En la actualidad a nivel de la provincia de Chimborazo se encuentran cinco rutas que son: **Nariz del Diablo** con el trayecto Alausí - Simbambe - Alausí en un rango altitudinal de 2.347 msnm hasta 532 msnm; **El Sendero de los Ancestros** (ruta inhabilitada) con el trayecto Riobamba - Colta - Riobamba ubicado al noroccidente de la provincia alcanzando los 3.212 msnm; **El Tren del Hielo 1** con el recorrido Riobamba - Urbina - Riobamba este tramo se considera como el más alto del sistema ferroviario localizado a 3.609 msnm al cual tiene acceso el tren crucero que incluye recorridos: **Tren de las Maravillas** (Quito - Guayaquil) y **Tren a las Nubes** (Guayaquil - Quito).

Respecto a la oferta turística de estos tramos, la prestación de los servicios turísticos y actividades que se realizan en las diferentes rutas operativas están a cargo de la población local y de actores público - privado, debido a que la Empresa Ferrocarriles del Ecuador en su afán de aportar a los objetivos y metas del Plan Nacional del Buen Vivir, ha priorizado como uno de sus objetivos el desarrollo económico local y la participación de actores público - privado y comunitario en su oferta de productos complementarios que son manejados exclusivamente por

las comunidades, actividad que la realizan mediante la firma de convenios y actas, se prioriza cada una de las acciones vinculantes bajo un enfoque turístico, patrimonial, cultural y solidario.

En la provincia de Chimborazo son siete las comunidades que se encuentran insertas en la oferta turística de la empresa de Ferrocarriles del Ecuador, estas comunidades trabajan de manera independiente o a su vez se convierten en la oferta complementaria de las cuatro rutas operativas que se encuentran a nivel provincial, las comunidades se encuentran a cortas distancias de la ruta principal del ferrocarril de ahí la versatilidad que han tenido para poder incorporar su oferta principal a lo ofertado sobre todo por la ruta: Tren Crucero con sus recorridos (Tren a las Nubes y Tren de las Maravillas , a continuación el detalle por cada una de las comunidades involucradas.

### **Comunidades la Moya, Jatari Campesino y Palacio Real**

Las tres se encuentran ubicadas en la parroquia Santiago de Calpi ocupando un rango altitudinal de hasta 3.230 msnm y un ecosistema herbazal de páramo en el que destacan las gramíneas amacolladas y los parches de arbustos, estas comunidades por su ubicación están cercas de laderas, vertientes y valles de glaciares, la comunidad de la Moya es la única que posee ecosistema de páramo, la mayor parte de estos territorio han sido intervenidos por actividades humanas como agricultura, ganadería y forestación.

La comunidad Palacio Real consta en la oferta turística “**Ruta Tren a las Nubes**” en cuyo recorrido los turistas degustan la gastronomía hecha a base de la carne de llama (*Lama glama*) y conocen la importancia que tiene este camélido en la cosmovisión de la población.

Las comunidades la Moya y Jatari Campesino permiten a los turistas y visitantes recorrer la “**Ruta Tren del Hielo I**” dado que estas solo se encuentran distanciadas por 1km de distancia, en estas comunidades se permite conocer y disfrutar de atractivos vinculados con la gastronomía y de partir en diálogos y fotografías con Baltazar Ushca, personaje representativo que se dedica a la extracción de hielo de las faldas del Chimborazo, quien por lo general se lo puede encontrar en la estación de Urbina, es importante destacar que en esta estación el personal que atiende la cafetería, el refugio y centro artesanal pertenecen a la comunidad Cuatro esquinas que corresponde a la jurisdicción de la parroquia San Andrés (3.318 msnm).

### **Comunidad San Martín Alto**

Pertenece a la parroquia Columbe, ubicada a 3.357 msnm, se caracteriza por tener una topografía con pendientes onduladas siendo este el causal para una producción adecuada de la quinua, cebada, trigo. En esta zona se pueden observar además remanentes de bosques plantados por los pobladores para mejorar la calidad paisajística del territorio.

En esta comunidad se ha desarrollado el emprendimiento turístico Operación de turismo Quinua Nañ que prestaba sus servicios en la estación ubicada en el cantón Colta en el recorrido “**Sendero de los Ancestros**” (ruta inhabilitada), esta comunidad facilitaba presentaciones culturales de su grupo de danza. Desafortunadamente el convenio entre la comunidad y Ferrocarriles del Ecuador se finiquita en el año 2015 con lo cual se da paso al cierre de la estación y por consiguiente a los servicios que en ella se ofrecían.

### **Comunidad Nizag**

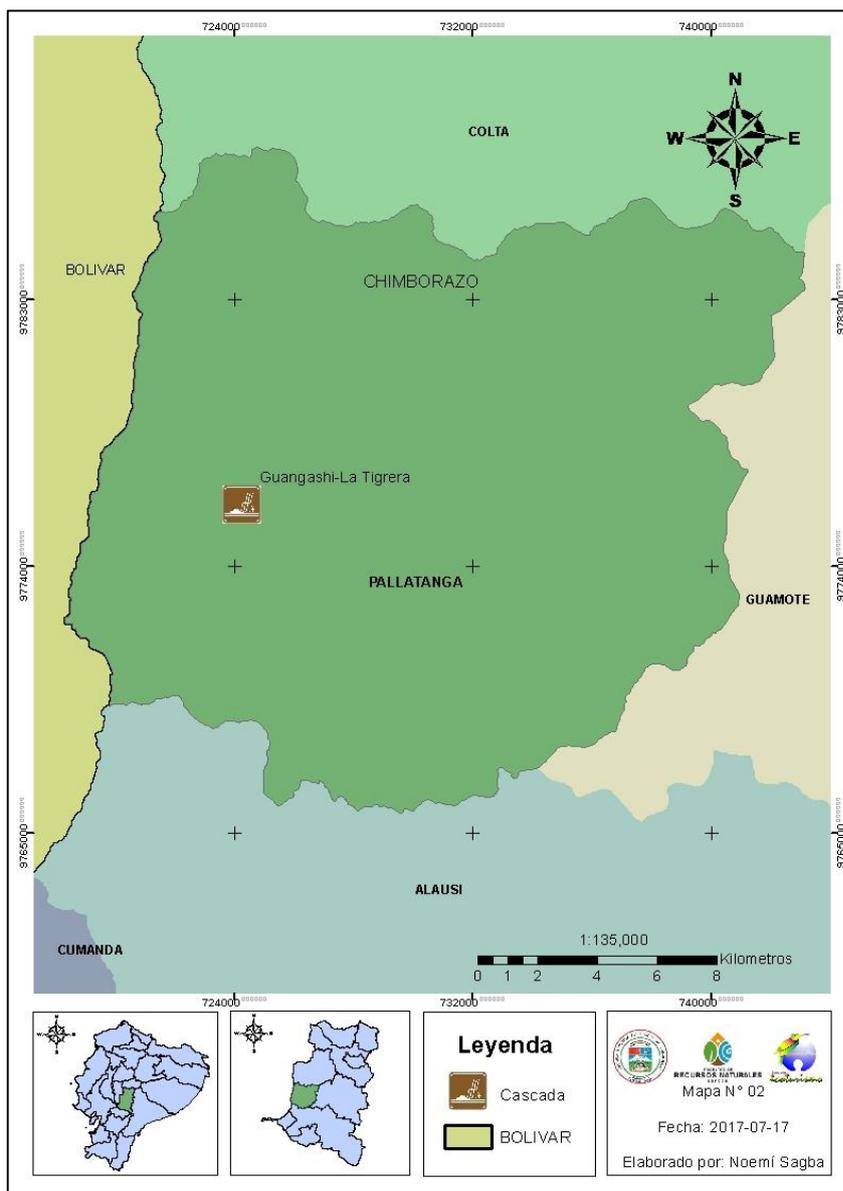
Localizada en el cantón Alausí parroquia la matriz, en un rango altitudinal que va de los 1.500 a 3.400 msnm, ocupa varios ecosistemas como Bosque húmedo montano, Estepa espinosa, Estepa montano y Monte espinoso, condición que le ha dado tierras bastante productivas sin embargo en los últimos años la actividad agrícola y pecuaria se ha ido incrementando hasta obtener una gran variedad de productos como: trigo, maíz, frejol, cítricos y frutales como el banano, granadilla entre otros.

Esta comunidad está estrechamente ligada a la ruta del tren “**Nariz del Diablo**” y el “**Qhapaq Ñan**”, las cuales incluyen en su oferta recorridos en esta localidad en las que se demuestra su cultura a través del idioma, vestimenta, danza, elaboración de artesanías en fibra de cabuya y visita a sitios arqueológicos; estos dos productos son consumidos frecuentemente por demanda de turismo internacional a través del modelo de gestión de turismo comunitario.

### **Comunidad Tolte**

Esta comunidad es la más cercana a la estación del tren en la ruta Nariz del Diablo, ubicada a una altitud de 2.340 msnm, ocupando ecosistemas como Bosque húmedo montano/ Bosque seco, Montano bajo/ Bosque seco pre montano y Estepa espinosa montano bajo, sus atracciones principales están constituidas por el mirador Nariz del diablo y el sendero a la estación del ferrocarril en Sibambe, complementan su oferta con gastronomía local y actividades como cabalgata y ciclismo.

## b. Ubicación de los emprendimientos turísticos en la Ruta Subtropical



**Figura 4-7.** Ruta Subtropical

**Nota:** Trabajo de campo, 2017

La Ruta Subtropical comprende los cantones de Pallatanga y Cumandá, esta zona se caracteriza por su clima templado que permite la existencia de remanentes de bosques nublados de montaña que a su vez da paso a una extensa riqueza natural concentrada en varias cascadas y diversidad de flora y fauna que aún no ha sido determinada con estudios a profundidad. La economía de la zona está basada principalmente en la agricultura, ganadería, porcicultura y avicultura. El turismo durante los últimos años se ha convertido en una actividad diversa que está tratando de posesionarse pues los PD y OT de los dos cantones mencionan que cuentan con una variedad de

atractivos turísticos naturales y culturales ubicados principalmente en zonas rurales y que cuentan con un gran potencial para desarrollar actividades de turismo a nivel local en función de la oferta de recreación y de naturaleza que posee el territorio.

En el cantón Pallatanga la actividad turística se da principalmente por la existencia de 11 cascadas siendo una de ellas la más conocida la Tigrera cuya caída de agua es de 30 metros, a esta se suma una planta turística de alojamiento y alimentación que está en potencial crecimiento, se destaca como ofertas principales las proporcionadas por las hosterías Ecovita, El Pedregal y Mishiguayco con una línea de producto vinculada al ecoturismo.

Respecto al cantón Cumandá la actividad turística se da principalmente en el centro de recreación Ecoaventura cuya oferta turística gira en torno a actividades de ecoturismo, agroturismo, senderismo, deportes extremos y gastronomía. En lo referente a planta turística se puede encontrar pocos establecimientos de alojamiento y alimentación principalmente en la cabecera cantonal, sin embargo en los últimos años algunos ranchos y haciendas han venido acondicionándose para la prestación de servicios turísticos pero aún no se encuentran en funcionamiento.

El turismo comunitario en la Ruta Subtropical se evidencia con un único emprendimiento turístico que pertenece a la comunidad Guangashi- La Tigrera perteneciente al cantón Pallatanga. Esta comunidad está ubicada en la zona baja del cantón, ocupando un rango altitudinal de 500 a 2000 msnm, con presencia de pisos climáticos como Montano, Montano alto, Montano alto superior, Montano bajo, Piemontano, Subnival; además por su ubicación esta se encuentra en la zona de transición geográfica entre costa y sierra lo cual ha dado como resultado una amplia diversidad de flora, fauna y recursos hídricos, la comunidad se dedica principalmente a la agricultura y ganadería.

La actividad turística en la comunidad Guangashi – La Tigrera surge en el año 2011 so pretexto del desarrollo de la ruta ecológica San Jorge Bajo auspiciada por el Ministerio de Turismo del Ecuador en esta oferta se incluye a la comunidad promocionando el recorrido a través del Sendero ecológico Guangashi (272 metros lineales), teniendo como atractivo turístico principal la Cascada del mismo nombre con dos caídas de agua y la presencia del río Coco que atraviesa la comunidad y a su vez se constituye en el sistema hídrico para la actividad agrícola de la zona.

Actualmente la comunidad se encuentra recibiendo apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pallatanga para establecer acciones que permita la apertura del emprendimiento.

## **2. Clasificación de las comunidades según su tipología**

Los emprendimientos turísticos comunitarios que forman parte de la oferta turística de la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical se encuentran en diferentes condiciones legales, para su clasificación, se toma como base la propuesta realizada por Ochoa (2012) respecto a la agrupación de emprendimientos de turismo comunitario determinada por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE en su Plan quinquenal (2012), en el cual se menciona la existencia de tres tipologías: consolidadas, en proceso de consolidación y nuevas iniciativas.

### **a. Tipología consolidada**

Son aquellas comunidades legalmente constituidas que trabajan con productos turísticos comunitarios consolidados, cuentan con todos los permisos correspondientes (personería jurídica, registro turístico y la LUAF) que les permiten desarrollar actividades turísticas dentro de su jurisdicción, además se han legalizado como Centro de Turismo Comunitario (CTC) en completo apego a los lineamientos establecidos en el Reglamento General para Centros de Turismo Comunitario (2008).

La legalización de las comunidades como Centro de Turismo Comunitario les permite acceder a varios incentivos entre ellos: ser parte de la oferta turística del país, acceder a la promoción nacional e internacional que realiza el Ministerio de Turismo así como a líneas de crédito público y privado, participar en programas de capacitación y cooperación interministerial.

### **b. Tipología en proceso de consolidación**

Son aquellas comunidades que trabajan con productos y servicios comunitarios, en algunos casos cuentan con los requisitos establecidos en el Reglamento de CTC, pero debido al descuido por parte de los administradores no han podido actualizar los permisos correspondientes y en otros casos pese a cumplir con casi todos los requisitos como: infraestructura necesaria para la prestación de los servicios turísticos, personal de la comunidad capacitada en las diferentes áreas del turismo, los organismos del Estado no han tenido la flexibilidad suficiente para facilitar los permisos y obtener un reconocimiento jurídico y legal.

**c. Nuevas iniciativas**

Son aquellas comunidades que han tenido una visión de articular servicios turísticos en sus comunidades de forma insipiente pero que aún no cuentan con permisos ni autorizaciones correspondientes para constituirse legalmente.

**Tabla 7-4:** Comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical.

CANTÓN	PARROQUIA	UBICACIÓN			COMUNIDAD	NOMBRE DE LA INICIATIVA	SERVICIOS	TIPO
		X	Y	ALTITUD				
Riobamba	Santiago de Calpi	748983	9825369	3.245	La Moya	Casa de las Montañas ( <i>Ñuka Urkukunapak wasi</i> )	Hospedaje Alimentación Guianza Museo Artesanías	Nueva iniciativa
		749835	9825143	3.230	Jatari Campesino	Jatari Campesino	Alimentación Artesanías Danza	Nueva iniciativa
		750668	9819993	3.195	Palacio Real	Sumak Kawsay	Alimentación Guianza Museo Artesanías	Legalmente constituida
Guano	San Andrés	749787	9827748	3.318	Cuatro Esquinas	Cuatro Esquinas	Alimentación Guianza Artesanías	-
Colta	Columbe	754558	9796999	3.357	San Martín Alto	Quinoa Ñan	Hospedaje Alimentación Guianza Artesanías	En proceso de Consolidación
Alausí	Pistishi	735838	9751165	1.830 a 3.000	Tolte	Centro de Turismo Comunitario Tolte – Pistishi	Alimentación Guianza Artesanías Danza Cabalgata Ciclismo Agroturismo	Legalmente constituida
	Alausi (La matriz)	740953	9753056	1.500 a 3.400	Nizag	Operación de Turismo Comunitario Nizag	Hospedaje Alimentación Guianza Danza Artesanías	En proceso de Consolidación
Pallatanga	Zona baja	724255	9776066	1.377	Comunidad Guangashi-La Tigra	Comunidad Guangashi- La Tigra	Guianza Alimentación	-

Nota: Trabajo de investigación, 2017

Se identificaron ocho emprendimientos turísticos comunitarios vinculados a la Ruta del Tren Patrimonial ubicados en los cantones Riobamba, Guano, Colta, Alausí y uno en la Ruta Subtropical en Pallatanga.

Con relación a la tipología de los emprendimientos turísticos comunitarios las comunidades Palacio Real y Tolte son del tipo **consolidada**, es decir que trabajan con productos turísticos comunitarios legalmente constituidos, cuentan con todos los permisos correspondientes y cumplen con todos los lineamientos establecidos en el Reglamento General para Centros de Turismo Comunitario (2008), generalmente la administración es delegada a un coordinador que es elegido anualmente en asamblea general, la operación de los servicios que ofertan, son prestados exclusivamente por los miembros de la comunidad.

Sin embargo a pesar de que las comunidades están legalmente constituidas y tienen actas de asamblea y cuentan con el permiso de la comunidad para el desarrollo de actividades turísticas en el territorio con el correspondiente reconocimiento y los beneficios que genera la actividad para la población local, estos grupos organizativos no tienen una estructura interna de operación turística, siendo este el causal para que no se consolide su oferta.

Mientras que las comunidades Jatari Campesino y la Moya son del tipo **nueva iniciativa**, es decir que han articular servicios turísticos en sus comunidades de forma insipiente, teniendo ofertas aisladas de uno o dos servicios o actividades paralelos como sitios o museos temáticos, senderos ancestrales (comunidad la Moya), servicio de alimentación y presentación del grupo de danza (comunidad Jatari Campesino), pero no cuenta con otras actividades y servicios turísticos estructurados que articulen un producto turístico como tal que integren una oferta más consolidada que pueda llegar hacer competitiva y canalizada al mercado de forma directa o a través de intermediarios.

Pese a ser comunidades reconocidas como tal en actas de legalización territorial, no tienen los permisos correspondientes para ejercer la actividad turística que establece la Ley de Turismo y a la vez no cumplen con todos los lineamientos establecidos en el Reglamento General para Centros de Turismo Comunitario.

Las comunidad San Martín Alto y comunidad Nizag son del tipo en **proceso de consolidación**, están reconocidas legalmente como comunidad pero no han realizado ningún tipo de trámite que les permita la obtención del registro de turismo, la Licencia única anual de funcionamiento y el correspondiente registro de turismo comunitario, por lo tanto a pesar de tener una oferta turística viable y que es

comercializada permanentemente a través de intermediarios del mercado, no está operando legalmente de acuerdo a la norma establecida en la Ley de Turismo para el ejercicio de actividades turísticas facilitadas por comunidades.

Siendo las comunidades Cuatro Esquinas y Guangashi - La Tigrera quienes de acuerdo a los requisitos establecidos en la metodología no pertenece a ninguna tipología, esto se debe a que en el caso de la comunidad Cuatro Esquinas, es una única familia de cinco personas la que presta el servicio de guianza en el museo y atiende la cafetería del tren en la estación Urbina y en la comunidad Guangashi-La Tigrera en la actualidad no se encuentra en funcionamiento y además no cuenta con los permisos correspondientes.

### **3. Caracterización de la situación actual de las comunidades**

La caracterización de la situación actual de las comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial se elaboró mediante la metodología Diagnóstico del territorio propuesta por (Paredes, 2009) para ello considera analizar tres ámbitos que se describe a continuación:

#### **a. Socio demográfico**

**Tabla 8-4:** Ámbito Socio demográfico de las comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical

Cantón	Parroquia	Comunidad	Auto denominación	Población común			Familias vinculadas a turismo			NBI	Migración		Educación	Salud
				Total	Hombres	Mujeres	Núm. Fila.	Hombres	Mujeres		Migración interna	Migración externa		
Riobamba	Santiago de Calpi	La Moya	Indígena	220	100	120	47	4	43	84 %	Quito Riobamba	EE.UU España	U.E. Capitán Geovanny Calles Lascano	Subcentro de salud
		Jatari Campesino	Indígena	292	140	152	35	15	20	84 %	Quito Guayaquil Puyo	España	U.E. Capitán Geovanny Calles Lascano	Subcentro de salud Curandero
		Palacio Real	Indígena	450	220	230	25	5	20	84 %	Quito Guayaquil	España	U.E. Víctor Proaño Carrión	Subcentro de salud
Colta	Columbe	San Martín Alto	Indígena	182	97	85	12	6	6	80 %	Quito Guayaquil Ambato	España	U.E. Doctor Manuel Naula Sagñay	Subcentro de salud Curandero Partera
Alausí	Pistishi	Tolte	Mestizo	335	160	175	22	11	11	60 %	Quito Chunchi	EE.UU España	Una Unidad Educativa	Subcentro de salud
	Alausí (matriz)	Nizag	Indígena	1.800	800	1.000	18	6	12	75 %	Quito Guayaquil Riobamba Machachi	EE.UU España	U.E. Bilingüe	Subcentro de salud Curandero Partera
<b>Total:</b>				3.279	1.517	1.762	159	47	112					

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

De un total de seis comunidades, el 50% se encuentra concentradas en el cantón Riobamba, el 33% en el cantón Alausí y el 17% en el cantón Colta. Con respecto a la auto denominación el 71% cinco comunidades se reconocen como indígenas provenientes de los pueblos antiguos como (Columbis, Calpis o Capac, Cañarís y Puruháes) y el 29% una comunidad se autodenomina mestiza.

De un total de 3.279 personas que se benefician directa o indirectamente de las actividades de turismo relacionadas con la Ruta del Ferrocarril de estas a pesar que en la comunidad Nizag se encuentra la mayor concentración por cantidad de población (1.800), es la comunidad la Moya la que tiene mayor número de familias (47) vinculadas al proceso.

La mayor representatividad en el trabajo relacionado con turismo son las mujeres (112), por cuanto permanecen en mayor cantidad de tiempo en la comunidad y pueden disponer de las actividades que desarrollan comúnmente para participar en cargos administrativos, operativos, lideres, guías, preparación de alimentos, limpieza, elaboración de artesanías, puesto que sus esposos salen a realizar otro tipo de tareas.

En relación a las Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), las comunidades de la Moya, Jatari Campesino, San Martín Alto y Palacio Real son aquellas que tienen una cobertura de necesidades básicas insatisfechas más altas 84% siendo un grave problema que dificulta el desarrollo socio- económico de las comunidades. Pero con los trabajos realizados de forma conjunta entre la población y sus instancias de planificación y organización territorial a través del gobierno parroquial y el rol fundamental que han jugado ciertos actores sociales como el sr. Pierrick Van Dorte con acciones de gestión para encontrar mejoras continuas en las comunidades se ha ido superando esta deficiencia.

La comunidad Nizag a pesar de que está directamente relacionada con la Ruta del Ferrocarril por las cortas distancias, tiene una cobertura de necesidades básicas insatisfechas del (75%) esto se debe específicamente a las dificultades que tienen para trabajar coordinadamente con el gobierno seccional y mejorar la dotación de servicios básicos, sin embargo los recursos económicos que envían por remesas de migrantes hacia la comunidad es lo que ha permitido el desarrollo económico y social de la población, en cambio en la comunidad Tolte no se ha logrado mayor adelanto debido a que la gente se va y no regresa a la comunidad existiendo una deficiencia del (60%) en cuanto a la dotación de servicios básicos.

La migración interna se ve reflejada mayoritariamente a la ciudad de Quito, seguido de la ciudad de Guayaquil ya que siendo ciudades grandes existe mayor cantidad de trabajo en todas

las áreas laborales, mientras que en menor cantidad la población migran a otras ciudades como Riobamba, Puyo, Ambato y Chunchi, por lo general migran a estas ciudades estudiantes y personas que trabajan en el sector de comercio y por la cercanía a sus comunidades.

En cuanto a la migración externa la población viaja principalmente a España, puesto que en un inicio la migración ecuatoriana comenzó a este país debido a los altos salarios que se pagaban a los trabajadores y la facilidad que se tenía para viajar, seguido los Estados Unidos, puesto que este país al tener una de las economías más altas del mundo atrae a personas de todo los rincones y por la existencia de mayor fuentes de empleo.

En lo referente a la educación el 100% de las comunidades cuentan con Unidades Educativas en territorios cercanos o en la cabecera parroquial, cantonal, los niveles de educación que existen son inicial, básica, bachillerato y superior, se debe mencionar que no toda la población estudiantil hace uso de este derecho debido a las largas distancias que recorren para llegar a los establecimientos o en otros casos la baja economía de las familias no les permite estudiar.

En la mayoría de los territorios la infraestructura educativa se encuentra en deterioro y sin uso lo que para la población se ha convertido en disgusto y desacuerdo con el sistema implementado por el gobierno.

En lo concerniente al servicio de salud el 100% de las comunidades cuentan al menos con un subcentro de salud, ubicado en la cabecera parroquial, misma que presta servicios de medicina general, odontología, ginecología entre otros y tan solo el 50% de las comunidades cuentan con atención en medicina tradicional como curanderos y parteras, cabe recalcar que la población prefiere la medicina tradicional y solo en casos de emergencia acuden a los establecimientos de salud.

## b. Socio económico

**Tabla 9-4:** Ámbito Socio económico de las comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical.

Comunidad	Actividad					Otras actividades
	Agrícola	Pecuaria	Destino de la producción		Turismo	
			Venta	Auto consumo		
La Moya	Maíz Papas Alfalfa Melloco	- Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) - Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	30%	70%	- Prestación de servicios turísticos - Elaboración de artesanías en lana de alpaca y llama	Construcción
Jatari Campesino	Maíz Papas Alfalfa	- Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) - Crianza de animales menores (avicultura, cuyes)	30%	70%	- Prestación de servicios turísticos - Elaboración de artesanías en lana de alpaca, llama	Construcción
Palacio Real	Maíz Papas Alfalfa	- Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) - Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	30%	70%	- Prestación de servicios turísticos - Elaboración de artesanías en lana de alpaca, llama	Servicio público en instituciones del Gobierno Construcción Comercio
San Martín Alto	Quinua Cebada Habas Papas	- Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino) - Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	60%	40%	- Prestación de servicios turísticos - Elaboración de artesanías ( faja y en lana de oveja)	Construcción Cargadores en los mercados
Tolte	Aguacate Granadilla Trigo Alfalfa	- Crianza de animales mayores (vacuno, ovino) - Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	70%	30%	- Prestación de servicios turísticos - Elaboración de artesanías enfocadas en el tren	Manufacturera Comercio
Nizag	Trigo Frejol Papas Cebada	- Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino) - Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	30%	70%	- Prestación de servicios turísticos - Elaboración de artesanías (shigras elaboradas con fibra de cabuya)	Comercio Construcción

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

El 100% de las comunidades se dedican a la agricultura en las que se destaca cultivos como el maíz, papas, habas, alfalfa, melloco, quinua, trigo, cebada, seguidos de cultivos como el frejol, tomate, aguacate, arveja y frutas, siendo la actividad agrícola la principal fuente de ingresos y la base de su economía.

Con respecto a la existencia de prácticas ancestrales en la actividad agrícola y pecuaria la población mantienen prácticas ancestrales en la preparación del suelo (yunta, abonado), la siembra y cosecha que es realizada por las personas a mano y con la utilización de herramientas.

La producción pecuaria se da principalmente por la crianza de animales mayores como el ganado vacuno, ovino, porcino, camélidos y la crianza de animales menores como gallinas, cuyes, conejos.

En promedio el 42% de la producción agrícola y pecuaria de todas las comunidades es utilizado para el auto consumo por los hogares. Mientras que en promedio el 58% de todas las comunidades, la producción agrícola y pecuaria es destinada a la venta en los mercados cercanos como Riobamba, Alausí, Cajabamba y Pallatanga.

La actividad turística en las comunidades se da con el propósito de generar fuentes de empleos adicionales que aporten al desarrollo económico de las familias, desde hace varios años han emprendido en esta actividad, siendo la prestación de servicios turísticos (alojamiento, alimentación, guianza, museo), sumado la convivencia con las comunidades y su riqueza patrimonial cultural y natural que cada una de ellas poseen.

Además cinco de las comunidades trabajan en temas de elaboración de artesanías siendo el material común el uso la fibra de lana de alpaca, llama y oveja cuyas artesanías son de tipo utilitaria para las familias y también para la comercialización a través del turismo, solo una comunidad está dedicada al trabajo con fibra de cabuya.

Otras actividades socioeconómicas a las que se dedica la población de las comunidades (5) es la construcción y una al comercio (1), seguido de actividades como servicio público y manufactura.

En alguno de los casos los trabajos son poco pagados debido a la inexistencia de títulos educativos.

**c. Político Administrativo**

**Tabla 10-4:** Ámbito Socio económico de las comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical.

Cantón	Parroquia	Comunidad	Nombre de la iniciativa turística comunitaria	Tipo de organización	Máxima autoridad	Relación con la comunidad	Condición de pertenencia
Riobamba	Santiago de Calpi	La Moya	Casa de las Montañas ( <i>Ñuka Urkukunapak wasi</i> )	Primer nivel	Asamblea comunitaria	Ninguna	De toda la comunidad
		Jatari Campesino	Jatari Campesino	Primer nivel	Directorio	Ninguna	Familias con autorización de la comunidad
		Palacio Real	Sumak Kawsay	Segundo nivel	Asamblea comunitaria	Ninguna	De toda la comunidad
Colta	Columbe	San Martín Alto	Quinoa Ñan	Primer nivel	Asamblea comunitaria	Ninguna	De toda la comunidad
Alausí	Alausí (matriz)	Nizag	Operación de Turismo Comunitario Nizag	Primer nivel	Directorio	Acuerdo	Familias con autorización de la comunidad
	Pistishi	Tolte	Centro de Turismo Comunitario Tolte	Segundo nivel	Asamblea comunitaria	Ninguna	De toda la comunidad

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

Las comunidades que ejercer actividades turísticas están legalmente constituidas como tal en los registros correspondientes. Desde el régimen parroquial las comunidades trabajan en conjunto con los organismos del gobierno que tienen potestad ante las necesidades que se evidencien en las mismas.

Las comunidades con bases legales y democráticas eligen a sus dirigentes mediante asamblea general y voto secreto, los dirigentes elegidos tienen la obligación de velar por el bienestar y desarrollo de la comunidad en los aspectos cultural, ambiental, económica, deportivo, salud entre otros.

Con respecto al tipo de organización el 67% de Los emprendimientos son de primer nivel, es decir que tienen personería jurídica e independencia propia en cuanto a la administración, operación y comercialización de los emprendimientos turísticos.

Mientras que el 33% corresponden al segundo nivel es decir que la administración, operación y comercialización de la oferta turística que poseen son manejados en cierta parte por la Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo y su operadora turística Puruhá Razurku, quienes se encargan de estructurar paquetes de las comunidades para comercializarlos al mercado, además de brindar capacitación en temas turísticos y de ser intermediarios en requerir apoyo técnico, económico en los proyectos existentes en los diferentes organismos públicos y privados nacionales e internacionales, siendo su propósito final el desarrollo socio-económico de las comunidades.

Con relación al poder de mando y toma de decisiones del manejo de los emprendimientos turísticos el 67 % corresponde a la asamblea comunitaria, es decir que la población en su conjunto son participes de la toma de decisiones a favor o en contra en temas referentes al manejo de los emprendimientos, seguido de un 33% cuya máxima autoridad es el directorio por cuanto los emprendimientos comunitarios son manejados por un grupo de personas pertenecientes a las comunidades.

El 67% de los emprendimientos comunitarios son de propiedad comunal, quienes son los dueños legítimos del territorio, infraestructura y bienes muebles e inmuebles en el cual prestan los servicios turísticos, seguido de un 33% que corresponden a un grupo de familias, quienes administran, operan, comercializan la oferta turística existente, pero el territorio, infraestructura y bienes muebles e inmuebles son de propiedad comunal.

#### **4. Caracterización de la oferta turística existente en las comunidades**

La caracterización de la oferta de las comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical se la realizó en función de los elementos del sistema turístico: atracciones y actividades, planta turística, infraestructura, superestructura y producto, esta caracterización se debe a que las comunidades comercializan su oferta sea esta de forma independiente por servicios o a su vez de forma organizada a través de paquetes ya concebidos como un producto turístico como tal.

##### **a. Caracterización de la oferta**

###### **1) Atractivos turísticos**

La información de base corresponde a revisión de información de fuentes secundarias tomadas de los trabajos de titulación de grado: Págalo, 2013; Zúñiga, 2015; Pilco, 2015; Álvarez, 2015; Campi y Mora, 2015; Herrera, 2013; trabajos de maestrías: Díaz, 2016 que han sido realizados para las diferentes comunidades.

Estos datos corresponden a información referencial de los años 2013 al 2017, además de la revisión bibliográfica de Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de las parroquias: Santiago de Calpi, Columbe, Pistishi y el cantón Alausí, información más actualizada que existe respecto a los atractivos turísticos de las comunidades, también se acudió a fuentes primarias mediante salidas de campo a las comunidades.

**Tabla 11-4:** Atractivos turísticos de las comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical.

Sistematización de información: Atractivos turísticos						
Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Comunidad que oferta	Ruta del Tren a la pertenece
Iglesia de Balbanera	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	San Martín Alto	Sendero de los Ancestros (Tren de las Maravillas)
Feria de Cajabamba	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Feria	II	San Martín Alto	Sendero de los Ancestros (Tren de las Maravillas)
Piedra Negra ( <i>Yana Rumi</i> )	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Piedra	I	San Martín Alto	Sendero de los Ancestros
Laguna de Colta	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Laguna	II	San Martín Alto	Sendero de los Ancestros
Nevado Chimborazo	Sitio Natural	Montañas	Nevado	IV	San Martín Alto, La Moya	Sendero de los Ancestros, Tren del Hielo 1
Hieleros del Chimborazo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Histórico	III	La Moya	Tren del Hielo 1
Iglesia la Moya	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	La Moya	Tren del Hielo 1
Muro Inca	Manifestaciones Culturales	Zonas Históricas	Sitio Arqueológica	I	La Moya	Tren del Hielo 1
Sendero Loboñan	Sitio Natural	Realizaciones técnicas y científicas	Sendero	I	La Moya	Tren del Hielo 1
Sendero Inkañan	Sitio Natural	Realizaciones técnicas y científicas	Sendero	I	La Moya	Tren del Hielo 1

Sistematización de información: Atractivos turísticos						
Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Comunidad que oferta	Ruta del Tren a la pertenece
Museo Urkukunapak wasi	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museo	II	La Moya	Tren del Hielo 1
Hacienda Simón Bolívar	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II	Palacio Real	Tren Crucero (Tren a las Nubes)
Museo de la Llama	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museo	II	Palacio Real	Tren Crucero (Tren a las Nubes)
Tejidos con lana de Alpaca y Llama	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Artesanías, Tejidos, Indumentaria	II	Palacio Real	Tren Crucero (Tren a las Nubes)
Gastronomía local	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Comidas y Bebidas Típicas	I	Palacio Real	Tren Crucero (Tren a las Nubes)
Mirador Miraloma	Sitio Natural	Montaña	Cerro	I	Palacio Real	Tren Crucero (Tren a las Nubes)
Sendero de la Llama	Sitio Natural	Realizaciones técnicas y científicas	Sendero	I	Palacio Real	Tren Crucero (Tren a las Nubes)
Estación del Ferrocarril – Sibambe	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras técnicas	II	Nizag, Tolte	Nariz del Diablo

Sistematización de información: Atractivos turísticos						
Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Comunidad que oferta	Ruta del Tren a la pertenece
Mirador Tutsa Loma	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I	Nizag	Nariz del Diablo
Mirador Cándor Puñuna	Sitio Natural	Montaña	Colina	II	Nizag, Tolte	Nariz del Diablo
Camino del Inca	Manifestaciones Culturales	Zonas Históricas	Zona Arqueológica	III	Nizag, Tolte	Nariz del Diablo
Shigra de Cabuya	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Artesanías	II	Nizag	Nariz del Diablo
Mirador el Descanso del Diablo	Sitios Naturales	Montañas	Cerro	I	Tolte	Nariz del Diablo Tren a las Nubes
Gastronomía local	Manifestaciones Culturales	Etnográfica	Comidas y Bebidas típicas	I	Jatari Campesino	Tren del Hielo 1

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

**Tabla 12-4:** Resumen de las características del inventario

Clasificación		Cantidad de atractivos	Porcentaje
Categoría	Manifestaciones culturales	15	63
	Sitio Natural	9	37
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>
Tipo	Históricas	6	25
	Acontecimientos Programados	1	4
	Zonas Históricas	2	8
	Realizaciones técnicas y científicas	5	21
	Etnográfica	4	17
	Ambientes Lacustres	1	4
	Montañas	5	21
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>
Subtipo	Arquitectura Religiosa	2	8
	Arquitectura Civil	1	4
	Histórico	1	4
	Feria	1	4
	Piedra	1	4
	Laguna	1	4
	Gastronomía local	2	8
	Nevado	1	4
	Zona Arqueológica	1	4
	Sendero	3	13
	Museo	2	8
	Artesanías, Tejidos, Indumentaria	2	8
	Cerro	2	8
	Obras técnicas	1	4
	Mirador	2	8
Colina	1	4	
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>
Estado de conservado	Conservado	17	70
	Poco alterado	3	13
	Alterado	4	17
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

**Tabla 13-4:** Categorización de los atractivos

CATEGORIZACIÓN		CANTIDAD DE ATRACTIVOS	PORCENTAJE
Jerarquía	I	10	42
	II	11	46
	III	2	8
	IV	1	4
<b>Total</b>		<b>24</b>	<b>100</b>

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

En su conjunto la Ruta del Tren Patrimonial de acuerdo a las condiciones de la oferta registradas a mayo del 2017 evidencian la existencia de 24 atractivos turísticos de los cuales el 63% corresponden a manifestaciones culturales y el 37% son atractivos naturales. La concentración de atractivos turísticos se encuentran con un 100% vinculados a la Ruta del Tren Patrimonial se debe a que existen mayor número de comunidades en los diversos tramos de la ruta.

De acuerdo a la tipología la mayor concentración de atractivos se evidencia con el 25% correspondiente al tipo histórica, seguido de realizaciones técnicas y científicas con un 21%, el tipo etnográficas con el 17%; en relación a los atractivos naturales el tipo montañas se halla con el 21%.

En relación al estado de conservación de los atractivos a mayo del año 2017: el 70% se encuentran conservados, el 13% poco alterado y el 17% restante se halla alterado; el entorno de los mismos en su mayoría se encuentran en proceso de deterioro.

Las manifestaciones culturales son las que registran un grado de alteración, esto se debe a que la transmisión generacional de la cultura popular se va perdiendo con el pasar de los años, disipando importancia para las generaciones actuales. En el caso de los atractivos naturales la mayoría presentan deficiencias en cuanto a facilidades turísticas y accesibilidad. La jerarquía que alcanzan los atractivos se ve reflejada con un 42% correspondiente a la jerarquía I, seguido del 46% que corresponde a la jerarquía II, el 8% son de jerarquía III y un 4% que alcanzan la jerarquía IV.

Los atractivos turísticos en un 100% se conocen a nivel local, de los cuales un 29% se conoce de alguna forma a nivel provincial y apenas el 13% (4 atractivos) han sido difundidos a nivel internacional, que forman parte de la oferta turista de tour operadoras o agencias de viajes que visitan la provincia de Chimborazo.

En todos los atractivos se realiza una serie de actividades como: caminatas, cabalgatas, degustación de comidas y bebidas, visitas a sitios históricos culturales, recorridos en sistemas agropecuarios, visita a ferias artesanales, locales, fotografía, actividades de interpretación, participación en fiestas y eventos culturales, la actividad principal que resalta entre todas es la convivencia comunitaria.

La línea de producto turístico de las comunidades es el turismo de gestión comunitario, que se complementa con otras modalidades de turismo como: el ecoturismo, turismo de aventura, turismo de salud, agroturismo y turismo cultural.

## 2) Infraestructura

En lo relacionado a infraestructura turística se consideran los cuatro aspectos fundamentales de acuerdo al marco teórico del sistema turístico, que corresponde a servicios básicos, vialidad, conectividad, seguridad y saneamiento. La información referenciada esta trabajada en función de la base de información de las comunidades como tal que se maneja en los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales por cuanto los Panes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se encuentran actualizados al año 2015.

**Tabla 14-4:** Infraestructura de las comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical.

Sistematización de información: Infraestructura													
Comunidad	Agua de consumo		Energía eléctrica		Saneamiento		Recolección y tratamiento de desechos			Telefonía		Infraestructura vial	
	Tipo	% de cobertura	Tipo	% de cobertura	Tipo	% de cobertura	Tipo		% de cobertura	Tipo	% de cobertura	Tipo	% de cobertura
							Orgánico	Inorgánico					
San Martín Alto	Entubada	100	Sistema interconectado	100	Pozo séptico	100	Alimento para animales domésticos	Carro recolector	70	Móvil	40	Asfalto Adoquín Tierra	50 40 10
La Moya	Entubada	100	Sistema interconectado	100	Pozo séptico	100	Alimento para animales domésticos	Quema Entierro	40 60	Móvil	50	Asfalto Tierra	95 5
Jatari Campesino	Entubada	100	Sistema interconectado	100	Pozo séptico	100	Alimento para animales domésticos	Quema Entierro	60 40	Móvil	50	Asfalto	100
Palacio Real	Potable		Sistema interconectado	100	Red publica	100	Alimento para animales domésticos	Quema Entierro	50 50	Móvil Fija	90 10	Asfalto	100
Nizag	Entubada	100	Sistema interconectado	100	Pozo séptico Red publica Letrina	20 70 10	Alimento para animales domésticos Abono para sembríos	Son arrojados en los terrenos baldíos Quema	70 30	Móvil	60	Asfalto Tierra	70 30
Tolte	Potable	100	Sistema interconectado	100	Red publica	100	Alimento para animales domésticos	Carro recolector	100	Móvil Fija	90 10	Adoquín Tierra	70 30

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

Considerando que la infraestructura son los servicios básicos indispensables para el desarrollo económico- social de la población, en las zonas rurales la mayor parte carecen de todos los servicios, esto genera dificultad al momento de la prestación de los servicios turísticos.

El 67% de las comunidades tiene el servicio de agua entubada, es decir que el agua es encausada directamente de las vertientes en tubos, almacenada y distribuida a los hogares, en algunos casos el agua tiene el tratamiento correspondiente y en otros no, siendo esto un problema para la salud de la población, el 33% de las comunidades posee agua potable considerada apta para el consumo humano y la preparación de alimentos.

El 100% de las comunidades cuentan con energía eléctrica del sistema interconectado, servicio que es proporcionado por la Empresa Eléctrica Riobamba S.A., los apagones se presentan ocasionalmente en época de sequía, lluvia y vientos fuertes.

Las comunidades por encontrarse en el área rural carecen de un sistema de alcantarillado que proporcione un servicio adecuado para el tratamiento de las aguas residuales. El 67% de las comunidades eliminan las aguas servidas mediante pozo séptico o letrina y en algunos casos se canalizan directamente a quebradas y ríos cercanos, el 33% restante de las comunidades cuentan con el sistema de alcantarillado de red pública (Palacio Real, Nizag y Tolte).

Con respecto a la recolección y tratamiento de desechos el 100% de las comunidades utilizan los desechos orgánicos como alimento para animales domésticos, mientras que la disposición final de los desechos inorgánicos son: el 42% queman o entierran, el 29% de las comunidades arrojan los desechos a terrenos baldíos y solo el 29% cuenta con el servicio de recolección de basura provisto por el gobierno parroquial (San Martín Alto y Tolte).

El 100% de las comunidades tienen servicio de telefonía móvil, difiriendo su cobertura en porcentajes que van desde 40% a 90% según la comunidad, las operadoras que prestan el servicio son claro y movistar, el servicio de telefonía fija está presente en las comunidades Palacio Real y Tolte, su cobertura es baja de 2% al 10%.

La infraestructura vial de las comunidades tiene diferentes vías de acceso en cuanto a las carreteras, siendo el asfalto la vía de acceso mayoritariamente existente con porcentajes que van desde 50% al 95% de carretera, seguido de caminos de adoquín con porcentajes del 40% al 70% y minoritariamente se encuentra los caminos de tierra con porcentajes del 5% al 10%.

### 3) Planta turística

**Tabla 15-4:** Planta turística de las comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical.

Sistematización de información: Planta turística										
Comunidad	Nombre del emprendimiento	Propietario	Administración	Alojamiento				Alimentos y Bebidas		
				Tipología	# de habitaciones	# total de plazas	Tipo de habitación	Tipología	# Mesas	# total de plazas
San Martín Alto	Quinoa Ñan	Comunitario	Coordinador	Hospedaje familiar	10	20	Doble	Comedor	3	36
La Moya	Casa de las Montañas ( <i>Ñuka Urkukunapak wasi</i> )	Comunitario	Coordinador	Cabaña comunitaria	3	30	Triple	Comedor	10	40
Jatari Campesino	Jatari Campesino	Comunitario	Coordinador					Cafetería	5	20
Palacio Real	Sumak Kawsay	Comunitario	Coordinador					Restaurante	11	32
Nizag	Operación de turismo comunitario Nizag	Comunitario	Coordinador	Cabaña comunitaria	1	9	Múltiple	Comedor	5	20
				No está en funcionamiento				Cafetería	5	25
Tolte	Centro de turismo comunitario Tolte- Pistishi	Comunitario	Coordinador					Cafetería	8	45
<b>Total:</b>					14	59			42	209

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

### **a) Alojamiento**

Tres comunidades ofrecen el servicio de hospedaje, la oferta es variada en cuanto a calidad y precio y está dirigida a la demanda nacional e internacional.

De acuerdo a su tipología dos comunidades corresponden a cabaña comunitaria y una a hospedaje familiar. En total existe una oferta de 59 plazas con un total de 14 habitaciones. La comunidad San Marín Alto prestan el servicio permanentemente y las comunidades Nizag y la Moya lo hacen esporádicamente, la oferta en cuanto a los precios se encuentran desde los \$15,00 dólares hasta los \$25,00 por pax por noche incluido o no el desayuno. Cabe recalcar que el servicio de hospedaje ofertado es de manera independiente o a la vez están incluidos en productos comunitarios como tal, esto va a depender de la forma de comercialización de los servicios y actividades que ofertan las comunidades, siendo la venta del servicio mediante reservación a través de intermediarios o directamente.

Los establecimientos de hospedaje son de propiedad comunal, administrados por un coordinador elegido por asamblea general anualmente, esta persona es el encargado de dirigir la operación, venta y comercialización del servicio.

La comunidad San Martín Alto ofrece el servicio de hospedaje exclusivamente en una habitación acondicionada con un baño individual que pertenece a una familia de la comunidad, llegando a ser en su totalidad 10 familias que prestan este servicio, por lo general las instalaciones se encuentran en buenas condiciones y cada una tiene su propio estilo, los muebles se encuentran en buenas condiciones, referente a la limpieza y blancos de las habitaciones cada familia es la responsable.

El servicio de alimentación, guianza, actividades culturales entre otros, están a cargo de un coordinador, para esto cuentan con un comedor y una sala de eventos, el personal en igualdad de género trabaja en todas las áreas y su forma de operación es por turnos cada mes.

Esta comunidad al encontrarse en el medio rural tiene deficiencias al acceso de servicios básicos como: saneamiento, telefonía fija y móvil dificultando la prestación del servicio de una u otra manera, además cuenta con varios servicios complementarios como: canchas deportivas, parqueadero, juegos infantiles y salones de eventos.

La comunidad Nizag ofrece el servicio en una cabaña comunitaria, razón por la cual el servicio se da en una habitación grande con baño compartido, los muebles utilizados se encuentran en

deterioro, el personal que atiende el servicio son personas que forman parte del emprendimiento siendo estos en su mayoría mujeres que están distribuidas en el área de cocina, guianza, artesanías, limpieza, también cuenta con servicios complementarios como: canchas deportivas, parqueadero, salones de eventos entre otros.

La ubicación de la comunidad Nizag ha permitido que los gobiernos seccionales mejoren y proporcionen los servicios básicos, siendo en minoría el servicio de saneamiento, el único que hasta la actualidad es deficiente.

La comunidad la Moya ofrece el servicio en una cabaña comunitaria divididas en tres habitaciones que incluye un baño compartido en cada una de ellas, el estilo es propio de la zona, el personal que atiende el servicio son personas de la comunidad y están distribuidos en el área de cocina, guianza, artesanías y limpieza siendo su forma de operación por turnos, mayoritariamente los cargos son realizados por mujeres, además tiene servicios complementarios a su oferta como: canchas deportivas, parqueadero y salones de eventos.

La ubicación de la comunidad en una zona rural ha sido motivo para la deficiencia de servicios básicos por cuanto carecen de un sistema de saneamiento, telefonía, recolección y tratamiento de desechos que dificultan la prestación del servicio turístico de manera óptima.

## **b) Alimentación y bebidas**

Todas las comunidades ofrecen el servicio de alimentación y bebidas, de las cuales cuatro están enfocados a la prestación única de este servicio y tienen una oferta variada en cuanto a platos tradicionales, precio y está dirigida a la demanda nacional, internacional y local.

De acuerdo a su tipología, tres comunidades corresponden al tipo comedor, tres al tipo cafetería y una al tipo restaurante. En total existe una oferta disponible de 209 plazas distribuidas en 6 establecimientos, los precios se encuentran: en desayunos desde los \$3,00 hasta los \$5,00; en almuerzos desde los \$5,00 hasta los \$6,00; en cenas desde los \$5,00 hasta los \$7,00 y en bebidas desde los \$2,00 hasta \$4,00.

El servicio de alimentos y bebidas ofertado es de manera independiente o a la vez están incluidos en productos comunitarios como tal, esto va a depender de la comercialización de los servicios y actividades que ofertan las comunidades pudiendo ser la venta del servicio mediante reservación, a través de intermediarios o directamente.

Tres comunidades Palacio Real, San Marín Alto y Tolte tienen demanda turística permanentemente y las comunidades Nizag, la Moya y Jatari Campesino esporádicamente.

La comunidad Palacio Real cuenta con todas las instalaciones necesarias para ofrecer el servicio entre las cuales están un espacio amplio y cómodo decorado con un estilo propio de la zona, equipado con dos baños para hombres y mujeres, cuentan con capacidad para 30 comensales, la vajilla y utensilios de cocina se encuentran en buen estado, el personal que atiende el servicio son personas de la comunidad quienes están encargadas de la preparación del menú, se debe mencionar que con la apertura del establecimiento turístico, el personal fue capacitado en la preparación de alimentos por estudiantes de instituciones como: la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y Universidad Nacional de Chimborazo, pero en la actualidad ninguna de las personas que se encuentran prestando el servicio ha sido capacitada.

El distintivo de su gastronomía es la preparación de fritada de llama con arroz de quinua y chicha de quinua, plato tradicional que se ha convertido en un plus para atraer a los turistas, además cuentan con un menú variado de menús y bebidas.

Dos comunidades ofrecen el servicio de cafetería, en el caso de Jatari Campesino presta el servicio exclusivamente a los turistas que llegan a través del convenio realizado con Ferrocarriles del Ecuador, motivo por el cual solo abre los fines de semana.

Con relación a la infraestructura los establecimientos cuentan con todas las instalaciones necesarias para ofrecer el servicio, un espacio amplio equipado con dos baños uno para hombres y otro para mujeres, cuentan con capacidad para 20 comensales la vajilla y los utensilios de cocina se encuentran en buen estado, la operación del lugar está a cargo de una coordinadora quién vigila la correcta preparación de los alimentos, en la actualidad el personal no está capacitado y únicamente se prepara alimentos de conocimiento propio.

Su oferta se centra en la elaboración de alimentos tradicionales como: habas con queso y chulpi, maíz de dulce, maíz de sal, empanadas de quinua, humas, variedad de té, la chicha de jora, canelazo, jugos hechos a base de frutas provenientes de huertos orgánicos como el tomate de árbol, mora y babaco entre otros.

En el caso de la comunidad Tolte su única oferta es la prestación del servicio de alimentos y bebidas en cafetería Nariz del Diablo, su nombre se debe a la ubicación del establecimiento.

La infraestructura se encuentra en excelentes condiciones entre las cuales están un espacio amplio y cómodo equipado con tres baños para hombres, mujeres y personas discapacitadas.

La capacidad es para 45 comensales, los utensilios de cocina se encuentran en buen estado, la operación del lugar está a cargo de un coordinador quién vigila el buen funcionamiento del emprendimiento, el personal se encuentra capacitado hasta la actualidad.

Su oferta gastronómica es amplia teniendo una gran variedad de platos tradicionales como: papas con cuy, puré de zanahoria con salsa de zapallo, habas con queso y chulpi, variedad de cremas: habas, quinua, maíz, espinaca, jugos hechos a base de frutas provenientes de huertos orgánicos como el tomate de árbol, mora, babaco y menús bajo reservación.

Las comunidades San Martín Alto, la Moya y el comedor propiedad de la comunidad Nizag cuentan con el servicio de alimentos y bebidas en la tipología comedor, en algunos casos está incluida en el producto turístico comunitario como tal y en otros se vende de forma independiente.

Las instalaciones en general se encuentran en buenas condiciones a excepción de Nizag, cada una tiene su propia decoración, los espacios son cómodos equipados con dos baños para hombres y mujeres, la capacidad para los comensales va a depender del establecimiento encontrando desde 16 plazas hasta 40, los utensilios de cocina se encuentran en buen estado, la operación del servicio por lo general está a cargo de un coordinador quien es el encargado de vigilar el buen funcionamiento del lugar.

Los productos mayormente son propios de cada zona, para la preparación de alimentos el personal está capacitado lo que permite obtener una gran variedad de platos en los que se destaca: papas con salsa de quinua, asado de borrego, filete de pollo, empanadas de quinua y maíz, humas, variedad de menús y bebidas.

#### 4) Superestructura

**Tabla 16-4:** Superestructura de las comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical.

<b>Institución</b>	<b>Roles</b>	<b>Ámbito de intervención</b>	<b>Intereses en el territorio</b>	<b>Conflictos potenciales</b>
<b>1. Gobierno autónomo descentralizado provincial de Chimborazo</b>	1.1 Desarrollo de proyectos de manejo de recursos naturales, sectores productivos, salud, infraestructura social y turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos naturales</li> <li>- Proyectos productivos</li> <li>- Servicios básicos</li> <li>- Infraestructura social y turística</li> <li>- Salud</li> <li>- Turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilitar infraestructura turística</li> <li>- Mejorar vías de acceso</li> <li>- Manejo de recursos naturales</li> <li>- Valoración de la visión andina</li> <li>- Profesionalización sector turístico</li> <li>- Convenio tripartito entre MINTUR – MAE y HCPC para la formación de guías naturalistas.</li> <li>Regulan: Ordenanzas para la gestión del turismo comunitario</li> <li>- Diseño de nuevos productos turísticos</li> </ul>	Descoordinación en el cumplimiento de acciones en el área de turismo comunitario
<b>2. Gobierno autónomo descentralizado de Riobamba, Alausí, Colta, Guamote</b>	2.1 Planificar, programar y proyectar las obras públicas 2.2 Mejorar los servicios públicos 2.3 Formación de capacidades a través de capacitación a la colectividad 2.4 Apoyar a la población local en diferentes proyectos de salud, educación y Turismo	Obras públicas Servicios públicos Salud Educación Turismo Facilitar infraestructura turística	Capacitación en el área turística Mejorar servicios básicos agua potable alcantarillado y vías de acceso. Señalética turística junto con el MINTUR	Intereses institucionales con un fin protagónico
<b>3. Dirección de turismo Riobamba (GADMR)</b>	3.1 Elaborar un Plan de Desarrollo de Destino Turístico del cantón Riobamba, a través del fortalecimiento de la cadena de valor turístico, estrategia de comunicación y promoción turística y la creación de rutas y productos turísticos	Desarrollo del turismo Promoción turística Catastro turístico dl cantón	Promoción de atractivos turísticos Promoción de emprendimientos comunitarios Promoción de bienes patrimoniales materiales e inmateriales	Ninguno
<b>4. Ministerio de turismo regional sierra centro (MINTUR)</b>	4.1 Dinamizar la actividad turística local a través de la generación del empleo y el incremento de ingresos, en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población. 4.2 Fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para alcanzar la eficiencia y eficacia de la actividad.	Promoción Capacitación Financiamiento para la ejecución de proyectos turísticos Marco legal del turismo	Promoción de rutas turísticas Capacitación en el área turística (alojamiento, alimentación) Capacitación en guías naturalista y nativos. Financiamiento para la ejecución de proyectos turísticos, proyectos Infraestructura, señalización, equipamiento, cursos de emprendimiento para la formación de microempresas.	Intereses institucionales

Institución	Roles	Ámbito de intervención	Intereses en el territorio	Conflictos potenciales
<b>5. Ministerio del Ambiente distrito regional 6 (MAE)</b>	5.1 Diseñar las políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. 5.2 Propone y define las normas para conseguir la calidad ambiental adecuada, con un desarrollo basado en la conservación y el uso apropiado de la biodiversidad y de los recursos con los que cuenta nuestro país.	Biodiversidad Calidad ambiental Manejo de cuencas hídricas Ecosistemas	Manejo de cuencas hídricas y de ecosistemas Capacitación a guías naturalistas Apoyo a las comunidades y organizaciones de segundo grado para fortalecer el trabajo de co-manejo de la RPFCH. Impulsar acciones para desarrollar el turismo comunitario con las comunidades locales.	Descoordinación en el cumplimiento de acciones en el área de reforestación y manejo ambiental
<b>6. Ministerio de cultura dirección de cultura de Chimborazo</b>	6.1 Ejerce la rectoría de las políticas públicas culturales y del sistema nacional de Cultura; garantiza el ejercicio de los derechos culturales e incide en la integración simbólica del Ecuador y en el cambio cultural de la sociedad basado en la interculturalidad, contribuyendo a la materialización del Buen Vivir.	Fortalecer la identidad Promover la diversidad de las expresiones culturales Salvaguarda la memoria social y el patrimonio cultural	Fortalece la identidad Nacional Protege la diversidad de las expresiones culturales Incentiva la libre creación artística y la producción de bienes y servicios culturales Protege el patrimonio cultural	Ninguno
<b>7. Ministerio de inclusión económica y social (MIES)</b>	7.1 Es el organismo responsable de formular, dirigir y ejecutar la política estatal en materia de protección de menores, mujeres, jóvenes, ancianos personas discapacitadas, indígenas y campesinos	Alimentación Vivienda Salubridad Desarrollo social	Impulsar proyectos de soberanía alimentaria, ambiental, cultural y territorialidad Estructuración Cadenas de valor	Descoordinación
<b>8. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)</b>	8.1. Formar profesionales competentes y brindar una educación de calidad	Educación científica y tecnológica	Capacitación y profesionalización en área del turismo comunitario Investigaciones mediante prácticas y tesis en los territorios comunitarios con potencial turísticos	Ninguno
<b>9. Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH)</b>	9.1 Formación de profesionales con una sólida formación científica, técnica y humanística	Educación científica y tecnológica	Capacitación en área turística Investigaciones mediante prácticas y pasantías en los territorios comunitarios con potencial turístico	Ninguno
<b>10. Maquita Coshuchik</b>	10.1. Promover circuitos y redes sostenibles y equitativas con incidencia social, en favor de las familias vulnerables del Ecuador, produciendo y comercializando comunitariamente con innovación, tecnología, rentabilidad y calidad de productos y servicios para	Turismo Agricultura Productos Servicios	Acciones de liderazgo para promover el desarrollo socio- económico local Desarrollo en gestión por competencias Liderazgo y gestión organizativa y productiva Capacitación y asistencia técnica en sistemas agro productivos sostenibles	Ninguno

Institución	Roles	Ámbito de intervención	Intereses en el territorio	Conflictos potenciales
	mercados nacionales e internacionales.			
<b>11. Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador (FEPTCE)</b>	11.1 Promover y fortalecer las iniciativas de turismo comunitario en el Ecuador	Fortalecimiento organizativo Patrimonio natural y cultural Producto turístico Promoción y comercialización de los productos turísticos	Apoyo al fortalecimiento organizativo de la CORDTUCH Apoyo en el marco legal Promoción y comercialización de los productos turísticos de la CORDTUCH	Descoordinación en el cumplimiento de acciones en el área turística
<b>12. Gobierno autónomo descentralizado parroquial de Santiago de Calpi, Columbe, Pistishi, la matriz,</b>	12. 1 Desarrollar actividades productivas para articular las comunidades que integran la parroquia	Políticas turísticas Planificación turística Coordinación turística Regulación y Norma Turística Promoción turística Infraestructura básica Vialidad Salud	Planificación y coordinación con el gobierno provincial y cantonal Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente	Interés político y protagónico

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

Entendido el territorio con una visión de sistema, en la provincia de Chimborazo se encuentran presentes 12 organismos de los sectores: público, organizaciones no gubernamentales y comunitarias, que trabajan en procesos de planificación, implementación y gestión, vinculados en diferentes ejes para el fortalecimiento del turismo comunitario.

Para los organismos públicos el turismo es un factor clave en el mejoramiento de la calidad de vida de la población en donde se desarrolla o se podría desarrollar actividades turísticas, siendo ellos los encargados en definir y armonizar un conjunto de normas y criterios que regulan la forma operativa del sector, consiguiendo encontrar al sector turístico de forma exclusiva, compartida e integrada con otros sectores económicos.

Por una parte los ministerios tienen injerencia directa en los territorios donde se desarrolla actividades turísticas, más aun en los territorios comunitarios, el ministerio de turismo que interviene en aspectos como la promoción, capacitación, asistencia técnica, señalización y señalética turística, levantamiento de información relacionada a los sitios turísticos de la provincia; el ministerio del ambiente que apoya a las comunidades brindando capacitaciones en temas de manejo de ecosistemas, cuencas hídricas e impulsa acciones para desarrollar el turismo comunitario como la capacitación a guías naturalistas; el ministerio de cultura que de manera indirecta se inmiscuye en el sector turístico, trabajando para fortalecer la identidad de los pueblos, protege el patrimonio cultural de los territorios, así como el ministerio de inclusión económica y social impulsa proyectos en temas ambientales, cultural para fortalecer las cadenas de valor en el país. En cuanto a los Gobiernos Autónomos Descentralizados cantonales solo unos pocos han expedido ordenanza que apoyan al sector turístico (Fondo de desarrollo turístico del cantón Alausí), (Ordenanza para la regulación de actividades de turismo sostenible del cantón Colta), (Ordenanza de turismo de la municipalidad de Riobamba), notándose la falta de interés en el sector turístico por parte de las autoridades.

Los organismos no gubernamentales son los que mayormente intervienen en las comunidades, financiando proyectos productivos en el área de salud, educación, agrícola, turística, cultural, científica entre otros, convirtiéndose en un soporte que ayuda al mejoramiento y sustentabilidad de los productos turísticos.

Por otra parte la CORDTUCH como organización comunitaria, impulsa el desarrollo integrado de las comunidades a través de la generación de actividades alternativas como la prestación de servicios y actividades turísticas y que además trabaja en la gestión de recursos técnicos, económicos para la mejora en la calidad de los servicios turístico.

## 5) Producto turístico

**Tabla 17-4:** Productos turístico de las comunidades que realizan turismo vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial y Ruta Subtropical.

Sistematización de información: Producto turístico										
Nombre del emprendimiento	Líneas del producto	Producto/ Subproducto/Servicios independiente	Duración	Precio por pax			Atractivos turísticos	Actividades turísticas	Canales de mercado	Medios de difusión
				2-3	4-9	+10				
Quinoa Ñan	- Turismo comunitario - Turismo cultural - Agroturismo - Ecoturismo	<b>Producto</b> <b>Oferta integrada:</b> (Paquete) Sendero de la Quinoa	3noches / 4días	\$80	\$75	\$70	- Iglesia de Balvanera - Feria de Cajabamba - Piedra Negra (yana rumi) - Laguna de Colta - Plato con salsa de quinua - Nevado Chimborazo	- Participación en la siembra o cosecha de productos andinos - Esquila de ovejas - Participación en el harrado del terreno con la yunta - Participación en el ordeño de vacas - Visita a granjas agrícolas y criadero de animales andinos (cuy, conejo) - Visita a lugares importantes de la comunidad ( el ultimo tejedor se fajas y mirador) - Visita a lugares históricos del cantón Colta	<b>Canal indirecto:</b> Operadora de turismo Sara urku Operadora de turismo Latitud cero	- Folletos - Catálogos - Difusión a través de páginas web - Ferias
Operación de Turismo Comunitario Nizag	- Turismo comunitario - Turismo cultural - Turismo de deportes	<b>Producto</b> <b>Oferta integrada:</b> (Paquete) Churipungo opción 1 Churipungo opción 2	1noche/ 2 días  1 noche/ 2 días	\$100	\$70	\$60  \$60	- Estación del Ferrocarril – Sibambe - Mirador Tutsa Loma - Mirador Cóndor	- Noche cultural de integración - Recorrido por el camino del inca - Recorrido en bicicleta - Intercambio de experiencias - Noche cultural de integración - Vista al mirador natural Nariz	<b>Canal indirecto:</b> Operadora Puruhá Razurku	- Folletos - Difusión a través de páginas web - Difusión a través de medios de

Sistematización de información: Producto turístico										
Nombre del emprendimiento	Líneas del producto	Producto/ Subproducto/Servicios independientes	Duración	Precio por pax			Atractivos turísticos	Actividades turísticas	Canales de mercado	Medios de difusión
				2-3	4-9	+10				
		Churipungo opción 3	2 noches/3 días	\$137	\$107	\$95	Puñuna - Camino del Inca - Mirador del Descanso del Diablo - Shigra de cabuya	del Diablo - Recorrido en bicicleta - Intercambio de experiencias - Visita talleres artesanales - Noche cultural de integración - Vista por la parte alta de Nariz del Diablo - Recorrido en bicicleta - Almuerzo campestre - Recorrido por el camino del inca - Intercambio de experiencias - Visita talleres artesanales		prensa - Poster - Guías de turismo - Ferias
		Nizag: Cultura y tradición	1 día	\$42	\$31	\$27		- Recorrido por unidades productivas, huertos familiares, piscinas de truchas, corte de caña de azúcar, vista al trapiche - Vista al río Zula - Visita a talleres artesanal		
		<b>Servicios independientes en la Estación del Tren:</b>								
		- Danza	15 minutos				- Estación del Ferrocarril	- Recorrido y compra de artesanías	<b>Canal directo:</b>	- Difusión a través de páginas web
		- Artesanías	10				- Mirador Cóndor	- Observación y participación de danza	<b>Canal</b>	- Difusión por

Sistematización de información: Producto turístico										
Nombre del emprendimiento	Líneas del producto	Producto/ Subproducto/Servicios independientes	Duración	Precio por pax			Atractivos turísticos	Actividades turísticas	Canales de mercado	Medios de difusión
				2-3	4-9	+10				
			minutos				<ul style="list-style-type: none"> <li>Puñuna</li> <li>- Mirador del Descanso del Diablo</li> </ul>	- Fotografía	<b>indirecto:</b> Tour Operadora Maquita Cushunchic	parte de instituciones publicas - Difusión por Empresa de Ferrocarriles Ecuador - Folletos
Centro de turismo comunitario Tolte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turismo comunitario</li> <li>- Turismo cultural</li> <li>- Turismo de deportes</li> </ul>	<b>Producto Oferta integrada:</b> (Paquete) “Pistishi desde adentro”  “Pistishi desde afuera”	30 minutos  45 minutos				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estación del Ferrocarril – Sibambe</li> <li>- Mirador Tutsa Loma</li> <li>- Mirador Cóndor</li> <li>- Puñuna</li> <li>- Camino del Inca</li> <li>- Mirador del Descanso del Diablo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se conoce la forma de vida de las familias</li> <li>- Caminata por senderos con guías capacitados en temas agrícolas, plantas medicinales y frutales</li> <li>- Recorrido y compra de artesanías</li> <li>- Interpretación ambiental</li> <li>- Deportes extremos</li> <li>- Recorrido en bicicleta</li> <li>- Recorrido a caballo con guías nativos</li> <li>- Recorrido y compra de artesanías</li> </ul>	<b>Canal directo:</b>  <b>Canal indirecto:</b> Tour Operadora Maquita Cushunchic	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difusión a través de páginas web</li> <li>- Catálogos</li> <li>- Firma de acuerdos</li> <li>- Presentación de la oferta turística y logotipos de las comunidades en catálogos generales del país o de destinos internacionales</li> </ul>

Sistematización de información: Producto turístico										
Nombre del emprendimiento	Líneas del producto	Producto/ Subproducto/Servicios independiente	Duración	Precio por pax			Atractivos turísticos	Actividades turísticas	Canales de mercado	Medios de difusión
				2-3	4-9	+10				
		“La estación”	1 hora con 30 minutos					<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recorrido al mirador Descanso del Diablo para observar la Nariz del Diablo y la Estación de Sibambe</li> <li>- Caminata por senderos con guías capacitados en temas agrícolas, plantas</li> <li>- Deportes extremos</li> <li>Recorrido en bicicleta</li> <li>- Recorrido y compra de artesanías</li> <li>- Almuerzo</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difusión por parte de gobiernos locales</li> <li>- Guías de turismo</li> <li>- Elaboración de material audiovisual como DVD – CD</li> <li>- Ferias</li> </ul>
Sumak kawsay	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Turismo cultural</li> <li>- Ecoturismo</li> </ul>	<b>Producto Oferta integrada:</b> (Paquete) - Recorrido de la Llama	1 día	\$30	\$25	\$20	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hacienda Simón Bolívar</li> <li>- Museo de la Llama</li> <li>- Tejidos con lana de Alpaca y Llama</li> <li>- Fritada con carne de Llama</li> <li>- Mirador Miraloma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretación, cosmovisión entorno a la llama</li> <li>- Visita al Museo de la llama</li> <li>- Visita y compra a la tienda de artesanías</li> <li>- Practica artesanal</li> <li>- Gastronomía: Fritada de llama con arroz de quinua</li> <li>- Interpretación sobre plantas medicinales</li> <li>- Interpretación sobre la Hacienda Simón Bolívar</li> </ul>	<b>Canal directo:</b>  <b>Canal indirecto:</b> - Ferrocarriles de Ecuador Empresa Publica - Operadora Puruhá Razurku	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Difusión a través de páginas web</li> <li>- Presentación de la oferta turística y logotipos en catálogos generales del país o de destinos internacionales</li> </ul>

Sistematización de información: Producto turístico										
Nombre del emprendimiento	Líneas del producto	Producto/ Subproducto/Servicios independientes	Duración	Precio por pax			Atractivos turísticos	Actividades turísticas	Canales de mercado	Medios de difusión
				2-3	4-9	+10				
		<b>Servicio independiente:</b> - Alimentación - Museo	- -	\$5 \$1,50					- Difusión a través de medios de prensa: - Difusión por parte de instituciones publicas - Guías de turismo - Folletos	
Casa de las Montañas (Ñuka Urkukunapak wasi)	- Turismo comunitario - Turismo cultural - Turismo de naturaleza o ecoturismo	<b>Servicios independientes:</b> - Hospedaje - Alimentación - Museo - Artesanías	Una noche 1 hora 1 hora 20 minutos	\$15 \$6 \$1 -		- Nevado Chimborazo - Hieleros del Chimborazo - Iglesia la Moya - Muro Inca - Museo Senderos: - Loboñan - Inkañan - Ruta de los hieleros	- Interpretación en el museo sobre la vida de los habitantes de la Moya - Visita interactiva sobre la historia de los hieleros de la comunidad - Interpretación sobre espacios sagrados (wakas) - Gastronomía Menú tradicional: melloco, habas, maíz entre otros. Recorridos por los senderos donde se conoce sitios - Observación de flora y fauna nativa.	<b>Canal directo:</b> Página web  <b>Canal indirecto:</b> - Ferrocarriles de Ecuador Empresa Publica	- Difusión a través de páginas web - Difusión a través de medios de prensa - Difusión por parte de gobiernos locales - Guías de turismo - Ferias	

Sistematización de información: Producto turístico										
Nombre del emprendimiento	Líneas del producto	Producto/ Subproducto/Servicios independientes	Duración	Precio por pax			Atractivos turísticos	Actividades turísticas	Canales de mercado	Medios de difusión
				2-3	4-9	+10				
								- Interpretación del patrimonio material		
Jatari Campesino	- Turismo comunitario - Turismo cultural	<b>Servicios independientes:</b> - Alimentación y bebidas - Danza - Museo - Artesanías	40 minutos 15 minutos 10 minutos 10 minutos	\$1,50			Museo Gastronomía - Canelazo - Chicha de jora - Maiz de dulce	- Observación de la danza de niñas de la comunidad Jatari Campesino - Visita al museo - Visita y compra de artesanías	<b>Canal indirecto:</b> - Ferrocarriles de Ecuador Empresa Publica	- Guías de turismo - Ferias - Poster - página web

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

Las comunidades que están insertas en la actividad turística vinculado a la Ruta del Tren Patrimonial han logrado enlazar el turismo comunitario con otras modalidades de turismo como: ecoturismo o turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo de deportes, agroturismo, medicina ancestral entre otros.

El 67% (4) de las comunidades evidencian la existencia de una programación de viajes, es decir que la oferta está basada en una estructura técnica de producto que se comercializan a través de paquetes, en la que contienen servicios todo incluido a excepción del sistema de transporte en algunos casos en particular, vinculando hospedaje, alimentación, transporte, guianza por tiempos referenciales y con precios diferentes por tamaños de grupo, el tiempo de duración va a depender de la programación de viaje que varía entre dos a tres días.

Mientras que el 33% (2) de las comunidades venden servicios turísticos de manera independiente siendo los más comercializados el servicio de alimentación, seguido de hospedaje, guianza, museo y souvenir como: artesanías, el tiempo de estadía va a depender de la cantidad de servicios adquiridos siendo estos por lo general de 30 minutos a un día.

#### **a) Viajes programados**

Cuatro comunidades comercializan la oferta mediante viajes programados (paquetes), por lo general se ofrece un conjunto de atractivos que en su mayoría se encuentran en la tipología de manifestaciones culturales y en menor cantidad sitios naturales que existen en los territorios, entre los más representativos se encuentran: el nevado Chimborazo, visita a lugares históricos de interés local y nacional, degustación gastronómica, prácticas ancestrales y convivencia con la comunidad, las actividades que se incluyen están en función de la cotidianidad de la población siendo por lo general el conocimiento de sus prácticas ancestrales en temas agrícolas, pecuarios, conocimiento sobre su forma de vida respecto a su vestimenta, idioma, costumbres, tradiciones, leyendas, mitos, interpretación sobre plantas medicinales, observación de danzas tradicionales, observación de flora y fauna, recorridos por senderos.

Los servicios incluidos son hospedaje, alimentación, guianza, transporte, la duración de los paquetes por lo general se encuentran desde un día hasta los cuatro días.

Los precios con relación a los paquetes se encuentran de 2 a 3 personas desde los \$30,00 dólares hasta los \$137,00 dólares; de 4 a 9 personas desde los \$25,00 dólares hasta los \$70,00 dólares; más de 10 personas desde los \$20,00 dólares hasta los \$60,00 dólares.

Con referencia a los canales de promoción existen dos modalidades en el país (directa e indirecta).

De manera directa que se realiza por medio de páginas web con información relacionada con los sitios de visita, actividades y servicios, precios, contactos y accesibilidad, estas páginas web en algunos casos son actualizadas permanentemente y en otros se encuentran desactualizados.

Instituciones públicas y gobiernos locales forman parte de la difusión turística que lo hace a través de catálogos del país, provincia o parroquia, elaboración de guías turísticas, folletos, apertura a ferias, páginas web.

El Ministerio de turismo en estos últimos años ha incrementado campañas publicitarias en medios de comunicación a través de la prensa escrita, quienes promocionan y difunden mediante artículos, organiza conferencia turísticas especializadas con la participación de operadoras nacionales para que conozcan el perfil del turista nacional e internacional, preferencias de destinos, planificación de viaje, productos, paquetes con el propósito de crear alianzas entre la industria turística nacional e internacional.

El canal indirecto hace referencia a los intermediarios siendo estas tour operadoras y agencias de viajes, quienes juegan un papel importante en la comercialización de los productos turísticos comunitarios, los medios utilizados son la firma de acuerdos mediante la definición de comisiones, establecimiento de plazos y prestación de servicios independientes o complementarios o a su vez como producto.

Las comunidades San Martín Alto, Palacio Real, Nizag y Tolte con el propósito de buscar nuevos enlaces en el mercado y elevar sus ventas han establecido alianzas de negocio con las operadoras turísticas como: Sara urku, Latitud cero, Puruhá razurku, Maquita Cosunchic que promocionan, difunden y comercializan los productos por medio de folletos, guías de turismo, trípticos, páginas web, ferias, estos medios permiten dar a conocer las actividades, servicios, precios y paquetes turísticos a cambio de una comisión a la empresa.

## **b) Servicios independientes**

Dos comunidades comercializan su oferta mediante servicios independientes siendo el más vendido el servicio de alimentación seguido de los servicios de hospedaje, guianza y actividades como: visita a museos, artesanías, danza y deportes, teniendo una duración que va desde los 15 minutos hasta ocho horas, las actividades que ofertan son: interpretación sobre la cosmovisión de cada una de las comunidades, interpretación sobre plantas medicinales, interpretación sobre lugares históricos y observación de danzas tradicionales.

Los precios en el servicio de hospedaje se encuentran desde los \$15,00 dólares hasta los \$25,00 por noche y por pax, la guianza tienen precios diferenciados y este va a depender el tiempo que el guía sea contratado.

Referente al servicio de alimentación los precios se encuentran: en desayunos desde los \$3,00 hasta los \$5,00; en almuerzos desde los \$5,00 hasta los \$6,00; en cenas desde los \$5,00 hasta los \$7,00 y en bebidas desde los \$2,00 hasta \$4,00; el cobro de la entrada a museos se encuentran a \$1,50 por persona.

Con referencia a los canales de promoción, existen dos modalidades (directa e indirecta), de manera directa se realiza por medio de páginas web con información relacionada con los sitios de visita, actividades y servicios, precios, contactos y accesibilidad, estas páginas web en algunos casos son actualizadas permanentemente y en otros no.

Por otra parte instituciones públicas y gobiernos locales forman parte de la difusión turística que lo hacen a través de catálogos del país, provincia o parroquia, elaboración de guías turísticas, folletos, apertura a ferias, el Ministerio de turismo en estos últimos años ha incrementado campañas publicitarias en medios de comunicación a través de la prensa escrita, quienes promocionan y difunden mediante artículos.

El canal indirecto hace referencia a los intermediarios siendo estos tour operadoras y agencias de viajes, quienes juegan un papel importante en la comercialización de los productos turísticos comunitarios a través de la firma de acuerdos mediante la definición de comisiones, establecimiento de plazos y prestación de servicios independientes.

La vinculación de los servicios turísticos de las comunidades La Moya, Jatari Campesino, Palacio Real y Nizag como servicios complementarios o de apoyo vinculado al producto turístico Ruta del Tren Patrimonial en la Provincia de Chimborazo ha permitido el incremento de ingresos económicos a las comunidades y el fortalecimiento de la actividad.

## **5. Perfil de la demanda turística**

La información de base corresponde a revisión de información de fuentes secundarias tomadas de los trabajos de titulación de grado: Pilco, 2015; Herrera, 2013; trabajos de maestrías: Díaz, 2016, que han sido realizados para las diferentes comunidades.

Los datos corresponden a información referencial de los años 2013 al 2017, además de la revisión bibliográfica de trabajos realizados por entidades del estado como el Ministerio de Turismo, Ferrocarriles del Ecuador, GADM de Riobamba, información más actualizada que existe de las comunidades, también se acudió a fuentes primarias mediante salidas de campo a las comunidades.

### **a. Comunidad San Martín Alto**

#### **1) Demanda internacional que llegan por tour operadoras**

Son turistas que llegan a través de una empresa turística, los viajes son programados (paquetes) todo incluido, buscan experimentar y conocer sitios naturales, atracciones culturales que les permita contribuir al desarrollo de las localidades, su estadía por lo general es de larga de 1 a 2 semanas, su edad varía en rangos de 27 a 40 años, son procedentes de países como: Canadá, Alemania, Francia y Suiza. Los medios de difusión por los cuales se enteraron son páginas web, referencias familiares o de amigos.

### **b. Comunidad Jatari Campesino**

#### **1) Demanda que llegan a través de la Ruta del Tren**

Los turistas que consumen los servicios turísticos de la comunidad son del género femenino y masculino equitativamente, su rango de edad fluctúa entre los 16 a 25 años y de 28 a 35 años de

edad, mayormente son estudiantes universitarios y empleados públicos o privados, procedentes de las ciudades de Riobamba, Quito, Guayaquil, viajan en compañía de amigos, familiares o en pareja.

La motivación principal es conocer los atractivos naturales y culturales a través del tren, las actividades preferidas es el conocimiento de costumbres y tradiciones ancestrales, medicina ancestral, visita a lugares importantes como la Nariz del Diablo, Nevado Chimborazo por lo general les gusta viajar en época de vacaciones, el tiempo de permanencia es de 1 día, la capacidad de gasto se encuentra entre los 35 a 40 dólares, los medios por los cuales conocen los productos comunitarios son el internet, prensa escrita, familiares o amigos.

### **c. Comunidad la Moya**

#### **1) Demanda internacional que llegan por tour operadoras**

Son turistas que llegan a través de una empresa turística, los viajes son programados (paquetes) todo incluido, buscan experimentar y conocer otras culturas, las actividades preferidas son el intercambio cultural, conocimiento de costumbres y tradiciones ancestrales, medicina ancestral, visita a lugares importantes como el nevado Chimborazo y la RPFCH, sitios naturales, atracciones culturales que les permita contribuir al desarrollo de las localidades, su estadía por lo general es de 3 a 4 días, su edad varía en rangos de 17 a 25 años y de 26 a 35 años, turistas del género femenino y masculino equitativamente, son procedentes de países como: Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia y Reino Unido.

Los medios de difusión por los cuales se enteraron son páginas web, referencias familiares o de amigos, revistas, guías de turismo.

#### **2) Demanda Nacional**

- En condición de viaje programado (paquete)

Son visitantes locales que viajan bajo la modalidad de paquetes a través de agencias de viaje o tour operadoras, son personas que tienen gran interés en conocer lugares con atractivos naturales y culturales de la provincia, se encuentran en rangos de edades de 16 a 25 años y de 26 a 30 años, proceden de las ciudades como: Quito, Guayaquil, Ambato y Riobamba, viajan en familia y

aprovechan los fines de semana y feriados, la motivación de viaje se da principalmente por la recomendación de familiares y amigos, referencia en revistas, folletos y televisión.

- En condición de excursionista

Visitantes que no utilizan los servicios de una empresa turística, consumen los servicios de forma independiente como alimentación o llegan a visitar el museo, centro artesanal, senderos naturales entre otros. La motivación de viaje se da principalmente por la recomendación de familiares y amigos, su medio de transporte por lo general es privado seguido del transporte por autobús.

#### **d. Comunidad Tolte**

##### **1) Demanda internacional que llegan por tour operadoras**

Son turistas que llegan a través de una empresa turística, los viajes son programados (paquetes) todo incluido, buscan experimentar y conocer otras culturas, las actividades preferidas son el intercambio cultural, conocimiento de costumbres y tradiciones ancestrales, medicina ancestral, visita a lugares importantes como la Nariz del Diablo, Qapak Ñan, sitios naturales, atracciones culturales que les permita contribuir al desarrollo de las localidades.

Su estadía por lo general es de 3 a 4 días, su edad varía en rangos de 17 a 25 años y de 26 a 35 años, turistas del género femenino y masculino equitativamente, son procedentes de países como: Estados Unidos, Canadá, Alemania y Reino Unido.

Los medios de difusión por los cuales se enteraron son páginas web, referencias familiares o de amigos, revistas, guías de turismo.

##### **2) Demanda local**

- En condición de viaje programado (paquete)

Son visitantes locales que viajan bajo la modalidad de paquetes a través de agencias de viaje o tour operadoras, son personas que tienen gran interés en conocer el mirador Nariz del Diablo, atractivos naturales y culturales de la comunidad y las localidades, se encuentran en rangos de edad de 16 a 25

años y de 26 a 35 años, proceden de las ciudades como: Quito, Guayaquil, Cuenca y Riobamba, viajan en familia, amigos y aprovechan los fines de semana y feriados, la motivación de viaje se da principalmente por la recomendación de familiares y amigos, referencia en revistas, páginas web entre otros.

- En condición de excursionista

Visitantes cuya motivación principal es conocer el cantón Alausí y en su recorrido incluye la visita al mirador nariz del diablo, consumen los servicios de forma independiente, pudiendo ser estos la alimentación, fotografía en el mirador nariz del diablo, realización de deportes como ciclismo y cabalgata.

La motivación de viaje se da principalmente por la recomendación de familiares y amigos, su medio de transporte por lo general es privado seguido del transporte por autobús.

#### **e. Comunidad Palacio Real**

##### **1) Demanda internacional que llegan por tour operadoras**

Son turistas que llegan a través de una empresa turística, los viajes son programados (paquetes) todo incluido, buscan experimentar y conocer otras culturas, las actividades preferidas son el intercambio cultural, conocimiento de costumbres y tradiciones ancestrales, medicina ancestral, visita a lugares importantes como el nevado Chimborazo y la RPFCH, sitios naturales, atracciones culturales que les permita contribuir al desarrollo de las localidades.

Su estadía por lo general es de 3 a 4 días, su edad varía en rangos de 17 a 25 años y de 26 a 35 años, turistas del género femenino y masculino equitativamente, son procedentes de países como: Estados Unidos, Canadá, Alemania y Reino Unido.

Los medios de difusión por los cuales se enteraron son páginas web, referencias familiares o de amigos, revistas, guías de turismo.

## **2) Demanda local**

- En condición de viaje programado (paquete)

Son visitantes locales que viajan bajo la modalidad de paquetes a través de agencias de viaje o tour operadoras, visitantes del género femenino y masculino equitativamente en un rango de edad que fluctúa entre los 16 a 25 años y de 26 a 35 años de edad, procedentes de las ciudades como: Quito, Guayaquil y Riobamba, viajan en familia y amigos, aprovecha los fines de semana y feriados, la motivación de viaje es conocer el museo de la llama y gastronomía, conocimiento de costumbres y tradiciones ancestrales, medicina ancestral, recorridos por senderos interpretativos. Los medios por los cuales conocen el emprendimiento son familiares y amigos, revistas, folletos y televisión.

- En condición de excursionista

Visitantes que no utilizan los servicios de una empresa turística, consumen los servicios de forma independiente como alimentación o llegan a visitar el museo, centro artesanal y recorrer los senderos interpretativos. La motivación de viaje se da principalmente por la recomendación de familiares y amigos, su medio de transporte por lo general es privado seguido del transporte por autobús.

## **3) Voluntarios**

Son personas que viajan en calidad de voluntarios, por lo general con un nivel de educación entre universitarios y postgrado que vienen a realizar exclusivamente actividades de investigación en temas culturales, agrícolas y forestales, que ayudan o dan asistencia a las operaciones turísticas y microempresa comunitarias, pero que además combinan su estancia con turismo, visitando atractivos de la provincia como: nevado Chimborazo, viaje en Tren, lagunas, mercados indígenas entre otros.

Su estadía promedio es de 1 a 2 meses, pagan una cantidad baja por los servicios adquiridos que incluye (hospedaje, 3 comidas al día, materiales y equipos de trabajo), su edad varía entre 18 y 25 años, son procedentes de países como: Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, Suiza y España, para la comunidad resulta beneficioso ya que por doble vía obtienen beneficios económicos y laborales que ayuda al desarrollo de la comunidad.

## **f. Comunidad Nizag**

### **1) Demanda internacional que llegan por tour operadoras**

Son turistas que llegan a través de una empresa turística, los viajes son programados (paquetes) todo incluido, buscan experimentar y conocer otras culturas, las actividades preferidas son el intercambio cultural, conocimiento de costumbres y tradiciones ancestrales, medicina ancestral, recorridos por senderos interpretativos, sitios naturales, atracciones culturales que les permita contribuir al desarrollo de la localidad.

Su estadía por lo general es de 3 a 4 días, su edad varía en rangos de 18 a 25 años y de 26 a 35 años, turistas del género femenino y masculino equitativamente, son procedentes de países como: Estados Unidos, Canadá, Alemania y Reino Unido. Los medios de difusión por los cuales se enteraron son páginas web, referencias familiares o de amigos, revistas, guías de turismo.

### **2) Voluntarios**

Son personas que viajan en calidad de voluntarios, por lo general con un nivel de educación entre universitarios y postgrado que vienen a realizar exclusivamente actividades de investigación en temas culturales, agrícolas y forestales, que ayudan o dan asistencia a las operaciones turísticas y microempresa comunitarias. Además combinan su estancia con turismo, visitando atractivos de la provincia como: nevado Chimborazo, viaje en Tren, lagunas, mercados indígenas entre otros.

Su estadía promedio es de 1 a 2 meses, pagan una cantidad baja por los servicios adquiridos que incluye (hospedaje, 3 comidas al día, materiales y equipos de trabajo), su edad varía entre 18 y 25 años, son procedentes de países como: Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, Suiza y España.

## **B. EVALUACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO**

La evaluación del producto turístico comunitario, se desarrolló en función de tres elementos fundamentales, el primero que consiste en el manejo del negocio, el segundo se desarrolla en función de las condiciones de vida de la comunidad a partir de la actividad turística y el tercero considera los estándares de calidad del servicio turístico.

### 1. Evaluación de la condición empresarial del negocio comunitario

La primera etapa de evaluación se concentra en el análisis de las condiciones de conocimiento y manejo de la actividad turística desde el punto de vista empresarial y organizativo, poniendo en consideración ocho ámbitos.

**Tabla 18-4:** Matriz de evaluación de productos turísticos comunitarios

Matriz de sistematización: Evaluación de productos turísticos comunitarios							
Nombre del emprendimiento		La Moya	Jatari Campesino	Palacio Real	San Martín Alto	Tolte	Nizag
		Evaluación total por componentes					
Componentes de evaluación	Organización estratégica	0,25	0,08	0,67	0,58	0,83	0,42
	Organización empresarial	0,71	0,71	0,64	0,71	0,79	0,79
	Servicio y capacidad física	0,83	0,67	0,67	0,67	0,83	0,67
	Administración financiera	0,20	0,20	0,50	0,40	0,40	0,20
	Control contable y control interno	0,40	0,40	0,60	0,50	0,80	0,50
	Comercialización y mercadeo	0,50	0,29	0,50	0,50	0,86	0,36
	Alianzas estratégicas y redes	0,71	0,36	0,64	0,86	0,79	0,79
	Equidad e inclusión	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
<b>Total</b>		<b>4,61</b>	<b>3,71</b>	<b>5,22</b>	<b>5,22</b>	<b>6,40</b>	<b>4,71</b>
<b>Evaluación final promedio</b>		<b>0,57</b>	<b>0,46</b>	<b>0,65</b>	<b>0,65</b>	<b>0,80</b>	<b>0,58</b>
<b>Categoría</b>		<b>B</b>	<b>C</b>	<b>B</b>	<b>B</b>	<b>A</b>	<b>B</b>

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

**Tabla 19-4:** Rangos de calificación

Rangos de calificación		
Los rangos de calificación corresponden al grado en que se encuentran los criterios evaluados con relación a las comunidades		
Se consideran tres rangos de calificación		
A = Alto	B = Medio	C = Bajo
0,76 a 1	0,51 a 0,75	0 a 0,50

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

El emprendimiento Tolte se encuentra en la categoría A, puesto que a más de tener personería jurídica cuentan con todos los permisos de funcionamiento en el área turística, a la vez organizacionalmente tanto los comuneros como los directivos tienen una visión establecida en el mediano plazo con proyectos direccionados al fortalecimiento de la actividad turística tomando en cuenta los factores sociales, económicos, políticos y culturales, el directorio quien maneja el emprendimiento cuentan con la credibilidad de los socios, es decir conocen sobre el manejo del negocio y toman las decisiones junto con el directorio a través de asambleas comunitarias y van visibilizando acciones específicas como la mejora en los servicios de alimentación, guianza y la implementación de infraestructura en senderos e instalaciones.

El personal se encuentra capacitado en las diferentes áreas de la prestación del servicio en el que se incluye adultos mayores y jóvenes que participan en la operación de servicios y actividades turísticas y que además cuenta con alianzas estratégicas de mercado que les permite tener un control sobre su negocio.

La infraestructura y equipamientos turísticos se encuentran en excelentes condiciones permitiendo el goce y disfrute de los visitantes. Los servicios ofertados se combinan con la visita de atractivos naturales y culturales con la práctica de deportes, convirtiéndolo en un producto de interés local.

El sistema contable que manejan se lleva trimestralmente dándolo a conocer bajo un informe de cuentas en asamblea general, referente a auditorias se han realizado de manera esporádica bajo pedido externo.

Financieramente manejan ingresos y gastos, aun así rinden cuentas de los recursos económicos invertidos y utilidades obtenidos, sin embargo aún tienen asesoría externa pues ningún miembro de la comunidad conoce o sabe sobre el manejo de estados financieros.

En cuanto a la comercialización del producto, el personal encargado conoce el funcionamiento del mercado, lo que permite dar a conocer su producto turístico a través de ferias, revistas, medios de comunicación, página web, difusión por parte de entidades públicas y mediante la publicidad de las operadoras turísticas que trabajan con el emprendimiento.

Se trabaja en la diversificación de las actividades y capacitaciones al personal de operación puesto que conocen que su producto se vende como producto diferenciado, sin embargo a pesar de conocer a su cliente final tanto nacional como internacional no se ha priorizado la gestión comercial con respecto a la fidelización del cliente.

Se percibe el apoyo económico de organismos nacionales e internacionales en aspectos de infraestructura y capacitación, así como el apoyo técnico de instituciones educativas en el área de gastronomía, guianza, contabilidad, atención al cliente entre otros.

Los emprendimientos Nizag, San Martín Alto, Palacio Real y la Moya se encuentran en la categoría B, es decir que son organizaciones que de cierta forma vienen cumpliendo parcialmente los estándares de calidad, pues se visualiza la falta de formación empresarial y manejo administrativo de los directivos, organizacionalmente no cuentan con una planificación estratégica que refleje una misión, visión, objetivos, metas que oriente el funcionamiento de los emprendimientos y si existen se encuentran desactualizados o los miembros de las comunidades tienen desconocimiento de ellos, por el contrario existe planes de mediano y corto plazo en el que se desarrolla proyectos específicos en temas de capacitación y adquisición de equipos.

Las comunidades en su conjunto tienen personería jurídica, pero carecen de permisos para el funcionamiento de la actividad turística (La Moya, San Martín Alto) o a su vez se encuentran desactualizados (Palacio Real, Nizag) lo que denota que siguen funcionando de una manera no-formal, sin embargo los coordinadores o directorio de los emprendimientos han establecido herramientas de gestión como políticas de personal, delegación de funciones, continuidad de la planificación formulada por directivas anteriores que aun sin estar documentadas orientan al personal para su mejor desempeño incluyendo además adultos mayores y jóvenes en la

participación de la operación de los servicios y actividades turísticas, destacándose mayoritariamente las mujeres quienes ocupan cargos de dirigentes, coordinadoras y personal de operación.

Las instalaciones y equipamientos turísticos están en buen estado y acordes al entorno que las rodea, los servicios y actividades generados en las comunidades responden óptimamente al cliente sin embargo es necesario fortalecer y diversificar la oferta en cuanto a actividades de recreación (la Moya) y capacitaciones en guianza (San Martín Alto, Nizag y Palacio Real) para una mejor interpretación de las actividades.

Con respecto a la comercialización se ha establecido alianzas estratégicas de mercado que les permite tener un control sobre su negocio, sin embargo se debe capacitar al personal en cuestiones de marketing y manejo de los productos ofertados puesto que se desconoce la forma para contactar directamente a los compradores, se percibe la ayuda económica de organismos nacionales e internacionales en aspectos de infraestructura y capacitación, así como el apoyo técnico de instituciones educativas en el área de gastronomía, guianza, contabilidad, atención al cliente entre otros.

El sistema contable que manejan se lleva trimestralmente dándolo a conocer bajo un informe de cuentas pero se debe reforzar los procesos de control interno y manejo de inventarios en el corto plazo puesto que se visualiza deficiente, referente a auditorias se ha realizado de manera esporádica bajo pedido externo (Palacio Real, Nizag).

Financieramente se denota debilidades en la planificación ya que los recursos económicos se lleva de manera empírica, lo que repercute en el desconocimiento de utilidades y modos de inversión del capital, las inversiones realizadas por organismos donantes no son evaluadas, sin embargo se cumple con todas las obligaciones internas y externas de los emprendimientos, pero no se percibe mayor ganancia (Nizag, la Moya).

El emprendimiento Jatari Campesino se encuentra en la categoría C, debido a que no cumplen con los estándares de calidad, notándose la falta de formulación de estrategias administrativas, manejo financiero y gestión comercial, limitados servicios y actividades turísticas, desconocimiento del mercado turístico actual y potencial, sin embargo se verificó que existe mayor involucramiento de mujeres y niños en la inclusión de actividades culturales y artesanales

## 2. Evaluación de la calidad del buen vivir

La segunda etapa de evaluación procura valorar el nivel de incidencia del turismo sobre las condiciones de vida de las comunidades, observando la existencia o ausencia de herramientas de gestión comunitarias.

**Tabla 20-4:** Matriz de evaluación de la calidad del buen vivir

Sistematización: Evaluación de la calidad del buen vivir																			
Nombre del emprendimiento		La Moya			Jatari Campesino			Palacio Real			San Martín Alto			Tolte - Pistishi			Nizag		
Criterios	No. Est.	Evaluación de estándares por nivel de cumplimiento																	
		C	Cp.	Nc	C	Cp.	Nc	C	Cp.	Nc	C	Cp.	Nc	C	Cp.	Nc	C	Cp.	Nc
<b>Organización</b>	5	1	1	3	1	1	3	1	4	0	3	1	1	3	2	0	1	3	1
		20	20	60	20	20	60	20	80	0	60	20	20	60	40	0	20	60	20
<b>Gestión ambiental y territorial</b>	4	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	0	2	2	0	1	1	2
		25	50	25	25	25	50	50	25	25	50	50	0	50	50	0	25	25	50
<b>Revitalización cultural y relaciones interculturales</b>	4	0	1	3	1	0	3	0	2	2	0	2	2	0	4	0	0	2	2
		0	25	75	25	0	75	0	50	50	0	50	50	0	100	0	0	50	50
<b>Mejoramiento de las condiciones productivas económicas</b>	5	1	3	1	1	3	1	2	2	1	1	3	1	1	3	1	2	2	1
		20	60	20	20	60	20	40	40	20	20	60	20	20	60	20	40	40	20
<b>Mejoramiento de las condiciones básicas de la vida comunitaria</b>	10	7	2	1	6	3	1	8	1	1	4	5	1	8	2	0	7	2	1
		70	20	10	60	30	10	80	10	10	40	50	10	80	20	0	70	20	10
<b>TOTAL</b>	28	10	9	9	10	8	10	13	10	5	10	13	5	14	13	1	11	10	7
<b>PORCENTAJE</b>	100%	36	32	32	36	29	36	46	36	18	36	46	18	50	46	4	39	36	25

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

Los estándares de calidad al ser cualitativos evalúan el nivel de contribución del turismo al mejoramiento de la calidad de vida de la población, a través de constatar la existencia de condiciones básicas para la convivencia comunitaria como fundamento de la actividad y para una convivencia armoniosa entre la comunidad con el turista durante su visita (comunidad bien atendida – turista bien atendido).

#### **a. Organización**

Las comunidades San Martín Alto y Tulte alcanzan un nivel de cumplimiento del 60% por cuanto el criterio organizacional muestra que la comunidad tiene una visión a largo plazo respecto a lo que quieren hacer con la actividad turística y que a más de contar con personería jurídica han desarrollado un reglamento interno que les permite la participación en la actividad turística, sin embargo aún se evidencian una desactualización en los planes de desarrollo comunitario y la no existencia de un proceso preestablecido o documentado de rendición de cuentas, aun así este se realiza de forma mensual, designando para ello responsables quienes operan con transparencia en el manejo económico, las familias tienen cierto tipo de beneficios (económicos y capacitaciones), pero no se ha encontrado evidencia de documento alguno en el cual se demuestre los mecanismos de inversión y redistribución de los beneficios comunitarios.

Las comunidades Palacio Real y Nizag alcanzan un cumplimiento parcial del 80% y 60% respectivamente, esto se debe a que no cuentan con planes de desarrollo comunitario actualizados ni herramientas de gestión como manual de operación y manual de funciones que orienten el funcionamiento de la actividad turística, por cuanto las inversiones que se realizan en las comunidades no son evaluadas y los recursos que genera el turismo no benefician en su conjunto a todas las familias de la comunidad, sin embargo quienes están encargados de la prestación de servicios reciben retribuciones de tipo económica o capacitaciones.

Las comunidades la Moya y Jatari Campesino alcanzan un 60% de incumplimiento de estándares puesto que no cuentan con una planificación para desarrollo comunitario menos aun con un reglamento que condicione la participación de la población en la actividad turística, las ganancias generadas por el turismo son mínimas y apenas alcanzan para cubrir los gastos de personal, esta condición se da incluso porque estas dos comunidades apenas tienen entre un año y medio y dos trabajando en actividades turísticas, por lo tanto los beneficios de la actividad no son perceptibles.

#### **a. Gestión ambiental y territorial**

Las comunidades Palacio Real, San Martín Alto y Tolte alcanzan el 50% de cumplimiento, pues conocen y aplican las formas ancestrales de protección del patrimonio natural y cultural mediante la forestación con plantas nativas, utilización de abonos orgánicos, protección de paramo a través de la delimitación de la frontera agrícola. Las relaciones interculturales con otras culturas se desarrollan en un ambiente armónico de tolerancia a sus modos de vida para una mejor convivencia cultural, manteniendo los principios de igualdad, respeto y solidaridad.

La interpretación de la naturaleza se incluye como una actividad turística promoviendo la conservación y el uso adecuado del territorio, sin embargo se debe priorizar la gestión de los programas de educación ambiental y manejo de residuos.

Mientras que las comunidades Jatari Campesino y Nizag alcanzan un 50% de incumplimiento, pues carecen de una planificación para gestión del territorio así como para la protección del patrimonio natural y cultural, además se requiere realizar actividades vinculadas a la educación ambiental que procuren la concienciación de la población y los turistas.

#### **b. Revitalización cultural y relaciones interculturales**

Todas las comunidades alcanzan un porcentaje alto de incumplimiento entre el 75% y el 100%, esto se debe a que no han trabajado en temas de recuperación de saberes ancestrales, por lo tanto las características fundamentales como idioma, vestimenta, alimentación, prácticas agrícolas, formas de vida de las familias entre otros aspectos que son parte de su identidad tanto en niños como en jóvenes se está perdiendo, pues no se ha transmitido de generación en generación las estructuras de manifestaciones y representaciones culturales propias de sus comunidades, siendo necesario trabajar en la gestión cultural interna y además poner en práctica los planes de protección y difusión del patrimonio cultural.

#### **c. Mejoramiento de las condiciones productivas económicas**

Las comunidades de la Moya, Jatari Campesino, San Martín Alto y Tolte alcanzan un cumplimiento parcial del 60%, siendo evidente la existencia de actividades complementarias, pues existen organizaciones artesanales en las que se elaboran tejidos, llaveros y bisutería, organizaciones

agropecuarias que se dedican a la crianza de animales domésticos y organizaciones agrícolas que trabajan en huertos frutales, hortalizas y leguminosas se convierten en productos primarios para el abastecimiento del consumo familiar y de los visitantes o turistas, por lo general los socios en su mayoría son mujeres.

#### **d. Mejoramiento de las condiciones básicas**

Las comunidades de Palacio Real, la Moya, Tolte, Nizag alcanzan un cumplimiento del 70% y 80% respectivamente, es decir que estas comunidades constan en los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial parroquial, lo que les ha permitido conocer su territorio y beneficiarse de múltiples servicios como educación, energía eléctrica, agua para consumo humano, alcantarillado, conectividad, vialidad, salud y deporte, sin embargo se debe mejorar el sistema de evacuación de aguas servidas, infraestructura vial y establecer planes de seguridad y protección para los miembros y visitantes en caso de peligro.

**Tabla 21-4:** Porcentaje por nivel de cumplimiento

Nivel de Cumplimiento	Promedio total en %
Cumple	40
Cumple Parcialmente	38
No Cumple	22

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

Las comunidades cumplen apenas con el 40% de los criterios de evaluación del buen vivir comunitario, esto se debe a que todos los procesos internos dependen de la gestión de los directivos y de la estructura de participación comunitaria en actividades turísticas, es evidente que uno de los puntos más álgidos respecto a las condiciones del buen vivir es el acceso a servicios básicos, seguido muy de cerca el mejoramiento de las condiciones productivas en las que mayormente están insertas mujeres de las localidades, sin embargo de cierta forma se viene cumpliendo parcialmente con el (38%) algunos de los estándares respecto a la estructura organizacional, gestión ambiental y territorial, reflejándose un alto nivel de incumplimiento de estándares del (22%) en el criterio de revitalización cultural puesto que se adentrado en un proceso acelerado de pérdida de la cultura sobre todo en los grupos más jóvenes de las localidades.

### 3. Evaluación de la calidad del servicio

**Tabla 22-4:** Evaluación por cumplimiento. Calidad del servicio

Criterio de evaluación	Puntaje máximo por estándar	Evaluación por cumplimiento																							
		la Moya				Jatari Campesino				San Martín alto				Palacio Real				Tolte				Nizag			
		C	Cp	Nc	Na	C	Cp	Nc	Na	C	Cp	Nc	Na	C	Cp	Nc	Na	C	Cp	Nc	Na	C	Cp	Nc	Na
INSTALACIONES	51	25	8	18	0	12	7	24	8	17	16	18	0	14	12	14	11	20	7	15	9	10	14	27	0
HOSPEDAJE	32	27	2	3	0	0	0	0	32	25	3	4	0	0	0	0	32	0	0	0	32	9	7	16	0
ALIMENTACIÓN	68	42	4	22	0	37	2	29	0	40	10	18	0	65	3	0	0	48	9	11	0	48	7	13	0
SERVICIO CLIENTE AL	3	1	0	2	0	0	1	2	0	1	1	1	0	1	0	2	0	2	0	1	0	1	0	2	0
GUIANZA TRANSPORTE Y	32	2	7	20	3	1	2	26	3	10	4	15	3	8	10	13	1	9	12	10	1	17	4	11	0
SEGURIDAD HIGIENE E	11	5	3	3	0	5	1	5	0	6	0	5	0	6	2	3	0	5	1	5	0	6	2	3	0
<b>TOTAL</b>	197	102	24	68	3	55	13	86	43	99	34	61	3	94	27	32	44	84	29	42	42	91	34	72	1

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

### **a. Instalaciones**

En el componente instalaciones de los 51 estándares evaluados la Moya cumple con 25 estándares que están relacionados específicamente con temas de infraestructura, equipamiento, señalética turística, decoración interna y acceso para personas con discapacidad.

En el caso de las comunidades Jatari Campesino, Palacio Real, San Martín Alto y Tolte, las instalaciones si bien es cierto guardan armonía con el paisaje no todas las infraestructuras están trabajadas con materiales propios de la zona.

El equipamiento, señalización - rotulación, ambientación - decoración interna y acceso para personas con discapacidad están ausente o son deficientes. Nizag es el emprendimiento con mayor número de estándares incumplidos, debido a que la infraestructura y equipamiento se encuentran en proceso de deterioro, incluso los amenities de instalaciones son insuficientes.

### **b. Hospedaje**

Este criterio de evaluación solo les atañe a tres comunidades la Moya, San Martín Alto y Nizag, puesto que las otras comunidades no cuentan con el servicio.

Los emprendimientos La Moya y San Martín Alto cumplen con 25 estándares que están relacionados específicamente con el mobiliario, ventilación, decoración, implementos de aseo en las habitaciones, mientras que el emprendimiento Nizag alcanza un incumplimiento mínimo de 9 estándares, evidenciando la falta de mobiliario, aparatos electrónicos en las habitaciones y accesorios de aseo personal en el área del baño.

### **c. Alimentación**

Todas las comunidades alcanzan un nivel de cumplimiento de 37 a 65 estándares de evaluación, pues la mayoría poseen equipos de cocina y utensilios en buen estado aptos para la preparación de alimentos, así mismo la vajilla, cristalería y mantelería abastecen la prestación del servicio como tal, la despensa es almacenada en un lugar apropiado manteniendo el control de inventario semanalmente, sin embargo algunos utensilios de cocina no corresponden al material ni número establecido en la metodología.

**d. Servicio al cliente**

Los emprendimientos cuentan con personal que tienen conocimientos del área local en cuanto a temas turísticos para brindar información fehaciente y oportuna al visitante, sin embargo ningún miembro de la comunidad tiene experticia en el idioma inglés u otro, a excepción de San Martín Alto que cuenta con una guía nativa trilingüe que habla el idioma inglés, francés y su idioma natal el kichwa, además el personal operante no se encuentra identificado (uniforme o distintivo) a excepción del emprendimiento Tolte.

**f. Guianza y transporte**

Los emprendimientos la Moya y Jatari Campesino alcanzan un nivel de incumplimiento de 20 a 26 estándares respectivamente, puesto que los guías deben mejorar las técnicas de interpretación sean estas ambientales o culturales y contar con equipos de guianza y primeros auxilios completos y en perfecto estado.

**g. Seguridad e higiene**

Los emprendimientos en su conjunto tienen un adecuado control referente a la higiene de las instalaciones, siendo evidente el correcto tratamiento y clasificación de desechos.

Cuentan por o menos con un botiquín de primeros auxilios, un extintor de incendios y números de emergencia en lugares visibles, sin embargo se evidencia la falta de planes de contingencia en caso de alguna eventualidad.

**Tabla 23-4:** Evaluación por cumplimiento total disminuido el número de estándares de no aplicación.

Estándar de calidad	Total	Evaluación de cumplimiento total				DISMINUIDO EL NUMERO DE ESTANDARES DE NO APLICACIÓN	Evaluación de cumplimiento total en %			
		C	Cp	Nc	Na		C	CP	NC	NA
LA MOYA	197	102	24	68	3	194	53	12	35	2
JATARI		55	13	86	43	154	36	8	56	22
SAN MARTIN		99	34	61	3	194	51	18	31	2
PALACIO REAL		94	27	32	44	153	61	18	21	22
TOLTE		84	29	42	42	155	54	19	27	21
NIZAG		91	34	72	1	196	46	17	37	1

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

Los emprendimientos la Moya, Palacio Real y Tolte en todos los estándares de calidad de la infraestructura física y de talento humano de la actividad turística, alcanzan una valoración de cumplimiento del 53% a 61% respectivamente, pues trabajan en el mantenimiento y adecuación de sus instalaciones a través de financiamiento propio o externo, con respecto al talento humano.

La planificación y organización conjunta con el personal en capacitaciones resalta la adopción de técnicas adecuadas para la prestación de los servicios turísticos, aun mas cuando se nota que los mismos emprendimientos (Palacio Real, Tolte) sumado el emprendimiento San Martín tienen del 18% al 19% de cumplimiento parcial, siendo necesario mejorar e implementar herramientas de gestión turística para el persona.

Los emprendimientos Jatari Campesino y Nizag se encuentran con el 56% y 36% respectivamente en cuanto al incumplimiento de estándares debido a la escasa gestión financiera para la adecuación y arreglo de sus instalaciones y la ausencia de herramientas de gestión para el personal, así como la falta de capacitaciones en la prestación de los diferentes servicios turísticos.

## C. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN PARA EL TURISMO COMUNITARIO

### 1. Análisis de la problemática

#### a. Condición empresarial del negocio comunitario

**Tabla 24-4:** Matriz CPES (Causa, Problema, Efecto, Solución): Condición empresarial del negocio comunitario.

CONDICIÓN EMPRESARIAL DEL NEGOCIO COMUNITARIO				
COMUNIDAD	CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN
Organización estratégica (misión, visión, objetivos y metas)				
La Moya Palacio Real San Martín Alto Nizag Jatari Campesino Tolte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desconocimiento sobre cómo elaborar una planificación estratégica.</li> <li>- Las directivas de turno no establecen una planificación en el corto, mediano o largo plazo pues cambian anualmente.</li> </ul>	-Deficiente planificación estratégica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los miembros de las organizaciones desconocen la visión del negocio.</li> <li>- Desacuerdo en la toma de decisiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitaciones sobre el manejo y funcionamiento del negocio comunitario.</li> <li>- Desarrollo de talleres participativos para la construcción conjunta de la misión, visión, objetivos y metas que quieren alcanzar con la actividad turística.</li> </ul>
Organización empresarial (organización interna, estado legal y políticas de personal)				
La Moya Palacio Real San Martín Alto Nizag Jatari Campesino Tolte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desconocimiento de las directivas de las comunidades sobre el manejo del negocio.</li> <li>- No se logra integrar el manejo económico y administrativo del negocio con el manejo dirigencial y político de la comunidad.</li> <li>- El negocio no se capitaliza o invierte para su mejoramiento.</li> </ul>	- Deficiente gestión administrativa empresarial.	- Los negocios aun no son económicamente rentables.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestión a entidades públicas como el MINTUR para capacitar a los administradores sobre temas de desarrollo empresarial.</li> <li>- Establecer acuerdos internos sobre el manejo y funcionamiento del negocio.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temor a pagar excesivas tasas e impuestos.</li> <li>- Descuido y desconocimiento de la directiva de turno sobre el proceso de legalización del negocio turístico.</li> </ul>	-Inexistencia o desactualización de los permisos de funcionamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los establecimientos podrían ser clausurados.</li> <li>- Acumulación de pagos por impuestos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Socializar el marco legal y los beneficios de la legalización de los negocios turísticos.</li> <li>- Legalizar los emprendimientos.</li> </ul>
	- Desconocimiento de las funciones que	- Deficiente sistema de	- El personal se maneja sin ningún	- Generación de un manual de funciones y

CONDICIÓN EMPRESARIAL DEL NEGOCIO COMUNITARIO				
COMUNIDAD	CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
	debe desempeñar el personal por áreas de servicio.	manejo de personal.	control y especificaciones en las diferentes actividades de operación turística. - Disminución de la calidad de la oferta.	procesos, así como un reglamento interno para el manejo de personal.
Servicios y capacidad física (instalaciones, equipos y servicios)				
Jatari Campesino La Moya San Martín Alto Nizag	- Escasos recursos económicos para construir o adecuar la planta turística.	-Limitada capacidad instalada	- Disminución del nivel de satisfacción de los visitantes - Pérdida de clientes	- Elaborar un proyecto con contraparte comunitaria para la construcción, adecuación o ampliación de la planta turística con la finalidad de canalizar recursos financieros en organismos gubernamentales y no gubernamentales
Administración financiera				
Tolte La Moya Palacio Real San Martín Alto Nizag Jatari Campesino	- Desconocimiento de los administradores sobre el manejo financiero y herramientas financieras.	- Deficiente gestión financiera	-Inexistencia de proyecciones financieras anuales. - Ausencia de una estructura de capital. - Carencia de una estructura de evaluación de inversiones. - Inadecuado manejo de liquidez. - Los socios desconocen si existen o no utilidades por tanto no toman decisiones sobre nuevas inversiones.	- Capacitación a los administradores en temas de manejo financiero.
Control contable y control interno				
La Moya Palacio Real San Martín Alto Nizag Jatari Campesino	- Escasa capacitación y formación en contabilidad.	- Deficiente sistema contable.	- Los socios no conocen los ingresos y gastos del negocio. - Inconformidad de los socios - Inadecuado manejo de los recursos económicos. - No toman decisiones de nuevas inversiones.	- Capacitación a los administradores en contabilidad.
Comercialización y mercadeo				
Nizag Jatari Campesino Moya	- Desconocimiento de técnicas de marketing por parte de los administradores o coordinadores del negocio. - Los recursos económicos no son destinados para la difusión de los productos turísticos.	- Insuficiente afluencia turística.	- Bajos ingresos económicos para las comunidades. - Los negocios turísticos no generan rentabilidad.	- Capacitar a la directiva sobre marketing turístico. - Gestionar y destinar recursos económicos para la promoción y difusión de los productos turísticos. - Generar convenios con tour operadoras que trabajan con líneas de turismo justo

CONDICIÓN EMPRESARIAL DEL NEGOCIO COMUNITARIO				
COMUNIDAD	CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN
	- Escasa promoción turística a nivel provincial y nacional.			para la comercialización de los productos turísticos. - Identificar nichos de mercado particulares a nivel local y nacional como unidades educativas, grupos de tercera edad y/o grupos de jóvenes interesados en actividades de aventura.
	- Desconocimiento de la administración sobre la estructura técnica de paquetes turísticos.	- Oferta turística poco diversificada.	- La oferta turística es limitada y poco atractiva para otros segmentos de mercado. - El tiempo de estadía del visitante es mínimo. - Sobreestimación de precios para negociar con intermediarios.	- Capacitar a la administración y otros miembros de las organizaciones sobre elaboración, análisis de costos y determinación de precios de paquetes turísticos. - Creación de productos turísticos enfocados en las líneas de producto determinadas para el país y en base a la potencialidad de cada comunidad.
Alianzas estratégicas y redes (relaciones estratégicas con proveedores, socios y mercado)				
La Moya Palacio Real Jatari Campesino Nizag	- Deficiente gestión de la administración.	- Alianzas comerciales débiles a nivel local y nacional.	- Desconocimiento de la existencia de productos turísticos comunitarios por los visitantes o turistas.	- Firma de acuerdos con tour operadoras locales y nacionales para un tiempo determinado. - Fortalecer la red de turismo comunitario a nivel provincial para compartir oportunidades de mercado.
	- Deficiente gestión de las directivas de las organizaciones comunitarias y la administración para consolidar alianzas con donantes y fortalecer la red de turismo comunitario provincial y nacional.	-Ausencia de relaciones estratégicas con donantes.	- No se visualiza una mejora en el desarrollo del emprendimiento.	- Identificación y firma de convenios con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que financien proyectos de desarrollo local y turismo. - Generar proyectos de desarrollo turístico comunitario para buscar financiamiento.
Equidad e inclusión (diversidad de socios dentro de la empresa y representatividad de género en la organización)				
La Moya Palacio Real Nizag	-Desinterés de los jóvenes en participar en proyectos turísticos. - Recursos económicos limitados para integrarse a las asociaciones de turismo. - Las opiniones de los jóvenes, así como sus habilidades y destrezas no son valoradas por la comunidad.	- Los jóvenes de las comunidades tienen dificultad para incorporarse a las agrupaciones que trabajan con turismo.	- Se limita la continuidad de los procesos. - Desmotivación de los jóvenes para asumir nuevos retos (dirigencia, administración y operación).	- Desarrollar un mecanismo de inclusión en actividades turísticas. - Capacitar a los jóvenes sobre diversos temas para motivar su participación.

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

**b. Matriz CPES (Causa, Problema, Efecto, Solución): Calidad del buen vivir.**

**Tabla 25-4:** Matriz CPES (Causa, Problema, Efecto, Solución): Calidad del buen vivir.

<b>CALIDAD DEL BUEN VIVIR</b>				
<b>COMUNIDAD</b>	<b>CAUSA</b>	<b>PROBLEMA</b>	<b>EFEECTO</b>	<b>SOLUCIÓN</b>
<b>Organización</b>				
Todas las comunidades.	- Escasa motivación de la población para vincularse en las actividades turísticas. - La población espera réditos económicos del turismo de forma inmediata.	-Deficiente planificación para la participación de la población en el desarrollo turístico.	- Inconformidad y conflictos internos entre comuneros y los encargados del manejo turístico.  - Desinterés de los comuneros para involucrarse en actividades turísticas.	- Generar un reglamento interno para la participación de la población en actividades turísticas.  - Concienciar a la población sobre los beneficios sociales, culturales, ambientales y económicos que se derivan del turismo, cuando existen actividades participativas y corresponsabilidad en la ejecución de acciones.
	- Forma inadecuada de socializar el manejo económico del emprendimiento a los socios	-Deficiente sistema de rendición de cuentas.	- Inconformidad por parte de los socios.	- Establecer un sistema de rendición de cuentas apropiado y de fácil entendimiento para los socios.
	- Ausencia de un plan de inversiones y mecanismos de redistribución de beneficios comunitarios. - Iliquidez	- Desacuerdos entre los comuneros y administradores de los emprendimientos turísticos respecto a los beneficios que genera la actividad.	- Desconfianza de los socios sobre el manejo económico (ingresos) de los emprendimientos.	- Establecer en forma participativa un plan de inversiones. - Establecer acuerdos en asambleas comunitarias sobre los mecanismos de redistribución de beneficios provenientes de la actividad turística.
<b>Gestión ambiental y territorial</b>				
Todas las comunidades.	- Inexistencia de un plan de gestión y protección del territorio y del patrimonio natural. - Ausencia de actividades de educación ambiental. - Manejo inadecuado de la basura inorgánica	- Pérdida acelerada de los ecosistemas de las comunidades.	- Erosión. - Pérdida de especies. - Pérdida de fuentes de agua. - Presencia de basura en las comunidades. - Contaminación por desechos sólidos en las comunidades. - Deterioro del paisaje.	- Generación de un plan de gestión y protección del territorio (ordenamiento, protección y conservación) en conjunto con los pobladores y directiva, estableciendo el uso apropiado de cada espacio vital. - Concienciar a la población sobre los problemas ambientales a través de actividades dinámicas de educación ambiental. - Implementación de actividades que propendan al manejo adecuado de los desechos inorgánicos.

CALIDAD DEL BUEN VIVIR				
COMUNIDAD	CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Revitalización cultural y relaciones interculturales				
La Moya Jatari Campesino Palacio Real San Martín Alto Tolte Nizag	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desinterés y desconocimiento de la directiva sobre la importancia de contar con un plan de gestión cultural.</li> <li>- Procesos migratorios de niños y jóvenes a otras ciudades.</li> <li>- Escasa transmisión generacional de las costumbres y tradiciones de las localidades hacia los jóvenes y niños de las comunidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pérdida de la identidad cultural (vestimenta, idioma, alimentación y prácticas agrícolas)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aculturación</li> <li>- Desvalorización de la identidad cultural de las localidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar en forma participativa un plan de gestión cultural, estableciendo acciones para revitalizar, revalorizar, dinamizar, salvaguardar y fortalecer la identidad cultural para la población.</li> </ul>
Mejoramiento de las condiciones productivas económicas				
La Moya San Martín Alto Nizag Jatari Campesino Tolte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bajos recursos económicos para fortalecer las organizaciones existentes o emprender en nuevas organizaciones productivas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escasa diversificación de actividades productivas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los pobladores de las comunidades abandonan los campos y salen a la ciudad en búsqueda de empleo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capitalizar los emprendimientos familiares y asociativos de tipo artesanal, farmacopea y agropecuarios para incorporar valor agregado a los productos existentes.</li> <li>- Inversión en identificación y acceso a nuevos mercados.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los técnicos y profesionales de las comunidades no son valorados, lo cual les obliga a salir de sus comunidades en búsqueda de otras oportunidades.</li> <li>- Pocos recursos económicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escasa tecnificación y conocimientos de la población sobre producción agropecuaria y agroindustrial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La población es monótona</li> <li>- Inexistencia de personas con formación técnica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Socializar con la población sobre la importancia de formarse técnicamente.</li> <li>- Elaborar proyectos agropecuarios y agroindustriales que incorporen laboralmente a gente de la comunidad que ha sido capacitada o formada técnica o profesionalmente en distintas áreas.</li> </ul>
Mejoramiento de las condiciones básicas de la vida comunitaria				

CALIDAD DEL BUEN VIVIR				
COMUNIDAD	CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
La Moya Jatari Campesino Nizag San Martín Alto Tolte Palacio Real	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escasa gestión para canalizar recursos económicos para inversión en obras.</li> <li>- Agua de consumo humano de mala calidad.</li> <li>- Ausencia del sistemas de alcantarillado</li> <li>- Escaso mantenimiento vial</li> </ul>	-Deficientes servicios básicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Población susceptible a enfermedades</li> <li>- Contaminación de los recursos agua, suelo y aire</li> <li>- Dificultad en el transporte de las personas hacia otros lugares</li> <li>- Daños en los automotores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar proyectos de mejora de los servicios básicos y gestionar ante las autoridades competentes.</li> <li>- Gestionar ante el GADs provincial para la ejecución de actividades de mantenimiento en las vías comunales.</li> </ul>

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

**c. Matriz CPES (Causa, Problema, Efecto, Solución): Calidad del servicio.**

**Tabla 26-4:** Matriz CPES (Causa, Problema, Efecto, Solución): Calidad del servicio.

CALIDAD DEL SERVICIO				
COMUNIDAD	CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
<b>Instalaciones</b>				
Nizag Jatari Campesino San Martín Alto	- Escasos recursos económicos para invertir en el mantenimiento de las construcciones.	-Establecimientos turísticos en proceso de deterioro.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riesgos laborales</li> <li>- Mala imagen</li> </ul>	- Rehabilitación y mantenimiento de las estructuras e instalaciones de los establecimientos turísticos.
	- Escasos recursos económicos	- Deficiente señalética y señalización turística.	- Desorientación de los turistas para llegar a las comunidades y atractivos.	- Gestionar ante el MINTUR para el financiamiento e implementación de señalética y señalización turística.
<b>Hospedaje</b>				
Nizag San Martín Alto	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Escasos recursos económicos para la adquisición de mobiliario.</li> <li>- Falta de mantenimiento</li> </ul>	- Equipamiento y mobiliario inexistente o en deterioro.	-Turistas insatisfechos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adquisición de equipamiento y mobiliario de hospedaje, alimentación.</li> <li>- Plan de mantenimiento de mobiliario.</li> </ul>
<b>Alimentación</b>				
Todas las comunidades	- Escasos recursos económicos para la adquisición de adecuados equipos y utensilios de cocina.	- Equipos y utensilios de cocina inapropiados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Susceptibilidad de accidentes</li> <li>- Contaminación cruzada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Financiamiento para la adquisición de equipos de cocina de bajo consumo energético.</li> <li>- Financiamiento para la adquisición de utensilios de cocina, apropiados para el manejo de alimentos.</li> </ul>
<b>Servicio al cliente</b>				

CALIDAD DEL SERVICIO				
COMUNIDAD	CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
La Moya Jartari Campesino Palacio Real Nizag	-El personal a cargo de los negocios turísticos no maneja idiomas extranjeros, ni maneja técnicas de comunicación adecuadas para transmitir información de la comunidad y la oferta turística. - No se cuenta con un plan de capacitación anual.	- Inadecuado servicio al cliente	-Turistas insatisfechos	- Implementar un plan de capacitación en mandos medios, servicio al cliente y estrategias comunicativas. - Becar al personal de servicios para que se formen en un idioma extranjero, preferentemente inglés.
<b>Guianza y transporte</b>				
La Moya Jatari Campesino Nizag San Matín Alto Palacio Real Tolte	- Las comunidades no cuentan con una manual de operación para las distintas áreas de prestación de servicios. - Los guías locales en su mayoría cuentan con licencias desactualizadas	- Deficiente estructura organizacional y operativa	- Descoordinación de las actividades - Polivalencia	-Elaborar un manual de operación acorde a las funciones que desempeñan.
	- Escasos recursos económicos para capacitar a los guías sobre técnicas de interpretación. - Escasos medios de información sobre asuntos inherentes a la comunidad, su compromiso con el ambiente, así como a su oferta de servicios y actividades turísticas.	- Ausencia de técnicas interpretativas	-Turistas insatisfechos	- Generar convenios con instituciones educativas de nivel superior para capacitar a los guías. - Incorporar medios informativos con información sobre la comunidad, las medidas medioambientales que se aplican en la operación y la oferta turística.
	- Insuficientes recursos económicos	- Escasos equipos de guianza y primeros auxilios	-Susceptibilidad de los visitantes y guías a accidentes	- Buscar financiamiento a través de fondos concursables u organismos de cooperación.
<b>Seguridad e higiene</b>				
La Moya Jatari Campesino Palacio Real San Martín Alto Tolte Nizag	- Ausencia de planes de seguridad y protección para la población y visitantes. - Escasos conocimientos sobre técnicas de primeros auxilios.	- El personal administrativo y operativo no saben cómo reaccionar en casos de emergencia	- Susceptibilidad a robos y enfermedades	- Generación de planes de seguridad para la población y visitantes - Capacitación en primeros auxilios. - Implementación de botiquines de primeros auxilios.

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

## 2. Matriz de Planificación Estratégica

### a. Estrategias de intervención para la condición empresarial del negocio comunitario.

**Tabla 27-4:** Matriz de Planificación Estratégica. Condición empresarial del negocio comunitario.

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
<b>1. Condición Empresarial del Negocio Comunitario</b>				
<b>1.1 Organización estratégica</b>				
1.1.2 Desarrollo de capacitaciones y talleres sobre el manejo y funcionamiento del negocio comunitario.	1.1.3 Establecer una estructura organizativa estratégica (misión, visión, objetivos y metas) para el manejo eficiente de la administración.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acompañamiento técnico para el desarrollo de tres talleres teórico-práctico para la construcción de la planificación estratégica de los negocios comunitarios.</li> <li>- Evaluar los alcances de la implementación de la estructura estratégica anualmente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o Directiva de la comunidad</li> <li>o El emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b> La comunidad</li> <li>- <b>Involucrados:</b> Asistencia técnica y financiamiento               <ul style="list-style-type: none"> <li>o GAD provincial de Chimborazo</li> <li>o Ministerio de Turismo</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
<b>1.2 Organización empresarial</b>				
1.2.1 Desarrollo de capacitaciones sobre el manejo administrativo del negocio.	1.2.3 Establecer una planificación empresarial a corto, mediano y/o a largo plazo para el manejo eficiente de la administración.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acompañamiento técnico para el desarrollo de tres talleres teórico-práctico para la construcción de la planificación empresarial.</li> <li>- Evaluar los alcances de la implementación de la planificación empresarial cada año.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o Directiva de la comunidad</li> <li>o El emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o La comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Asistencia técnica y financiamiento               <ul style="list-style-type: none"> <li>o GAD provincial de Chimborazo</li> <li>o Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
1.2.2 Generación de acuerdos internos sobre el manejo y funcionamiento del negocio, entre los administradores del emprendimiento y la	1.2.3 Normar la forma de manejo y administración del negocio comunitario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar una reunión para crear acuerdos internos sobre:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Reparto de beneficios</li> <li>o Acceso a capacitaciones</li> <li>o Prestación de servicios</li> <li>o Asignación de recursos económicos</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>- Directiva y miembros de la comunidad.</li> </ul>	Todas las comunidades.

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
directiva de la comunidad.		<ul style="list-style-type: none"> <li>para la promoción y difusión de los productos turísticos.</li> <li>○ Rotación de personal</li> <li>- Realizar una asamblea comunitaria para socializar y aprobar los acuerdos bajo actas.</li> </ul>		
1.2.3 Socializar el Marco Legal para los Centros de Turismo Comunitario (CTC) y beneficios que genera su legalización.	1.2.3 Legalizar a los emprendimientos turísticos comunitarios como CTC.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Socializar el marco legal, mediante un taller participativo. Reglamento general para los centros de turismo comunitario, Ley de turismo, Reglamento de actividades turísticas.</li> <li>- Acompañamiento técnico para evaluar las condiciones actuales del emprendimiento antes de su legalización.</li> <li>- Contratar un abogado para que se encargue de los trámites de legalización de todas las comunidades en su conjunto.</li> <li>- Seguimiento para mantener actualizados los permisos de funcionamiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>○ Directiva de la comunidad</li> <li>○ El emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Asistencia técnica y financiamiento <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ministerio de Turismo</li> <li>○ GAD provincial de Chimborazo.</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
1.2.4 Generación de un manual de funciones, procesos y reglamento interno para el manejo de personal.	Dotar al personal operativo de un instructivo que precise las funciones y los procesos que se debe llevar a cabo en su área de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar e implementar un manual de funciones para los emprendimientos considerando: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El área laboral</li> <li>○ Los objetivos del área</li> <li>○ Perfil por área laboral</li> <li>○ Flujograma de procesos por actividad.</li> </ul> </li> <li>- Elaborar e implementar un reglamento interno que detalle las obligaciones y prohibiciones del personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>○ Personal operativo</li> <li>○ El emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Asistencia técnica <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Instituciones de Educación Superior (proyectos vinculantes)</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
<b>1.3 Servicios y capacidad física</b>				
1.3.1 Gestión a organismos públicos y/o privados para el financiamiento de proyectos turísticos para la construcción y	Contar con recursos económicos para mejorar el servicio turístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparar la propuesta técnica</li> <li>- Adquisición de materiales de acuerdo a la propuesta técnica.</li> <li>- Contratación de mano de obra para la construcción o adecuación de los emprendimientos turísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>○ El emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La comunidad</li> </ul> </li> </ul>	Jatari Campesino San Martín Alto Nizag

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
adecuación de la infraestructura.		comunitarios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico               <ul style="list-style-type: none"> <li>o GAD provincial de Chimborazo</li> <li>o ONGs internacionales.</li> </ul> </li> </ul>	
<b>1.4 Manejo contable y Administración financiera</b>				
1.4.1 Desarrollo de capacitaciones sobre el manejo contable y financiero	1.4.2 Contar con un sistema contable y control interno adecuado para el manejo del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar talleres de capacitación teórico-práctico sobre contabilidad básica.               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Determinar costos</li> <li>o Establecer precios</li> <li>o Elaboración de inventarios, emisión, y manejo de recibos, facturas, notas de venta, llenado de formularios, declaración de impuestos, roles de pago de personal, agua, luz, teléfono, suministros etc).</li> </ul> </li> <li>- Implementar un sistema contable de fácil acceso con ayuda técnica.</li> <li>- Efectuar un control contable interno cada trimestre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o El emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Asistencia técnica y financiamiento               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP)</li> <li>o Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
	1.4.3 Elaborar los estados financieros para el manejo eficiente de los recursos económicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ejecutar talleres de capacitación teórico-práctico sobre administración financiera               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Proyecciones financieras, estructura de capital, evaluación de inversiones, manejo de liquidez, entre otros).</li> </ul> </li> <li>- Contratar un profesional en el área financiera que ayude a elaborar los estados financieros de los emprendimientos que están operando.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o El emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Asistencia técnica y financiamiento               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP)</li> <li>o Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).</li> </ul> </li> </ul>	
<b>1.5 Comercialización y mercadeo</b>				
1.6.1 Generar productos turísticos con valor agregado enfocados en las líneas de producto determinados para el país y en base a la potencialidad de cada	Innovar la oferta turística actual en base a las potencialidades del territorio para incrementar el flujo de demanda.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar productos turísticos y/o estructurar nuevos paquetes turísticos en los territorios en base a las líneas de productos aplicables en el país como:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Línea de turismo cultural:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>o Patrimonios naturales y culturales</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o El emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o La comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Administrador/</li> </ul>	Nizag Jatari Campesino Moya

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
comunidad.		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mercados y artesanías</li> <li>○ Gastronomía</li> <li>○ Shamanismo</li> <li>○ Científico, académico, voluntario</li> <li>- Línea de turismo de deportes y aventura</li> <li>○ Deportes terrestres</li> <li>- Línea de turismo de salud</li> <li>- Medicina ancestral</li> <li>- SPA's</li> <li>○ Línea del agroturismo</li> <li>- Generar valor agregado en la producción y procesamiento de productos agropecuarios y artesanales, así como en servicios complementarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Coordinador del emprendimiento</li> <li>○ Instituciones de Educación Superior: ESPOCH y UNACH para realizar pasantías o prácticas en la estructuración de los paquetes turísticos</li> </ul>	
1.5.2 Desarrollo de capacitaciones en marketing turístico.	Disponer de personal con conocimientos y habilidades en técnicas de marketing turístico, para generar mayor visitación a los emprendimientos.	Capacitación sobre: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas de venta</li> <li>- Negociación</li> <li>- Análisis o sondeos de mercado</li> <li>- Idiomas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b></li> <li>○ Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>○ Directiva de la comunidad</li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b></li> <li>○ La comunidad</li> <li>- <b>Involucrados:</b> Asistencia técnica y financiamiento</li> <li>○ Ministerio de Turismo</li> <li>○ GAD provincial de Chimborazo</li> </ul>	Todas las comunidades.
1.5.3 Desarrollo de convenios con tour operadoras que trabajen con líneas de producto de turismo justo o solidario	Mejorar la rentabilidad económica incrementando el volumen de ventas, mediante la firma de convenios con tour operadoras.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar a las tour operadoras que trabajen con líneas de productos de turismo justo o solidario a nivel nacional e internacional</li> <li>○ Realizar un Press trip especializado</li> <li>○ Realizar un Fam trip con tour operadores y/o agentes de viajes nacionales e internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b></li> <li>○ Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>○ El Emprendimiento</li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b></li> <li>○ Directiva y miembros de la comunidad</li> <li>- <b>Involucrados:</b></li> <li>○ Tour operadoras: Runa Tupari, Saraguro Rikuy, Ricancie, Sara Urku etc.</li> <li>○ Tour operadoras internacionales</li> <li>○ Medios de comunicación reconocidos a nivel nacional.</li> </ul>	Nizag Jatari Campesino Moya Palacio Real Tolte
1.5.4 Captación de nichos de mercado particulares a nivel local y nacional como unidades	Incrementar los ingresos económicos por venta de productos turísticos comunitarios a segmentos de	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visitas a gremios, instituciones y grupos corporativos y asociativos.</li> <li>- Presentaciones multitudinarias de la oferta con material publicitario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b></li> <li>○ Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b></li> </ul>	Todas las comunidades.

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
educativas, grupos de tercera edad entre otros.	mercados diferentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>(catálogo de ventas y servicios).</li> <li>- Elaborar programas de viajes para un día enfocados en nichos de mercado como grupos de familias, tercera edad, voluntarios y estudiantes.</li> <li>- Generar convenios para la venta de productos comunitarios con valor agregado en tiendas exclusivas y/o galerías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Directiva y miembros de la comunidad</li> <li>- <b>Involucrados:</b></li> <li>o Ministerio de Turismo</li> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o Instituciones de educación Superior y básica de la provincia, país y extranjero</li> <li>o Organizaciones de jubilados a nivel nacional e internacional.</li> </ul>	
<b>1.6 Alianzas estratégicas y redes</b>				
1.6.1 Fortalecer las alianzas estratégicas y redes con proveedores de servicios financieros y donantes.	Garantizar el desarrollo y fortalecimiento turístico, mediante el apoyo de proveedores de servicios financieros y donantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer alianzas estratégicas con proveedores de servicios financieros y donantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b></li> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o El emprendimiento</li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b></li> <li>o Directiva y miembros de la comunidad</li> <li>- <b>Involucrados:</b></li> <li>o Ministerio de Turismo</li> <li>o Instituciones de educación Superior del país</li> <li>o ONGs nacionales o internacionales que donan o financian proyectos de desarrollo a nivel de Latino América en la web</li> <li>o Banco Nacional de Fomento entre otros.</li> </ul>	Todas las comunidades.
<b>1.7 Equidad e inclusión</b>				
1.7.1 Desarrollo de un plan de inclusión en actividades turísticas a los jóvenes de las comunidades.	Incorporar a los jóvenes en actividades turísticas para que exista igualdad de socios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar e implementar un plan de inclusión para adolescentes en actividades turísticas</li> <li>- Capacitar a los jóvenes mediante talleres participativos en diversos temas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b></li> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o Jóvenes de las localidades</li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b></li> <li>o Directiva y miembros de la comunidad</li> </ul>	La Moya Palacio Real Nizag

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

## b. Estrategias de intervención para la calidad del buen vivir

**Tabla 28-4:** Matriz de Planificación Estratégica. Calidad del buen vivir

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
<b>2. Calidad del Buen Vivir</b>				
<b>2.1 Organización</b>				
2.1.2 Elaboración de un reglamento interno para la participación de la población en la actividad turística.	Regular y ordenar la actividad turística para el desarrollo turístico de las comunidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concienciar a la población sobre los beneficios sociales, culturales, ambientales y económicos que se derivan del turismo.</li> <li>- Analizar el marco legal vigente.</li> <li>- Establecer acuerdos relacionados con: uso del territorio en actividades turísticas, uso del patrimonio natural y cultural en turismo, mecanismos de redistribución.</li> <li>- Ejecución e implementación del reglamento interno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o Directiva y miembros de la comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Ministerio de Turismo</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
2.1.3 Establecer en forma participativa un plan de inversiones y redistribución de beneficios provenientes de la actividad turística.	Invertir en el mejoramiento del emprendimiento y la comunidad para el desarrollo de la calidad de vida de la población.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar una reunión entre los administradores del emprendimiento y la directiva de la comunidad para generar mecanismos de inversión en el emprendimiento y la comunidad.</li> <li>- Socializar y aprobar conjuntamente con la población los mecanismos de inversión en el emprendimiento y la comunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o El emprendimiento y socios</li> <li>o Directiva y miembros de la comunidad.</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
<b>2.2 Gestión ambiental y territorial</b>				
2.2.1 Desarrollo de un plan de gestión y protección del territorio, estableciendo el uso apropiado de cada espacio vital.	Preservar los recursos naturales y culturales de los territorios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer una línea base sobre la situación actual del territorio (social, cultural, económico y natural).</li> <li>- Efectuar estudios de zonificación para generar los usos adecuados de cada zona.</li> <li>- Establecer normas o reglas para</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o El emprendimiento y socios</li> <li>o Directiva y miembros de la comunidad.</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico:</li> </ul>	Todas las comunidades.

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
		<ul style="list-style-type: none"> <li>la protección de zonas frágiles (bosques, vertientes, ecosistemas entre otros).</li> <li>- Elaborar proyectos enfocados a la recuperación de flora y fauna nativa.</li> <li>- Implementar el plan de gestión y protección del territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Ministerio de Turismo</li> <li>o Ministerio del Ambiente</li> <li>o Instituciones de Educación Superior</li> <li>o Administrador y directiva de la comunidad.</li> </ul>	
2.2.2 Elaboración de un programa de educación ambiental.	Reducir el nivel de contaminación ambiental proveniente de las actividades humanas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar capacitaciones utilizando las guías de educación ambiental del GAD provincial de Chimborazo</li> <li>- Implementar viveros forestales comunitarios para la producción de plantas nativas que contribuyan a la conservación del medio ambiente de las comunidades y sirvan para un sistema de incorporación de cortinas rompe vientos en terrenos erosionados y/o espacios de cultivo.</li> <li>- Implementar huertos agroecológicos familiares para diversificar la dieta alimenticia.</li> <li>- Planes de manejo y conservación del páramo para preservar la biodiversidad y las fuentes de agua.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o Directiva y miembros de la comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Ministerio del Ambiente</li> <li>o Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).</li> <li>o GAD provincial de Chimborazo.</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
2.2.3 Elaboración de un programa de manejo de desechos.	Manejar y dar el uso adecuado de los desechos orgánicos e inorgánicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proporcionar a cada comunidad sistemas de recolección de basura a través de contenedores.</li> <li>- Establecer o coordinar un sistema de recolección permanente de basura a través de carros recolectores.</li> <li>- Implementar una planta de reciclaje en las comunidades para aprovechar los recursos sólidos inorgánicos.</li> <li>- Implementar procesos de compostaje a través de escuelas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o Directiva y miembros de la comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> <li>o GAD provincial de Chimborazo.</li> <li>o GAD Municipal de Riobamba, Alausí</li> <li>o Ministerio del ambiente</li> <li>o Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
		de campo, para la producción de abonos orgánicos y mejora de la fertilidad de los suelos de las comunidades. - Realizar mingas de limpieza periódicamente.	(MAGAP)	
<b>2.3 Revitalización cultural y relaciones interculturales</b>				
2.3.1 Generar en forma participativa un plan de gestión cultural.	Fortalecer la identidad cultural de la población de las comunidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear y publicar un libro sobre el patrimonio cultural material e inmaterial de las comunidades.</li> <li>- Encuentros culturales de teatro, música y danza.</li> <li>- Generar mesas de diálogo para procesos de recuperación de tradiciones orales con personas de la tercera edad de las comunidades.</li> <li>- Generar talleres de dinamización cultural para juegos populares con competencias internas que generen premios para grupos familiares o colectivos individuales.</li> <li>- Crear mesas de debate para generar políticas locales de conservación y salvaguarda de la cultura.</li> <li>- Implementar industrias culturales.</li> <li>- Recuperación del idioma Kichwa, mediante la creación de escuelas de lenguas para la enseñanza y fortalecimiento del idioma en las comunidades.</li> <li>- Fomento del uso de la vestimenta tradicional por medio de la recuperación y revalorización de la manufactura en telares.</li> <li>- Revitalizar las prácticas ancestrales de cultivos andinos para garantizar la seguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o Directiva de la comunidad</li> <li>o Niños, jóvenes y adultos mayores de la comunidad.</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Ministerio de Cultura y Patrimonio.</li> <li>o Casa de la Cultura de Chimborazo.</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
		<p>alimentaria y nutricional de las familias y los turistas que visitan las comunidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar rutas gastronómicas con el fin de recuperar o innovar platos tradicionales de las comunidades.</li> <li>- Recuperación de los sitios sagrados mediante prácticas de rituales y realización de eventos de armonización y limpieza energética-espiritual ancestral en base al calendario andino.</li> </ul>		
<b>2.4 Mejoramiento de las condiciones productivas económicas.</b>				
2.4.1 Creación de un plan de diversificación productiva (agrícola, pecuaria, artesanal y farmacopea) para capitalizar los emprendimientos familiares y asociativos de la comunidad.	Diversificar y mejorar los emprendimientos familiares y asociativos de las comunidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar bionegocios de producción de suministros orgánicos de limpieza y aseo personal en base a plantas nativas de las comunidades.</li> <li>- Implementación de bionegocios de producción artesanal.</li> <li>- Crear negocios inclusivos que estén relacionados con procesamiento de productos pecuarios y farmacopea. <ul style="list-style-type: none"> <li>o Mejoramiento de las especies menores para la generación de ingresos económicos en las comunidades.</li> <li>o Creación de una guía medicinal con plantas nativas de las comunidades.</li> </ul> </li> <li>- Implementar plantas procesadoras de confites o de suplementos nutricionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento</li> <li>o Directiva y miembros de la comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> <li>o GAD provincial de Chimborazo</li> <li>o GAD cantonal de Riobamba, Alausí y Colta.</li> <li>o Ministerio de Turismo</li> <li>o Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP)</li> <li>o Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)</li> </ul> </li> </ul>	La Moya San Martín Alto Nizag Jatari Campesino Tolte
2.4.2 Socialización con la población sobre la importancia de formarse técnicamente.	Disponer de personas de la comunidad con formación técnica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar y ejecutar un programa de formación técnica para la población de las localidades, conjuntamente con el GADs provincial, cantonal e Instituciones Educativas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento</li> <li>o Directiva y miembros de la comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento</li> </ul>	Todas las comunidades.

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
		Superiores.	técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ GAD provincial de Chimborazo</li> <li>○ GAD cantonal de Riobamba, Alausí y Colta.</li> <li>○ ESPOCH, UNACH, entre otros.</li> </ul>	
<b>2.5 Mejoramiento de las condiciones básicas de la vida comunitaria</b>				
2.5.1 Gestión ante organismos públicos competentes para el mejoramiento y dotación de los servicios básicos.	Reducir las inequidades de acceso a servicios básicos para mejorar las condiciones de vida de la población.	- Gestionar a entidades públicas la obtención del presupuesto para la mejora de los servicios básicos en las comunidades (agua, alcantarillado, vías de acceso, energía eléctrica entre otros).	- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento</li> <li>○ Directiva y miembros de la comunidad</li> </ul> - <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ GAD provincial de Chimborazo</li> <li>○ GAD cantonal de Riobamba, Alausí y Colta.</li> </ul>	Todas las comunidades.

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

**c. Estrategias de intervención para la calidad del servicio.**

**Tabla 29-4:** Matriz de Planificación Estratégica. Calidad del servicio

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
<b>3. Calidad del Servicio</b>				
<b>3.1 Instalaciones</b>				
3.1.2 Construcción y/o adecuación de la planta turística.	Mejorar las condiciones de infraestructura de los sitios de hospedaje y alimentación de las comunidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir con estándares de calidad de los servicios comunitarios</li> <li>o Implementar un sistema de aislamiento de frío y ruidos en los techos, paredes y pisos de los servicios de alojamiento.</li> <li>o Adecuar estacionamientos para el transporte de turista</li> <li>o Mantenimiento y adecuación de instalaciones en sitios de hospedaje y alimentación baños, paredes, ventanas, vidrios, jardines.</li> <li>o Cambiar la estructura de los techos.</li> <li>o Pintar todas las fachadas.</li> <li>o Implementar puertas, ventanas en los establecimientos.</li> <li>o Implementar un sistema de calefacción, como mínimo en las habitaciones</li> <li>o Implementar señalización en áreas de alimentación, hospedaje, baños, áreas comunes y de esparcimiento.</li> <li>o Adecuar y/o implementar áreas comunes, para el entretenimiento del turista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o El Emprendimiento</li> <li>o Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o La comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Ministerio de Turismo</li> <li>o GAD provincial de Chimborazo</li> <li>o GAD cantonal de Riobamba, Alausí y Colta.</li> <li>o ONGs nacionales e internacionales.</li> <li>o Directiva de la comunidad y administrador o coordinador del emprendimiento (contraparte económica).</li> </ul> </li> </ul>	Nizag Jatari Campesino San Martín Alto
3.1.3 Gestión a entidades competentes para el financiamiento e implementación de señalética y señalización	Garantizar al turista una adecuada orientación con información veraz y efectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar la señalización y señalética turística según el Manual establecido por el Ministerio de Turismo.</li> <li>o Implementar señalización de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o El Emprendimiento</li> <li>o Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b></li> </ul>	Nizag Jatari Campesino San Martín Alto La Moya

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
turística.		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ aproximación y dirección en las vías de acceso hacia las comunidades.</li> <li>○ Implementar pictogramas en atractivos naturales y culturales en los sitios identificados en cada comunidad.</li> <li>○ Implementar un tótem de direccionamiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ La comunidad</li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico:</li> <li>○ Ministerio de Turismo</li> <li>○ GAD provincial de Chimborazo</li> </ul>	
<b>3. 2 Hospedaje</b>				
3.2.1 Adquisición de equipamiento y mobiliario de hospedaje	Mejorar las condiciones de equipamiento y mobiliario de los establecimientos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adecuar las habitaciones según los estándares de calidad.</li> <li>○ Implementar información con datos de la organización, horarios reglas internas y servicios turísticos que ofrece el emprendimiento</li> <li>○ Dotar de mobiliario y menaje de habitaciones: focos ahorradores, armarios, mesas, sillas, lámparas, basureros, ganchos para colgar la ropa etc.</li> <li>○ Dotar de blancos en los cuartos de baño.</li> <li>○ Implementar: espejos, cortinas, rodapiés en los cuartos de baño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b></li> <li>○ El Emprendimiento</li> <li>○ Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento</li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b></li> <li>○ La comunidad</li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico:</li> <li>○ Ministerio de Turismo</li> <li>○ GAD provincial de Chimborazo</li> <li>○ GAD cantonal de Riobamba, Alausí y Colta.</li> <li>○ ONGs nacionales y/o internacionales</li> <li>○ Administradores del emprendimiento y Directiva de la comunidad (contraparte económica).</li> </ul>	Nizag San Martín Alto La Moya
3.2.2 Plan de mantenimiento de mobiliario.	Garantizar seguridad a los visitantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar y aplicar un plan de mantenimiento en los equipos de las instalaciones periódicamente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b></li> <li>○ El Emprendimiento</li> <li>○ Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento</li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b></li> <li>○ La comunidad</li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico:</li> <li>○ Ministerio de Turismo</li> <li>○ Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento</li> </ul>	Todas las comunidades.
<b>3.3 Alimentación</b>				

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
3.3.1 Adquisición de equipos y utensilios de cocina apropiados para la manipulación de alimentos.	Brindar el servicio de alimentación de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir con estándares de calidad del servicio de alimentación.</li> <li>o Implementar extintores de incendios por emprendimiento.</li> <li>o Implementar campanas de extracción de olores en sitios de alimentación.</li> <li>o Adquirir utensilios de cocina en material inoxidable: ollas, ollas de presión, paila, recipientes para ensaladas de aluminio, pinzas para ensalada, sartenes de teflón, tetera para café entre otros.</li> <li>o Adquisición de equipos de cocina de bajo consumo energético: batidoras, congeladoras, cocinas, refrigeradoras entre otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o El Emprendimiento</li> <li>o Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Beneficiarios indirectos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o La comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Ministerio de Turismo</li> <li>o GAD provincial de Chimborazo</li> <li>o GAD cantonal de Riobamba, Alausí y Colta.</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
<b>3.4 Servicio al cliente</b>				
3.4.1 Implementar un plan de capacitación en mandos medios, servicio al cliente y estrategias comunicativas.	Proporcionar un sistema de comunicación eficiente para brindar información veraz y oportuna.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar capacitaciones teórico práctico cada seis meses.</li> <li>- Evaluar los alcances de las capacitaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/Coordinador del emprendimiento</li> <li>o Personal operativo del emprendimiento.</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Asistencia técnica y financiamiento</li> <li>o Ministerio de Turismo</li> </ul> </li> </ul>	La Moya Jartari Campesino Palacio Real Nizag Tolte
3.4.2 Formación al personal en un idioma extranjero, preferentemente inglés.	Facilitar la comunicación a los turistas extranjeros	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formar en el idioma inglés a los administradores y guías de los emprendimiento comunitarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Guías</li> <li>o Socios y miembros de la comunidad y el emprendimiento</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> Financiamiento técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administradores de los emprendimientos turísticos</li> <li>o Instituciones de educación superior</li> <li>o ONGs internacionales</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
<b>3.5 Guianza y transporte</b>				

Estrategia	Objetivo	Acciones	Actores	Comunidad
3.5.1 Certificación de los guías y personal operativo del emprendimiento.	Disponer de guías y personal operativo capacitados para el adecuado desempeño.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Certificar a los guías y personal operativo por competencias laborales.</li> <li>- Generar convenios con Centros de Capacitación formal para la certificación en competencias laborales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Administrador/ Coordinador del emprendimiento</li> <li>o Guías de las localidades</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Financiamiento técnico y económico:</li> <li>o Ministerio de Turismo</li> <li>o Centro de Formación y Capacitación Turística (CAPACITUR).</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.
<b>3.6 Seguridad e higiene</b>				
3.6.1 Generación de un plan de seguridad y salud para la población y visitantes.	Garantizar seguridad a los turistas y población de las comunidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar e implementar de forma participativa de un plan de gestión de riesgos, seguridad y prevención y control de enfermedades en cada comunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Beneficiarios directos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Turistas</li> <li>o Guías</li> <li>o Personal operativo del emprendimiento</li> <li>o Administrador del emprendimiento</li> <li>o Directiva y miembros de la comunidad</li> </ul> </li> <li>- <b>Involucrados:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Financiamiento técnico y económico</li> <li>o Policía Nacional</li> <li>o Cruz Roja Ecuatoriana</li> </ul> </li> </ul>	Todas las comunidades.

**Nota:** Trabajo de investigación, 2017

## **V. CONCLUSIONES**

1. Son ocho las comunidades que desarrollan actividades de turismo en torno a la Ruta del Tren Patrimonial y la Ruta Subtropical, de acuerdo a la clasificación dada por Ochoa (2012), dos organizaciones comunitarias corresponden a la tipología de **consolidadas** (Palacio Real y Tolte), pues se encuentran legalmente constituidas como Centros de Turismo Comunitario, ofertando sus productos de manera permanente; las comunidades San Martín Alto y Nizag se encuentran en **proceso de consolidación** pues a pesar de contar con una estructura de producto no han podido ser legalizadas; y las comunidades la Moya y Jatari Campesino están dentro de grupo de **nuevas iniciativas** puesto que su articulación con el turismo aun es incipiente. Las comunidades Cuatro Esquinas y Guangashi-La Tigrera por su estructura de gestión y condiciones de oferta no corresponden a ninguna de las tipologías establecidas.
2. De acuerdo al análisis del sistema turístico, la oferta de turismo comunitario en algunos casos ha logrado establecer un producto a modo de paquete turístico de corta duración y en otros comercializan servicios independientes contando con un total de 59 plazas de alojamiento y 184 de alimentación, a pesar de que esta oferta turística llega al mercado por diferentes medios, las comunidades aún se encuentran desabastecidas de servicios básicos y la planta turística no ha recibido mantenimiento o se encuentra inhabilitada, afectando con ello no solo la prestación de servicios turísticos si no la calidad de vida de la población.
3. La comunidad de Palacio Real al contar con una oferta turística **consolidada** ha logrado vincularse de forma directa y permanente con la Ruta del Tren Patrimonial como parte del programa de viaje del Tren Crucero que establece como uno de los puntos de visita obligatorio esta comunidad por ser la llama el eje temático de especialización.
4. En relación a la demanda, las comunidades trabajan con cuatro segmentos de mercado: 1) corresponde a las agencias de viaje y tour operadoras que a través de reservaciones proveen turistas a las comunidades; 2) los turistas que llegan a través de la oferta del tren; 3) grupos de voluntarios que a más de conocer las comunidades realizan trabajos de beneficio social en las mismas pagando por el consumo de los servicios; y, 4) viajeros independientes que en la condición de excursionistas visitan las comunidades por cortos periodos de tiempo. El volumen

de demanda en algunos casos ha venido creciendo paulatinamente (Palacio Real) y en los otros ha decrecido puesto que no se canalizan otras opciones de mercado.

5. La evaluación de los productos turísticos comunitarios determina que: la única comunidad que alcanza una categoría A es Tolve, puesto que evidencia una adecuada administración del negocio que ha repercutido en el mejoramiento de las condiciones de vida de la población y la incorporación de temas de calidad en la oferta; los productos de las comunidades La Moya, Palacio Real, Nizag y San Martín Alto, se ubican dentro de una categoría B, por cuanto aun evidencian deficiencias en temas administrativos y de comercialización; Jatari Campesino alcanza una categoría C, dado que aún no logran consolidar una oferta de producto turístico como tal.
6. Las estrategias establecidas procuran cubrir las deficiencias identificadas en el proceso de evaluación, generando un conjunto de actividades que procuran no solo mejorar la calidad de la oferta si no fortalecer la gestión comunitaria de la actividad turística como tal en medida de garantizar su sostenibilidad.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 1.** El sector comunitario debe mantener sus alianzas con el GAD provincial y las Instituciones de Educación Superior incorporando profesionales en turismo a sus organizaciones con la finalidad de fortalecer las capacidades locales.
- 2.** Mantener un proceso de evaluación continua de la calidad del producto del turismo comunitario considerando los tres ejes: condición empresarial, calidad del buen vivir y calidad del servicio, puesto que un producto de turismo de gestión comunitaria al ser integral, requiere un análisis no solo desde el punto de vista del mercado sino desde el territorio (bien-estar colectivo) para ir estableciendo e incorporando temas de innovación y valor agregado en la oferta.
- 3.** Se recomienda que al ser el GAD provincial el auspiciante del trabajo de investigación, canalice los recursos suficientes en coordinación con las asambleas y/o dirigencias comunitarias para ir implementando cada una de las estrategias establecidas en medida de mejorar el producto turístico comunitario en todos sus contextos.

## **VII. RESUMEN**

La presente investigación propone: analizar la situación actual el turismo comunitario vinculado a la ruta del tren patrimonial y ruta subtropical en la provincia de Chimborazo; con el fin de fortalecer el desarrollo de la actividad turística comunitaria, se realizó métodos investigativos analíticos, descriptivos y de campo; se inició con la caracterización de la oferta y demanda en tres etapas: 1) mediante información georeferenciada, identificando 7 comunidades que se vinculan directamente a la ruta del tren y 1 a la ruta subtropical; 2) utilizando la clasificación de emprendimientos turísticos comunitarios establecida por Ochoa, encontrando 2 emprendimientos en la tipología consolidada, 2 en proceso de consolidación, 2 en nuevas iniciativa y 2 que no pertenecen a ninguna tipología por sus características de oferta; 3) la metodología diagnóstico del territorio propuesta por Paredes que analiza la estructura interna de la comunidad y el análisis del sistema turístico establecida por la OMT, posteriormente se ejecutó la evaluación del producto turístico comunitario bajo la metodología de CATIE y Tierra en el ámbito empresarial del negocio y el manual de estándares de calidad del turismo comunitario en relación a la calidad del buen vivir y del servicio, obteniendo 1 emprendimiento en categoría A, 1 en categoría C y 4 alcanzan la categoría B, consecuentemente se realizó un análisis de la problemática mediante la matriz CPES, a partir de lo mencionado se formularon 33 estrategias de intervención. El análisis de la actividad turística comunitaria en la provincia de Chimborazo aporta con información real sobre la oferta-demanda de los emprendimientos al Gobierno provincial para intervenir sobre las deficiencias identificadas de forma consecutiva en los territorios.

**Palabras clave:** turismo comunitario – ruta del tren patrimonial – sistema turístico.

**Por:** Noemí Sagba



## **VIII. SUMMARY**

The present research proposes: to analyze the actual situation the community tourism linked to the patrimonial train route and subtropical route in the Chimborazo province; In order to strengthen the development of the community tourism activity, the investigative methods were descriptive and field analytical; It began with the characterization of supply and demand in three stages: 1) through georeferenced information, identifying 7 communities that are directly linked to the train route and 1 to the subtropical route, 2) using the classification of community tourism ventures established by Ochoa, finding 2 ventures in the consolidated typology, 2 in the process of consolidation, 2 in new initiatives and 2 that do not belong to any typology due to their supply characteristics; 3) the diagnostic methodology of the territory proposed by Paredes that analyzes the internal structure of the community and the analysis of the tourism system established by the OMT , afterwards the evaluation of the community tourism product under the methodology of CATIE and Tierra in the business field business and the manual of quality standards of community tourism in relation to the quality of good living and service, obtaining 1 enterprise in category A, 1 in category C and 4 reach category B, consequently an analysis of the problem was carried out the CPES matrix, based on the aforementioned, 33 intervention strategies were formulated. The analysis of the community tourism activity in the Chimborazo province provides real information on the supply and demand of the enterprises to the provincial government to intervene on the deficiencies identified consecutively in the territories.

Keywords: community tourism - patrimonial train route - tourist system.



## **IX. BIBLIOGRAFIA**

1. Baéz, A., & Acuña, A. (1998). *Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las Áreas Protegidas de Centro América*. Turismo y Conservación, San José - Costa Rica. Recuperado: el 4 de 4 de 2017, de <http://www.bionica.info/biblioteca/Baez&Acuna%201998.pdf>
2. Barrera, E. (2006). *La Formación en turismo rural*. La Experiencia de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, Argentina. Turismo rural o comunitario. Recuperado: el 8 de 5 de 2017, de <https://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/quienes.pdf>
3. Constitución de la Republica del Ecuador. (2008). Sección primera. *De los pueblos indígenas y negros o afroecuatorianos*. Constituyente Montecristi. Recuperado: el 20 de 6 de 2017, de <http://www.ecuanex.apc.org/constitucion/titulo03c.html>
4. Contreras, E. (2013) *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Pensamiento y Gestión, Universidad del Norte, Barranquilla - Colombia. Recuperado: el 6 de 30 de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64629832007>
5. Dirección Nacional de Promoción del Empleo y Formación Profesional. (2008). *Suplemento metodológico*. Análisis de involucrados, Lima - Perú. Recuperado: el 13 de 9 de 2017, de [http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/publicaciones\\_dnpefp/Identificacion\\_actores.pdf](http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/publicaciones_dnpefp/Identificacion_actores.pdf)
6. Fernández, A. (2012). *Conceptos de estrategia empresarial*. Escuela de Organización Industrial - Creative commons. California - Estados Unidos. Recuperado: el 1 de 5 de 2017, de [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:78100/componente78098.pdf)
7. Guerra, D. (2003). *Turismo cultural* . II Congreso Virtual Internacional de Turismo Cultural. Universidad de Barcelona, pág. 1. Recuperado: el 10 de 7 de 2017, de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-497.htm>
8. Hanel, J., & Hanel, M. (2004). *Análisis situacional modulo II*. UAM-Azcapotzalco, Mexico. Recuperado: el 8 de 9 de 2017, de

[http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis\\_situacional\\_modulo2.pdf?sequence=3](http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_modulo2.pdf?sequence=3)

9. Hunziker, W., & Krapf, K. (2010). *Conceptos: turismo*. Obtenido de aula senior de la Universidad de Murcia - España. Recuperado: el 3 de 9 de 2017, de <https://www.um.es/aulasenor/>
10. Illán, C. (2010). *Matriz de planificación de un proyecto*. Cartagena. Recuperado: el 3 de 10 de 2017, de [https://www.mec.gov.py/cmsmec/wp-content/uploads/2010/02/moduloiv\\_t7.pdf](https://www.mec.gov.py/cmsmec/wp-content/uploads/2010/02/moduloiv_t7.pdf)
11. Ministerio de Turismo . (2008). *Ley de turismo*. Quito: MINTUR
12. Ochoa, W. (2004). *Plan quinquenal del turismo comunitario*. Riobamba. p. 25
13. Organización Mundial de Turismo. (2012). *Estatutos de la Organización Mundial de Turismo*. Recuperado: el 20 de 9 de 2017, de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/statutessp.pdf>
14. Paredes, M. (2009). *El Turismo Cultural*. Análisis de la oferta y de la demanda en Michoacán, México. Redalyc. Red de revistas científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. Recuperado: el 2 de 8 de 2017, de <http://www.redalyc.org/html/391/39111901012/>
15. Pastor, J., Casa, C., & Soler, A. (2011). *Desarrollo rural a través del turismo comunitario*. Análisis del Valle y Cañón de Colca. Perú. pp. 01-20. Recuperado: el 17 de 6 de 2017, de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n15/art01.pdf>
16. Gobierno Autonomo Decentralizado Provincial de Chimborazo. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Chimborazo. Componente biofisico*. Riobamba - Ecuador. Recuperado el 2 de 5 de 2017, de <http://www.senplades.org.com>
17. Prados, E. (2008). *Guía del lector. Turismo y cultura*. Madrid - España. Recuperado: el 7 de 4 de 2017, de [http://www.catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lhr/galindo\\_v\\_lp/capitulo2.pdf](http://www.catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/galindo_v_lp/capitulo2.pdf)

18. Prieto, M. (2011). Espacios en disputa: el turismo en el Ecuador. FLASCOANDES- Sede Ecuador, pág.14-18.
19. Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. Guía para planificadores. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil. pp. 12-40. Recuperado: el 23 de 8 de 2017, de <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
20. Tandazo, V., Carrera, P., & Almeida F. (2012). Propuesta metodologica para la evaluación de la factibilidad de proyectos de turismo comunitario. Caso de estudio: comunidades Huaorani, Achuar y Shiwiar de la Amazonia ecuatoriana, pág 2-4. Recuperado el 5 de 10 de 2016, de [http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S071864282011000100002&script=sci\\_arttext](http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S071864282011000100002&script=sci_arttext)
21. Tierra, P. (2014). Certificación turística. Texto basico. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba - Ecuador.
22. Universidad de Chile. (2009). Comunidad y sentido de comunidad - Repositorio académico. Recuperado: el 4 de 8 de 2017, de [http://www.repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2009/cs-meza\\_g/pdfAmont/cs-meza\\_g.pdf](http://www.repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2009/cs-meza_g/pdfAmont/cs-meza_g.pdf)

## X. ANEXOS

### Anexo 1. Ficha de levantamiento de información emprendimiento Quinoa Ñan

I. INFORMACION GENERAL								
1.1	Nombre de la OTC:		Operación de Turismo Quinoa Ñan					
1.2	Personería Jurídica:		-					
1.3	Nacionalidad:		Kichwa de la Sierra					
1.4	Pueblo:		Puruhá					
1.5	Localización:		1.5.1	Provincia:	Chimborazo			
			1.5.2	Cantón:	Colta			
			1.5.3	Parroquia:	Columbe			
			1.5.4	Comunidad:	San Martín Alto			
1.6	Contacto principal:		Pedro Yupanqui / 0997201064 / peyupanqui@hotmail.com					
1.7	Fecha de inicio del emprendimiento:		Marzo del año 2014					
1.8	Forma de propiedad de la OTC:		Comunitaria					
1.9	Número de habitantes de la OTC:		182 habitantes					
1.10	Número de familias de la OTC:		12 familias					
1.11	Número de personas de la comunidad encargadas de gestionar el turismo:		1.11.1	Hombres:	6			
			1.11.2	Mujeres:	6			
			1.11.3	Total:	12			
II. CARACTERÍSTICAS DE TECNOLOGIA DISPONIBLE								
2.1	Equipos disponibles:	Si	No	2.2	Máquinas disponibles	SI	NO	2.3 Observaciones adicionales
2.1.1	Comunicación	x		2.2.1	Calefones	x		El sistema de calefacción es eléctrica.
2.1.2	Equipos audiovisuales		x	2.2.2	Sistema de calefacción	x		
2.1.3	Computadoras		x	2.2.3	Cuartos fríos		x	El agua que se utiliza en la OTC Quinoa Ñan es comprada a la empresa Tesalia
				2.2.4	Tanque de reserva de agua		x	

III. CARACTERISTICAS DE LA PLANTA TURISTICA									
3.1	HOSPEDAJE								
3.1.1	Tipo	3.1.2 Precios por pax/noche USD	3.1.3 Total plazas por tipo	3.1.4 Número de habitaciones				3.1.5 Especificidades por tipo de habitación	
				Sencilla	Doble	Múltiples	Tot. Hab		
	Cabaña:	-	-	-	-	-	-	-	
	Albergue comunitario:	-	-	-	-	-	-	-	
	Hospedería familiar:	\$ 15,00	20	x	-	-	10	Las habitaciones son estilo tradicional y cuentan con baño privado.	
3.2	ALIMENTACION								
3.2.1	Tipo	3.2.2 Total plazas por tipo	3.2.3 Capacidad			3.2.4 Menú		3.2.5 Especificidades por tipo de alimentación	
			No. mesas	No. Sillas / bancas	No. baños	Tipo de alimento	Precios USD		
	Restaurante	-				-	Desayuno	\$ 6,00	Empanad de quinua+ huevo de gallo y gallina+ jugo+ leche o agua aromática
	Comedor	-	3	36	2		Almuerzo	\$ 6,00	1. opción: Crema de habas+ papas+ choclo+ queso+ pollo fileteado+ jugo. 2. opción: Crema de habas+ arroz de quinua con relleno de pollo o borrego+ jugo. 3. opción: Colada de quinua+ arroz de quinua con carne de borrego + postre+ jugo.
	Cafetería	-	-	-	-	-	Cena	\$ 6,00	Crema de espinaca o habas con queso+ papas con salsa de quinua+ pollo fileteado+ agua aromática.
	Bar	-	-	-	-	-	Platos especiales:		
	Sala de reuniones o uso	x	3	36	1				

	múltiple								
IV. OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS									
4.1	Guianza	4.2 No. de guías	4.3	Elemento de alquiler	4.4 Existencia			4.5 Precios USD	Especificidades por elemento de alquiler
					Si	No	No. total		
	Guías Nacionales	1		Bicicletas	-	x		-	
	Guías Naturalistas	-		Caballos	-	x		-	
	Guías Nativos	2		Equipo de camping	-	x		-	
	Guías sin licencia	-		Equipo de montaña	-	x		-	
V. SERVICIOS ADICIONALES EN LA OTC									
5.1	Servicios	5.2 Existencia		5.3 Cantidad					
		Si	No						
	Parqueadero	x	-	1					
	Canchas deportivas	x	-	2					
	Juegos infantiles	-	x	-					
	Otros	-	-	-					
VI. ATRACTIVOS									
<b>Nombre:</b> Iglesia de Balbanera		<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales			<b>Tipo:</b> Históricas		<b>Subtipo:</b> Arquitectura religiosa		<b>Jerarquía:</b> II
<b>Nombre:</b> Feria de Cajabamba		<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales			<b>Tipo:</b> Acontecimientos programados		<b>Subtipo:</b> Feria		<b>Jerarquía:</b> II
<b>Nombre:</b> Piedra negra ( <i>Yana Rumi</i> )		<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales			<b>Tipo:</b> Etnográficas		<b>Subtipo:</b> Piedra		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Nombre:</b> Laguna de Colta		<b>Categoría:</b> Sitios naturales			<b>Tipo:</b> Ambientes Lacustres		<b>Subtipo:</b> Laguna		<b>Jerarquía:</b> II
<b>Nombre:</b> Gastronomía local: Papas en salsa de quinua		<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales			<b>Tipo:</b> Etnográficas		<b>Subtipo:</b> Comidas y Bebidas típicas		<b>Jerarquía:</b> I
<b>Nombre:</b> Nevado Chimborazo		<b>Categoría:</b> Sitios naturales			<b>Tipo:</b> Montañas		<b>Subtipo:</b> Nevado		<b>Jerarquía:</b> IV
VII. INFRAESTRUCTURA TURISTICA DE LA OTC									
6.1	Servicio	6.2 Existencia							
		Si	No						
	Agua	x		El agua es entubada, encausada directamente de la vertiente, el líquido vital abastece a toda la comunidad y la Operación de					

				turismo Quinoa Ñan.
	Alcantarillado		x	La comunidad no cuentan con el servicio de alcantarillado, por tal motivo se ha optado en realizar pozos sépticos que se encuentran ubicados a distancias consideradas para la salud humana.
	Energía	x		El servicio de energía eléctrica es a través del sistema interconectado
	Conectividad	x		La comunidad cuenta con servicio de telefonía móvil
	Infraestructura vial	x		La comunidad San Martín Alto se encuentra a 45 minutos de la ciudad de Riobamba, el servicio de transporte que presta el servicio es la línea Ñuca Llacta, Guamote, Alausí, Línea Gris, hasta el paradero puente negro, de ahí existen camionetas o taxis que llevan a la comunidad. Son vías de primer orden y adoquinado.
	Recolección y tratamientos de desechos	x		Las familias de la comunidad utilizan los desechos orgánicos como alimentos para sus animales domésticos y los desechos inorgánicos los recolectan y depositan en el carro recolector que pertenece al municipio de Colta.
<b>VIII. PAQUETES DE TURISMO COMUNITARIO</b>				
<b>7.1</b>	<b>Nombre del paquete</b>	<b>7.2 Duración</b>	<b>7.3 Breve descripción del programa</b>	<b>7.4 Precios por pax</b>
	Sendero de la Quinoa	3 noches 4 días	El recorrido empieza con el reconocimiento de la comunidad, se realiza varias actividades de convivencia en las que los turistas se involucran en las actividades cotidianas de la población, El segundo día contempla la visita a lugares históricos como la iglesia de Balvanera, la feria de Cajabamba, la laguna de Colta y en ocasiones se visita el centro histórico de la ciudad de Riobamba. El tercer y último día consiste en el acenso al nevado Chimborazo, siendo las actividades principales: fotografía, observación de flora, fauna nativa de la zona.	\$ 80
<b>7.5</b>	<b>Modalidades de turismo</b>		<b>7.6</b>	<b>Proyectos complementarios de las familias</b>
	Agroturismo			Artesanías en lana de borrego y en mullos
<b>IX. MERCADO</b>				
<b>7.1</b>	<b>Descripción general de la demanda:</b>		Son turistas que llegan a través de una empresa turística, los viajes son programados (paquetes) todo incluido, buscan experimentar y conocer sitios naturales, atracciones culturales que les permita contribuir al desarrollo de las localidades, su estadía por lo general es de larga de 1 a 2 semanas, su edad varía en rangos de 27 a 40 años, son procedentes de países como: Canadá, Alemania, Francia y Suiza. Los medios de difusión por los cuales se enteraron son páginas web, referencias	



Organización Estratégica												
		c) La OTC tiene definida una misión de largo plazo, que conoce la Asamblea de la comunidad los equipos de gestión, directorio, proveedores y clientes, estando estos identificados con la misma										
3	Misión, visión, objetivos y metas engloban el resultado financiero	a) El resultado financiero no forma parte de estas variables	x	No tienen definido ninguna estrategia económica que englobe el mejoramiento de los resultados económicos			<b>0</b>					
		b) El resultado financiero es un componente secundario										
		c) El resultado financiero es la parte medular de estas variables										
4	Equipos de gestión con una estrategia empresarial que le permite cumplir la visión y misión de la OTC	a) El equipo de gestión de la OTC, el directorio y la comunidad no han tenido un proceso de formulación de estrategia empresarial										
		b) El equipo de gestión de la OTC ha formulado planes de corto plazo que le permiten orientarse al cumplimiento de estos aspectos	x	El equipo coordinador trabaja en la formulación de planes a corto plazo como incrementar las ventas, mejorar los servicios de alimentación y guianza			<b>1</b>					
		c) El equipo de gestión , el directorio y la comunidad han tenido un proceso de planificación de estrategia empresarial que les permite orientarse al cumplimiento de estos aspectos										
5	Planificación en función del mercado y el entorno	a) La estrategia plantea los deseos aislados del equipo de gestión y el directorio										
		b) La estrategia plantea el alcance la visión y misión, tomando en cuenta los factores de mercado en que se desarrolla el turismo comunitario										
		c) La estrategia plantea el alcance la visión, misión y objetivos, tomando en cuenta los factores de mercado y entorno (político, social, económico, cultural) en que se desarrolla el turismo comunitario	x	Las estrategias que plantea el equipo coordinador toma en cuenta los tres factores, están se dan a conocer a la población a través de asamblea general y si la aprueba o no quedan registradas en el acta							<b>1</b>	

Organización Estratégica												
6	Planificación de resultados	a) No existen metas de desempeño definidas por área de gestión y funciones laborales del equipo de gestión, las operaciones se manejan con base en la influencia colectiva de los miembros de la OTC	x	Las operaciones se manejan de forma rotativa por los miembros de la comunidad que son controlados por el coordinador, pero no existe metas de desempeño por área documentadas	0,5							
		b) Existen metas de desempeño definidas por área de gestión y funciones laborales del equipo de gestión, sin embargo las operaciones se manejan con cierta influencia colectiva de los miembros de la OTC										
		c) Existen metas de desempeño definidas por área de gestión y funciones laborales del equipo de gestión, las operaciones se manejan con base en el cumplimiento de las mismas										
TOTAL					0,5	0	2	0	0	1	0	0

**Anexo 3.** Matriz de evaluación. Organización empresarial

Organización empresarial													
No.	Condiciones	Criterios	Situación Actual	Observación	Calificación Numérica								
					Rangos								
					a			b			c		
c	cp	nc	c	cp	nc	c	cp	nc					
1	Credibilidad con asociados	a) Los miembros de la OTC no se identifican con las políticas y decisiones del equipo de gestión y directorio, porque los mismos no fueron electos por la Asamblea											
		b) Los miembros de la OTC no se identifican con las políticas y decisiones del equipos de gestión y directorio, a pesar de haber sido elegidos por sus socios											
		c) Los socios apoyan las políticas y decisiones del equipo de gestión y directiva de la OTC ya que éstos fueron electos y guardan los intereses colectivos de	x	Mediante asamblea y actas firmadas, los miembros de la comunidad apoyan las políticas y decisiones del equipo coordinador				1					

Organización empresarial													
		la comunidad											
2	Comunicación interna	a) El coordinador administrativo del equipo de gestión no se comunica con el resto del equipo y los miembros de la OTC. Los asociados no saben qué se está haciendo ni porque. No existe buena comunicación entre el Directorio, el equipo de gestión y los miembros de la OTC.											
		b) El coordinador administrativo y el equipo de gestión de la OTC mantienen informados a los miembros de la comunidad a través de asambleas u otros eventos periódicos, aunque los mecanismos no son muy efectivos											
		c) El equipo de gestión de la organización se mantiene en una comunicación fluida y constante con sus asociados. Existe un ambiente de transparencia. Los asociados tienen la oportunidad de retroalimentar al directorio y al equipo de gestión de la OTC, en los asuntos relacionados al turismo.		Existe una comunicación constante entre los miembros y el equipo coordinador, puesto que todas las decisiones que se toman están a conocimiento de todos y quedan documentadas mediante acta								1	
3	Continuidad estratégica	a) La planificación de largo plazo de la OTC que un equipo de gestión realiza se desecha por el siguiente equipo o directorio, aún y cuando su horizonte de planificación está vigente											
		b) La planificación de Largo plazo que un equipo de gestión y directorio realizan se retoma parcialmente y con enmiendas considerables por el siguiente equipo y directorio electo	X	El equipo de gestión o el nuevo directorio electo continúan parcialmente con lo establecido, pero si es necesario modificar o cambiar algún aspecto se cambia con la aprobación de la asamblea, no existe ningún documento que corrobore la continuidad o permanencia							0,5		



Organización empresarial															
6	Estado legal de la organización	a) La OTC no tiene personería jurídica para la operación turística ni la organización. Funciona en manera no-formal													
		b) La OTC tiene personería jurídica como organización y no para la operación turística. Algunas funciones pueden ser limitadas por la figura jurídica bajo la cual se legalizó	x	La iniciativa no cuenta con permisos para la operación turística debido a la falta de interes por parte de la directiva y por la complejidad para adquirir los permisos. Pero si tiene personería jurídica de la comunidad que consta en los registros de la parroquia y cantón				0,5							
		c) La OTC tiene una personería jurídica adecuada como organización comunitaria y para la operación turística estando al día con todos sus registros													
7	Políticas de personal	a) La OTC no tiene políticas de personal establecidas. Su selección y retribución de personal se decide de manera ad hoc	x	No cuenta con políticas de personal, pero la distribución del mismo está a cargo del coordinador, quien coordina la operación y de manera verbal da a conocer las funciones del personal, pero no se encuentran documentadas			0,5								
		b) La OTC cuenta con políticas de personal aunque estos no están totalmente documentados ni sistematizados													
		c) La OTC cuenta con políticas de personal establecidas y documentadas. Estas políticas permiten incentivar al personal hacia un desempeño óptimo													
TOTAL							0	0,5	0	1	1,5	0	2	0	0



Servicios y Capacidad Física															
		calidad													
		b) Los servicios generados por la actividad turística en la comunidad son básicos, pero de buena calidad. Responden a la demanda de los miembros de la OTC pero podrían incluirse más servicios	X	Los servicios generados como interpretación de la flora y fauna, conocimiento de saberes ancestrales y practicas ancestrales, artesanales, además del hospedaje, alimentación y guianza son adecuadas y responden a la demanda				1							
		c) Los servicios generados por la actividad turística responden óptimamente a la demanda de los miembros de la OTC. Son oportunos, ágiles y competitivos.													
3	Sostenibilidad de los servicios	a) La comercialización de los productos turísticos comunitarios no cubren sus costos. La OTC depende de subsidios externos para su continuidad													
		b) La comercialización de productos turísticos comunitarios cubren sus costos por sí solos o a través de venta de sus propios productos y otros productos turísticos no comunitarios pero no generan ganancias													
		c) La comercialización de servicios turísticos cubren todos sus costos a través de ventas propias, comisiones o márgenes de utilidad, generando ingresos adicionales para la organización	x	La comercialización del producto turístico se realiza a través de canales indirectos, por lo cual la comunidad percibe ingresos que cubren sus costos y además tienen ganancias.							0,5				
<b>TOTAL</b>							<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0,5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,5</b>	<b>0</b>

**Anexo 5.** Matriz de evaluación. Administración financiera

Administración financiera													
No.	Condiciones	Criterios	Situación Actual	Observación	Calificación Numérica								
					Rangos								
					a			b			c		
					c	cp	nc	c	cp	nc	c	cp	nc
1	Planificación Financiera Anual	a) La OTC no planifica ni realiza proyecciones, ingresos y gastos para cada año.											
		b) La OTC estima al menos uno de los siguientes rubros para cada período: Gastos, Ingresos, Utilidades.	x	La organización estima los gastos para cada periodo.		0,5							
		c) La OTC realiza proyecciones financieras de gastos, ingresos y utilidades; observando además algunos indicadores como liquidez, margen de utilidad, requerimientos de capital de trabajo, necesidades de endeudamiento de corto plazo y otros.											
2	Política de Dividendos	a) La OTC nunca ha establecido una política de largo plazo para retención de utilidades en función de los requerimientos de inversión para la actividad turística y la comunidad	x	La OTC no establece una política a largo plazo , actualmente se desconoce de este proceso			0						
		b) La OTC ha retenido utilidades algunas veces para realizar inversiones, sin embargo esta retención no se basa en una política de largo											

Administración financiera													
		plazo para reinvertir utilidades en la actividad turística y la comunidad											
		c) La OTC tiene una política definida de retención de utilidades, misma que se basa en los requerimientos de inversión necesarios para el crecimiento planificado de la actividad turística y la comunidad											
3	Estructura de Capital	a) La OTC no tiene clara su estructura de capital y la relación que ésta tiene con los pasivos.	x	La OTC no tiene una estructura de capital y desconoce la relación que tiene con los pasivos			0						
		b) La OTC cuando ha tenido que endeudarse evalúa la relación pasivos y capital, con base en esto define su política de hasta donde modificar su estructura de capital.											
		c) La OTC tiene definida una estructura de capital óptima, la cual cumple.											
4	Evaluación de Inversiones	a) Las inversiones en la OTC se realizan sin evaluar su tasa de retorno o valor actual neto.	x	Las inversiones se realizan con dinero de donantes o de la propia comunidad, pero no se evalúa la tasa de retorno			0,5						
		b) Las inversiones en la OTC se realizan evaluando su tasa de retorno y valor actual neto.											
5	Manejo de liquidez	a) La OTC no tiene liquidez adecuada para cumplir con sus obligaciones internas y externas en tiempo y forma óptima											
		b) En general la OTC cumple con sus obligaciones internas y externas. Ocasionalmente tiene problemas de cumplimiento por falta de liquidez o está	x	La organización cumple con sus obligaciones internas y externas y hasta ahora no han tenido problemas con los				1					

Administración financiera														
		restringida en su capacidad de financiar a sus miembros por problemas de liquidez		miembros, se debe mencionar que la organización no da financiamiento a los miembros.										
		c) La OTC maneja cuidadosamente su liquidez. Siempre cumple en tiempo y forma con sus obligaciones internas y externas. Tiene suficiente liquidez para financiar a sus miembros de acuerdo a una estrategia planteada.												
TOTAL						0	0,5	0	1	0,5	0	0	0	0

**Anexo 6.** Matriz de evaluación. Control contable

Control contable y control interno														
No.	Condiciones	Criterios	Situación Actual	Observación	Calificación Numérica									
					Rangos									
					a			b			c			
					c	cp	nc	c	cp	nc	c	cp	nc	
1	Estados financieros contables en orden y al día	a) La OTC no tiene personal a cargo y tampoco elabora estados financieros por período contable, basándose en los principios de contabilidad generalmente aceptados												
		b) La OTC tiene personal a cargo, pero no mantiene actualizados sus estados financieros, sino estos se elaboran al final de cada período contable con base en los principios de contabilidad generalmente aceptados	x	La OTC cuenta con un tesorero, pero no mantiene actualizados los estados financieros, estos se elaboran al final de cada periodo contable.				0,5						



Control contable y control interno														
		b) La OTC tiene un proceso establecido para el control de inventarios. El proceso permite un control general pero tiene debilidades para el proceso de control	x	La organización tiene un proceso de control de inventarios de manera general a través de registros documentados , pero no es un proceso establecido						0,5				
		c) La OTC tiene sistemas fuertes de control de inventarios que contribuyen al proceso de calidad en la prestación del servicio turístico												
5	Determinación del precio mínimo de venta	a) La OTC no conoce el costo final de cada producto y servicio y desconoce el margen de utilidad que debe cobrar en cada uno de ellos												
		b) La OTC conoce con certeza el costo final de cada producto/servicio pero desconoce cuál debe ser el margen de utilidad unitario que debe asignar para calcular el precio final del producto/servicio												
		c) La OTC conoce con certeza el costo final de cada producto/servicio y conoce si su negocio es sensible a volumen de ventas (No. de pax) o márgenes de utilidad, con base en eso calcula el margen que debe cobrar en el precio de venta del producto/servicio	x	La organización conoce el costo final de cada producto/servicio y tienen conocimiento del volumen de ventas al que están limitado, El coordinador es el encargado de diseñar los paquetes turísticos tomando en cuenta todos los factores con todos los cambios que se requieran						1				
						0	0,5	0	0	1	0	1	0	0



Comercialización y mercadeo													
2	Conoce el mercado y como contactarse con compradores	a) La OTC no conoce cómo funciona el mercado al que vende y desconoce cómo contactar a potenciales compradores de sus productos turísticos											
		b) La OTC conoce el funcionamiento del mercado al que vende su producto, en cuanto a los principales atributos que el comprador busca en su producto. Sin embargo, no conoce la forma de contactar compradores	x	Conoce el funcionamiento del mercado y conocen los eventos y medios para atraer compradores, pero tienen deficiencias en la forma de contactar con los compradores					0,5				
		c) La OTC conoce el funcionamiento del mercado al que vende su producto, en cuanto a los principales atributos que el comprador busca en su producto. Además la empresa conoce los eventos y medios que debe utilizar para contactar potenciales compradores, siendo eficiente al comunicarse con los mismos											
3	Conocimiento de la gestión comercial	a) La OTC desconoce el procedimiento para hacer llegar su producto al comprador (cliente o segmento) previamente definido											
		b) La OTC conoce los procedimientos para hacer llegar su producto a lo largo del canal de comercialización, hasta el comprador (cliente o segmento) previamente seleccionado. Sin embargo es deficiente en el seguimiento y gestión necesaria para fidelizarla	x	La organización sabe cómo hacer llegar su producto a las comercializadoras y el cliente pero el proceso para fidelizarla es complicado					0,5				



Comercialización y mercadeo															
		c) La OTC conoce bien los atributos de su producto, así como la forma en que el consumidor lo compra y consume, además conoce muy bien la mejor forma, lugar y medio para promocionarlo	x	La organización tiene claro los atributos de su producto turístico y conoce el lugar y medio para promocionarlo como ferias, revistas a través de comercializadoras nacionales e internacionales						0,5					
6	Diferenciación por costos o atributos	a) La OTC no sabe si su producto se compra como un producto turístico diferenciado													
		b) La OTC sabe que su producto turístico se compra como un producto diferenciado, pero no trabaja su posicionamiento de mercado como tal	X	Conocen que su producto se vende como producto diferenciado, pero no se trabaja en posicionar el producto en el mercado				0,5							
		c) La OTC sabe que su producto se compra como un producto diferenciado, por tanto la OTC se enfoca en posicionar su producto en el mercado como tal													
7	Valor que el producto ofrece es match del segmento enfoque	a) La OTC no conoce cuál es el valor percibido que el consumidor de su segmento meta busca en el producto que compra	x	No se conoce el valor percibido que el consumidor busca			0								
		b) La OTC conoce cuál es el valor percibido que el consumidor de su segmento meta busca en el producto que compra, sin embargo no ha modelado su producto para cumplir con ese valor													
		c) La OTC conoce cuál es el valor percibido que el consumidor de su segmento meta busca en el producto que compra, y ha incorporado en todos sus procesos gestión para asegurar agregar ese valor al producto final													
TOTAL							0	0	0	0	2	0	1	0,5	0



Alianzas estratégicas y redes												
	o mercados nacionales	b) La OTC ha logrado vender al mercado nacional (incluido el local) pero no ha podido establecer relaciones estables										
		c) La OTC ha logrado establecer relaciones estables y ventajosas con el mercado nacional (incluido el local)	x	La organización ha logrado establecer relaciones estables con comercializadoras nacionales como. la Tour Operadora Latitud cero y Sara Urku							1	
3	Relaciones estratégicas establecidas con comercializadoras o mercados internacionales	a) La OTC no ha logrado establecer relaciones comerciales con comercializadoras o mercados internacionales										
		b) La OTC ha logrado vender a comercializadoras internacionales pero no ha podido establecer relaciones estables										
		c) La OTC ha logrado establecer relaciones estables y ventajosas con comercializadoras y el mercado internacional	x	La organización ha logrado establecer relaciones estables con comercializadoras internacionales de países como: Francia y Canadá							1	
4	Relaciones estratégicas establecidas con proveedores de servicios técnicos (instituciones educativas, ONGs, estado)	a) La OTC no tiene apoyo de proveedores de servicios técnicos										
		b) La OTC ha tenido apoyo de proveedores de servicios técnicos dentro del contexto de proyectos o en forma periódica	X	La OTC ha tenido o ha estado vinculada a proyectos educativos superiores del país y también de otros países cada vez que se presenten				1				
		c) La OTC ha establecido alianzas permanentes con proveedores de servicios técnicos que le apoyan realizar sus objetivos y metas										
5	Relaciones estratégicas	a) La OTC no tiene apoyo de proveedores de servicios empresariales	x	No tiene apoyo de proveedores				0				



Equidad e inclusión															
1	Diversidad de socios dentro de la empresa (equidad) (¿están bien representados? ¿Participan en la junta directiva?)	a) Hay exclusión de los diversos grupos, niños, jóvenes, adultos mayores mujeres. Se considera que no aportarían nada positivo en forma de conocimientos o prácticas a la OTC													
		b) Hay cierta representatividad de éstos grupos en la OTC	x	Se incluyen a adultos mayores, mujeres y jóvenes quienes aportan conocimientos para la mejora de los servicios y buen funcionamiento de la iniciativa				1							
		c) Hay buena representatividad de los tres grupos y se les considera socios que aportan ideas y conocimiento													
2	Género dentro de la organización. Representatividad de mujeres dentro de la organización y percepción del aporte de mujeres y hombres dentro de la organización	a) No hay mujeres en posición de socias, como parte del equipo de gestión y la directiva de la OTC													
		b) Hay unas cuantas socias. La mayor parte de las mujeres que están en la OTC no toman decisiones y son poco participativas													
		c) Hay un relativo balance entre la presencia de hombres y mujeres como socios y en posiciones en el directorio y equipo de gestión de la OTC, participan activamente y toman decisiones que luego son aplicadas y evaluadas.	x	Existe equidad de género y tanto hombres como mujeres tienen participación en la operación de los servicios y en las decisiones de la comunidad							1				
TOTAL							0	0	0	1	0	0	1	0	0

**Anexo 10. Criterios de evaluación**

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Calificación numérica por criterio
-------------------------	---

<i>Cumple (C)</i> . Es el cumplimiento total del criterio.	1
<i>Cumple parcial (CP)</i> . Es el cumplimiento parcial del criterio; se refiere a aquellos casos en que se han iniciado acciones tendientes a cumplir con el requisito, pero no alcanzan el desempeño requerido. Es visualizado como la oportunidad para mejoramiento del desempeño.	0,5
<i>No cumple (NC)</i> . Es la falta de cumplimiento total del criterio.	0

#### Anexo 11. Evaluación total por componentes

TOTAL POR COMPONENTES		
No.	COMPONENTES	EVALUACION
1	Organización estratégica	0,58
2	Organización empresarial	0,71
3	Servicio y capacidad física	0,67
4	Administración Financiera	0,40
5	Control contable y control interno	0,50
6	Comercialización y mercadeo	0,50
7	Alianzas estratégicas y redes	0,86
8	Equidad e inclusión	1,00
<b>TOTAL</b>		5,22

<b>EVALUACION FINAL</b>	1
<b>CATEGORIA</b>	<b>0,65</b>

**Anexo 12.** Matriz de evaluación.

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL BUEN VIVIR																				
Nombre del emprendimiento		La Moya			Jatari			Palacio Real			San Martín Alto			Tolte - Pistishi			Nizag			
		"Casa de las Montañas"			Campesino			"Sumak Kawsay"			"Quinoa Ñan"									
Elementos	Aspectos de evaluación	c	cp	nc	c	cp	nc	c	cp	nc	c	cp	nc	c	cp	nc	c	cp	nc	
Organización	<b>La comunidad cuenta con :</b>																			
	Su personalidad jurídica	1			x			x			x			x			x			x
	Un reglamento de participación en la actividad turística			x			x		x			x			x					x
	Un plan de desarrollo comunitario			x			x		x					x			x			x
	Un programa de rendición de cuentas		x				x				x			x						x
	Un plan de inversiones y distribución de beneficios comunitarios			x			x				x			x						x
Gestión ambiental y territorial	<b>La comunidad cuenta con un:</b>																			
	Plan de gestión y protección del territorio y del patrimonio natural		x				x		x			x			x					x
	Programa de educación ambiental			x			x				x			x			x			x
	Programa de manejo de residuos orgánicos		x				x				x			x						x
	La comunidad conoce y aplica las formas ancestrales de protección del patrimonio natural	x				x					x			x						x
Revitalización cultural y relaciones interculturales	<b>La comunidad cuenta con:</b>																			
	Plan de desarrollo cultural			x			x				x			x						x
	Programa de formación de gestión cultural comunitaria			x			x				x			x						x
	Plan de protección y difusión del patrimonio cultural			x			x				x			x						x



## Anexo 13. Matriz de evaluación de los servicios turísticos

SISTEMATIZACIÓN: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS TURISTICOS						
	CRITERIO DE EVALUACIÓN	Puntaje máximo por estándar	EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO			
			C	CP	NC	NA
La Moya	INSTALACIONES	51	25	8	18	0
	HOSPEDAJE	32	27	2	3	0
	ALIMENTACIÓN	68	42	4	22	0
	SERVICIO AL CLIENTE	3	1	0	2	0
	GUIANZA Y TRANSPORTE	32	2	7	20	3
	SEGURIDAD E HIGIENE	11	5	3	3	0
	TOTAL	197	102	24	68	3
	TOTAL %	100	53	12	34	2
Jatari Campesino	Estándar de calidad	Puntaje máximo por estándar	EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO			
			C	CP	NC	NA
	INSTALACIONES	51	12	7	24	8
	HOSPEDAJE	32	0	0	0	32
	ALIMENTACIÓN	68	37	2	29	0
	SERVICIO AL CLIENTE	3	0	1	2	0
	GUIANZA Y TRANSPORTE	32	1	2	26	3
	SEGURIDAD E HIGIENE	11	5	1	5	0
TOTAL	197	55	13	86	43	
TOTAL %	100	28	7	43	22	
Palacio Real " Sumak Kawsay "	Estándar de calidad	Puntaje máximo por estándar	EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO			
			C	CP	NC	NA
	INSTALACIONES	51	14	12	14	11
	HOSPEDAJE	32	0	0	0	32
	ALIMENTACIÓN	68	65	3	0	0
	SERVICIO AL CLIENTE	3	1	0	2	0
	GUIANZA Y TRANSPORTE	32	8	10	13	1
	SEGURIDAD E HIGIENE	11	6	2	3	0
TOTAL	197	94	27	32	44	
TOTAL %	100	48	14	16	22	
San Martín Alto "Quinua Ñan"	Estándar de calidad	Puntaje máximo por estándar	EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO			
			C	CP	NC	NA
	INSTALACIONES	51	17	16	18	0
HOSPEDAJE	32	25	3	4	0	

SISTEMATIZACIÓN: EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS TURISTICOS						
	ALIMENTACIÓN	68	40	10	18	0
	SERVICIO AL CLIENTE	3	1	1	1	0
	GUIANZA Y TRANSPORTE	32	10	4	15	3
	SEGURIDAD E HIGIENE	11	6	0	5	0
	TOTAL	197	99	34	61	3
	TOTAL%	100	50	17	31	2
Tolte	<b>Estándar de calidad</b>	<b>Puntaje máximo por estándar</b>	<b>EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO</b>			
			<b>C</b>	<b>CP</b>	<b>NC</b>	<b>NA</b>
	INSTALACIONES	51	20	7	15	9
	HOSPEDAJE	32	0	0	0	32
	ALIMENTACIÓN	68	48	9	11	0
	SERVICIO AL CLIENTE	3	2	0	1	0
	GUIANZA Y TRANSPORTE	32	9	12	10	1
	SEGURIDAD E HIGIENE	11	5	1	5	0
	TOTAL	197	84	29	42	42
TOTAL%	100	43	15	21	21	
Nizag	<b>Estándar de calidad</b>	<b>Puntaje máximo por estándar</b>	<b>EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO</b>			
			<b>C</b>	<b>CP</b>	<b>NC</b>	<b>NA</b>
	INSTALACIONES	51	10	14	27	0
	HOSPEDAJE	32	9	7	16	0
	ALIMENTACIÓN	68	48	7	13	0
	SERVICIO AL CLIENTE	3	1	0	2	0
	GUIANZA Y TRANSPORTE	32	17	4	11	0
	SEGURIDAD E HIGIENE	11	6	2	3	0
	TOTAL	197	91	34	72	1
TOTAL%	100	46	17	36	1	

**Anexo 14.** Matriz de evaluación disminuido el número de estándares de no aplicación

Estándar de calidad	TOTAL	EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO				DISMINUIDO EL NUMERO DE ESTANDARES DE NO APLICACIÓN	EVALUACIÓN DE CUMPLIMIENTO EN PORCENTAJE			
		C	CP	NC	NA		C	CP	NC	NA
<b>LA MOYA</b>	197	102	24	68	3	194	53	46	149	2
<b>JATARI</b>		55	13	86	43	154	36	36	236	22
<b>SAN MARTIN</b>		99	34	61	3	194	51	67	92	2
<b>PALACIO REAL</b>		94	27	32	44	153	61	44	73	22
<b>TOLTE</b>		84	29	42	42	155	54	54	78	21
<b>NIZAG</b>		91	34	72	1	196	46	73	98	1