



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

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO
COMUNITARIO ARTICULADO A ÁREAS PROTEGIDAS 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

ROSA MARGOTH LLANGA ASITIMBAY

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

©2017, **Rosa Margoth Llanga Asitimbay**

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**

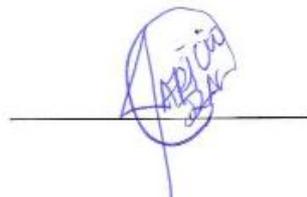
El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: “**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO COMUNITARIO ARTICULADO A ÁREAS PROTEGIDAS EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**”, de responsabilidad de la señorita Rosa Margoth Llanga Asitimbay, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

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



ING. PATRICIO XAVIER LOZANO RODRIGUEZ
ASESOR DEL TRIBUNAL



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Rosa Margoth Llanga Asitimbay 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.



.....
ROSA MARGOTH LLANGA ASITIMBAY

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación dedico en primer lugar a mi madre Rosa que ha sido el pilar fundamental, quien me ha apoyado, quien ha sido mi guía, quien ha estado a mi lado en todo momento a pesar de los problemas y dificultades que han surgido en nuestras vidas ella ha sabido afrontarlos y no decaer dedico a mi madre porque ella es mi orgullo.

Dedico así también a mis hermanos queridos Geovanni, Leonor, Anita, Fernando, José, Hilda y Emma que han sido parte fundamental en mi vida.

A mis cuñados Paty, Roberto por el apoyo incondicional.

A mis sobrinitos Jeferson, Antony, Yorleni, Milena, Luis Mario, Estiven, Scarlett, Roberto, Andres, Santiago, Tifany, y mi hermosa Nihal que han sido mi alegría, a pesar de tener a dos sobrinos que se encuentran lejos los amo a todos

A mis amigos (Noemí, Ruth, Susi, Henry, Fredy, Lesly,) y compañeros que han sido parte de mi vida y de este proceso de aprendizaje que más que amigos han llegado a ser mi familia

Margoth Llanga Asitimbay

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme la vida, el amor, la fuerza y la salud para alcanzar mi objetivo, agradecida eternamente por regalarme a la hermosa familia que ha sido mi sustento.

A mi madre querida que me ha apoyado en este proceso, que siempre estuvo ahí con su amor, voluntad, dedicación y cariño, agradecida infinitamente ya que sin su apoyo no hubiese culminado con mi objetivo.

A mi familia entera cuñad@s y sobrinitos en especial a mis hermanos Geovanni y José Luis, Leonor gracias a ustedes por el apoyo infinito de colaboración motivación, quienes estuvieron cuando más los necesitaba aún más en este proceso de culminación, gracias a mi gordito Jeferson mi motorcito mi apoyo comprensión y colaboración en todo momento, Emma, Hilda, Anita quienes supieron darme ánimos a seguir y no decaer gracias a ustedes, gracias a ti Fernando que a pesar de que te encuentre lejos, pero eso me enseñó a valorar aún más a la familia y a luchar por lo que se quiere, gracias a ustedes porque han sido la razón y el motor que me ha impulsado a culminar con mi objetivo, agradecida infinitamente gracias por el apoyo hasta hoy y ahora lo que sigue es para y por ustedes los amo

A mis amigas Ruth, Noemí y Susi que han sabido comprenderme en los momentos más difíciles de mi vida, que a pesar de nuestras diferencias siempre han estado ahí apoyándome siempre, a pesar de todo ustedes han sido y llegado a formar parte de mi vida las quiero montón

Agradecida con todos mis maestros y maestras por sus enseñanzas, de manera muy especial a la Ing. Patty Tierra y el Ing. Patricio Lozano quien tuvo la paciencia y dedicación en esta etapa, quienes con sus experiencia, me ha ido impartiendo sus conocimientos.

Agradecida con el consejo provincial de Chimborazo, en especial al Ing. Fernando Amores, a las comunidades y CORDTUCH quienes me dieron la apertura para la realización de este proceso del trabajo de titulación.

Millón gracias a todos quienes fueron parte de este camino de preparación y que formaron parte importante de mi vida.

Margoth Llanga Asitimbay

TABLA DE CONTENIDO

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO COMUNITARIO ARTICULADO A ÁREAS PROTEGIDAS EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO ...	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. JUSTIFICACIÓN	2
III. OBJETIVOS	3
A. OBJETIVO GENERAL	3
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
IV. HIPÓTESIS.....	4
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	5
A. TURISMO.....	5
1. Definición	5
2. Tipología de turismo en el Ecuador.....	5
B. TURISMO COMUNITARIO.....	7
1. Definición	7
2. Conservación y turismo comunitario	7
3. Turismo comunitario y derechos de los pueblos indígenas	8
4. Turismo comunitario, Estado y mercado.....	8
5. Turismo comunitario y lucha contra la pobreza.....	8
6. El turismo comunitario actualmente	9
C. TURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS	10
1. Modalidades turísticas permitidas.....	10
2. Vinculación de comunidades en Áreas Protegidas.....	11
3. Importancia de turismo comunitario en áreas protegidas	12
D. ANÁLISIS SITUACIONAL TURÍSTICO	12
1. Análisis de la oferta.....	13
2. Análisis de la demanda	15
3. Evaluación turística	16
E. ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN TURÍSTICA	18
1. Etapas de estrategias de intervención turística	19
2. Planeación estratégica.....	21
VI. MATERIALES Y MÉTODOS.....	23
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	23
1. Localización	23
2. Ubicación Geográfica.....	24

3. Características climáticas	25
4. Clasificación ecológica	25
5. Características del suelo	26
B. MATERIALES	26
1. Materiales	26
2. Equipos.....	26
C. METODOLOGÍA	27
1. Caracterización de la oferta y demanda del turismo comunitario	27
2. Evaluación el producto turístico comunitario	30
3. Formulación estrategias de intervención para el fortalecimiento del turismo comunitario.....	34
VII. RESULTADOS.....	36
A. CARACTERIZACIÓN DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA OPERACIÓN DE TURISMO COMUNITARIO.....	36
1. Mapa de ubicación de comunidades que involucran actividades turísticas.....	36
2. Clasificación de las comunidades según su tipología	39
3. Caracterización de la situación actual de las comunidades.....	46
5. Perfil de la demanda turística	82
B. EVALUACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO	87
1. Evaluación de la condición empresarial del negocio comunitario.....	87
2. Evaluación de Calidad del buen vivir.....	91
3. Evaluación de Calidad del servicio.....	96
C. FORMULACIÓN ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN PARA EL TURISMO COMUNITARIO	100
1. Análisis de la problemática	100
2. Nivel de articulación entre las comunidades que realizan turismo comunitario y el área protegida	109
3. Matriz de planificación estratégica.....	112
VIII. CONCLUSIONES	125
IX. RECOMENDACIONES	127
X. RESUMEN.....	128
XI. SUMMARY.....	129
XII. BIBLIOGRAFÍA.....	130
XIII. ANEXOS	133

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-6. Mapa de la Reserva de Producción de Fauna de Chimborazo	23
Figura 2-6: Mapa del Parque Nacional Sangay	24
Figura 3-7: Ubicación de las comunidades con sus respectivos emprendimientos turísticos en las áreas protegidas (RPFCH y PNS).....	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-6: Matriz de evaluación de la condición empresarial comunitario	31
Tabla 2-6: Criterio de evaluación.....	31
Tabla 3-6: Matriz de evaluación de calidad del bien vivir	32
Tabla 4-6: Matriz de evaluación de la calidad del servicio.....	33
Tabla 5-7: Comunidades que trabajan con turismo en la reserva de Producción de Fauna de Chimborazo y el Parque Nacional Sangay	41
Tabla 6-7: Sistematización de información socio demográfico por comunidad.....	46
Tabla 7-7. Sistematización de información socio económica por comunidad.....	50
Tabla 8-7. Sistematización de información político administrativo por comunidad.....	54
Tabla 9-7. Sistematización de datos georreferenciados de atractivos turísticos	56
Tabla 10-7. Resumen de la caracterización de los atractivos turísticos	59
Tabla 11-7. Sistematización de información de infraestructura turística	62
Tabla 12-7. Sistematización de información de planta turística	66
Tabla 13-7: Emprendimientos que cuentan con instalaciones para la prestación servicios turísticos sin embargo no funcionan	67
Tabla 14-7: Actividades relacionadas a la planta turística.....	68
Tabla 15-7: Caracterización de instituciones de influencia para el manejo de las actividades turísticas	73
Tabla 16-7: Sistematización de productos turísticos.....	79
Tabla 17-7: Matriz de evaluación de productos turísticos comunitarios	87
Tabla 18-7: Evaluación de calidad del buen vivir.....	91
Tabla 19-7: Evaluación de calidad del servicio	96
Tabla 20-7: Matriz de la Condición empresarial del negocio comunitario, CPES (Causa, Problema, Efecto y Solución)	100
Tabla 21-7: Matriz de calidad de vida, CPES (Causa, Problema, Efecto y Solución).....	104
Tabla 22-7: Matriz de calidad de servicio, CPES (Causa, Problema, Efecto y Solución).....	107
Tabla 23-7. Estrategias de intervención para la condición empresarial del negocio.....	112
Tabla 24-7: Estrategias de intervención para la calidad de vida	117
Tabla 25-7: Estrategias de intervención para la calidad del servicio	121

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO COMUNITARIO ARTICULADO A ÁREAS PROTEGIDAS EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

El turismo comunitario actualmente es considerado como un eje importante para dinamizar la economía de un sector, mediante el aprovechamiento sustentable de recursos naturales y culturales con actividades comunitarias, dando oportunidad a un desarrollo socioeconómico significativo. Sin duda, el turismo comunitario brinda oportunidades para la inclusión de las comunidades en iniciativas micro-empresariales mejorando sus capacidades de negociación y acceso a mercados, así como sus procesos de vinculación con otros actores del entorno.

Siendo el turismo comunitario parte del fortalecimiento de desarrollo turístico y socio-económico de territorios, las comunidades y sus organizaciones han ido generado una oferta turística integral que respeta sus principios culturales, comunitarios y ambientales, con el firme propósito de alcanzar mejores condiciones de vida.

El turismo comunitario en la provincia de Chimborazo se ha visto reflejado en la diversas comunidades que ofertan sus productos, es evidente como las comunidades han ido desarrollándose y fortaleciéndose con el turismo comunitario, a pesar de que cuentan con ciertas debilidades que inciden en cuanto a la comercialización y sostenibilidad de sus productos.

El turismo comunitario en las áreas protegidas a formado parte de una estrategia de conservación del ambiente y/o biodiversidad existente, ya que es un turismo responsable y sostenible que respeta el patrimonio natural y cultural, mejora la calidad de vida de las comunidades, procurando que los beneficios sean para sus miembros y busca que las asociaciones y organizaciones indígenas se fortalezcan mediante la operación turística comunitaria, mismo se entiende como una estrategia socio-económica de desarrollo (Ruiz et al, s.f.a).

En este sentido las áreas protegidas en la provincia de Chimborazo han contribuido al fortalecimiento de la oferta del turismo comunitario debido a que en estas, están insertas atractivos naturales y culturales en algunos casos, que forman parte de la oferta comunitaria, pese a que no existen especificaciones de datos reales e investigaciones de la articulación turística comunitaria en las áreas protegidas en la provincia, se refleja en el desarrollo integral de los mismos

A. JUSTIFICACIÓN

La provincia de Chimborazo posee un gran potencial turístico de tipo natural que se ve reflejado en la presencia de las dos áreas protegidas, Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y el Parque Nacional Sangay, las mismas que por su estado de conservación permiten un aprovechamiento de los recursos y atractivos existentes a través de actividades turísticas de tipo sostenible y comunitario.

Sin embargo no todas las actividades de turismo comunitario que se desarrollan al interior de éstas áreas protegidas, 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 insipientes, 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 GAD provincial de Chimborazo al haber considerado como parte del Plan Minga 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) que se encuentra inserto en las dos áreas protegidas de la provincia, puesto que su finalidad al haber asumido la competencia fomento de las actividades productivas y agropecuario, demanda la generación de acciones coordinadas y planificadas para la inversión en este sector pues su máxima fundamental está orientada a mejorar la calidad de vida de la población y alcanzar un desarrollo económico sostenible más inclusivo y participativo a través del turismo.

Se espera que mediante la información que se proporcione a través de este estudio, el GAD provincial 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 las áreas protegidas de la provincia.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Analizar la situación actual del turismo comunitario articulado a áreas protegidas en la provincia de Chimborazo.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Caracterizar la oferta y demanda del turismo comunitario.
2. Evaluar el producto turístico comunitario.
3. Formular estrategias de intervención para el fortalecimiento del turismo comunitario.

IV. HIPÓTESIS

El análisis de la situación actual del turismo comunitario articulado a áreas protegidas en la provincia de Chimborazo, aporta con una documentación de base para la toma de decisiones en el GAD provincial y en el financiamiento de proyectos.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Definición

Según la Ley de turismo en el art: 2 (2008) menciona que: “El turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”.

a. Importancia

El turismo fomenta el desarrollo económico directa o indirectamente al sector que tienden a realizar actividades turísticas, para ello la infraestructura, el mejoramiento en calidad de los servicios, ayuda a garantizar la satisfacción de los turistas o visitantes, así también el turismo se basa en la conservación de recursos naturales y culturales para que estos pueda ser aprovechado a través del tiempo (UICN, 2004).

2. Tipología de turismo en el Ecuador

Según el Ministerio de Turismo en su Plan de Desarrollo de Turismo (PLANDETUR 2020, 2007), determina la siguiente tipología:

a. Turismo comunitario

Es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto 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.

b. Turismo cultural

El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter.

Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía, Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE – Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas.

c. Ecoturismo y turismo de naturaleza

Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y/o la historia natural del ambiente que les rodea.

Dichas actividades se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Parques Nacionales, Reservas y Bosques Privados; Ríos, lagos, lagunas y cascadas; Observación de Flora y Fauna (donde sobresale la Observación de Aves, Mamíferos marinos, Mariposas, Orquídeas.

d. Turismo de deportes y aventura

El turismo deportivo puede definirse como las personas o el grupo de personas que participan activa o pasivamente (es decir, en calidad de espectadores) en un deporte competitivo o recreativo, viajando y residiendo temporalmente en lugares distintos de su entorno habitual. El turismo de aventura hace referencia a los viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico.

El turismo de aventura puede definirse más precisamente como turismo de gran aventura y turismo de pequeña aventura, tales como deportes terrestres, deportes fluviales, deportes aéreos, deportes oceánicos, otros deportes.

e. Agroturismo

Es la hospitalidad que bajo pago es ofrecida por las empresas agrarias individuales.⁴¹ Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Haciendas, Fincas y Plantaciones.

B. TURISMO COMUNITARIO

1. Definición

El turismo comunitario se considera un medio para mejorar la calidad de vida mediante la participación de las poblaciones inmersas en propuestas similares y fortalecen la conservación de la identidad de los pueblos. Se considera como una fuente e ingreso principal para las comunidades inmersas en esta actividad.

Para que esta actividad turística sea sostenible y económicamente viable hay considerar varios aspectos como el liderazgo, de qué manera insertan en el mercado, la apropiación de la cultura y la intervención externa que exista. Generando oportunidades pertenencia y produciendo el desarrollo turístico comunitario (Prieto, 2011).

2. Conservación y turismo comunitario

Según Ruiz et al, (s.f.b), establece lo siguiente:

El turismo comunitario se establece como tal, gracias a la resistencia de las comunidades indígenas a la presencia de empresas madereras, petroleras y de otras actividades productivas-extractivas, que en la forma en que se plantearon, afectaron seriamente al medio ambiente, al tejido social y a las condiciones de vida de los pueblos indígenas, dando paso a la presencia de organizaciones ambientalistas en Ecuador: la declaración de las Islas Galápagos como patrimonio natural mundial por la UNESCO (1975) y la explotación petrolera en la Amazonía. Estos hechos propiciaron la presencia de ONG ambientalistas como Conservación Internacional (CI) y así se articule el ecoturismo en las comunidades u obtengan participación comunitaria.

La adopción de las actividades turísticas por las comunidades propicia el comercio en un entorno natural sostenible y el acceso al mercado ajustándose a la creciente demanda de los destinos naturales. Así pues, la búsqueda de alternativas productivas ligadas a sus desafíos como

comunidades, mediante las buenas prácticas en ecoturismo estableciéndose como una nueva forma de hacer turismo.

El turismo comunitario se convierte en una estratégica válida para estas reivindicaciones en un contexto internacional que profundiza conceptos y políticas de conservación y sostenibilidad.

3. Turismo comunitario y derechos de los pueblos indígenas

Como señala la Organización Internacional de Turismo (2005), estos pueblos si bien significan el 5% de la población mundial, significan el 80% de la diversidad cultural del planeta y conservan el 80% de la diversidad biológica del mundo en sus territorios, cultivando el 65% de las especies vegetales que se consumen en el mundo, esta afirmación, preservan gran parte de lo máspreciado del planeta: su diversidad natural y cultural, por este motivo se construyen una serie de instrumentos internacionales de protección y reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas, como por ejemplo, el convenio 169 de la OIT. Se profundiza en el conocimiento y comprensión de sus modos de vida, de sus sistemas de organización y de sus respuestas actuales al mundo globalizado que vivimos.

En torno a la reivindicación de los derechos culturales de los pueblos y nacionalidades en Ecuador, el turismo comunitario va a contar con esta organización denominada Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) clave para fortalecerlos y revitalizarlos creativamente.

4. Turismo comunitario, Estado y mercado

El liderazgo tanto interno como externo y la presencia de actores privados que tendieron puentes con la oferta comunitaria, juegan un papel clave para la nueva etapa que se vive. Así, las operaciones de turismo comunitario toma una postura diferente, que puede resumirse en la intención de ir más allá de un mero producto turístico, no ser “tuteladas” por el Estado o la empresa privada, sino incidir como actores con voz propia en la planificación turística del país, demandando igualdad de oportunidades y un protagonismo propio.

5. Turismo comunitario y lucha contra la pobreza

Es interesante reseñar que las comunidades indígenas en general no se perciben como pobres, al contrario, muchas tienen la autodefinición de comunidades dotadas de riqueza natural y cultural. Parámetros como el vivir con menos de un dólar al día no es un indicador que diga mucho cuando

la cercanía con la naturaleza les permite satisfacer en buena medida sus necesidades básicas de alimentación, por ejemplo, en una economía no monetizada. Precisamente a partir de ello, la idea de pobreza está quizás mucho más ligada a la de inequidad y limitación de oportunidades para llevar la vida con plenas oportunidades de realización.

La pobreza en Ecuador se encuentra en un 70% en las áreas rurales y dentro de ello más del 90% son hogares indígenas y afro-ecuatorianos. Estos indicadores están medidos en relación al acceso a saneamientos, servicios básicos y vivienda.

Las experiencias de proyectos de turismo comunitario se han consolidado precisamente por las ventajas que ofrecen en la lucha contra la pobreza:

- El turismo se consume en su lugar de producción (posibilidad de interrelación directa)
- El turismo favorece la extensión geográfica de empleo
- El turismo es una actividad más variada, que integra artesanía, agricultura, transporte.
- Requiere mucha mano de obra y emplea a mujeres y jóvenes
- Crea oportunidades para muchos pequeños emprendedores; para proveer bienes y servicios a empresas o para ventas directas de bienes y servicios a visitantes (economía informal)
- Aporta al orgullo de la cultura, los recursos naturales y el territorio.
- Fomenta cierta infraestructura (vialidad, obras básicas de saneamiento, agua, energía eléctrica) que beneficia a las comunidades locales y sus condiciones de vida.

Las organizaciones de turismo comunitario exhiben cuantitativa y cualitativamente los beneficios que a lo largo de estos años se han ido consolidando.

6. El turismo comunitario actualmente

Además de dinamizar y vigorizar el mercado interno y externo, el turismo comunitario ha podido aportar en la construcción de relaciones más equitativas y respetuosas, generadas a partir de la revalorización de prácticas, costumbres y saberes tradicionales, propios de los pueblos y nacionalidades del Ecuador.

El turismo comunitario actúa de manera indirecta como un factor de reafirmación del carácter pluricultural del Estado ecuatoriano y ha sido concebido como un espacio que posibilita la autoafirmación de la identidad, la revitalización cultural, la preservación de la memoria colectiva,

contribuyendo al fortalecimiento socio-organizativo y a la preservación y manejo sostenible del medio ambiente.

Sus actores han llegado al punto de poder proponer una visión a 15 años, en la cual miran que “el turismo comunitario es una actividad sustentable, que genera beneficios económicos para las comunidades involucradas, contribuye a la conservación de su patrimonio natural y fortalece su diversidad étnica y cultural”, visión que ratifica una racionalidad distinta a la de mera actividad económica rentable y se propone una concepción más holística e integral.

Su representación actual es importante en 3 de las 4 regiones geográficas del país (a excepción de Galápagos), al mismo tiempo que en relación a conjunto de los grupos étnicos del Ecuador (pp.25-55).

C. TURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS

La conexión que existe entre el turismo, naturaleza y con atractivos culturales en las Áreas Protegidas, se considera como alternativas para la conservación de los recursos siempre y cuando considere el criterio de desarrollo sustentable, además de que es una línea economizadora para la localidad. Sin embargo para Álvarez (2015), a pesar de que el turismo sea una de las fuentes de economía y desarrollo para el país, turismo en áreas protegidas deben ser potencializadas ya que si se vinculan las comunidades y estas están netamente ligadas a la conservación, sería una de las mejores alternativas para hacer uso potencial de las áreas protegidas.

1. Modalidades turísticas permitidas

Según el Ministerio del Ambiente en su Reglamento Especial de turismo en áreas Naturales Protegidas (RETANP; 2007) las modalidades turísticas permitidas en áreas Protegidas son:

a) Turismo de naturaleza

Es la modalidad de turismo que se fundamenta en la oferta de atractivos naturales de flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía.

b) Turismo cultural

Es la modalidad de turismo que muestra y explica al turista los atractivos culturales de un destino turístico como: comunidades locales, comunidades indígenas, manifestaciones culturales, sitios culturales, históricos, arqueológicos, etc.

c) Turismo de aventura

Es la modalidad en la que el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos, tales como rafting, kayak, regatas en ríos, surf, deportes de vela, rapel, cabalgatas, ciclismo de montaña, espeleología deportiva, montañismo, buceo deportivo, senderismo, caminatas.

d) Turismo científico y de investigación

Es aquella modalidad mediante la cual los científicos naturalistas pueden realizar investigaciones en ciencias naturales (biología, botánica, zoología, biogeografía, ecología, etc.) en áreas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

2. Vinculación de comunidades en Áreas Protegidas

Las comunidades son parte importante dentro del turismo aún mejor, si están vinculadas en áreas protegidas, estos obtienen beneficios mutuo, ya que las comunidades que prestan el servicio turístico dentro del área protegida se aprovecha de la diversidad biológica-cultural que existen y las áreas protegidas se benefician por el uso sustentable que se les da en un áreas protegidas.

El turismo comunitario debe propender a hacer conocer a sus visitantes y a toda la comunidad, especialmente la local, el porqué de la existencia de un Área Protegido primero, que identifiquen como parte suyo dar sentido de pertenencia a los valores naturales y culturales que contienen dichas áreas protegidas, identificando la relación que estos tienen, ya que si la comunidad se compromete a dar sentido de valor al área protegido será posible que estos recursos tanto natural como cultural se conserven en el tiempo (Álvarez, 2015).

3. Importancia de turismo comunitario en áreas protegidas

Es importante mencionar que estos ecosistemas están en riesgo, así como lo están las comunidades que viven y dependen de estos, esto ha permitido que las organizaciones comunitarias intervengan en la conservación de la biodiversidad con estrategias que fortalezcan las mismas, permitiendo mejorar sus condiciones de vida con un turismo sostenible.

Una estrategia para conservar la biodiversidad son las Áreas Naturales Protegidas, cuya conservación y control están a cargo del Ministerio del Ambiente. Existen también otras áreas bien conservadas, gracias al manejo de la biodiversidad que han hecho las comunidades rurales indígenas, campesinas y afrodescendientes. Sin embargo, es importante anotar que esta diversidad se ve amenazada por la presión de actividades extractivas y productivas a gran escala (petrolera, camaronera, bananera, minera, florícola), que buscan ampliar su gestión a través de la producción o explotación de recursos existentes en diversos ecosistemas (Asociación de Ecuatoriana de Ecoturismo y Aventura, 2012).

El turismo en áreas naturales con gestión comunitaria es una modalidad de turismo orientado hacia áreas con valores naturales y culturales excepcionales que, sobre la base de las actividades recreacionales promueve y contribuye a la conservación del lugar, propicia la participación directa benéfica de las poblaciones locales y compromete a todos los involucrados a tomar las precauciones necesarias para minimizar impactos tanto ecológicos como culturales.

D. ANÁLISIS SITUACIONAL TURÍSTICO

El análisis situacional busca establecer hechos e identificar problemas e incluso establecer comparaciones y evaluaciones para tomar decisiones. A nivel mundial la economía intensifica la competitividad en los destinos turísticos, provocando promover esfuerzos para el sector turístico ya que aparecen nuevas tipologías turísticas que tienen la finalidad de mejorar el desarrollo socioeconómico de la comunidad local y la conservación de los recursos naturales.

Es importante analizar algunos aspectos como se propone examinar el marco institucional administrativo, las actividades a realizar, modos de operación, resultados, desafíos más importantes y el más importante los actores dentro de desarrollo ecoturístico (Agüera, 2014).

1. Análisis de la oferta

Según (Paredes, 2009), 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.

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.

d. Sistema turístico

Según la Organización de Turismo Mundial (1998) el sistema turístico lo conforma de la siguiente manera:

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo.

1) La oferta

Es el conjunto de elementos que 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.

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.

Así también 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.

b) 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.

c) Superestructura

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

2) Análisis de 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.

b) Identificación del mercado receptor

Define la procedencia de los turistas, si son nacionales o extranjeros, se pueden revisar fuentes secundarias, como informes de gobierno, bases de datos de la secretaria de turismo o ayuntamiento locales.

3) 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.

2. Análisis de la demanda

Demanda turística implica a un grupo de personas que por su naturaleza de disfrutar los conocimientos de nuevos espacios, regiones, costumbres y diferentes variedades de lo habitual o cotidiano, es totalmente distinta a cualquier otra, no sólo en sus formas externas, sino en sus propios elementos intrínsecos, por ello es necesario identificar esa demanda y conocer sus características para ofertar acorde sus expectativas y satisfacer a esa demanda.

a. Caracterización del destino turístico

El fin es definir la procedencia o perfil de los turistas que visitan un destino turístico. Es importante que los gestores de un destino tengan conocimiento de los mercados receptores, para asegurar el mejor posicionamiento y mejor desarrollo turístico, al mismo tiempo que se identifique a la demanda se puede caracterizar nuestra oferta.

b. Identificación del mercado receptor

Conocer la procedencia de los turistas, mediante la identificación del consumidor se puede obtener la máxima satisfacción global en su consumo lo que estén en sus gustos, mientras que cada empresa tiene intereses relativamente particulares en relación al turista, la realidad es que la satisfacción de su cliente depende del comportamiento de otras empresas.

c. Análisis de la tendencia y estacionalidad de la demanda turística

El conocimiento de la evolución del pasado y actual de la demanda que obtuvo un destino turístico donde nos da como resultado el análisis de la tendencia, potencial que se pueda tener en un futuro en un destino y ser utilizado para efectuar pronósticos, entonces se puede predecir el nivel de la demanda en el futuro.

3. Evaluación turística

Según (Tierra, 2014) la evaluación: “Es la valoración regular y periódica de los avances, en comparación con un conjunto de valores de referencia”.

La evaluación turística hace referencia al análisis a través del tiempo sobre la situación actual del turismo mediante datos existentes, argumentando que la etapa de desarrollo actual afecta o no de manera significativa la evolución futura del sector, especialmente en lo que respecta a la posibilidad de alcanzar un turismo sustentable.

a. Metodología de evaluación turística

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).

1) Condición empresarial del negocio comunitario:

a) 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:

a) Subdivisión

- 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:

a) Se caracteriza por las siguientes condiciones

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

b. Métodos de evaluación turística

Los territorios que tienen potencialidad ecoturísticos pueden llegar a mejorar la calidad de vida de una sociedad, por ello es necesario el conocimiento individual de los espacios naturales y de los recursos culturales y económicos de las comunidades locales donde se encuentran, para luego medir el impacto mediante indicadores de sostenibilidad turística, que sirve como una herramienta de evaluación permitiendo cuantificar los impactos de las actividades, así también permite guiar y reorientar estrategias y actividades para asegurar la experiencia satisfactoria de los visitantes y conservación de los recursos (Medinilla, 2015).

1) Indicadores

Los indicadores son herramientas que permiten conocer y analizar información específica sobre determinados aspectos y espacios con base en un valor de referencia. Para ello se identifican o construyen variables con valor explicativo. Su formulación, aplicabilidad y evaluación son muy

importantes ya que representan los compromisos de empresas, instituciones, asociaciones de los sectores públicos y privados y de la comunidad local en conjunto.

2) Indicadores turísticos sostenibles

Los indicadores de sostenibilidad turística son herramientas de medición cuantitativa y cualitativa que permiten evaluar la tendencia de un destino hacia el alcance de la sostenibilidad y sus impactos sobre el ambiente, las comunidades y los recursos económicos generados. Su implementación permite seleccionar, sintetizar y evaluar información generada durante un tiempo, así como conducir, redirigir y reorganizar objetivos y acciones que permitan el crecimiento y el desarrollo sostenible del destino ecoturístico.

3) Características de los indicadores de sostenibilidad turística

Es necesario que los indicadores de sostenibilidad en el turismo cumplan con características indispensables para su utilización como las siguientes: claridad, rugosidad, pertinencia, factibilidad, credibilidad, comparabilidad, representatividad, sensibilidad, valor predictivo, integrabilidad y aplicabilidad, sin estos parámetros es posible obtener información errónea.

4) Clasificación de los indicadores de sostenibilidad turística

a) Indicadores básicos

Son indicadores que permiten obtener elementos clave de monitoreo en los cambios existentes en la relación hombre naturaleza.

b) Indicadores complementarios (destinos específicos)

Son indicadores diseñados para completar los básicos. Permiten la identificación de variables o atributos de cambios únicos para los diferentes tipos de destinos.

E. ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN TURÍSTICA

Para la obtención de los lineamientos estratégicos de desarrollo local que se aplica a un territorio en particular principalmente se debe identificar las etapas del proceso, que básicamente consiste en la obtención de un diagnóstico y facilidades del territorio, para con estos resultados poder identificar las necesidades del mismo y que posteriormente permitirá la elaboración de estrategias

que ayuden a cumplir objetivos que se basan en el desarrollo local, cumpliendo los objetivos de la planificación inicial del proceso (Lira, 2003).

1. Etapas de estrategias de intervención turística

Las estrategias de intervención turística es determinada primero por el potencial de recursos que cuenta y posiblemente este subutilizado y por otro lado, cuáles las necesidades que se requiere satisfacer a ese recurso. En este sentido, la lógica de formulación de una estrategia de desarrollo turístico debe estar integrada por los siguientes aspectos:

- Conocimiento del potencial económico local, análisis de los recursos y potencialidades de la zona, así como de las principales carencias y obstáculos que pueden existir para que surjan y se desarrollen actividades económicas.
- Creación de los medios que involucren a todos los agentes económicos en este proceso que ayuden a las iniciativas y acciones de desarrollo.
- Desarrollo de las condiciones generales e infraestructura adecuada para permitir y facilitar el surgimiento de las iniciativas económicas teniendo en cuenta las necesidades detectadas y los objetivos perseguidos.

a. Identificación del problema

1). Análisis de Causa, Problema, Efecto, Solución (CEPES)

Esta matriz es una adaptación de la metodología planteada en Modelos para Evaluar el Deterioro Agroecológico y Ambiental.

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

Para la aplicación de las matrices de este tipo se requiere que las comunidades afectadas por problemas relacionados con el inadecuado manejo de los recursos naturales participen de la mejor manera en la toma de decisiones que estén orientados a la conservación y buen uso de los recursos existentes en el territorio (Tierra, 2012).

b. Actores involucrados

El análisis de los actores es una metodología que facilita los procesos de articulación y el mejoramiento de políticas y procesos institucionales, al tomar en cuenta a los actores que tienen interés en las reformas o propuestas y que están, o podrían estar, involucrados en el tema o 'régimen', cuando se quiere proponer un macro-proyecto institucional o de varias instituciones nacionales e internacionales es conveniente hacer un análisis de los actores que permita anticipar los intereses y las reacciones a favor o en contra del proyecto o de ciertos aspectos del proyecto, incluyendo la coordinación, administración, evolución, expectativas, proyectos derivados, resultados esperados.

Los modelos actuales del análisis de actores utilizan una variedad de herramientas tanto sobre datos cuantitativos como cualitativos, con la intención de comprender las posiciones y los posicionamientos de los actores y agentes. Puede ofrecer indicaciones sobre el impacto de una reforma en las fuerzas sociales y políticas; ayuda para aclarar los puntos de vista distintos y las potenciales luchas de poder en cuanto a las reformas propuestas; y también ayuda al identificar las estrategias potenciales para buscar consensos o encontrar puntos comunes con los opositores a dichas reformas o cambios.

El análisis de los actores es un proceso en el que se analiza principalmente información cualitativa recabada de los actores para:

- Determinar sus intereses en relación con la propuesta política o con el proyecto sea un proyecto de investigación, de desarrollo o una propuesta política de información
- Identificar a los actores clave que ejercen una mayor influencia por su poder o liderazgo
- Determinar los temas o puntos más importantes para el diseño, desarrollo o implementación de la política o el proyecto (Almada, s.f.).

c. Sistemas de Análisis Social para procesos de desarrollo

Permite realizar un análisis social participativo y un manejo de procesos, se adapta a las diversas disciplinas y percepciones culturales, diferentes niveles de análisis y sistemas de conocimiento, como la ciencia y el conocimiento local.

Las herramientas que se utilizan promueven un enfoque estratégico a escala móvil y progresivo hacia la participación; fija la atención en aquellos actores que deberían estar involucrados y a quienes se debería empoderar mediante una investigación continua. También, reconstruye el conocimiento de los actores sobre el proceso porque:

- Promueve el análisis social participativo.
- Integra la investigación en acción estable nexos más fuertes entre la investigación y las actividades del desarrollo y promueve la integración de la investigación en acción.
- Respalda los sistemas que aprenden, integra la investigación acción, y opera entre formas simples y avanzadas de análisis.

1) Herramientas del SAS

Colaboración, legitimidad, Intereses y poder (CLIP; es una técnica del SAS que ayuda a crear perfiles de actores y describir las estructuras de las relaciones en una situación concreta.). Esta herramienta permite crear y describir los perfiles de los actores involucrados, estos perfiles tienen su base en cuatro factores: Poder, Interés, Legitimidad y relaciones continuas de Colaboración y Conflicto. Los actores son las partes cuyos intereses pueden resultar afectados por un determinado problema o acción (Balderas, s.f.).

2. Planeación estratégica

En la planeación estratégica conocer los problemas más importantes es esencial, ya que permite la comparación entre sus prioridades, así también se trata de aspectos relacionados con las expectativas para el futuro, este análisis define clarificar cuáles son los objetivos, los problemas a los que tenemos que responder y cómo hacerlo. Esta formulación ayuda a priorizar las acciones, para lograr la optimización de los recursos con vistas a alcanzar los objetivos del desarrollo de una zona.

a. Diseño de estrategias

Para el desarrollo de estrategias se debe realizar lo siguiente:

- Organización de la información obtenida en el diagnóstico de la situación.
- Establecimiento de objetivos que se desean alcanzar.
- Identificar los colectivos a los que se dirigen, sectores socio-económicos, territorio
- Desarrollar líneas o propuestas de actuación.
- Distribuir los recursos disponibles para cada propuesta (recursos humanos, financieros, técnicos).
- Identificar el papel que deben desempeñar los colectivos afectados.
- Identificar los posibles interlocutores (instituciones, agentes de desarrollo, asociaciones, redes).

Estos aspectos a desarrollar permiten elaborar planes concretos y realistas para la ejecución de las actividades prioritarias de una estrategia, de acuerdo con la fuerza y expectativas que se identifiquen previamente teniendo en cuenta los intereses, potenciales y limitaciones y con ello se pueda elaborar una matriz de planificación estratégica.

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

Este trabajo se realizó en las áreas protegidas de la provincia de Chimborazo que conforma la Reserva de Producción de Fauna de Chimborazo y el Parque Nacional Sangay (Zona alta).

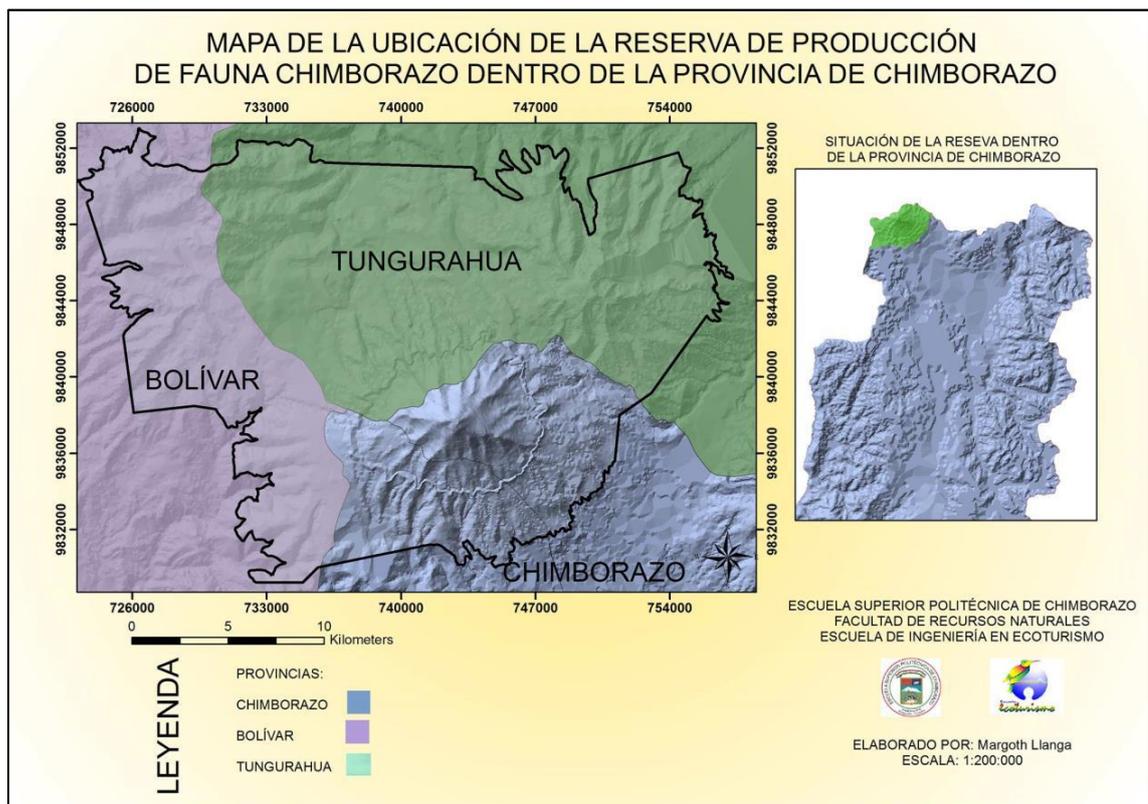


Figura 1-6. Mapa de la Reserva de Producción de Fauna de Chimborazo

Nota: Llanga Margoth, 2016



Figura 2-6: Mapa del Parque Nacional Sangay

Nota: Llanga Margoth, 2016

2. Ubicación Geográfica

a. Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

La RPFCH se encuentra ubicada en los Andes septentrionales; de acuerdo con la División Político Administrativa del Ecuador, se encuentra entre las provincias de Chimborazo, Tungurahua y Bolívar. Dentro de sus límites políticos se encuentran los Gobiernos Autónomos Descentralizados de los Cantones de Guaranda, Guano, Riobamba, Ambato, Tisaleo y Mocha. De igual forma, nueve Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales que están vinculados a la RPFCH (Ministerio del Ambiente et.al., 2013a).

b. Parque Nacional Sangay

El Parque Nacional Sangay se encuentra ubicada en la zona alta de la provincia de Chimborazo, de acuerdo al Ministerio del Ambiente (2012) se encuentra en las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Cañar y Morona Santiago.

3. Características climáticas

a. Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

- 1) **Temperatura:** varía entre 3 y 12°C
- 2) **Precipitación anual:** fluctúa entre los 250 a 1000 mm
- 3) **Clima:** presenta dos tipos de clima: Ecuatorial Mesotérmico Semi-húmedo

b. Parque Nacional Sangay (Zona Alta)

- 1) **Temperatura:** varía entre 9 y 18°C
- 2) **Precipitación anual:** fluctúa entre los 500 a 1000
- 3) **Clima:** presenta dos tipos de clima: Ecuatorial Mesotérmico semi-húmedo, ecuatorial frío de alta montaña (LIPS, 1998).

4. Clasificación ecológica

a. Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

Según el Ministerio del Ambiente (2012) en el sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador Continental, la clasificación ecológica que comprende para las dos zonas de estudios es la siguiente:

- 1) Estepa Montano
- 2) Bosque húmedo Montano
- 3) Bosque húmedo Sub Alpino o Puna
- 4) Bosque muy húmedo Sub Alpino

b. Parque Nacional Sangay (Zona Alta)

- 1) Bosque siempre verde montano alto
- 2) Páramo herbáceo
- 3) Páramo de almohadillas
- 4) Herbazal lacustre montano alto
- 5) Páramo pantanoso

5. Características del suelo

a. Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

Los suelos de la reserva son de origen volcánico, formados de rocas, sedimentos y tobas volcánicas pliocénicas y más antiguas. Al sur del volcán Chimborazo, la serranía de la Calera, su prolongación austral y el páramo de Puyal, están desprovistos de andesitas pliocénicas. El cerro negro Yanarumi de 4.156 m.s.n.m., vecino del Chimborazo, exhibe los característicos conglomerados del cretáceo superior y marca el extremo septentrional del páramo Puyal. En el fondo del valle del río Totorillas, entre el Chimborazo y el Yanarumi, aparecen pizarras y areniscas cretáceas (Ministerio del Ambiente, 2013).

b. Parque Nacional Sangay

La zona alta del Parque está cubierto por rocas cuaternarias de la formación Tarqui, estas rocas afloran a lo largo del río Atillo y Cebadas. El volcán Tungurahua (5.016), los Altares (5.319 m), el macizo Cubillin (4.670m), el activo volcán Sangay (5.230m) son producto del período cuaternario y se constituyen en los principales atractivos geológicos del área.

Existe una considerable evidencia de la anterior presencia de glaciares en muchas áreas. Las más espectaculares son los grandes valles en forma de “U” como el de Alao, Collanes, Cubillin, y los drenajes del alto Cebadas, también se observan secuencias de morrenas laterales y terminales. En la parte alta central, existen anfiteatros naturales, picos triples, y pequeños lagos, producidos por glaciares montañosos.

B. MATERIALES

1. Materiales

Hojas papel bond, lápiz, esferos, libreta de campo, CDs, Tinta de Impresora

2. Equipos

Computadora, impresora, cámara, digital, memory Stick 1GB. 26

C. METODOLOGÍA

La presente investigación se realizó mediante el uso de los métodos analítico, descriptivo, a través de la recopilación de información de fuentes bibliográficas y la investigación de campo, que se llevó a cabo de la siguiente manera:

1. Caracterización de la oferta y demanda del turismo comunitario

a. Mapa de ubicación de comunidades que involucran actividades turísticas

Se realizó la identificación de comunidades que articulan el turismo en sus actividades como parte del desarrollo comunitario, esta caracterización se desarrolló mediante salidas de campo y la recolección de puntos georreferenciados que sirvió para elaborar un mapa de ubicación de comunidades involucradas en actividades turísticas articuladas a las áreas protegidas (RPFCH Y PNS).

b. Clasificación de las comunidades según su tipología

Para la identificación de comunidades que están articuladas al turismo comunitario se consideró la clasificación y lineamientos establecidos por Ochoa (2012), siendo estas las siguientes:

1) Nuevas iniciativas

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

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 Centro de Turismo Comunitario.

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

c. Caracterización de oferta y demanda del turismo comunitario

En primera instancia 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, y dirigentes), se levantó información actual de la oferta y la demandad, en primer instancia en función al análisis de los tres ámbitos propuestos por Paredes (2009).

1) Socio demográfico

Esta caracterización se realizó mediante el levantamiento de datos relacionados con: autodenominación, población total, familias involucradas en el turismo, actividades económicas, migración, necesidades básicas insatisfechas e instituciones de educación y salud presentes en comunidades.

2) Socio económico

Consistió en la identificación principalmente de actividades económicas y de turismo, destino de producción y actividades económicas complementarias en las que se apoyan cada comunidad para su desarrollo económico.

3) Político administrativo

Se identificó el tipo de organización comunitaria que pertenece, máxima autoridad por quien o quienes rigen la organización comunitaria y la condición de pertenencia es decir si es una organización comunitaria, o pertenece a un grupo familiar etc.

Para continuar con la caracterización de la oferta y demanda se consideró los elementos del sistema turístico propuesto por la Organización Mundial de Turismo (1998) esta actividad fue complementada con información secundaria relacionada con documentos, producto de otras investigaciones, así como del catastro turístico que reposan en instituciones públicas y privadas como: CORTDTUCH, GAD provincial de Chimborazo, GAD municipal de Riobamba,

MINTUR, y a su vez se complementó la información mediante el desarrollo de talleres participativos a los comuneros . Los componentes de análisis fueron los siguientes:

4) Análisis de la oferta

a) Atracciones y actividades

Se identificó la condición del atractivo, el estado de conservación, facilidades turísticas, clasificación y jerarquización a través de un proceso de validación de información, ya que existen estudios e investigaciones realizadas en trabajo de prácticas pre-profesionales y tesis de grado. Los atractivos constituyen en los motivadores del desplazamiento turístico.

b) Infraestructura

En este componente se analizó la condición actual de la infraestructura social básica existente en las comunidades como: transporte (vialidad y conectividad), saneamiento, energía, agua. Ya que se conciben como elementos que proporcionan servicios no exclusivamente turísticos pero si necesarios para satisfacer las necesidades de la población local, sin estos elementos sería imposible el funcionamiento de los servicios turísticos.

c) Planta turística

Se identificó la existencia o no de la oferta de servicios o de infraestructura de hospedaje, alimentación, esparcimiento, operación y agenciamiento, considerando elementos como: capacidad instalada, tipología del servicio, condiciones de infraestructura y equipamiento, talento humano y precios.

d) Superestructura

Se identificó a los organismos responsables de la organización y el buen funcionamiento del sistema turístico ya sean de tipo gubernamentales y no gubernamentales, públicos, privados 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, analizando: líneas de producto y subproductos, empaquetamiento, operación, precios y acceso a mercados (alianzas estratégicas, canales de promoción y difusión).

f) Comercialización y venta

Se identificó los posibles medios que pueden favorecer a la comercialización y venta del producto turístico comunitario que se ofertan.

5) Análisis de la demanda

a) Perfil

La información del perfil del turista se obtuvo mediante talleres con los comuneros para obtener datos sobre las características, gustos, preferencias, sociodemográficas, motivaciones y experiencias del turista, que influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, consumen la oferta turística de las comunidades. Al no existir una bases de datos ni registros de recepción de turista en las comunidades, los comuneros han optado en algunos casos registrar en un cuaderno de apuntes, de estos pudieron facilitar información.

2. Evaluación el 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 autoría de (Yucta, 2009) validada por la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo CORDTUCH.

La metodología propuesta responde a los siguientes componentes demuestras en la siguiente matriz:

1) Condición empresarial del negocio comunitario

La evaluación empresarial de negocios comunitarios 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:

Tabla 1-6: Matriz de evaluación de la condición empresarial comunitario

Matriz de evaluación de la Condición empresarial del negocio comunitario				
Ámbito de evaluación	Elementos de evaluación	Rangos de evaluación		
		a (C,NC,CP)	b (C,NC,CP)	c (C,NC,CP)
Organización estratégica	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
Organización empresarial	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
Servicios y capacidad física	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
Administración financiera	Planificación financiera anual	0 a 1	0 a 1	0 a 1
	Evaluación de inversiones	0 a 1	0 a 1	0 a 1
Control contable y control interno	Estados financieros contables en orden y al día	0 a 1	0 a 1	0 a 1
Comercialización y mercadeo	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
Alianzas estratégicas y redes	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
Equidad e inclusión	Diversidad de 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 2-6: Criterio de evaluación

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Calificación numérica por criterio
Cumple (C). Es el cumplimiento total del criterio.	1
Cumple parcial (CP). 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
No cumple (NC). 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	

A = Alto	B = Medio	C = Bajo
0,76 a 1	0,51 a 0,75	0 a 0,50

Nota: Trabajo de investigación, 2017

2) Calidad del buen vivir

La evaluación de la calidad de vida permitió conocer el desarrollo socio cultural y económico en las comunidades que prestan servicios turísticos, su calificación dependerá de la existencia o no del elemento a evaluar como se detalla en la siguiente matriz:

Tabla 3-6: Matriz de evaluación de calidad del buen vivir

EVALUACION DE LA CALIDAD DEL BUEN VIVIR				
Elementos	Mecanismo 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
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 la incorporación de mujeres en actividades productivas complementarias	Si o no	Si o no	Si o no
	Un programa de formación artesanal, agroindustrial, agropecuario.	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

EVALUACION DE LA CALIDAD DEL BUEN VIVIR				
Elementos	Mecanismo de evaluación	Nivel de cumplimiento		
		C	CP	NC
	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

a) Criterios de evaluación

- **Cumple (C).** Es el cumplimiento total del criterio.
- **Cumple parcial (CP).** 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.
- **No cumple (NC).** Es la falta de cumplimiento total del criterio.

3) Calidad del servicio

La calidad del servicio permitió identificar las necesidades en la prestación del servicio y actividades turísticas, además diferenciar la satisfacción o no del servicio adquirido (estándares mínimos de calidad). Se evalúa de la siguiente manera:

Tabla 4-6: Matriz de evaluación de la calidad del servicio

ESTADARES DE CALIDAD	PUNTAJE MÁXIMO POR ESTANDAR	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

Los valores de cumplimiento consistió en identificar el puntaje máximo por cada elemento de evaluación, ya sea en cumplimiento, cumple parcial, no cumple o en algunos caso el de no aplica.

a) Criterios de evaluación

- **Cumple (C).** Es el cumplimiento total del criterio.
- **Cumple parcial (CP).** 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.
- **No cumple (NC).** Es la falta de cumplimiento total del criterio.
- **No aplica (NA).** El criterio analizado no es aplicable al proyecto.

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

a. Análisis de la problemática

Se dio inicio mediante el análisis de la problemática local relacionada con la condición de la oferta y la demanda de turismo comunitario, mediante la elaboración de la matriz CPES (Causa, Problema, Efecto, y Solución).

b. Determinación del nivel de articulación entre las comunidades que realizan turismo comunitario y el área protegida

Se identificó el nivel de articulación existente entre el área protegida y las comunidades (según corresponda Parque Nacional Sangay o Reserva de Producción de Fauna Chimborazo) que ofertan turismo comunitario.

Utilizando la metodología del Centro Bolivariano de estudios Multidisciplinarios, CEBEM (s.f.) a través de las técnicas del Sistema de Análisis Social para el desarrollo, la herramienta a empleada en talleres, corresponde a CLIP (Poder, Interés, Legitimidad y relaciones continuas de Colaboración y Conflicto) a través de lo cual se estableció el nivel de articulación que estos tienen, beneficios que generan en relación al fortalecimiento del talento humano, plazas de empleo, asistencia técnica, financiamiento, relaciones interinstitucionales, cooperación con el cumplimiento de objetivos que persigue el área protegida.

c. Formulación de estrategias de intervención

Para la elaboración de la 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.

VII. RESULTADOS

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

1. Mapa de ubicación de comunidades que involucran actividades turísticas

a. Ubicación de emprendimientos turísticos en la Reserva de Producción de Fauna de Chimborazo

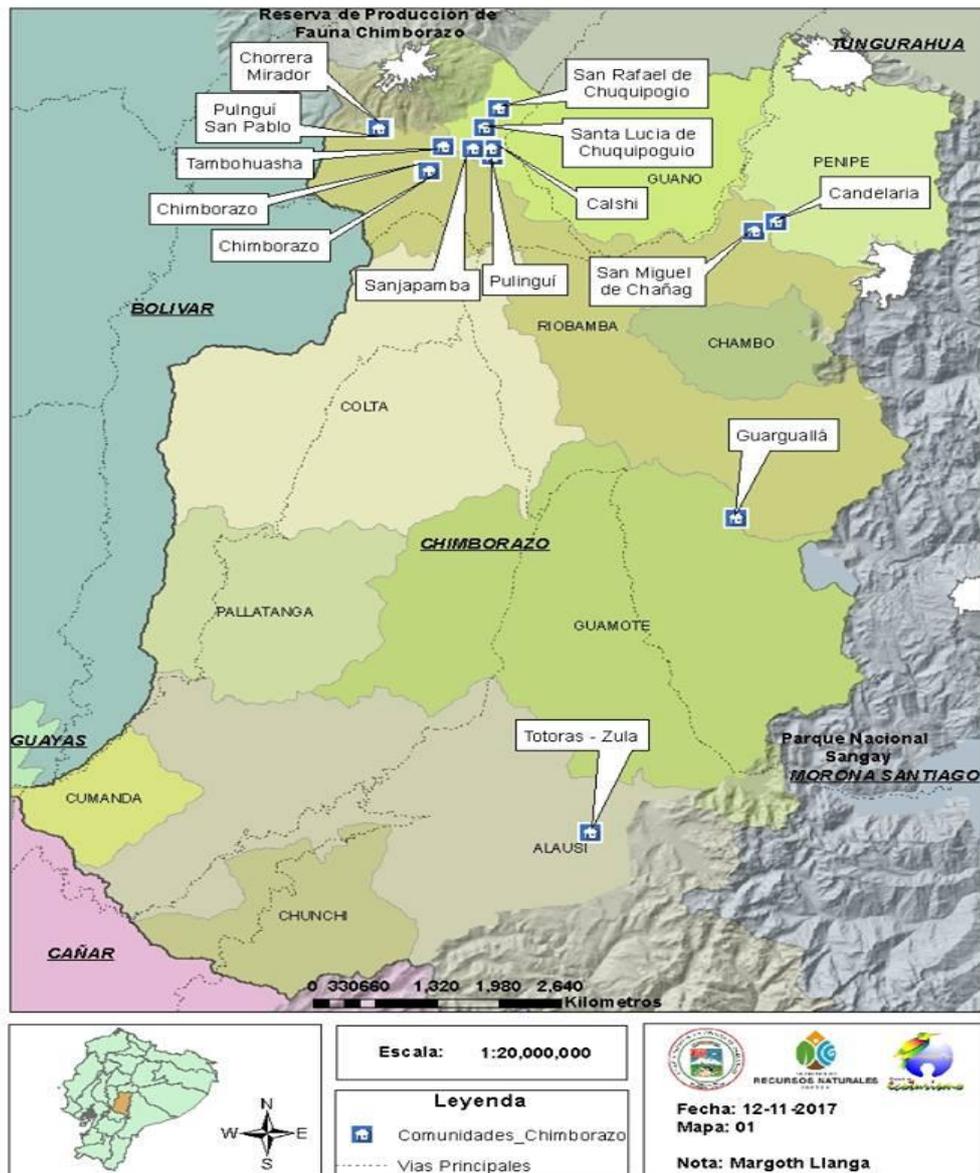


Figura 3-7: Ubicación de las comunidades con sus respectivos emprendimientos turísticos en las áreas protegidas (RPFCH y PNS)

Nota: Margoth Llanga

La Reserva de Producción de Fauna Chimborazo (RPFCH) está ubicada en tres provincias: Chimborazo, Tungurahua y Bolívar, con una superficie de 58.560ha. destinadas a la conservación, en la provincia de Chimborazo el área protegida específicamente se encuentra en dos cantones Riobamba y Guano, aquí se localizan comunidades que articulan actividades turísticas con el fin del desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de la población, estas se encuentran en la zona de amortiguamiento del área protegida en un rango altitudinal de 3.650 a 4.200 msnm, estos territorios ancestrales de las comunidades son patrimonios que han ocupado y convivido en ella desde siempre, salvaguardadas con derecho de propiedad internacionalmente, establecido en el convenio 169 de la Organización Internacional de Trabajo (OIT) y la declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de las poblaciones indígenas.

Tras la creación del Sistema Nacional Áreas Protegidas (SNAP) se crea la RPFCH en 1987, dando paso a la generación de conflictos, el cual pretende el desalojo de las comunidades en sus territorios propiciando al apoderamiento de los mismos, esto permitió que en 1998 se forme la Federación de Organizaciones de las Faldas del Chimborazo en defensa de los territorios y fuentes hídricas, para de esta manera crear alternativas y emprendimientos de desarrollo que más tarde formarían parte de actividades turísticas vinculándose a la protección del área protegida con actividades sostenibles y permitidas buscando el beneficio mutuo.

A través de esta controversia surge el primer emprendimiento turístico comunitario “Casa Cóndor” en el año 1997 perteneciente a la comunidad Pulinguí San Pablo (emprendimiento que se desarrolla con eficiencia), provocando una visión en otras comunidades para que den inicio a emprendimientos turísticos como Waman Way en el año 2000 perteneciente a la comunidad Chorrera Mirador, Calshi en el año 2004 en la comunidad del mismo nombre, Artesa en el año 2005 en la comunidad Santa Lucía de Chuquipogúio, Razuñan en el año 2006 en la comunidad Pulinguí Centro, Tambohuasha en el año 2006 como centro artesanal cabe destacar que en el año de 1999 se formó como Asociación de Alpaqueros pertenecientes a la comunidad Tambohuasha, por otro lado la comunidad Chimborazo cuenta con tres emprendimientos: Achikñan, Chasqui y Asociación Cordillera desde el año 2010 y centro de turismo Chuquipogúio en el año 2014 perteneciente a la comunidad San Rafael de Chuquipogúio.

Es así que se identificaron once emprendimientos de turismo comunitario articulados a la RPFCH, las cuales se ubican en dos cantones: en el cantón Riobamba (parroquia San Juan) se registraron seis emprendimientos ubicados en cuatro comunidades, mientras que en el Cantón Guano (parroquia San Andrés) se registraron cinco emprendimientos en cinco comunidades.

Según el Plan de manejo de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo (RPFCH, 2014) la ubicación de estas comunidades dentro del área, corresponden a la zonificación del mismo el cual establece cinco zonas: protección absoluta, uso múltiple, uso público y turismo, restauración y uso especial cada zona con sus respectivas coberturas considerando ecosistemas drenaje, ecosistemas pendientes, vialidad, turismo y poblados.

Razón por el cual las comunidades de Pulinguí san Pablo (Casa Cóndor) y Chorrera Mirador (Waman Way) de la parroquia San Juan se encuentran en la clasificación de zona de uso público y turismo en un rango altitudinal de 3870msnm, aquí están presentes ecosistemas como Herbazal del páramo, herbazal y arbustal siempreverde subnival del Páramo, arbustal siempreverde y herbazal del Páramo, herbazal inundable del Páramo herbazal ultra (presentes casi todos los ecosistemas). En esta zona las actividades que desarrollan en las comunidades mencionadas son turismo sostenible y vivencial, actividades permitidas por ubicarse en zona tangible.

Las comunidades San Rafael de Chuquipogui (C. T. San Rafael de Chuquipogui), Santa Lucía de Chuquipogui (Artesa) de la parroquia San Andrés, Tambohuasha (C.A Tambohuasha) correspondiente a la parroquia San Juan, están ubicadas dentro de la zona de uso múltiple en un rango altitudinal 3400msnm, cabe mencionar que el tipo de ecosistemas es el mismo de la zona de uso público y turismo ya que este va desde un rango altitudinal de 3400msnm hasta los 4500msnm, las actividades que más se desarrollan en esta zona son turísticas y productivas en menor proporción.

Las comunidades como Pulinguí (Razuñan), Calshi (C.T Calshi), Sanjapamba pertenecientes a la parroquia San Andrés, Chimborazo (Achikñan. Chasqui, Asociación Cordillera) de la parroquia San Juan, están ubicadas en la zona de uso especial, en un rango altitudinal de 3400msnm aproximadamente, esta zona se caracteriza por la presencia de asentamientos humanos y territorio o áreas que se encuentran dentro de la RPFCH, bajo esta clasificación la zona es dotada de servicios básicos, infraestructura para salud, educación y recreación.

b. Ubicación de comunidades con emprendimientos turísticos articulados al Parque Nacional Sangay

El Parque Nacional Sangay (PNS) se encuentra ubicado en el centro de la región andina del Ecuador, ocupando las partes altas y estribaciones orientales de la cordillera oriental, con una superficie de 502.067 ha. y que además forma parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP).

De acuerdo a la división Política Administrativa del Ecuador, el Parque Nacional Sangay está ubicado en 4 provincias: Tungurahua, Chimborazo, Morona Santiago y Cañar, siendo el 80% la mayor parte del territorio que corresponde a la provincia de Morona Santiago, el rango altitudinal en el que se encuentra va entre los 900 y 5.400 msnm, lo cual hace posible la existencia de diversos climas (subcálido, temperado, frío, muy frío y gélido) y una gran cantidad de hábitats debido a la presencia de volcanes como: Tungurahua, Altar y Sangay.

Dentro de la provincia de Chimborazo el PNS, está ubicado en la zona alta de los cantones Penipe, Riobamba, Chambo, Guamote y Alausí es así que en la zona alta tenemos los siguientes ecosistemas: bosque siempre verde montano alto, bosque nublado (bn), Páramo herbáceo, Páramo de almohadillas, Herbazal lacustre montano alto, Páramo pantanoso, esto ha permitido que sea poseedor de un alto potencial turístico natural, estos ecosistemas están ubicados en un rango altitudinal de 3.200 a 4.500msnm (Sierra et al. 1999).

Considerado a la zona alta del PNS de gran potencial turísticos por su sistema lacustre y nevado (El Altar) ha permitido que los gobiernos locales, provinciales vean al turismo como un punto de desarrollo que aporte al mejoramiento socioeconómico de la población involucrada en esta actividad, permitiendo que las comunidades opten por realizar actividades relacionadas con el turismo, por ello los emprendimientos turísticos que se vinculan al PNS mediante la prestación de servicios turísticos se encuentran en los cantones Penipe (parroquia Candelaria), Riobamba (parroquia Quimiag), Guamote (parroquia Cebadas) y Alausí (parroquia Achupallas).

En esta área se identificaron cuatro emprendimientos turísticos: el primero ubicado en el cantón Penipe de la parroquia Candelaria a una altura de 3305msnm “Asociación La Candelaria”; el segundo ubicado en el catón Riobamba de la parroquia Quimiag en un rango altitudinal 2859 a 3514msnm “Astuguía” que conforma una asociación de cinco comunidades (Chañag San Miguel, Inguizay, Verdepamba, Balcashi y Batan); el tercero ubicado en el catón Guamote de la parroquia Cebadas de la comunidad Guarguallá a una altura de 3394 msnm “C.T Guarguallá”, finalmente el cantón Alausí de la parroquia Achupallas “C.T Corporación Zula” ubicado a 3892msnm.

2. Clasificación de las comunidades según su tipología

Los emprendimientos turísticos comunitarios que forman parte de las áreas protegidas como de la RPFCH y el PNS 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 que trabajan con productos turísticos comunitarios consolidados y cuentan con todos los permisos correspondientes (personería jurídica, registro turístico y la LUAF que le permite desarrollar actividades turísticas dentro de su jurisdicción, además se han legalizado como Centro de Turismo Comunitario en completo apego con 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 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. Tipología iniciativa

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 5-7: Comunidades que trabajan con turismo en la reserva de Producción de Fauna de Chimborazo y el Parque Nacional Sangay

CANTÓN	PARROQUIA	UBICACIÓN			COMUNIDAD	NOMBRE DE LA INICIATIVA	SERVICIOS	TIPO
		X	Y	ALTITUD				
Guano	San Andrés	0750908	9827467	3240	Pulinguí Centro	Razuñan	Hospedaje, alimentación, guianza, artesanías, transporte	Proceso de consolidación
		0750846	9828301	3.300	Calshi	Calshi	No está funcionando	Cerrado
		0751509	9832725	3.536	San Rafael de Chuquipoguo	San Rafael de Chuquipoguo	No está funcionando	Cerrado
		0750248	9830660	3.474	Santa Lucia Chuquipoguo	Artesa	No está funcionando	Cerrado
		0749207	9828256	3.411	Sanjapamba	Sanjapamba	Aun no funciona	Iniciativa
Riobamba	San Juan	0746409	9828461	3.593	Tambohuasha	Centro de interpretación artesanal Tambohuasha	Artesanías	Proceso de consolidación
		0744827	9825768	3.473	Chimborazo (tres grupos)	Chasqui	Tarabita	Iniciativa
		0744903	9825721	3.482		Aso. Cordillera	Alojamiento	Proceso de consolidación
		0745151	9825796	3.451		Achikñan	No está funcionando	Cerrado
		0740664	9830575	3.872	Chorrera Mirador	Waman Way	Artesanías	Proceso de consolidación
		0740485	9830490	3.870	Pulinguí San Pablo	Casa Cóndor	Hospedaje, alimentación, guianza	Proceso de consolidación
	Quimiag	0775151	9818938	3.402	San Miguel de Chañag	Pre-asociación de prestadores de servicios turísticos El Altar "ASTUGUIA "	Guianza	Proceso de consolidación
		0775566	9816942	3.514	Verde Pamba			
		0770561	9815478	2.859	Batan			
		0769418	9812802	2.986	Balcashi			
		0768838	9810886	3.035	Llucud			
		07788858	9812700	3.433	Inguizay			
Guamote	Cebadas	0773456	9786610	3.394	Guarguallá San Eduardo Chico	Centro Artesanal de Turismo Comunitario de Guarguallá	Hospedaje, alimentación, guianza, artesanías	Proceso de consolidación

CANTÓN	PARROQUIA	UBICACIÓN			COMUNIDAD	NOMBRE DE LA INICIATIVA	SERVICIOS	TIPO
		X	Y	ALTITUD				
Penipe	Candelaria	0777142	9820043	3305	Parroquia Matriz	Asociación de turismo Albergue la Candelaria	Hospedaje, alimentación, guianza	Proceso de consolidación
Alausí	Achupallas	0760049	9751250	3892	Totoras – Zula	Corporación Zula	No está funcionando	Cerrado

Nota: Trabajo de investigación, 2017

Se identificaron quince emprendimientos turísticos comunitarios articulados a las áreas protegidas, de estos el 73%(11) están ubicados en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y el 27%(4) están ubicados en el Parque Nacional Sangay, del total de emprendimientos el 53%(8) están en proceso de consolidación y el 13%(2) se encuentran dentro de la clasificación nuevas iniciativas y el 33%(5) se encuentran cerrados pese a que cuentan con la infraestructura de instalaciones idóneas para sus servicios.

d. Emprendimientos en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

Con relación a la Reserva de Producción de Fauna de Chimborazo se identifican once emprendimientos turísticos, de estos el 45%(5) se encuentran en el cantón Guano parroquia San Andrés tales como: Razuñan se encuentra en proceso de consolidación y Sanjapamba considerada una iniciativa y Calshi, San Rafael de Chuquipogui, Artesa se encuentran cerrados.

Razuñan cuenta con servicios de alojamiento en cabañas, alimentación en restaurante, guianza (guías con previa actualización de la licencia), artesanías realizadas por las mujeres de la localidad y adicional a esto, prestan el servicio de transportación cuando así el servicio lo requiera, el transporte es prestada por familias de la comunidad, con respecto al marco legal se encuentra registrada en el Ministerio de Turismo dada a la naturaleza de este documento, indica que se sacara una sola vez por el tiempo de vida del emprendimiento, cabe mencionar que este emprendimiento no cuentan con la patente para operar dentro del área protegida.

Calshi, San Rafael de Chuquipogui y Artesa no están en funcionamiento a pesar de que cuentan con infraestructura adecuada que facilite la prestación de servicios turísticos sin embargo estos equipos, materiales, etc. están en deterioro acelerado, porque llevan años que no opera por ende no tiene un mantenimiento adecuado al establecimientos además no cuentan con registro de inventarios de materiales, equipos y enceres.

Sanjapamba está dentro de la tipología iniciativa ya que es un emprendimiento que desea formar una organización de prestadores de servicios turísticos (alimentación) bajo el reconocimiento legal como comunidad u organización.

El 55%(6) de emprendimientos turísticos se encuentran en el cantón Riobamba parroquia San Juan, estas están ubicadas en cuatro comunidades, tales como: El Centro de interpretación artesanal Tambohuasha, Waman Way son asociaciones comunitarias que prestan servicios netamente de artesanías, estas asociaciones se vinculan con la asociación de Alpaqueros ya que son quienes proveen la materia prima para la elaboración de sus productos, cabe mencionar que estos emprendimientos o establecimientos cuenta con infraestructura para la prestación del servicio de alimentación en cafeterías pero por el abandono han dejado a un lado este servicio provocando que las instalaciones y equipos estén en deterioro acelerado por el no uso.

Casa Cóndor es una asociación comunitaria con personería jurídica operan bajo el reconocimiento legal comunitario, presta servicios de alojamiento en cabañas, alimentación en restaurante, guianza (guías con previa actualización de licencias) y el servicio de artesanías

realizadas por las mujeres de la localidad. Referente al marco legal los emprendimientos mencionados se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo, sin embargo documentos como el Luaf no tienen actualizados, y se encuentra en la tipología en proceso de consolidación. En la comunidad Chimborazo existe una particularidad, se vinculan 3 emprendimientos turísticos aquí tenemos a Chasqui es un emprendimiento que ha visto la necesidad de articular a la prestación, actividad turística de adrenalina implementando una tarabita, esta iniciativa se ha formado con un grupo de familias autorizada y reconocida por la comunidad para la prestación de este servicio, a pesar de que aún no cuenta con la estructura legal que se establece en el Reglamento general para centros de turismo comunitario, este emprendimiento en particular está en la tipología de iniciativa.

Aso. Cordillera es un emprendimiento que ha visto la necesidad de vincularse con la prestación del servicio turístico implementando instalaciones para el alojamiento se encuentra en proceso de consolidación.

Achikñan, es un emprendimiento que dio su inicio hace 7 años, con ayuda de una ONG internacional, que contribuyó con la construcción del establecimiento en su totalidad, de esta manera la comunidad brindan el servicio de alojamiento y alimentación, adicional a esto, los comuneros recibieron capacitaciones con el objetivo de formarse como guías locales y en su conjunto puedan formarse como una Organización de Turismo Comunitario (OTC), sin embargo la infraestructura del establecimiento fueron dados en arriendo a empresas privadas para sus trabajadores, provocando la destrucción y deterioro del establecimiento, motivo por el cual se encuentra cerrado.

Actualmente están en la reconstrucción y remodelación del establecimiento junto con el apoyo del Consejo Provincial con el proyecto Promaren.

e. Emprendimientos en el Parque Nacional Sangay

En relación al PNS el 27%(4) emprendimientos turísticos fueron identificados distribuidos uno en cada cantón con su respectiva parroquia Riobamba - Quimiag, Penipe – Candelaria, Guamote – Cebadas, todas se encuentran en la tipología de proceso de consolidación y Alausí – Achupallas se encuentra cerradas,. Cabe mencionar que los emprendimientos turísticos relacionados al PNS no están dentro del área protegida pero que de alguna manera se vinculan y por estar en zonas cercanas al mismo se desarrollan actividades turísticas y ventas de paquetes turísticos al área protegida.

Así tenemos las siguientes: Pre-asociación de prestadores de servicios turísticos el Altar "ASTUGUIA" está conformado por socios de diferentes comunidades autorizados para operar y en proceso de reconocimiento legal, esta asociación de guías de turismo surge en el año 2016 a raíz de que la organización de turismo Zoila Martínez deja de prestar servicios de guianza hacia el PNS por ser una organización agro-pecuaria esto impedía prestar servicios relacionados al turismo, provocando que se forme una asociación de guías con miembros de diferentes comunidades de la parroquia y que actualmente vendan paquetes turísticos hacia el PNS.

Centro Artesanal de Turismo Comunitario Guarguallá, creado en 1998 y declarado como un Centro de Turismo Comunitario registrado en el Ministerio de Turismo, cuenta con servicio de alojamiento en cabañas, alimentación en restaurante, guianza (guías con licencia) venta de artesanías elaborado por las mujeres de la comunidad.

Asociación de turismo Albergue la Candelaria la particularidad existente en esta iniciativa es que es operada por miembros de la junta parroquial pero en beneficio de las dos comunidades existentes, la controversia que existe es que quieren hacer un traspaso a una organización comunitaria ya que los miembros de la junta parroquial no pueden operar. Presta el servicio de empaquetamiento hacia el Altar (zona ubicada dentro del PNS), servicios ofertados dentro del paquete son alojamiento en albergue ubicado en la parroquia, alimentación en restaurante, guianza (guías locales con licencia) operan bajo el reconocimiento legal, sin embargo no cuenta con la estructura total de legalización.

Corporación Zula – Ozogoche creado en 1998 este emprendimiento se encuentra cerrado, mencionan los comuneros que no ha funcionado ningún año, desde su creación ha pasado en comodato a organizaciones o instituciones públicas como el Ministerio del Ambiente, Ministerio de Turismo, Consejo provincial entre otros, pese a que cuenta con instalaciones de infraestructura para la prestación de servicios de alimentación y alojamiento adicional a esto, existen grupos de hombres y mujeres quienes realizan artesanías, música, guías locales sin licencia pero los administradores no han tenido la capacidad de funcionar como una organización comunitaria, actualmente ha pasado en comodato a una institución privada "International Language Center" quien el administrador ha visto el modo de desarrollar empaquetamiento vinculando a 6 comunidades a las que pertenece la organización viendo el beneficio mutuo.

3. Caracterización de la situación actual de las comunidades

Para la caracterización de la situación actual de las comunidades que realizan turismo comunitario articuladas a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y el Parque Nacional Sangay, se realiza mediante un análisis de la propuesta establecida por Paredes (2009); para ello considera el desarrollo del análisis de tres ámbitos que se describe a continuación:

a. Socio demográfico

Tabla 6-7: Sistematización de información socio demográfico por comunidad

Cantón	Parroquia	Comunidad	Auto denominación	Población común			Familias vinculadas a turismo			Migración		NBI	Instituciones educativas	Instituciones de salud
				Total	Hombres	Mujeres	Núm. Familia	Hombres	Mujeres	Interna	Externa			
Guamote	Cebadas	Guarguallá	Indígenas	449	220	229	31	14	17	Riobamba, Quito, Guayaquil	Estados Unidos	97.5%	Fiscal / Eduardo Mancheno	Sub Centro de Salud de Cebadas
Riobamba	Quimiag	Chañag San Miguel	Mestizos	350	180	170	22	15	7	Riobamba, Quito y Guayaquil	Estados Unidos	95%	Fiscal/ Florentino López	Sub Centro de Salud de Quimiag
Penipe	Candelaria	Candelaria	Mestizos	475	239	236	20	12	8	Guayaquil, Quito, Riobamba	Estados Unidos y España	84.6%	Escuela Fiscal Mixta Argentina	Sub Centro de Salud de la Candelaria
Riobamba	San Juan	Chimborazo	Indígenas	602	305	297	32	15	17	Riobamba, Quito, Ambato, Guayaquil	España y EE.UU	84.6%	Unidad Educativa Técnica Agropecuaria Chimborazo	Sub Centro de Salud de San Juan
Riobamba	San Juan	Tambohuasha	Indígenas	190	80	110	22	10	12	Riobamba, Quito, Ambato, Guayaquil	EE.UU	84.6%	Unidad educativa Marco A. Silva	Sub Centro de Salud de San Juan
Guano	San Andrés	Calshi	Indígenas / mestizos	791	395	396	-	-	-	Riobamba, Quito, Ambato, Guayaquil	España y EE.UU	85.5%	Escuela República Federal de Alemania	Sub Centro de Salud de San Andrés

Cantón	Parroquia	Comunidad	Auto denominación	Población común			Familias vinculadas a turismo			Migración		NBI	Instituciones educativas	Instituciones de salud	
				Total	Hombres	Mujeres	Núm. Familia	Hombres	Mujeres	Interna	Externa				
Guano	San Andrés	Chuquipoguo	Indígenas	397	195	202	-	-	-	Riobamba, Quito, Ambato, Guayaquil	España y EE.UU	85.5%	Escuela Pedro Pastor Vera	Sub Centro de Salud de San Andrés	
Riobamba	San Juan	Pulinguí San Pablo	Indígenas	198	97	101	33	10	23	Riobamba, Quito, Ambato, Guayaquil	España y EE.UU	84.6%	No existe	Sub Centro de Salud de San Juan	
Riobamba	San Juan	Chorrera Mirador	Indígenas	68	35	33	17	8	9	Riobamba, Quito, Ambato, Guayaquil	España y EE.UU	84.6%	No existe	Sub Centro de Salud de San Juan	
Guano	San Andrés	Santa Lucía de Chuquipoguo	Indígenas	335	165	169	-	-	-	Riobamba, Quito, Ambato, Guayaquil	España y EE.UU	85.5%	Escuela Nevados Chimborazo	Sub Centro de Salud de San Andrés	
Guano	San Adres	Pulinguí	Indígenas	1295	649	645	76	37	39	Riobamba, Quito, Ambato, Guayaquil	España y EE.UU	85.5%	Unidad Educativa Once de Noviembre	Sub Centro de Salud de San Andrés	
Alausí	Achupallas	Totoras	Indígena	2592	1358	1234	-	-	-	Alausí, Guayaquil Quito y Cuenca	España y EE.UU e Italia	84.8%			
Total población				7742	2715	3855	253	121	132						

Nota: Trabajo de investigación, 2017

Mediante la caracterización de las comunidades se identificaron las particularidades y condiciones socio demográficas actuales en las que se encuentran cada una de estas. El 67% de las comunidades se encuentran en el área de la RPFCH ubicados en los cantones de Riobamba (parroquia San Juan) y Guano (parroquia San Andrés) y el 33% se encuentran articuladas al área del PNS en los cantones Penipe (parroquia Candelaria), Guamote (parroquia Cebadas), Riobamba (parroquia Quimiag) y Alausí (parroquia Achupallas).

La autodenominación mayoritariamente se autodefinen como indígenas representando el 84% considerados providentes pueblos antiguos como (Puruáhes), y el 16% se autodefinen como mestizos, es decir que comunidades de la Sierra centro albergan pueblos con mayor número de indígenas,

La población de las comunidades identificadas, tan solo el 19% se encuentran vinculadas y beneficiadas directa o indirectamente por el turismo y el 81% no se vinculan ni desarrollan actividades turísticas, cabe mencionar que del total de número de familias el 33% de las comunidades no cuentan con un registro de familias que se articulen o no en actividades turísticas ya que estas organizaciones han dejado de operar o están en proceso de funcionamiento por ende la información es escasa y adicional a esto estas comunidades son la que mayor número de población tienen. Como resultado, el desarrollo turístico comunitario no se ve reflejado ya que el número de familias que se integran en estas actividades es mínima en comparación del número total de familias en las zonas de estudio.

El 53% de familias que se vinculan en actividades turísticas son mujeres y el 47% son hombres, esto hace referencia que existe probablemente una equidad de género en actividades relacionadas con el turismo, las mujeres son quienes pasan el mayor tiempo en sus hogares relacionándose con actividades como: quehaceres domésticos, artesanías, preparación de alimentos, ama de llaves y en algunos casos guías y los hombres viceversa, en algunos casos en su mayoría se dedican principalmente a la guianza y en las demás actividades mencionadas.

En el 100% de las comunidades existe migración hacia ciudades como: Quito Guayaquil, Riobamba, Ambato entre otros y a países como: Estados Unidos, España, Alemania principalmente en busca de mejores condiciones de vida ya que varias familias son de bajo recursos económicos, cabe mencionar que la migración existente en estas comunidades no es de mayor alcance por el contrario la migración es mínima según datos obtenidos de los PDyOT parroquiales.

Con referencia a las necesidades básicas insatisfechas (NBI) el 100% de las comunidades tienen mayor porcentaje (+80%) de NBI el motivo principal es porque se encuentran en las zonas rurales provocando que estos servicios básicos sean escasos ya que no tienen la adecuada atención y en otros casos son olvidados por parte del gobierno seccionales, esto según Datos del Censo Poblacional (2010) y PDyOTs (2015).

El 84% de las comunidades cuentan con instituciones educativas fiscales, cabe mencionar que estas son instituciones primarias y secundarias según corresponde a cada comunidad y el 16% de las comunidades no cuentan con instituciones educativas de ningún tipo, estos estudiantes arriban a establecimientos educativos más cercanos o a su vez a la parroquia.

El 100% de las comunidades no cuentan con centros de salud en las mismas, es por ello que se acercan a centros de Salud de las parroquias correspondientes a cada comunidad.

b. Socio económico

La determinación del componente socio económico corresponde a revisión y sistematización de información de PDyOTs parroquiales actualizados al año 2015 e información obtenida de comuneros de localidades que se articulan a áreas protegidas como del Parque Nacional Sangay y la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, donde básicamente se obtuvo información sobre las actividades económicas, destino de la producción y actividades complementarias en las que se desarrollan económicamente cada comunidad.

Tabla 7-7. Sistematización de información socio económica por comunidad

Sistematización socio económica por comunidad							
Comunidad	Actividad económica			Destino de la producción		Turismo	Actividades económicas complementarias
	Agrícola	Pecuaria / Ganadera	Artesanías	Venta	Autoconsumo		
Guarguallá	Papas Habas Maíz Melloco	Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	Prendas de vestir Bufandas Gorras Etc.	75%	25%	Prestación de servicios turísticos Elaboración de artesanías en lana de oveja y llama	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público Comercialización
Chañag San Miguel	Papas Habas Mellocos Maíz Arveja Frejol Cebolla	Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	No existe	75%	25%	Prestación de servicios turísticos (guianza)	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público Comercialización Negocio local
Candelaria	Papas Habas Mellocos Maíz Frejol Arveja	Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	No existe	75%	25%	Prestación de servicios turísticos	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público y privados Negocio local Comercialización
Chimborazo	Papas Habas Arveja Alfalfa Frejol	Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	No existe	75%	25%	Prestación de servicios turísticos de manera incipiente	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público y privados Negocio local

Sistematización socio económica por comunidad							
Comunidad	Actividad económica			Destino de la producción		Turismo	Actividades económicas complementarias
	Agrícola	Pecuaria / Ganadera	Artesanías	Venta	Autoconsumo		
	Meloco Trigo Cebolla						Comercialización
Tambohuasha	Papas Maíz Meloco Cebolla	Crianza de animales mayores (ovino, porcino y camélidos) en menor proporción Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	Prendas de vestir Bufandas Gorras	60%	40%	Elaboración de artesanías en lana de alpaca y llama	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público Negocio local Comercialización
Calshi	Papas Habas Maíz Arveja Cebada Quinua Alfalfa	Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	No existe	75%	25%	No existe	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público y privados Negocio local Comercialización
Chuquipogui	Papas Habas Maíz Arveja Cebada Quinua	Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) en menor proporción Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	No existe	75%	25%	No existe	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público y privados Negocio local Comercialización
Pulinguí San Pablo	Papas Habas Meloco Col (autoconsumo)	Crianza de animales menores (cuyes, conejos), alpacas	Prendas de vestir Bufandas Gorras Etc.	75%	25%	Prestación de servicios turísticos Elaboración y venta de artesanías en lana de alpaca y llama	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público Comercialización
Chorrera Mirador	Papas Habas Meloco Col (autoconsumo)	Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos) alpacas	Prendas de vestir Bufandas Gorras Etc.	75%	25%	Elaboración y venta de artesanías en lana de alpaca y llama	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público Comercialización

Sistematización socio económica por comunidad							
Comunidad	Actividad económica			Destino de la producción		Turismo	Actividades económicas complementarias
	Agrícola	Pecuaria / Ganadera	Artesanías	Venta	Autoconsumo		
Santa Lucía de Chuquipogüio	Papas Habas Maíz Arveja Quinua	Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) en menor proporción Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	No existe	75%	25%	No existe	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público Comercialización
Pulinguí	Papas Habas Maíz Arveja Cebada Quinua	Crianza de animales mayores (vacuno producción de leche, ovino, porcino y camélidos) Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	Prendas de vestir Bufandas Gorras Etc.	75%	25%	Prestación de servicios turísticos Elaboración de artesanías en lana de alpaca, oveja y llama	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público Negocio local Comercialización
Totoras	Papas Habas Maíz Arveja Cebada Quinua Col	Crianza de animales mayores (vacuno, ovino, porcino y camélidos) en menor proporción Crianza de animales menores (avicultura, cuyes, conejos)	No existe registro	75%	25%	Ninguno	Construcción de viviendas (albañilería) Servidores público y privados Negocio local Comercialización

Nota: Trabajo de investigación, 2017

El 100% de las comunidades son agrícolas, pecuarias y ganaderas, se destaca la producción de cultivos como: maíz, papas, habas, alfalfa, melloco, quinua, trigo, cebada, trigo, cebolla etc., para la obtención de estos alimentos o productos agrícolas va depender muchos del lugar, espacio geográfico o rango altitudinal. La actividad agrícola es la base principal de ingreso económico, seguido por la producción pecuaria que se constituye en la crianza de animales mayores como el ganado vacuno (producción de leche), ovino, porcino y camélidos siendo los más representativos y la crianza de animales menores como cuyes, conejos etc.

El 69% en promedio de las comunidades identificadas, la producción agrícola y pecuaria es destinada a la venta en los mercados más cercanos, siendo estos en el mercado de la ciudad de Riobamba, Guano, Alausí y Guamate principalmente, esto es cuando sus productos son en cantidades altas, mientras que las producciones menores se las distribuyen en mercados de las parroquias correspondientes a cada comunidad, mientras que el 31% de la producción agrícola y pecuaria es para el autoconsumo.

Existe una particularidad en dos comunidades Pulingú San Pablo y Chorrera mirador que las actividades pecuarias y ganadería es mínima más bien solo existe la crianza de especies menores, por su ubicación. En estas dos comunidades la base de ingreso económico es actividades complementarias como el turismo, construcción, empleados públicos / privados y comercio en algunos casos.

Las actividades turísticas en las comunidades identificadas el 25% (Guarguallá, Pulingú san Pablo y Pulingú Centro) se basan en la prestación de servicios turísticos (alimentación, alojamiento, guianza y transporte) y la elaboración y venta de artesanías en lana de alpaca y llama.

El 17% (Chañag san Miguel y Candelaria) prestan servicio turísticos de manera individual como guianza, alimentación y alojamiento estas comunidades se diferencia de las antes mencionadas porque aquí no se elabora artesanías solo se basan en la prestación de servicios turísticos.

El 17% (Tambohuasha y Chorrera Mirador) basan en actividades complementarias al turismo con la elaboración netamente de artesanías elaboradas por los comuneros integrados en la asociación para su posterior venta.

El 33% (Calshi, San Rafael de Chuquipogui, Santa Lucia de Chuquipogui y Totoras) no prestan servicios o no están vinculadas al turismo a pesar de que cuentan con la infraestructura idónea.

c. Político administrativo

Las comunidades de la provincia de Chimborazo están integradas a la ordenanza expedida y representada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural, los representantes o directivas de las comunidades son elegidos por los pobladores cada año, estos se encargan de velar por el bienestar comunitario.

Tabla 8-7. Sistematización de información político administrativo por comunidad

Cantón	Parroquia	Comunidad	Nombre de la iniciativa	Tipo de organización	Máxima autoridad	Condición de pertenencia
Guamote	Cebadas	Guarguallá	Centro Artesanal de turismo Comunitario Guarguallá	segundo nivel	Asamblea comunitaria	Asociación Comunitario
Riobamba	Quimiag	Chañag San Miguel	Pre-asociación de prestadores de servicios turísticos El Altar "ASTUGUIA "	primer nivel	Directorio	Grupo asociación comunitaria
Penipe	Candelaria	Candelaria	Asociación de turismo Albergue la Candelaria	Primer nivel	Junta Parroquial	Asociación junta parroquial
Alausí	Achupallas	Totoras	Corporación Zula	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Riobamba	San Juan	Chimborazo	Achikñan	Ninguno	Ninguno	Asociación Comunitario
			Chasqui	Ninguno	Ninguno	Familias autorizadas por la comunidad
			Asociación Chorrera	Primer nivel	Directorio	Familias autorizadas por la comunidad
Riobamba	San Juan	Pulinguí San Pablo	Casa Cóndor	segundo nivel	Asamblea comunitaria	Asociación Comunitario
Riobamba	San Juan	Chorrera Mirador	Waman Way	segundo nivel	Asamblea comunitaria	Asociación comunitaria
Riobamba	San Juan	Tambohuasha	Centro de interpretación artesanal Tambohuasha	primer nivel	Asamblea comunitaria	Asociación comunitaria
Guano	San Andrés	Calshi	Calshi	Ninguno	Ninguno	Ninguno

Cantón	Parroquia	Comunidad	Nombre de la iniciativa	Tipo de organización	Máxima autoridad	Condición de pertenencia
Guano	San Andrés	Santa Lucía de Chuquipogüio	Artesa	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Guano	San Andrés	Chuquipogüio	Centro de Turismo comunitario San Rafael	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Guano	San Andrés	Pulingüí Centro	Razuñan	Segundo nivel	Asamblea comunitaria	Asociación comunitaria

Nota: Trabajo de investigación, 2017

Las comunidades que desarrollan actividades turísticas tienen la base legal con el registro correspondiente. Desde el régimen parroquial las comunidades trabajan en conjunto con los Órganos del gobierno que tienen potestad ante las necesidades que se evidencien en las mismas. La información obtenida es a través de conversatorio con los dirigentes de las organizaciones comunitarias

En relación al tipo de organización el 29% pertenecen a segundo nivel ya que estas organizaciones comunitarias (Centro Artesanal de turismo Comunitario Guarguallá, Casa Cóndor, Waman Way y Razuñan) pertenecen o tienen convenio con otra organización, en este caso particular es a la CORDTUCH a pesar de que estos emprendimientos están legalmente constituidas como tal, se articulan para su beneficio mutuo.

El 29% son de primer nivel ya que estas organizaciones comunitarias (Pre-asociación de prestadores de servicios turísticos El Altar "ASTUGUIA", Asociación de turismo Albergue la Candelaria, Asociación Chorrera, Centro de interpretación artesanal Tambohuasha) no se vinculan ni articulan ningún tipo de convenio más bien son organizaciones individuales. El 42% de las organizaciones comunitarias no cuentan con ningún tipo de organización, ya que no se encuentran en operación a pesar de que se constituya como tal.

Las comunidades eligen a sus máxima autoridad de la actividad turística mediante asamblea comunitaria y voto participativo, y en otros casos por el directorio cuando son organizaciones pertenecientes a grupo familiares o en el caso particular del Albergue la Candelaria ya que pertenece a la junta parroquial, los dirigentes elegidos tienen la obligación de velar por el bienestar y desarrollo de la comunidad en los aspectos cultural, turísticos, ambiental, económica, deportivo, salud.

4. Caracterización de la oferta turística existente en las comunidades

Para la caracterización de la oferta y demanda turística en las comunidades articuladas a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y el Parque Nacional Sangay se realizó un análisis mediante lo establecido por la OMT (1998) donde considera desarrollar los elementos del sistema turístico, parámetros considerados como:

a. Caracterización de oferta y demanda

1) Atractivos turísticos

Tabla 9-7. Sistematización de datos georreferenciados de atractivos turísticos

Sistematización de datos georreferenciados de atractivos turísticos									
No	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación			
						Parroquia / comunidad	X	Y	Altitud (msnm)
1	El Volcán Sangay	Sitios naturales	Montaña	Volcanes	III	Guarguallá Prov. M. Santiago / Huamboya	0791772	9776141	3.580 a 5.560
2	Piedra Blanca	Sitios naturales	Montaña	Colina	I	Guarguallá	0773456	9786610	3.394
3	Plazapamba	Sitios naturales	Planicies	Valles	II	Guarguallá	0786012	9778002	3.582
4	El altar	Sitios naturales	Montaña	Volcanes	III	Chañag San Miguel	0785901	9815019	4.200 a 5.319
						Candelaria			
5	Bosque Protector	Sitios naturales	Bosque	Páramo	II	Chañag San Miguel	0785722	9815012	4.100
						Candelaria			
6	Rio blanco	Sitios naturales	Ríos	Rápidos o raudal	I	Chañag San Miguel	0775151	9818938	3.402
						Candelaria	0777142	9820043	3.305
		Sitios naturales	Ambientes lacustres	Laguna	II	Chañag San Miguel	0786209	986209	4150

Sistematización de datos georreferenciados de atractivos turísticos									
No	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación			
						Parroquia / comunidad	X	Y	Altitud (msnm)
7	Laguna amarilla					Candelaria / Releche			
8	Valle de Collanes	Sitios naturales	Planicies	Valles	I	Candelaria/ Releche	0783881	9815057	4.000
9	Laguna Releche	Sitios naturales	Ambiente lacustres	Laguna	II	Candelaria	0777142	9820043	3305
10	Laguna plateada	Sitios naturales	Ambiente lacustres	Laguna	II	Quimiag / Inguisay	0786209	986209	4.060
11	Laguna verde	Sitios naturales	Ambiente lacustres	Laguna	II	Quimiag / Inguisay	0786209	986209	4.060
12	Laguna azul	Sitios naturales	Ambiente lacustres	Laguna	II	Candelaria	0777142	9820043	4.100
13	Laguna Mandur	Sitios naturales	Ambiente lacustres	Laguna	II	Candelaria / Releche	0777142	9820043	4.305
14	Cascada Mandur	Sitios naturales	Ríos	Cascada	II	Candelaria / Releche	0777142	9820043	4.205
15	Virgen de Candelaria	Manifestación cultural	Etnografía	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias	II	Candelaria	0777142	9820043	3305
16	Nevado Chimborazo	Sitios naturales	Montaña	Volcanes	IV	Chimborazo	0745151	9825796	3.451
						San Rafael de Chuquipoguo	0751509	9832725	3.536
						Tambohuasha	0746409	9828461	3.593
						Pulinguí San Pablo	0740485	9830490	3.870
						Chorrera Mirador	0740664	9830575	3.872
						Santa Lucia de Chuquipoguo	0750248	9830660	3.474
Pulinguí									
17	Páramo (RPFCH)	Sitios naturales	Montañas	Colinas	I	Chimborazo	0745151	9825796	3.451

Sistematización de datos georreferenciados de atractivos turísticos									
No	Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Ubicación			
						Parroquia / comunidad	X	Y	Altitud (msnm)
18	Piedra Bolívar	Sitios naturales	Fenómenos geológicos	Rocas	II	San Rafael de Chuquipogui	0751509	9832725	3.536
19	Bosque Polylepis	Sitios naturales	Bosque	Páramo	II	Pulinguí San Pablo	0740485	9830490	3.870
						Chorrera Mirador	0740664	9830575	3.872
20	Cascada Chorrera	Sitios naturales	Ríos	Catarata o salto	II	Pulinguí san Pablo	0740485	9830490	3.870
21	Yana Rumi (Piedra negra)	Sitios naturales	Fenómeno geológico	Rocas	II	Pulinguí Sn Pablo	0740485	9830490	3.870
						Chorrera Mirador	0740664	9830575	3.872
22	Templo Machay	Sitios naturales	Fenómeno espeleológicos	Cuevas	II	Pulinguí San Pablo	0740485	9830490	3.870
23	Árbol solitario	Sitios naturales	Bosques	Páramos	II	Chorrera Mirador	0740664	9830575	3.872
24	Ruta de los Hieleros	Manifestación cultural	Etnografía	Tradiciones	II	Pulinguí			
						Calshi	0750846	9828301	3.300
25	Festival de los Cuvivies	Manifestación cultural	Acontecimientos programados	Tradiciones	II	Achupallas / Ozogoche	0787507	9749947	3.820
26	Rio Ozogoche	Sitios naturales	Ríos	Rápidos o raudales	I	Achupallas / Ozogoche	0776801	9750987	3.750
27	Laguna Cubillin	Sitios naturales	Ambientes lacustres	Laguna	II	Achupallas / Ozogoche	0767935	9750052	3.755
28	Laguna Magtayan	Sitios naturales	Ambientes lacustres	Laguna	II	Achupallas / Ozogoche	0767966	9751103	3.780
29	Laguna Pichaguiña	Sitios naturales	Ambientes lacustres	Laguna	II	Achupallas / Ozogoche	0766998	9746764	3.850

Nota: Trabajo de investigación, 2017

La información de base corresponde a revisión de fuentes de información secundario, está solventada en estudios y trabajos realizados de prácticas pre-profesionales (Espoch) que han sido desarrollados para el área RPFCH Solís, (2016).

Para la recopilación de información de los atractivos turísticos del PNS se obtuvo datos de trabajos de titulación y Practicas pre-profesionales del autor Tito, 2013 los datos corresponden a información referencial a los años 2013 a 2016 considerados idóneos ya que son trabajos en las que se encuentran información más actualizadas existentes respecto a estas localidades.

Tabla 10-7. Resumen de la caracterización de los atractivos turísticos

CLASIFICACIÓN		CANTIDAD DE ATRACTIVOS	PORCENTAJE
Categoría	Manifestaciones culturales	3	10%
	Sitios naturales	26	90%
Total		29	100%
Tipo	Montaña	5	17%
	Planicies	2	7%
	Bosque	3	10%
	Ríos	4	14%
	Ambientes lacustres	9	32%
	Etnografía	2	7%
	Fenómenos geológicos	2	7%
	Fenómeno espeleológicos	1	3%
Acontecimientos programados	1	3%	
Total		29	100%
Subtipo	Volcanes	3	10%
	Colinas	2	7%
	Valles	2	7%
	Páramos	3	10%
	Rápidos o raudal	2	7%
	Lagunas	9	33%
	Cascadas	1	3%
	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias	1	3%
	Rocas	2	7%
	Catarata o salto	1	3%
	Cuevas	1	3%
	Tradiciones	2	7%
	Total		29
Estado de conservación	Conservado	17	59%
	Poco alterado	10	34%
	Alterado	2	7%
Total		29	100%
Jerarquía	I	5	17%
	II	21	72%
	III	2	7%
	IV	1	3%

CLASIFICACIÓN		CANTIDAD DE ATRACTIVOS	PORCENTAJE
Total		29	100%

Nota: Trabajo de investigación, 2017

En relación a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y el Parque nacional Sangay se han registrado 29 atractivos turísticos de acuerdo a la oferta registrada a mayo 2017, están vinculados a las actividades propuestas por comunidades que se encuentran relacionadas con las áreas protegidas, de estos el 90% atractivos es de categoría Sitios naturales y apenas el 10% de atractivos de categoría Manifestaciones Culturales

De acuerdo a la tipología sitios naturales tenemos el 33% son ambientes lacustres, seguidos por el 17% de tipo Montaña, el 14% de tipo ríos, el 10% de tipo bosques, el 7% está representado a la tipología planicies y fenómenos geológicos, por último con un 3% de tipo fenómeno espeleológico, los atractivos de mayor porcentaje identificados son los más importantes y representativos del área y de acuerdo tipología manifestaciones culturales tenemos, el 7% esta representados para la tipología etnografía y el 3% de tipo acontecimiento programado. La identificación de estos atractivos determina que las actividades que se desarrollan y ofertan en las comunidades son netamente naturales.

Con respecto a la sub-tipología el 33% son lagunas, el 10% representado para volcanes y páramos, respectivamente el 7% representado para colinas, valles, rocas y tradiciones respectivamente y el 3% representado para cascadas, manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias, cataratas o saltos y cuevas constituidos respetivamente.

Con relación al estado de conservación los atractivos inventariados para el año 2016 el 59% del total de atractivos identificados se encuentran en estado de conservación, la explicación es que estos atractivos en su mayoría se encuentran dentro de zonas de protección es decir que están ubicadas en las áreas protegidas esto permite que haya mayor concienciación por el cuidado y conservación de los atractivos, adicional a esto cabe mencionar que al existir la relación del turismo comunitario en áreas protegidas hace que el turismo se desarrolle de manera sostenible.

Y el 34% de atractivos está en poco alterado esto representa a los sitios que de alguna manera no cuentan con un uso de capacidad de carga para el ingreso a los sitios de visitación, pero al encontrarse en el interior del área protegida restringen de alguna manera la afectación de estos atractivos e impiden que se deterioren y solo el 7% están deteriorados ya que estos atractivos se

encuentran fuera del área de protección y no existe una mayor concienciación por el cuidado estos recursos o atractivos ya que no cuento con un sistema de uso de actividades para el visitante.

En cuanto a la jerarquía que obtienen los atractivos el 72% son de jerarquía II siendo estos atractivos de mayor concurrencia por los turistas, el 7% son de jerarquía III estos atractivos son de mayor atracción, 17% son de jerarquía I esto atractivos son de menor concurrencia y menor atracción para los turistas y tan solo el 3% son de jerarquía IV que llega a ser el atractivo más representativo de la provincia de Chimborazo.

Los atractivos turísticos identificados en las áreas protegidas tienen su nombre y a nivel nacional e internacional los identifican y conocen, ya que estos atractivos se los promocionan en agencias de viajes y operadoras de turismo formando parte de su oferta, esto genera un plus adicional de reconocimiento internacional permitiendo que se desarrolle el turismo mediante el aprovechamiento de estos atractivos de manera sostenible.

Los atractivos turísticos identificados en el área de estudio si bien es cierto forman parte del área protegida pero estos atractivos en algunos casos están ubicados en propiedades de las comunidades que están legalmente constituidas y respaldadas por los derechos de los pueblos indígenas establecidas en la OIT y que además están en el límite de su jurisdicción, es por esto existe una estrecha vinculación entre comunidades y áreas protegidas, esta relación que existe ha permitido que se desarrolle el turismo comunitario fijando el beneficio mutuo operando sosteniblemente procurando su apropiado aprovechamiento basando en los ejes de la sostenibilidad.

2) Actividades turísticas

Las actividades turísticas que forman parte de la oferta de las comunidades relacionadas con turismo son múltiples principalmente caminatas o ascenso a cumbres o montañas (Chimborazo, Altar, Sangay), senderismo, escalada en rocas, ciclismo de montaña, degustación de comida típica, observación y fotografías y campamento estas actividades la promueven las comunidades. Los emprendimientos comunitarios identificados en la provincia de Chimborazo que de alguna manera tengan inercia con el turismo han dotado por ofertar un mix de actividades relacionadas con la naturaleza y la cultura tales como: participación en rituales, practicas ancestrales relacionadas al modo de producción de la tierra, elaboración y ventas de artesanías, de esta manera la comunidad y los turistas tengan un intercambio cultural basado en la cosmovisión de los pueblos.

Por otro parte de acuerdo a las características de los atractivos turísticos y actividades que se desarrollan, el turismo de gestión comunitaria ha vinculado otras modalidades de turismo comunitario que se relacionan con el ecoturismo, turismo de aventura y el agroturismo.

b. Infraestructura

En lo relacionado a la infraestructura turística se considera los cuatro aspectos fundamentales de acuerdo al marco teórico del Sistema Turístico que corresponde a: servicios básicos, vialidad conectividad, seguridad y saneamiento considerandos servicios indispensables, los datos referenciados están trabajados en función de la base de información que manejan los gobierno autonómicos descentralizados parroquiales (PDyOTs) que se encuentran actualizados al año 2015, adicional a esto los datos obtenidos corresponden específicamente a comunidades.

Tabla 11-7. Sistematización de información de infraestructura turística

Sistematización de información de infraestructura													
Nº	Nombre de comunidad	Agua potable		Energía eléctrica		Saneamiento		Recolección y tratamientos de desechos		Conectividad		Infraestructura vial	
		Tipo	% Cobertura	Tipo	% cobertura	Tipo	% Cobertura	Tipo	% Cobertura	Tipo	% Cobertura	Tipo	% Cobertura
1	Guarguallá	Tubería, captación de vertientes	100	Sistema interconectado	80	Pozo séptico	90	Alimento de animales domésticos / quema de basura	80	Fija	50	Tierra	80
2	Chañag San Miguel	Tubería, captación de vertientes	100	Sistema interconectado	95	Pozo séptico	90	Alimento de animales domésticos / quema de basura	60	Móvil	55	Tierra	80
3	Candelaria	Potable	60	Sistema interconectado	90	Alcantarillado	65	Recolección de basura / alimento para animales domésticos	70	Móvil / fija	50	Asfalto	90
4	Chimborazo	Tubería, captación de vertientes	100	Sistema interconectado	80	Alcantarillado	60	Recolección de basura / alimento para animales domésticos	75	Móvil / fija	90	Asfalto	90

Sistematización de información de infraestructura													
Nº	Nombre de comunidad	Agua potable		Energía eléctrica		Saneamiento		Recolección y tratamientos de desechos		Conectividad		Infraestructura vial	
		Tipo	% Cobertura	Tipo	% cobertura	Tipo	% Cobertura	Tipo	% Cobertura	Tipo	% Cobertura	Tipo	% Cobertura
5	Tambohuasha	Tubería, captación de vertientes	100	Sistema interconectado	80	Pozo séptico	90	Alimentos para animales domésticos / quema de basura	80	Móvil (escasa cobertura)	40	Asfalto	75
6	Calshi	Tubería, captación de vertientes	100	Sistema interconectado	90	Pozo séptico	90	Alimentos para animales domésticos / quema de basura	80	Móvil / fija	80	Asfalto	80
7	Chuquipoguo	Tubería, captación de vertientes	100	Sistema interconectado	80	Pozo séptico	90	Recolección de basura / alimento para animales domésticos	80	Móvil / fija	60	Asfalto	80
8	Pulinguí San Pablo	Tubería, captación de vertientes	100	Sistema interconectado	90	Pozo séptico	90	Alimentos para animales domésticos / entierran en pozos	95	No	0	Asfalto	80
9	Chorrera Mirador	Tubería, captación de vertientes	100	Sistema interconectado	80	Pozo séptico	90	Alimentos para animales domésticos / entierran en pozos	95	No	0	Asfalto	90
10	Sta. Lucia de Chuquipoguo	Tubería, captación de vertientes	100	Sistema interconectado	75	Pozo séptico	90	Alimentos para animales domésticos / entierran en pozos / quema de basura	70	Móvil / fija	80	Tierra	75
11	Pulinguí	Potable	100	Sistema interconectado	90	Pozo séptico	90	Recolección de basura / alimento para animales domésticos	70	Móvil / fija	80	Asfalto	95
12	Totoras	Tubería, captación de vertientes	95	Sistema interconectado	90	Pozo séptico	90	Recolección de basura / alimento para animales domésticos	65	Móvil escasa cobertura / fija	50	Asfalto	75

Nota: Trabajo de investigación, 2017

La infraestructura hace referencia a los servicios básicos como agua, energía eléctrica, saneamiento, tratamiento de desechos, comunicación y las vías de comunicación para identificar como estos inciden en la disposición en la prestación de servicios turísticos.

Mediante la sistematización de información que se obtuvo se despliega un análisis en términos de satisfacción y cobertura a nivel comunal con respecto a las necesidades básicas que afrontan cada comunidad.

En relación al servicio de agua potable el 83% de las comunidades identificadas cuenta con agua entubada obtenida de vertientes, mediante mingas de canalización con la cual hacen posible alcanzar una cobertura en cada uno de los hogares, este resultado hace referencia que el mayor número de comunidades carecen del servicio de agua potable y tan solo un 17 % de comunidades cuentan con el servicio de agua potable con cobertura no mayor de 80% es decir que el servicio de agua potable no la disponen la comunidad en su totalidad.

Con relación al servicio de energía eléctrica el 100% de las comunidades cuentan con el servicio mediante el sistema interconectado que la obtienen de la empresa eléctrica Riobamba SA, la controversia existente es que la cobertura del servicio no es proporcionada en su totalidad en cada una de las comunidades (alumbrado público).

Con relación al servicio de saneamiento el 83% de las comunidades identificadas cuentan con pozos sépticos, elaborados por los comuneros a tan solo metros de distancia de sus viviendas y en otros casos junto a sus viviendas, los comuneros han realizado la conformación de acequias de esta manera desviar las aguas servidas a una vertiente o quebrada más cercana, ya que el servicio de alcantarillado no ha sido posible constituirse en las comunidades con un promedio de cobertura del 90%, y el 17% de comunidades cuentan con el servicio de alcantarillado pero no cuentan con la cobertura total del servicio, con una cobertura promedio del 63%.

En relación al servicio de recolección y tratamientos de desechos el 58% de comunidades identificadas no tienen el servicio de recolección de basura por lo que la población han optado por crear pozos para enterrar los desechos inorgánicos y los desechos orgánicos lo utilizan como alimento de animales domésticos (cerdo, patos entre otros.) y en otros casos lo utilizan para hacer abonos orgánicos, lo importante es que la población tienen conocimiento (75% aprox.) sobre el tratamiento de desechos e impiden la contaminación visual y ambiental en los recursos con un promedio de cobertura del 79%.

El 42% de las comunidades cuentan con el servicio de recolección de basura en todos los casos el servicio que obtienen es una vez por semana, adicional a esto también existen familias quienes queman o entierran la basura u ocupan para alimento de los animales domésticos en menor proporción con un promedio de cobertura del 75%.

Con relación al servicio de comunicación el 83% de comunidades identificadas cuentan con el servicio de telefonía fija pero solo en algunos hogares, ya que la economía para esos hogares es escasa, así también cuenta con el servicio de telefonía móvil, en algunas comunidades la cobertura es escasa, cabe mencionar que en algunas comunidades cuentan con el servicio de internet con un promedio de cobertura del 65%. Y el 17% no cuentan con el servicio de comunicación ya que la cobertura para este, es muy escasa impidiendo obtener este servicio.

Con respecto a la vialidad el 67% de las comunidades identificadas están ubicadas en vías de primer orden hasta llegar a las comunidades, para el desplazamiento en el interior de estas, la vía es de segundo y tercer orden, el 25% de las comunidades identificadas están ubicadas en vías de segundo y tercer orden, vías de primer orden referidas hasta el poblado más cercanos que son las parroquias y para el ingreso a las comunidades las vías es de tercer orden y que además están en mal estado y en escaso mantenimiento y por último el 8% de las comunidades identificadas están en vías de segundo orden son vías lastradas y que requieren de mantenimiento para su conservación.

Cabe mencionar que la infraestructura vial se ve afectada a consecuencia de las condiciones ambientales climáticas en las que estamos en esta época del año 2017, la mayor parte de las vías intercomunales que conectan una comunidad con otra o que conectan las comunidades con los atractivos se han visto seriamente por el deterioro, las comunidades mayormente afectadas que dejó incomunicado por días, son las comunidades de Santa Lucía y San Rafael de Chuquipoguiño que en el año pasado (sept.2016) hubo un deslave del Nevado Chimborazo que ocasionó la pérdida de la vía principal de comunicación entre comunidades y que actualmente están en reconstrucción de la vía en su totalidad, otro claro ejemplo también son comunidades Chañag San Miguel y Guarguallá principalmente que no cuentan con la vía asfaltada o lastrada y son afectadas por las condiciones climáticas actuales

Mediante esta sistematización de información se pudo identificar que las zonas rurales la mayor parte carecen de los servicios básicos esto genera dificultad al momento de la prestación de un servicio turístico ya que no se desarrolla de manera apropiada, porque al carecer de algunos de estos servicios restringe de alguna manera la visita de turistas y que además de ello impida desarrollarse un servicio de calidad provocando la insatisfacción del turista.

c. Planta turística

Para determinar la efectividad de la planta turística con relación a las áreas protegidas, se consideró los emprendimientos que funcionan y no funcionan pero cuentan con la infraestructura necesaria para la prestación de servicios turísticos.

Tabla 12-7. Sistematización de información de planta turística

Sistematización de información de Planta Turística										
Comunidad	Nombre del emprendimiento	Propietario	Administrador	Alojamiento			Alimentos y bebidas			
				Tipología	Núm. De hab. cabañas	Núm. De plazas	Tipología	Núm. mesas	Núm. sillas	Núm. Plazas
Guarguallá	Centro Artesanal de Turismo Comunitario de Guarguallá	Comunitario	Anibal Tenemaza	Cabañas	2 cabañas	24	Comedor	5	30	30
Candelaria	Asociación de Turismo Albergue la Candelaria	Aso. Junta parroquial	Pedro Lliquin	Albergue	6 hab.	22	Restaurante	15	60	60
Chimborazo	Aso. Cordillera	Grupo Familiar	Sin datos	Cabañas	Sin datos	Sin datos	Sin datos	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Pulinguí San Pablo	Casa Cóndor	Aso. Comunitaria	Manuel Gualancañay	Cabañas	3 cabañas	20	Restaurante	10	40	40
Pulinguí	Razuñan	Aso. Comunitaria	Miguel Guaman	Cabañas	3 cabañas	20	Comedor	3 mesas familiares	36	36
TOTALES				Total plazas alojamiento		86	Total plazas alimentación			166

Nota: Trabajo de investigación, 2017

Tabla 13-7: Emprendimientos que cuentan con instalaciones para la prestación servicios turísticos sin embargo no funcionan

Sistematización de información de Planta Turística										
Emprendimientos que cuentan con instalaciones de infraestructura para servicios turísticos pero no están funcionando										
Comunidad	Nombre del emprendimiento	Propietario	Administrador	Alojamiento			Alimentos y bebidas			
				Tipología	Núm. De hab. cabañas	Núm. De plazas	Tipología	Núm. mesas	Núm. sillas	Núm. Plazas
Calshi	Calshi	Aso. Comunitaria	Ninguno	Cabañas	No existe un registro					
Chuquipoguo	Centro de turismo Comunitario Chuquipoguo	Aso. Comunitaria	Ninguno	Cabañas	No existe un registro					
Santa Lucia de Chuquipoguo	Artesa	Organización Comunitaria	Ninguno	Cabañas	4	20	Comedor	8	16	16
Totoras	Corporación Zula	Organización comunitaria	Ninguno	Cabañas	3 cabañas	33	restaurante	7	28	28
Chimborazo	Chasqui	Grupo familiar	Ninguno	No existe servicio de alojamiento y alimentación Prestación de servicio de diversión (tarabita)						
	Achikñan	Aso. Comunitaria	Ninguno	Cabañas	6	40	Restaurante	20	80	80
TOTALES				Total plazas alojamiento		93	Total plazas alimentación			124

Nota: Trabajo de investigación, 2017

Tabla 14-7: Actividades relacionadas a la planta turística

Sistematización de información de Planta Turística Actividades relacionadas a la planta turística										
Comunidad	Nombre del emprendimiento	Propietario	Administrador	Alojamiento			Alimentos y bebidas			
				Tipología	Núm. De hab. cabañas	Núm. De plazas	Tipología	Núm. mesas	Núm. sillas	Núm. Plazas
Tambohuasha	Centro Artesanal Tambohuasha	Aso. Comunitaria	Luis Tuapanta	Servicio de venta de artesanías			Cafetería	2	7	7
Chorrera Mirador	Waman Way	Comunitario	Olmedo Cayambe	Servicio de venta de artesanías			Comedor	No existe un registro		

Nota: Trabajo de investigación, 2017

Se identificaron 14 emprendimientos con oferta de servicios de alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios adicionales como la venta de artesanías y guianza, estas actividades están ligadas con la operación y el talento humano.

De los 14 emprendimientos turísticos comunitarios 5 están funcionando con la operación turística, 6 han dejado de funcionar, aun teniendo la infraestructura equipada y necesaria para la prestación de servicios y 3 prestan servicios adicionales o complementarios a la Planta Turística.

1) Alojamiento

a) Emprendimientos que están operando

De los 5 emprendimientos 3 están a cargo las Asociaciones u Organizaciones comunitarias, 1 está a cargo de un grupo Familiar comunitario y 1 está a cargo de la Asociación conformada por la junta parroquial este caso en particular no formaría parte de una organización comunitaria por que no la opera la delegación de una comunidad y además no cuentan con personería jurídica comunitaria, a pesar que los beneficios sean para los mismo, cabe mencionar que se consideró identificar o registrar por que la operación tiene una articulación con el área protegida (PNS), y que además se consideró ya que no es una organización privada o de una persona natural.

Con respecto al servicio de alojamiento 4 emprendimientos ofrecen servicios en cabañas y 1 ofrece el servicio en albergue considerado a este último que es de la Junta parroquial, estos emprendimientos tienen la capacidad de 86 plazas para su operación distribuidas en 17 cabañas o habitaciones dentro de ella, no se ha obtenido un registro del total de camas, sin contar al establecimiento de Asociación Cordillera ya no fue posible la obtención de datos.

En estos emprendimientos se registran trabajando directamente 26 personas en diferentes áreas, entre hombres y mujeres demostrando que existencia de equidad de género, cabe mencionar que este número de personal varía dependiendo la cantidad de turistas que llegue a los establecimientos, además el personal que trabaja no es permanente en algunos casos, ya que estos mismo se rotan cada 6 meses o cada año, esto ha permitido que los servicios no sean eficientes ya que las personas que rotan en el trabajo no tienen conocimientos necesarios para la ocupación de dichas actividades ya que estos no están capacitados, presentando a así un principal problema al momento de la prestación de servicios .

Con respecto a los precios establecidos por el establecimiento varían entre 12\$ a 15\$ por pax noche incluidos o no el desayuno. Todos los establecimientos a excepción del de Candelaria están ubicados en la zona rural, es por ello que de alguna manera carecen del total los servicios básicos, cabe recalcar que la comunidad Pulingú San Pablo cuenta con uso de energía alternativa (paneles solares).

De los establecimientos identificados como Guarguallá, Razuñan, Casa Cóndor tiene acceso al mercado gracias a la operadora de turismo comunitario Puruhá Razurko, los establecimientos mencionado no tienen acceso al mercado por si mismos ya que no cuentan con una correo electrónico o página web de ningún tipo es decir que carece de uso tecnológico, este en uno de los motivos que limitan la comunicación con el consumidor para establecer una venta.

Al momento que realizan un contrato de una reservación con la operadora, la misma tiene la obligación de comunicar con el establecimiento para dar información de la cantidad de turistas que consumirán el servicio para que de esta manera el establecimiento se prepare para brindar el mismo, cabe mencionar que la venta del servicio solo la tienen por medio de la operadora, muy escaso sin ella.

El establecimiento de Candelaria es independiente ya que cuenta con un sistema tecnológico con correo electrónico, promoción en sitios web para que de esta manera exista la comunicación con el cliente, aquí no existe un intermediario la manera de cancelación se la realiza en efectivo. Achikñan no cuenta con el uso de tecnología como una página web o de promoción turística ni

realiza ningún tipo de publicidad, actualmente el establecimiento se encuentra en remodelación por lo que es casi escasa la recepción de turistas pero si reciben huéspedes personas de una empresa privada que han alquilado el establecimiento para hospedarse, los turistas quienes llegan al lugar son quienes de alguna manera pasan por la comunidad hacia el Chimborazo y desean su servicio.

Todos los establecimientos identificados brindan servicios adicionales como: parqueadero servicio a la habitación, información turística, alimentación (este servicio se puede incluir en el precio de la habitación o en el paquete turístico; desayuno, almuerzo, cena) y en el caso de Candelaria el servicio de WI-FI. Todos estos establecimientos identificados se vinculan junto con otros servicios complementarios como; el agroturismo, artesanías, presentación culturales, en la mayoría de los casos están dentro de paquetes turísticos ofertados.

La vinculación de los establecimientos es posible ya que se encuentran ubicados cerca de atractivos turísticos, esto ha permitido que el nivel de atracción de los recursos resulte favorable para su integración contribuyendo a su diversificación de la oferta con actividades de mayor tiempo de duración, obligando a la demanda a incrementar sus días de estancia y por ende su capacidad de gasto.

Los establecimientos cuentan con servicios diferenciados ya que son comunitarios ya se hacen merecedores de que puedan llegar al mercado fácilmente, pero esto no se ve reflejado por diferentes motivos como la administración, la no colaboración y apoyo esto impide a que estos establecimientos surjan y se visualicen y posicionen en el mercado.

b) Emprendimiento que no funcionan

De los 6 emprendimientos registrados 5 pertenecen a asociaciones u organizaciones comunitarias y 1 está a cargo de un grupo familiar comunitario este último no cuenta con infraestructura para la prestación de servicios de alojamiento y alimentación, pero se consideró en esta clasificación ya que cuenta con equipos para la prestación de servicio de diversión pero no está operando en esta actividad.

Los 5 emprendimientos cuentan con instalaciones para la prestación de servicio de alojamiento en cabañas, en 2 emprendimientos no existe un registro de plazas, en los 3 restantes cuentan con un registro y capacidad, teniendo un total de 93 plazas a disposición.

2) Alimentación

a) Emprendimientos que están operando

Los prestadores de servicios de alimentación ofertan el servicio agrupado en cuanto a la calidad y precio ya que todos los establecimientos son comunitarios, cabe mencionar que tanto el servicio de alojamiento junto con el servicio de alimentación están agrupados en el mismo establecimiento según su comunidad y manejados por los mismos.

De los 5 emprendimientos registrados 3 cuentan con el servicio de comedor y 2 en restaurante teniendo la disponibilidad de 166 plazas, se registran trabajando 18 personas directamente la mayoría son mujeres, cabe mencionar que este número de personal varía dependiendo la cantidad de turistas que llegue a los establecimientos, además el personal que trabaja directamente no es permanente en algunos casos ya que estos mismo se rotan cada 6 meses o cada año. Cabe recalcar que la cantidad de trabajadores que actualmente están es debido que los últimos años no han sido buenos para los comuneros con sus servicios ofertados, todas sus ventas han bajado mucho y por ende disminuye la contratación de más personal dificultando que haya una posibilidad de ingresos económicos.

Con respecto a los precios determinados por el establecimiento varían entre 2,00 \$ a 12,00\$ esto va a depender mucho del tipo (tradicional) de requerimiento del servicio de alimentación que desee el comensal. Todos los establecimientos a excepción del de Candelaria están ubicados en la zona rural, es por ello que de alguna manera carecen de todos los servicios básicos.

El servicio de alcantarillado por red pública está presente en dos establecimientos como en el de Candelaria (Albergue la Candelaria) y Chimborazo (Achikñan), en restos de establecimientos no cuentan con el servicio.

De los establecimientos identificados como Guarguallá, Razuñan, Casa Cóndor tiene acceso al mercado gracias a la operadora de turismo comunitario Puruhá Razurko, los establecimientos mencionado no tienen acceso al mercado por si mismos ya que no cuentan con una correo electrónico o página web de ningún tipo es decir que carece de uso tecnológico, este en uno de los motivos que limitan la comunicación con el consumidor para establecer una venta.

Al momento que realizan un contrato de una reservación con la operadora, la misma tiene la obligación de comunicar con el establecimiento para dar información de la cantidad de turistas

que consumirán el servicio para que de esta manera el establecimiento se prepare para brindar el mismo, cabe mencionar que la venta del servicio solo la tienen por medio de la operadora, muy escaso sin ella.

El establecimiento de Candelaria es independiente ya que cuenta con un sistema tecnológico con correo electrónico, promoción en sitios web para que de esta manera exista la comunicación con el cliente, aquí no existe un intermediario la manera de cancelación se la realiza en efectivo. Achikñan no cuenta con el uso de tecnología como una página web o de promoción turística ni realiza ningún tipo de publicidad, actualmente el establecimiento se encuentra en remodelación por lo que es casi escasa la recepción de turistas pero si reciben huéspedes personas de una empresa privada que han alquilado el establecimiento para hospedarse, los turistas quienes llegan al lugar son quienes de alguna manera pasan por la comunidad hacia el Chimborazo y desean su servicio.

Los establecimientos cuentan con servicios diferenciados ya que son comunitarios (alimentación típica / platos típicos de la zona) ya se hacen merecedores de que puedan llegar al mercado fácilmente, pero esto no se ve reflejado por diferentes motivos como la administración, la no colaboración y apoyo esto impide a que estos establecimientos surjan y se visualicen y posicionen en el mercado.

b) Emprendimiento que no funcionan

De los 6 emprendimientos identificados, 3 no tienen un registro de la capacidad ni tipología de servicio, 2 tienen a disposición para la prestación del servicio en restaurante y 1 a disposición para la prestación del servicio en comedor, registrándose así un total de 124 plazas para aprovechar de este servicio.

3) Actividades relacionadas a la Planta Turística

Se registraron 2 emprendimientos que basan netamente en actividades de elaboración y ventas artesanías, que son realizadas por las mujeres es estas comunidades cuentan con equipos y maquinas adecuadas para la elaboración de algunas prendas de vestir, estos equipos han sido donados por el consejo provincial, la materia prima la obtienen de las mismas comunidades ya que éstas pertenecen a organizaciones de alpacas de donde obtienen la materia prima y 1 que prácticamente se basa en la oferta de servicio de guianza quienes están involucrados en esta actividad son comuneros.

d. Superestructura

Considerando a los organismos gubernamentales y no gubernamentales, públicos, privados o comunitarios quienes trabajan en las diferentes áreas turísticas, y de esta manera estos se desarrolle con éxito el funcionamiento integral de las comunidades y por ende intervengan en el sistema turístico, es por ello que se consideró caracterizar a los principales organismos.

Tabla 15-7: Caracterización de instituciones de influencia para el manejo de las actividades turísticas

Caracterización de instituciones de influencia para el manejo de las actividades turísticas					
Institución	Comunidades en las que intervienen	Roles	Ámbito de intervención	Beneficio	Conflictos
1. MINISTERIO DE TURISMO (MINTUR)	Todas las comunidades	<ul style="list-style-type: none"> - 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. - Fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos locales para alcanzar la eficiencia y eficacia de la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción - Capacitación - Financiamiento para la ejecución de proyectos turísticos - Marco legal del turismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación en el área turística (alojamiento, alimentación) - Capacitación en guías naturalista y local. - Financiamiento para la ejecución de proyectos turísticos, proyectos sostenibles a través del PLANDETUR: Infraestructura, señalización, equipamiento, cursos de emprendimiento para la formación de microempresas. 	Ninguno
2. MINISTERIO DEL AMBIENTE (MAE)	Todas las comunidades	<ul style="list-style-type: none"> - 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. - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> Biodiversidad - Calidad ambiental - Manejo de cuencas hídricas - Ecosistemas 	<ul style="list-style-type: none"> - 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 comanejo de la RPFCH. - Impulsar acciones para desarrollar el turismo comunitario con las comunidades locales. 	Ninguno

Caracterización de instituciones de influencia para el manejo de las actividades turísticas					
Institución	Comunidades en las que intervienen	Roles	Ámbito de intervención	Beneficio	Conflictos
3. MINISTERIO DE INCLUSION ECONOMICA Y SOCIAL (MIES)	Ninguno	- 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	Los ámbitos de intervención no han sido aplicados
4. FEDERACION PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR (FEPTCE)	Todas las comunidades por medio de la Cordtuch	- Promover y fortalecer las iniciativas de turismo comunitario en el Ecuador	-Fortalecimiento organizativo - Patrimonio natural y cultural - Marco legal del turismo comunitario - Producto turístico - Promoción y comercialización de los productos turísticos	- Apoyo al fortalecimiento organizativo de la CORDTUCH - Apoyo en el marco legal - Promoción y Ninguno comercialización de los Ninguno productos turísticos de la CORDTUCH	Actualmente están en reproceso de conformación para volver a fortalecer los ámbitos de intervención en las comunidades.
5. CONFEDERACION DE MOVIMIENTO INDIGENA DE CHIMBORAZO (COMICH)	Todas las comunidades	- Apoyar en el área organizacional - Representatividad del pueblo Puruhá en la provincia	- Fortalecimiento organizativo y cultural	- Apoyar al fortalecimiento organizativo y contribuir a la conservación y revalorización del patrimonio cultural	Ninguno
6. CONSEJO PROVINCIAL DE CHIMBORAZO	Todas las comunidades	- Desarrollo de proyectos de manejo de recursos naturales, sectores productivos, salud, infraestructura social y turística	- Agricultura y ganadería: proyectos productivos. - Turismo: señalización y señalética y publicidad. - Vialidad: mejoramiento de vías. - Capacitación: BPM Microempresas: fomento del desarrollo micro empresarial	- Facilitar infraestructura turística - Mejorar vías de acceso - Manejo de recursos naturales - Valoración de la visión andina - Profesionalización sector turístico - Convenio tripartito entre MINTUR – MAE y HCPC para la formación de guías naturalistas. Regulan: Ordenanzas para la gestión del turismo comunitario - Diseño de nuevos productos turísticos	Conflictos por la escases de intervención en los sectores productivos, salud, infraestructura social

Caracterización de instituciones de influencia para el manejo de las actividades turísticas					
Institución	Comunidades en las que intervienen	Roles	Ámbito de intervención	Beneficio	Conflictos
7. GOBIERNO AUTONOMO DECENTRALIZADO MUNICIPALIDAD	Todas las comunidades por medio de vinculación con otros organismos	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar, programar y proyectar las obras públicas - Mejorar los servicios públicos - Formación de capacidades a través de capacitación a la colectividad 	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo: promoción y difusión, planificación, infraestructura. - Vialidad: mejoramiento de vías e implementación de señalización urbana. - Cobertura NBI: implementación de servicios de agua potable y alcantarillado. - Capacitación: BPM 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación en el área turística - Mejorar servicios básicos agua potable alcantarillado y vías de acceso. - Señalética turística junto con el MINTUR 	Ninguno
8. GOBIERNO AUTÓNOMO DECENTRALIZADO PARROQUIAL	Todas las comunidades	- Regular, controlar, promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones.	<ul style="list-style-type: none"> - Vialidad - Turismo 	- Desarrollo sustentable y mejoramiento de la calidad de vida	Ninguno
9. MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO)	Todas las comunidades De manera indirecta por medio de la intervención de otros organismos	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación, asistencia técnica y apoyo al desarrollo de proyectos de alto impacto para la industria. Así también cuenta con recursos Económicos: inversión. Humanos (técnicos): asistencia técnica. 	Microempresas: asesoramiento y financiamiento.	- Mejoramiento y desarrollo productivo de las microempresas	Ninguno
10. MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO	Todas las comunidades por medio del INPC	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimiento de la interculturalidad - Desarrollo de eventos culturales - Además cuentan con recursos Humanos (técnicos): asistencia técnica, capacitación. - Instalaciones (equipamientos): capacitación, eventos, reuniones. 	- Capacitación: logístico y apoyo técnico	<ul style="list-style-type: none"> - Legalidad: a grupos culturales - Facilidades: creación de centros de interpretación (medicina ancestral, rituales de saneamiento). 	Ninguno

Caracterización de instituciones de influencia para el manejo de las actividades turísticas					
Institución	Comunidades en las que intervienen	Roles	Ámbito de intervención	Beneficio	Conflictos
11. CORDTUCH	Todas las comunidades las que están asociadas a la corporación	- Promover y fortalecer las actividades turísticas comunitarias en la Provincia de Chimborazo como estrategia para diversificar sus labores productivas desde una perspectiva participativa y sustentable	- Fortalecimiento organizativo - Patrimonio natural y Cultural - Marco Legal del Turismo comunitario - Producto Turístico - Promoción y comercialización de los productos	- Apoyo a las operaciones de turismo comunitario socias de la Cordtuch, a través de proyectos	Ninguno

Nota: Trabajo de investigación, 2017

Se han identificado 11 instituciones que se vinculan o intervienen en el manejo y desarrollo de las actividades turísticas, todos corresponden al sector público, con excepción de la Cordtuch que es una organización privada que directamente inserta en sus funciones las actividades turísticas comunitarias el apoyo y colaboración que tienen con estas.

Las líneas de intervención que tienen con las comunidades son de carácter público, turístico, agropecuario, proyectos de desarrollo ambiental y socio-cultural, marco de legalidad, asistencia técnica, entre otros, estos ámbitos de intervención son base para el fortalecimiento y de desarrollo comunitario.

A pesar de ello no se han involucrado directamente con sus acciones en las comunidades más bien se han desarrollado a través de intervención con otras instituciones, sin embargo no todas las comunidades han sido beneficiadas de este proceso, existen comunidades que han sido olvidadas y que no se ha visto ningún tipo de intervención por algunas instituciones públicas.

Por mencionar el ámbito de la legalidad de las organizaciones, no han tenido la suficiente intervención de apoyo para legalizar y viceversa las comunidades no han aportado o no han tenido la colaboración suficiente con las instituciones que interviene con el proceso de legalidad como es el Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, municipalidad entre otros, esto se debe al desconocimiento o la falta de información de la importancia de contar con la legalidad de la organización.

e. Producto turístico

Considerando al producto turístico a un conjunto de elementos que hacen del viajar un arte intangible, una experiencia interesante y atractiva para turistas y visitantes y que además cubre una experiencia de viaje desde que el turista sale de su domicilio hasta que regresa, bajo estas particularidades las organizaciones de turismo comunitario se caracteriza por tener servicios independientes y productos como tal, en el caso concreto de productos turísticos, de las 15 emprendimientos comunitarios identificadas apenas 5 tienen estructurado un producto turísticos como tal, de estos se comercializan a través del empaquetamiento con oferta de servicios todo incluido.

La organización de la oferta está basada en una estructura técnica del producto como viajes programados, es decir esta formulado en paquetes en la que contiene servicios todo incluido a excepción del sistema de transporte en algunos casos, vinculando así servicios como alimentación, hospedaje, guianza esto se da por tiempos referenciales y precios establecidos por

tamaño de grupo. Servicio independientes que constituye servicios que se venden individualmente, esto dependerá lo que requiera el consumidor del servicio.

1) Viajes programados

De los emprendimientos identificados, 3 cuentan con viajes programados, que es todo incluido alojamiento, alimentación, Guianza y transporte esto la oferta mediante la vinculación con la CORDTUCH y la operadora Puruhá Razurku. Estos productos turísticos se basan en líneas de productos como: Ecoturismo y Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural, Turismo Comunitario

Estos productos turísticos tienen una duración de 1 a 3 días, el precio por pax varía de acuerdo al lugar y actividad a desarrollar que va desde 35,00\$ a 107,00\$, existe una particularidad que en Guarguallá (Centro Artesanal de Turismo Comunitario de Guarguallá) el servicio de empaquetamiento dura de 1 a 7 días por la dificultad y el tiempo de duración de las actividades a desarrollar, es por esto que el precio por pax varía según el tiempo de duración de 128,00\$ a 701,00\$.

Los atractivos turísticos aprovechados son principalmente de tipo natural que combinados a atractivos de carácter cultural genera un conjunto de actividades integradas que aporta a conocer y compartir las actividades que se desarrollan dentro de una comunidad y la oportunidad de observar la vida desde otra perspectiva. Como muestra la tabla 10 a continuación:

Tabla 16-7: Sistematización de productos turísticos

Productos turísticos										
Nombre del emprendimiento	Líneas de producto integradas a Turismo Comunitario	Producto / Subproducto / servicios independientes	Duración	Precio por pax			Atractivos turísticos	Actividades turísticas	Canales de mercadeo	Difusión
				1-3	4-5	*10				
Centro Artesanal de Turismo Comunitario de Guarguallá	Ecoturismo Turismo de naturaleza Agroturismo	Producto:	4 noches 5 días	701.40	655.00	561.00	Volcán Sangay Yuracrumi "Piedra Blanca" Plazapamba	Caminata Cabalgata Fotografía Observación de flora y fauna	Directo: Cliente	Página web Publicidad en medios prensa
		Hospedaje Alimentación Guianza	6 noches 7 días	816.00	654.00	561.65				
		Subproducto: Suvenir (artesanías)	1noche 2días	128.1	113.40	92.40			Indirecto: Operadora Puruhá Razurku	Página web Guías turísticas
Observación: oferta integrada como un producto viaje programado (paquete) que incluye el servicio de alimentación, alojamiento, guianza, caminata cabalgata fotografía, observación de flora y fauna si en el caso de que así lo desee el suvenir (artesanía)										
Pre-asociación de prestadores de servicios turísticos El Altar "ASTUGUIA"	Ecoturismo Turismo de naturaleza	Servicio independiente:	1noche 2días	87.00 por pax			El Altar la Laguna Amarilla Cuencas del Río Blanco Mirador Verdepamba Bosque Protector Laguna plateada Laguna verde	Cabalgatas Caminatas interpretación del patrimonio natural y cultural fotografías, campamento	Directo: Cliente	Redes sociales Radio y tv. Folletos Institución pública (GAD parroquial)
		Guianza	2noches 3días	98.52por pax						
				1noche dos días	91.48 por pax				Indirecto: No existe	-
Observación: oferta que integra un servicio especial como viaje programado (paquete) que incluye alimentación (lunch), cabalgatas caminatas interpretación del patrimonio natural y cultural fotografías, campamento										
Asociación de turismo	Ecoturismo Turismo de naturaleza	Producto:	1día	59.53 por pax			El Altar Laguna Amarilla	Caminata Cabalgatas	Directo: Cliente	Redes sociales Radio y tv. Folletos
			1día	107.95por pax						
			1noche							

Productos turísticos										
Nombre del emprendimiento	Líneas de producto integradas a Turismo Comunitario	Producto / Subproducto / servicios independientes	Duración	Precio por pax			Atractivos turísticos	Actividades turísticas	Canales de mercadeo	Difusión
				1-3	4-5	*10				
Albergue la Candelaria	Turismo cultural	Hospedaje Alimentación Guianza	1 día	59.53 por pax			El Bosque Protector Quishuar Cuencas del Río Blanco Laguna Plateada Laguna Verde Laguna Releche Laguna Azul Laguna Mandur Virgen la Candelaria	Observación y fotografías		Página Web
		Servicio independiente: Hospedaje Alimentación Guianza							Indirecto: No existe	No existe
Observación: oferta integrada como un producto viaje programado (paquete) que incluye el servicio de alimentación, alojamiento, guianza, caminata cabalgata fotografía, observación de flora y fauna o también se integrar el servicio independiente con los mismo servicios por ende ya no sería un viaje programado										
Casa Cóndor	Ecoturismo Turismo de naturaleza Turismo comunitario Turismo cultural	Producto: Hospedaje Alimentación Guianza	1 noche / 2 días	48.00 por pax			Nevado Chimborazo Bosque Polylepis Cascada Chorrera Piedra negra o Yana Rumi Templo Machay	Ascenso a la cumbre del nevado Chimborazo, cabalgatas, ciclismo, observación, fotografías e interpretación natural y cultural	Directo: Cliente (escaso)	Página Web Medio de recomendación
		Subproducto: Souvenir (artesanías)	1 noche 2 días	48.00 por pax					Indirecto: Operadora de Turismo Puruhá Razurko	Página web Guías turísticas Publicidad por medio (GAD parroquial)
			1 día	36.00 por pax						
Observación: oferta integrada como un producto viaje programado (paquete) que incluye el servicio de alimentación, alojamiento, guianza, caminata cabalgata fotografía, observación de flora y fauna si en el caso de que así lo desee el souvenir (artesanía)										
Razuñan	Ecoturismo Turismo de naturaleza Turismo comunitario	Producto: Hospedaje Alimentación Guianza	1 noche	45.00 por pax			Nevado Chimborazo Ruta de los Hieleros	Ascenso a la cumbre del nevado Chimborazo, cabalgatas, ciclismo, observación, fotografías e interpretación natural y cultural	Directo: Cliente (escaso)	Página web Medio de recomendación
			2 días	45.00 por pax					Indirecto:	Página web

Productos turísticos										
Nombre del emprendimiento	Líneas de producto integradas a Turismo Comunitario	Producto / Subproducto / servicios independientes	Duración	Precio por pax			Atractivos turísticos	Actividades turísticas	Canales de mercadeo	Difusión
				1-3	4-5	*10				
	Turismo cultural	Subproducto: Suvenir (artesanías)	1noche 2días	35.00por pax					Operadora de Turismo Puruhá Razurko	Guías turísticas Publicidad por medio de instituciones públicas (GAD parroquial Ministerio de turismo zona 3 CORDTUCH)
Observación: oferta integrada como un producto viaje programado (paquete) que incluye el servicio de alimentación, alojamiento, guianza, caminata cabalgata fotografía, observación de flora y fauna si en el caso de que así lo desee la adquisición de souvenir (artesanía)										

Nota: Trabajo de investigación, 2017

A pesar de tener esta estructura de viajes programados no se debe dejar de lado que la oferta también cuenta con el servicios independientes que por lo general se empaqueta por dos vías alojamiento más alimentación y guianza.

2) Servicios independientes

La característica principal de los servicios independiente es que no se realiza empaquetamiento, no es necesario que existan alianzas con operadora pero si es importante la difusión en medios de comunicación, considerando esta particularidad se identificaron 2 emprendimientos que venden servicios individualmente,

es así el servicio de alimentación que el precio depende del tipo de alimento y la comunidad en la que se encuentre, esto varía desde 2.50\$ a 12.00\$ este precio por un plato tradicional de la comunidad; alojamiento este servicio lo presta el establecimiento el Albergue la Candelaria que su precio está a 12.00\$, el servicio de guianza varia el precio 15,00 a 20,00\$ esto dependerá al lugar al que requiera el turista llegar.

Cabe mencionar que no existe un mecanismo de reserva ya que los clientes son directos Los emprendimientos turísticos comunitarios sean visto afectados por la dificultad al momento de realizar la promoción y venta de los productos turísticos ya que tienen desconocimiento sobre venta – consumidor, es por esto que vinculan mediante la intermediación de la Operadora Puruhá Razurko, quien se encarga de la difusión y comercialización, así también tenemos al emprendimiento Astuguía que oferta producto independiente como es guianza y Candelaria que promocionan y venden paquetes por su propia cuenta, por medio del internet, Tv, radio páginas web entre otros, que de esta manera se desarrolla la difusión y comercialización.

5. Perfil de la demanda turística

Respecto al perfil de la demanda turística, no existen registros actualizados o documentos sistematizados en donde indiquen y evidencien específicamente el número de turistas que consumen la oferta de las comunidades, bajo la modalidad de viajes programados o servicios independientes,

Existe un estudio donde evidencia el registros de turistas que en el transcurso de 5 años se obtuvo datos que proporcionaron la operadora Puruhá Razurku, donde registran el número de turistas ascendía a 1040 para el año 2010, quienes consumieron los productos de turismo comunitario, específicamente a través de la operadora Puruhá Razurku, en forma directa a través de la aplicación de estrategias de comercialización para el canal directo, funcionando de mejor forma el servicio de internet, la participación en ferias y eventos de turismo y el desarrollo de fam y press trip, que han sido apoyados por sus aliados estratégicos.

En este estudio se da cuenta de la existencia de tres tipos de demanda: nacional, demanda internacional y excursionistas y voluntarios que conforma a turistas que arriban ya sea con viajes programados o la adquisición de servicio independiente y los excursionistas que llegan por su propia cuenta.

Desde el año 2010 hasta en la presente fecha no existe datos fehacientes del número de turistas que reciben las comunidades, es decir que el perfil que se describe a continuación está reportada a través de información proporcionada directamente por las organizaciones (administradores, coordinadores de operación, dirigentes, otros) en medida de su conocimiento que estos tienen del número de turistas que llegan a las mismas.

a. Comunidad Guarguallá

1) Demanda internacional que llegan por tour operadoras

Son turistas que llegan a través de una operadora de turismo, los viajes son programados (paquetes) todo incluido, buscan experimentar y realizar actividades de aventura, conocer sitios naturales mediante la interpretación y observación de flora y fauna, su estadía por lo general es de larga de 5 a 7 días, su edad varía entre 18 a 35 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 que recomienda la experiencia que se obtiene y recomienda la operadora Puruhá Razurko.

2) Demanda internacional (excursionista)

La demanda local es muy escasa ya que la comunidad está muy alejada al igual te la ruta y los turistas que han arribado a la comunidad por este servicio buscando experimentar y realizar actividades de aventura, conocer sitios naturales mediante la interpretación y observación de flora y fauna, su estadía por lo general es larga de 1 a 7 días, su edad varía entre 18 a 35 años, son procedentes de Estados Unidos, Francia y Suiza. Los medios de difusión por los cuales se enteraron del lugar son por medio de páginas web y recomendaciones de amigos.

b. Comunidad Chañag San Miguel

1) Demanda nacional y extranjero (excursionistas)

En condición de viaje programado (paquete). Son visitantes locales que viajan bajo la modalidad de paquetes reservados al encargado o representante de la organización o a su vez son turistas que llegan a la comunidad y piden el servicio directamente, son personas con gran interés en conocer lugares con atractivos naturales y de aventura, demanda nacional su edad varía entre de 16 a 45 años, proceden de las ciudades como: Guayaquil, Riobamba, Ambato y Quito. Demanda internacional su edad varía entre 20 a 35 años, proceden de España, Alemania y Argentina en su conjunto viajan en grupos de amigos y sus viajes son programados en feriados por lo general, el

medio por el cual arriban al lugar es por recomendación de familiares y amigos y publicidad realizada por el gobierno local y medios de comunicación como página web.

c. Comunidad Candelaria

1) Demanda nacional y extranjero

En condición de viaje programado (paquete). Son visitantes locales que viajan bajo la modalidad de paquetes reservados al encargado o representante de la organización o a su vez son turistas que llegan a la comunidad y piden el servicio directamente, son personas con gran interés en conocer lugares con atractivos naturales y de aventura, demanda nacional su edad varía entre de 15 a 35 años, proceden de las ciudades como: Guayaquil, Riobamba, Ambato, Cuenca y Quito. Demanda internacional su edad varía entre 20 a 30 años, proceden de España, Alemania Estados Unidos y Argentina en su conjunto viajan en grupos de amigos y sus viajes son programados en feriados nacionales y en toda los meses del año en internacionales por lo general, el medio por el cual arriban al lugar es por recomendación de familiares y amigos y publicidad realizada por el gobierno local y medios de comunicación como página web.

2) Demanda nacional (excursionistas)

En condición de excursionista consumen los servicios de forma independiente como alimentación, alojamiento o guianza, son personas con gran interés en conocer lugares con atractivos naturales y de aventura, su edad varía entre de 15 a 35 años, proceden de las ciudades como: Guayaquil, Riobamba, Ambato, Cuenca y Quito, viajan en grupos de amigos y sus viajes son programados en feriados, el medio por el cual arriban al lugar es por recomendación de familiares y amigos y publicidad realizada por el gobierno local y medios de comunicación como página web.

d. Comunidad Casa Cóndor

1) Turistas que llegan por tour operadoras o agencias de viaje

Son turistas que llegan a través de una operadora turística, los viajes son programados (paquetes) todo incluido, buscan experimentar y conocer sitios naturales, atracciones culturales, su estadía por lo general es de 1 a 2 días, su edad varía en rangos de 25 a 50 años, son procedentes de países como: Canadá, Estados Unidos, Francia, Inglaterra y Suiza. Los medios de difusión por los cuales se enteraron son páginas web, referencias familiares o de amigos, revistas y la promoción que realiza la operadora Puruhá Razurko.

2) Demanda nacional (excursionistas)

En condición de excursionista consumen los servicios de forma independiente como alimentación o en otros casos visitan a los talleres en donde realizan las artesanías, 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

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 en su conjunto como: nevado Chimborazo, viaje en Tren, lagunas, mercados indígenas entre otros. Su estadía promedio es de 1 a 2 meses, pagan una cantidad mínima 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 benéficos económicos y laborales que ayuda al desarrollo de la comunidad.

e) Comunidad Pulinguí Centro

1) Turistas que llegan por tour operadoras o agencias de viaje

Son turistas que llegan a través de una operadora turística (Puruhá Razurko), los viajes son programados (paquetes) todo incluido, buscan experimentar y conocer sitios naturales, atracciones culturales, su estadía por lo general es de 1 a 2 días, su edad varía en rangos de 25 a 50 años, son procedentes de países como: Canadá, Estados Unidos, Francia, Inglaterra y Suiza. Los medios de difusión por los cuales se enteraron son páginas web, referencias familiares o de amigos, revistas y la promoción que realiza la operadora Puruhá Razurko.

2) Demanda nacional e internacional (excursionistas)

En condición de excursionista consumen los servicios de forma independiente como alimentación o en otros casos visitan a los talleres en donde realizan las artesanías, 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.

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 en su conjunto como: nevado Chimborazo, viaje en Tren, lagunas, mercados indígenas entre otros. Su estadía promedio es de 1 a 2 meses, pagan una cantidad mínima 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 benéficos económicos y laborales que ayuda al desarrollo de la comunidad.

B. EVALUACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO

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

1. Evaluación de la condición empresarial del negocio comunitario

La primera etapa de evaluación reúne 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 importantes.

Tabla 17-7: Matriz de evaluación de productos turísticos comunitarios

Matriz de sistematización de evaluación de productos turísticos comunitarios						
Nombre de emprendimientos		Guarguallá	Astuguía	Casa Córdor	Candelaria	Razuñan
		Evaluación total por componentes				
Componentes de evaluación	Organización estratégica	0,75	0,83	0,75	0,33	1,00
	Organización empresarial	0,79	0,71	0,71	0,71	0,71
	Servicio y capacidad física	1,00	0,17	0,83	0,67	0,83
	Administración Financiera	0,80	0,60	0,30	0,40	0,80
	Control contable y control interno	0,50	0,40	0,50	0,60	0,50
	Comercialización y mercadeo	0,57	0,86	0,57	0,64	0,57
	Alianzas estratégicas y redes	0,57	0,43	0,79	0,50	0,43
	Equidad e inclusión	0,75	0,75	1,00	1,00	1,00
Total		5,73	4,75	5,45	4,86	5,85
Evaluación final promedio		0,72	0,58	0,68	0,61	0,73
Categoría		B	B	B	B	B

Nota: Trabajo de investigación, 2017

Con respecto a la evaluación total el 100% (5) se encuentran en la categoría B, es decir que son emprendimientos que cumplen parcialmente con lo establecido en los ámbitos de evaluación, que se detalla a continuación:

a. Organización estratégica

La deficiencia en la estructura de manejo empresarial y administrativo es indudable debido a las falencias existentes en establecer una planificación estratégica donde se evidencie una misión, visión, objetivos y metas claras y oportunas, para trabajar en función de estos elementos y que además éstas sean compartidas con los miembros del emprendimiento.

La desactualización de la planificación estratégica también provoca que exista la deficiencia en la administración empresarial, estos casos se dan en los emprendimientos, Casa Cóndor, Razuñan y Guarguallá que no han actualizado hace 8 años.

Otro caso simplemente no se ha concretado la planificación, por motivos de administración como es el caso de Candelaria.

En el caso Astuguía, es el único emprendimiento que cumple casi en su totalidad con los parámetros de evaluación tienen actualizados y se maneja, trabaja y desarrollan actividades en función de la planificación que se propone y además es compartida con los miembros de la organización.

b. Organización empresarial

Respecto a la organización empresarial, todas las organizaciones cuentan con personería jurídica como tal, sin embargo carecen de permiso de funcionamiento para algunas actividades turísticas, esto se evidencia en el emprendimiento Razuñan que impiden operar en el área protegida RPFCH. Es por ello que algunas actividades se limitan pero se respaldan con la Operadora Puruhá Razuñan perteneciente a la Cordtuch.

Existe una particularidad en la comunidad Pulinguú, en esta se evidencia varias organizaciones que ofertan actividades complementarias al producto (Razuñan) como es el caso de la organización Santa Anita con el establecimiento para la prestación del servicio de alojamiento alimentación y las organizaciones Sumak Caguana, Autónomas se vinculan con actividades turísticas

En el caso de Casa Cóndor, Guarguallá y Candelaria los permisos de funcionamiento están desactualizados, ocasionando que funcionen de manera informal. A pesar de la falta de compromiso por parte de la directiva en general de los emprendimientos, no ha sido un impedimento para el desarrollo y funcionamiento de las diferentes actividades turísticas que se

desarrollan, sin embargo la directiva mantiene regularmente informados a los miembros de la organización, sobre las decisiones y acciones que se llevan a cabo, siempre buscando un beneficio mutuo.

c. Servicio y capacidad física

La infraestructura turística de los emprendimientos Casa Cóndor, Guarguallá y Razuñan es adecuada en su capacidad física.

A pesar de que existe sostenibilidad económica en los productos no se ha generado servicios y actividades en las comunidades a consecuencia de la venta de sus productos, más bien se ha implementado por aportes económicos de ONGs a través proyectos vinculados con la Cordtuch.

En el caso de Candelaria mediante las actividades que se ofertan se ha logrado implementar algunos avances en instalaciones para el mejoramiento del servicio y en el caso de Astuguía la infraestructura turística es limitada y/o carece ya que es una organización que no cuenta con la infraestructura básica para la prestación del servicio.

d. Administración Financiera

La administración financiera es limitada, con respecto a la retención de utilidades, en Razuñan lo realizan por venta del producto, obteniendo así el 15% anual para la comunidad, en el caso de Candelaria, Casa Cóndor, Guarguallá y Astuguía, no se ha planificado o aún no se ve reflejado la retención de utilidades.

Los emprendimientos no han realizado una estructura de capital en los últimos años, por lo tanto no han realizado inversiones ni endeudamiento por lo que resulta la inexistencia de una reinversión en los mismos, sin embargo tienen estructurado rubros para cubrir gastos de los emprendimientos, a pesar de la limitada planificación financiera, los emprendimientos en su totalidad cumplen con todas las obligaciones internas y externas.

e. Control contable y control interno

El inadecuado sistema de control contable se ve reflejado en la inexistencia de una planificación contable por periodo, sin embargo el personal a cargo desempeña estas funciones de manera frecuente pero deficiente, provocando que los estados financieros no se desarrollen de manera oportuna y eficaz.

El sistema contable o información contable del emprendimiento, se dan a conocer de manera oportuna por periodo o a su vez cuando así lo requiera el personal de la directiva y miembros de los emprendimientos.

En el caso de Candelaria es el único emprendimiento que cuenta con una persona quien tiene conocimientos sobre los estados financieros y de contabilidad ya que es la técnica de turismo quien lleva el control contable e interno.

Las emprendimientos y organizaciones conocen sobre los costos finales de la oferta del producto y con el margen de utilidad que estos generan.

f. Comercialización y mercadeo

La comercialización y mercadeo de los emprendimientos Razuñan, Casa Cóndor, Guarguallá son aceptables, ya que responde a la demanda turística, conocen sobre el funcionamiento del mercado y consumidor, sin embargo desconocen la forma de contactar directamente con los turistas o clientes, porque dependen de la operadora de turismo Puruhá Razurku.

A pesar de esta alianza existente no se ha logrado fidelizarlas, las organizaciones en su conjunto y la operadora trabajan por alcanzar la fidelización con los turistas, a pesar de que saben que su producto se vende y se conoce como un producto diferenciado, siguen trabajando para ir mejorando los servicios ofertados.

Los emprendimientos Candelaria y Astuguía comercializan su producto sin intermediarios, es decir que sus productos son difundidos y comercializados mediante el apoyo del Gad parroquial, mediante medios de comunicación como radio, tv, internet, afiches etc.

g. Alianzas estratégicas y redes

Los emprendimientos Guarguallá, Razuñan, Casa Cóndor se esfuerzan por alcanzar alianzas estratégicas con proveedores y posicionarse en el mercado con su producto, sin embargo no han logrado mantener relaciones estables con el mercado nacional e internacional, pero si han conseguido generar alianzas insipientes con universidades. El mercado internacional conforma como su mayor demanda siendo estos los voluntarios.

No han logrado constituir alianzas estratégicas con instituciones públicas o privadas.

Los proveedores existentes y aporte percibido es mediante el apoyo de ONG a través de proyectos de vinculación de la Cordtuch, en el caso de Casa Cóndor y Guarguallá ha obtenido el apoyo del concejo provincial de Chimborazo quienes han apoyado con instrumentos y equipos y materiales para el desarrollo económico y turístico.

Los emprendimiento Candelaria y Astuguía no cuenta con ningún apoyo ni aporte de ninguna institución en específico.

h. Equidad e inclusión

Con respecto a la equidad e inclusión, en los emprendimientos turísticos comunitarios, se ve reflejada que no existe una restricción de género, hombres, mujeres y niños, esto demuestra que todos están involucrados directa o indirectamente en las actividades turísticas y al mismo tiempo trabajan en conjunto para el desarrollo turístico comunitario y el beneficio común.

2. Evaluación de Calidad del buen vivir

La evaluación de la calidad del buen vivir procura valorar el nivel de incidencia de las herramientas de gestión comunitaria sobre las condiciones de vida, identificando la existencia o ausencia de las mismas, es así que considera principalmente criterios como; la gestión comunitaria, acceso a los servicios básicos y la presencia de actividades económicas complementarias al turismo, siendo estos parámetros elementales del buen vivir que ayuda a la evaluación de dichos elementos.

Tabla 18-7: Evaluación de calidad del buen vivir

SISTEMATIZACIÓN: EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL BUEN VIVIR																
Nombre del emprendimiento		Guargualla			Chañag San Miguel (Astuguía)			Candelaria			Pulinguí San Pablo (Casa Cóndor)			Pulinguí Centro (Razuñan)		
		Evaluación de estándares por nivel de cumplimiento														
Criterios	No. Est.	C	CP	NC	C	CP	NC	C	CP	NC	C	CP	NC	C	CP	NC
Organización	5	1	4	0	1	3	1	2	3	0	1	3	1	1	4	0
Porcentaje (%)		20	80	0	20	60	20	40	60	0	20	60	20	20	80	0
Gestión ambiental y territorial	4	0	2	2	0	2	2	0	3	1	0	2	2	0	1	3
Porcentaje (%)		0	50	50	0	50	50	0	75	25	0	50	50	0	25	75

SISTEMATIZACIÓN: EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL BUEN VIVIR																
Nombre del emprendimiento	Guargualla				Chañag San Miguel (Astuguía)			Candelaria			Pulingú San Pablo (Casa Cóndor)			Pulingú Centro (Razuñan)		
	Evaluación de estándares por nivel de cumplimiento															
Revitalización cultural y relaciones interculturales	4	0	2	2	0	1	3	0	0	4	0	2	2	0	3	1
Porcentaje (%)		0	50	50	0	25	75	0	0	100	0	50	50	0	75	25
Mejoramiento de las condiciones productivas económicas	5	0	1	4	0	1	4	0	0	5	0	3	2	0	5	0
Porcentaje (%)		0	20	80	0	20	80	0	0	100	0	60	40	0	100	0
Mejoramiento de las condiciones básicas de la vida comunitaria	10	1	5	4	1	5	4	6	3	1	2	4	4	4	5	1
Porcentaje (%)		10	50	40	10	50	40	60	30	10	20	40	40	40	50	10
TOTAL	28	2	14	12	2	12	14	8	9	11	3	14	11	5	18	5
TOTAL POR PORCENTAJE	100%	7	50	43	7	43	50	29	32	39	11	50	39	18	64	18

Nota: Trabajo de investigación, 2017

a. Organización

Los porcentajes más altos obtenidos en la evaluación organizativa comunitaria están relacionados al estándar de cumplimiento parcial (CP), siendo estas comunidades, Guarguallá con un 80%, Pulingú San Pablo (Casa Cóndor) con un 60%, Chañag San Miguel (Astuguía) con un 60%, Candelaria con un 60% y Pulingú Centro (Razuñan) con un 80%, lo que demuestra que existe debilidades al momento de tomar acciones de desarrollo comunitario, a pesar de que las comunidades se encuentran legalmente constituidas y reconocidas siendo esto un eje fundamental de desarrollo.

Las comunidades no cuentan con una estrategia de organización y planificación, un reglamento de participación en la actividad turística para lograr vincularse en ellas, sin embargo esto lo desarrollan empíricamente en asambleas comunitarias.

No existe un programa de rendición de cuentas como tal, pero este proceso se lleva a cabo en cada periodo o cuando lo requieran, está a cargo del tesorera/o, quienes llevan los registros contables y financieros en un cuaderno de apuntes.

No existe un plan de inversión y distribución de beneficios documentados, sin embargo este proceso se desarrolla dependiendo de cada comunidad, según la planificación que se hayan tomado en la asamblea comunitaria.

b. Gestión ambiental y territorial

El porcentaje más alto respecto a existencia o ausencia de la gestión ambiental y territorial en las comunidades, está relacionado al estándar de cumplimiento parcial (CP), siendo la parroquia Candelaria (75%), esto demuestra que carece de planes y programas sobre gestión ambiental y territorial de aplicación, que intervengan en el impacto ambiental o del recurso, sin embargo los miembros tienen un escaso conocimiento sobre temas relacionados a la conservación y que de alguna manera retribuyan a la protección de ambiente y recursos.

La comunidad Pulinguí centro tiene el estándar más alto de no cumplimiento (NC) con un 75%, esto indica que la comunidad no cuenta con planes y programas con relación a temas de gestión ambiental y territorial, a pesar de que los miembros de la comunidad conocen sobre estos temas pero por la falta de interés de la población, directiva y el apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales no se han podido establecer documentación explícita sobre los temas mencionados.

Las comunidades Pulinguí San Pablo (Casa Cóndor), Chañag San Miguel (Astuguía) y Guarguallá, tienen conocimientos sobre temas ambientales, el problema y la importancia de preservar y conservar los recursos.

c. Revitalización cultural y relaciones interculturales

En temas de revitalización cultural y relaciones interculturales, el porcentaje más alto está relacionado al estándar de no cumplimiento (NC), siendo estas, Chañag San Miguel (75%) y la parroquia Candelaria (100%), esto indica que no cuentan con un plan de desarrollo cultural, ya que no exterioriza y prioriza el desarrollo cultural en la parroquia y comunidad, así también carecen de programas de formación de gestión cultural, esto se debe al desinterés de la directiva parroquial y comunitaria, por ende carecen de protección y difusión del patrimonio cultural.

Pulinguí (Razuñan) tiene un 75% de cumplimiento parcial (CP) demostrando que carecen de planes y programas como tal, sin embargo en la comunidad trabaja por conservar y preservar la identidad cultural y la importancia que esta conlleva, esto la desarrolla mediante la conformación de organizaciones de mujeres.

Las comunidades como Guarguallá, Pulinguí San Pablo (Casa Cóndor) tienen conocimiento y aplican de manera empírica los temas de revitalización cultural y las relaciones interculturales mediante las actividades culturales turísticas.

d. Mejoramiento de las condiciones productivas económicas

En relación al mejoramiento de las condiciones productivas económicas, las comunidades Pulinguí (Razuñan) con un 100% y Pulinguí San Pablo (Casa Cóndor) con un 60%, cuentan con el más alto porcentaje del estándar de cumplimiento parcial (CP) es decir que existe estrategias verbales (no planes y programas) de incorporación en actividades complementarias como artesanales y agropecuarias a las actividades turísticas, provisionando de productos primarios para de alguna manera abastecer la demanda turística y de esta manera mejorar las condiciones económicas de la población.

Las comunidades Guarguallá (80%), Chañag San Miguel (80%) y la parroquia Candelaria (100%) tienen los más altos porcentajes del estándar de no cumplimiento (NC), demostrando que en la mayoría de las comunidades que carecen de planes y programas de diversificación de productos en donde se involucren a mujeres en actividades complementarias y de esta manera colaborar con el mejoramiento económico de las familia.

e. Mejoramiento de las condiciones básicas de la vida comunitaria

La parroquia Candelaria tiene el 60% del estándar de cumplimiento (C), siendo el más alto porcentaje, demostrando que es la única que cuentan con la infraestructura básica y necesaria, de esta manera los servicios ofertados son de mejor calidad, en cuanto a la vialidad la vía es de fácil acceso.

Las comunidades Guarguallá con un 50%, Pulinguí San Pablo (Casa Cóndor) con un 40% y Chañag San Miguel (Astuguía) con un 50% con porcentajes de cumplimiento parcial (CP), cuentan con el servicio de agua entubada, un sistema interconectado (luz eléctrica), medio de comunicación la cobertura es escasa, las vías de acceso a comunidades como San Miguel de Chañag (Astuguía), y Guarguallá está en mal estado y no cuentan con un sistema de tratamiento de desechos (alcantarillado).

Proyectos no se han concretado para mejorar estas condiciones, esto impide brindar un servicio de calidad a la demanda turística con respecto a los servicios básicos, cabe resaltar que la

comunidad Chañag San Miguel (Astuguía) y Guarguallá son quienes tienen el mayor número de criterios de evaluación de no cumplimientos (NC) es decir que carecen casi en su totalidad de los parámetros de evaluación.

3. Evaluación de Calidad del servicio

La evaluación de la calidad de servicios evalúa los parámetros y condiciones tangibles e intangibles del emprendimiento, considerando los criterios como las instalaciones, hospedaje, alimentación, servicio al cliente, guianza, transporte y seguridad e higiene, donde determina la incidencia entre la prestación del servicio y el disfrute y satisfacción del cliente durante su estancia.

Tabla 19-7: Evaluación de calidad del servicio

CRITERIO DE EVALUACIÓN	TOTAL	Puntaje máximo por estándar	GUARGUALLA				ASTUGUIA				CANDELARIA				CASA CONDOR				RAZUÑAN			
			EVALUACIÓN				EVALUACIÓN				EVALUACIÓN				EVALUACIÓN				EVALUACIÓN			
			C	CP	NC	NA	C	CP	NC	NA	C	CP	NC	NA	C	CP	NC	NA	C	CP	NC	NA
INSTALACIONES	197	51	17	19	12	3	0	2	0	48	12	20	15	4	22	20	8	1	24	16	8	3
HOSPEDAJE		32	16	15	1	0	0	0	0	32	18	14	0	0	18	14	0	0	19	11	2	0
ALIMENTACIÓN		68	57	3	8	0	0	0	0	68	52	10	6	0	54	8	6	0	55	7	6	0
SERVICIO AL CLIENTE		3	2	0	1	0	1	1	1	0	1	0	2	0	1	1	1	0	2	0	1	0
GUIANZA Y TRANSPORTE		32	15	7	10	0	7	13	7	5	13	5	15	0	17	6	9	0	16	6	10	0
SEGURIDAD E HIGIENE		11	5	2	4	0	0	0	1	10	7	0	4	0	6	3	2	0	4	3	4	0

Nota: Trabajo de investigación, 2017

a. Instalaciones

Con respecto a la evaluación de las instalaciones con estándares de calidad, la puntuación máxima a obtener es de 51 puntos, motivo por el cual ningún emprendimiento obtiene ni el 50% de los estándares cumplimiento, sin embargo los emprendimientos como Guarguallá, Casa Cóndor, Razuñan y Candelaria tienen una puntuación de 16 a 20 puntos respectivamente de cumplimiento parcial (CP), considerando a estos como los puntajes más repetitivos con respecto al estándar de evaluación por emprendimiento, esto demuestra que en su mayoría arrojan resultados similares.

Las instalaciones son medianamente adecuadas para la oferta turística, están armónicamente integradas al paisaje y características de la comunidad, para su ambientación y decoración utilizan algunos objetos elaborados en la zona, hechos por la gente local como artesanías, tejidos, vasijas, e instrumentos musicales.

El ingreso es accesible para vehículos y peatones en los emprendimientos mencionados, tienen un área para el estacionamiento cercano sin embargo no es considerado como un garaje.

Con respecto al uso y ahorro de energía Casa Cóndor es el único emprendimiento que tiene paneles solares, y además cuentan con área de juegos infantiles.

La señalización y rotulación se encuentran en estado de deterioro lo que dificulta identificar inmediatamente su ubicación. Así también cuentan con áreas de camping, alimentación, alojamiento y esparcimiento.

Con respecto al baño social su instalación es adecuada cumpliendo con los estándares mínimos de calidad, sin embargo está en proceso de deterioro por falta de mantenimiento.

Astuguía es el que obtiene la mayor puntuación de no aplicación (NA) con 48 puntos ya que este emprendimiento no cuenta con la infraestructura e instalaciones para la oferta de servicios como alimentación y alojamiento por lo que en la evaluación estos parámetros no aplican casi en su totalidad.

b. Hospedaje

Con respecto a la evaluación del hospedaje con estándares de calidad, la puntuación máxima a obtener es de 32 puntos, considerando esto cuatro emprendimientos obtienen más del 50% de los estándares de cumplimiento (C), siendo estos Guarguallá, Casa Cóndor, Razuñan y Candelaria respectivamente, esto indica que más del 50% de los estándares de evaluación de cumplimiento,

demostrando que el servicio es de calidad, sin embargo hay que ir incorporando y mejorando la infraestructura de las instalaciones de hospedaje para mejorar siempre la calidad del servicio y por ende obtener la satisfacción del cliente.

El servicio en las habitaciones son adecuadas ya que contienen los equipos muebles y encerres necesarios para el confort y satisfacción del cliente/visitante y los baños de las habitaciones tienen una adecuada instalación sin embargo es necesario dar mantenimiento por que se encuentran deteriorados en algunos casos.

En Astuguía existe una particularidad carecen de planta turística y por ende obtiene el mayor puntaje de no aplicación (NA), ya que no tiene instalaciones de alojamiento y alimentación, la oferta es mediante paquetes turísticos (excursión - montaña).

c. Alimentación

Con respecto a la evaluación de alimentación con estándares de calidad, la puntuación máxima a obtener es de 68 puntos, considerando esto cuatro emprendimientos obtienen más del 75% de los estándares de cumplimiento (C), siendo estos Guarguallá, Casa Cóndor, Razuñan y Candelaria, esto indica que casi en su totalidad cumplen con los criterios de evaluación.

Las instalaciones de alimentación son adecuadas y con sus respectivos equipos, vajillas necesarias, mesas, sillas y herramientas e implementos básicos para la preparación y manipulación de la alimentación, de esta manera ofertar el servicio, sin embargo es indispensable incorporar y mejoramiento las instalaciones, equipamiento y enseres ya que en algunos casos estos están en proceso de deterioro, para perfeccionar la calidad de servicio.

Astuguía existe una particularidad carecen de planta turística y por ende no tiene instalaciones de alojamiento y alimentación.

d. Servicio al cliente

Con respecto a la evaluación del servicio al cliente con estándares de calidad, la puntuación máxima a obtener es de 3 puntos, considerando esto, dos emprendimientos obtienen más del 60% de los estándares de cumplimiento (C), siendo estos Guarguallá y Razuñan esto indica que cuentan con personal a cargo con conocimientos básicos de otro idioma (inglés básico), y que el personal posee conocimiento sobre el territorio, sin embargo el personal no cuenta con identificación (uniformes) como parte del personal de servicio, para que el servicio sea oportuno.

Los emprendimientos Astuguía, Candelaria y Casa Cóndor cumplen parcialmente (CP) con un 33% aproximadamente, el inconveniente para el personal es la adaptación del idioma inglés.

e. Guianza y transporte

Con respecto a la evaluación de guianza y transporte con estándares de calidad, la puntuación máxima a obtener es de 32 puntos, considerando esto los emprendimientos como Guarguallá, Casa Cóndor y Razuñan tienen entre el 50 y 60% del estándar de cumplimiento (C), demostrando primeramente que los guías tienen licencia (desactualizados) y que además operan con sus respectivos equipos básicos en la prestación del servicio.

Existe el transporte para la prestación del servicio que se requiera y el personal cuenta con el equipamiento necesario para el servicio, el porcentaje de evaluación se debe a que la coordinación general de planificación y organización para los guías de turismo es escasa. Candelaria y Astuguía son emprendimientos que deben mejorar el servicio para que de esta manera se pueda ofertar un servicio de calidad.

f. Seguridad e higiene

Con respecto a la evaluación de seguridad e higiene con estándares de calidad, la puntuación máxima a obtener es de 11 puntos, considerando esto Guarguallá tiene un 63% de cumplimiento, Casa Cóndor, Razuñan y Guarguallá tiene más del 50% de cumplimiento, demostrando que la seguridad e higiene es importante por lo cual el personal a cargo cuenta con equipos de primeros auxilios básico y de aseo, no cuenta con un sistema de comunicación, no existen capacitaciones al personal el tratamiento de basura orgánica, mientras que los otros emprendimiento con sus respectivos resultados de evaluación cumplen parcialmente con los parámetros de evaluación.

C. FORMULACIÓN ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN PARA EL TURISMO COMUNITARIO

1. Análisis de la problemática

a. Condición empresarial del negocio comunitario

Tabla 20-7: Matriz de la Condición empresarial del negocio comunitario, CPES (Causa, Problema, Efecto y Solución)

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Elemento: Organización estratégica (misión, visión, objetivos y metas).			
Emprendimientos: Candelaria, Razuñan, Casa Cóndor y Guarguallá			
<ul style="list-style-type: none"> - Desconocimiento sobre cómo elaborar una planificación estratégica. - Las directivas de turno no establecen una planificación a corto, mediano y largo plazo, pues cambian anualmente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deficiente planificación interna. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dificultades en la toma de decisiones. - Los miembros de las organizaciones desconocen la visión del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitaciones sobre el manejo y funcionamiento del negocio comunitario. - Establecer acuerdos internos sobre el manejo y funcionamiento del negocio. - Desarrollo de talleres participativos para la construcción conjunta de la misión, visión, objetivos y metas que deseen alcanzar con el turismo.
Elemento: Organización empresarial (organización interna, estado legal y políticas del personal).			
Emprendimientos: Candelaria Astuguía Razuñan, Casa Cóndor y Guarguallá			
<ul style="list-style-type: none"> - Desconocimiento de las directivas de turno de las comunidades sobre el manejo del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deficiente gestión administrativa empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Limitada rentabilidad económica del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión a entidades públicas como el MINTUR, para capacitar a la directiva sobre temas de desarrollo empresarial.
<ul style="list-style-type: none"> - Descuido y desconocimiento de directivos y la administración de los emprendimientos sobre los requisitos y beneficios de la legalización de sus negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desactualización de permisos de funcionamiento para las diferentes actividades turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo informal en las actividades turísticas del emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer acuerdos internos sobre el manejo y funcionamiento del negocio.

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
– Temor al pago excesivo de impuestos.	– El personal operativo de los emprendimientos no se encuentra o ha recibido poca capacitación.	– Conflictos legales con entidades competentes.	– Socializar el marco legal y los beneficios de legalizar los negocios turísticos.
– Escasa gestión de los directivos y administración del emprendimiento comunitario.	– Inexistencia de un sistema de manejo de personal.	– Inadecuada prestación del servicio.	– Legalizar los emprendimientos.
– El personal de operación de los emprendimientos cambia constantemente.		– El personal se maneja sin ningún control y especificaciones en las diferentes actividades de operación turística.	– Convenio con Instituciones de Educación Superior y GADS provincial y cantonal, así como con el MINTUR para implementar un plan de capacitación continua relacionado con distintas áreas de prestación de servicios.
– Desconocimiento de las funciones a desempeñar en las diferentes áreas de prestación de servicios.		– Disminución de la calidad del servicio.	– Conciliar acuerdos internos entre las comunidades, directivos y administradores (coordinadores) de los emprendimientos para disminuir la rotación de personal. – Elaborar un manual de funciones y procesos para el personal. – Reglamento interno para el manejo del personal.
Elemento: Servicios y capacidad física (instalaciones, equipos y servicios).			
Emprendimientos: Astuguña, Candelaria, Guarguallá y Casa Cóndor			
– Escasos recursos económicos para la construcción o implementación.	– La infraestructura turística básica para la operación es limitada.	– El emprendimiento tiene que invertir para el abastecimiento y mejoramiento de los servicios.	– Gestión con entidades competentes por medio de proyectos para el financiamiento económico.
– Conformidad de los directivos y/o administradores en la comercialización y venta actual de sus productos.	– Escasos servicios generados por las actividades turísticas.	– Oferta inadecuada de servicios turísticos.	– Buscar alternativas de mercadeo y generar un valor agregado al producto, con ello elevar el precio del producto.
– Inexistencia de recursos económicos por venta de		– Insatisfacción del turista o visitante.	– Elaborar estudios de factibilidad que aseguren rentabilidad económica en la comunidad.

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
producto, para la generación de servicios.		<ul style="list-style-type: none"> – Conflictos entre miembros y/o socios por la venta de productos. 	
Elemento: Administración financiera (planificación financiera anual y evaluación de inversiones).			
Emprendimientos: Candelaria, Guarguallá, Casa Cóndor, Razuñan			
<ul style="list-style-type: none"> – Desconocimiento de los administradores sobre el manejo en la administración financiera y la importancia que ésta genera. 	<ul style="list-style-type: none"> – Deficiente gestión financiera. 	<ul style="list-style-type: none"> – Proyecciones financieras anuales inadecuadas. – Carencia de una política de dividendos a largo plazo. – Que no exista una estructura del capital. – Carecen de una estructura de evaluación de inversiones. – Desconocimiento de la existencia o no de utilidades. – Que no cuentan con una estructura de capital lo cual genera iliquidez para poder cubrir gastos o realizar nuevas inversiones 	<ul style="list-style-type: none"> – Capacitaciones a los administradores en temas del manejo financiero.
Elemento: Control contable y control interno (estados financieros contables en orden y al día).			
Emprendimientos: Candelaria, Guarguallá, Casa Cóndor, Razuñan y Astuguía			
<ul style="list-style-type: none"> – Escasas capacitaciones y formación en contabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> – Deficiente sistema contable. 	<ul style="list-style-type: none"> – Confusión al momento de rendición de cuentas en los periodos establecidos. – Inadecuado sistema de recepción y control de inventarios. – Carencia de un sistema de control contable por cada periodo. – Desconocimiento documento de ingresos y gastos. 	<ul style="list-style-type: none"> – Capacitar sobre temas de control contable e interno y la importancia que esto genera en la administración del emprendimiento.
Elemento: Comercialización y mercadeo (organización de la oferta y conocimiento del mercado).			

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Emprendimientos: Guarguallá, Casa Cóndor, Razuñan, Astuguía, Candelaria			
– Desconocen la elaboración de un plan de marketing y además dependen de la operadora Puruhá Razurku en la venta de sus productos.	– Inexistencia de un plan de marketing.	– Disminución de la afluencia de visitantes y/o turistas.	– Capacitar a la administración y otros miembros de las organizaciones, sobre la elaboración de un plan de marketing turístico.
– Desconocimiento de la administración sobre la estructura técnica de paquetes turísticos.	– Escasa diversidad en la oferta turística.	– Disminución de venta de productos.	– Diseño e implementación de un plan de marketing turístico comunitario. – Creación productos turísticos enfocados en líneas de productos en base a las potencialidades de las comunidades.
		– Bajos ingresos económicos para la comunidad.	
		– Desinterés de los turistas y/o visitantes por el servicio recibido.	
		– La oferta turística es limitada y poco atractiva para otro segmento de mercado.	
Elemento: Alianzas estratégicas y redes (relaciones estratégicas con proveedores, socios y mercados).			
Emprendimientos: Guarguallá, Casa Cóndor, Razuñan, Candelaria y Astuguía			
– Débiles relaciones con el mercado turístico nacional e internacional.	– Alianzas comerciales débiles a nivel local y nacional.	– Baja afluencia del mercado turístico.	– Genera convenios con las instituciones públicas, privadas, nacionales y extranjeras para el fortalecimiento turístico
– Los emprendimientos no están consolidados en el mercado.	– Deficiente credibilidad ante los organismos financieros y proveedores.	– Infraestructura, equipos, instalaciones en deterioro.	– Firma de acuerdos de con tour operadoras locales y nacionales para un tiempo determinado.
– Escasas propuestas con el mercado turístico externo.	– Inexistencia de proveedores de servicios técnicos, servicios empresariales y financieros.	– Limitado tiempo de permanencia de los visitantes.	– Desarrollo de convenios mediante proyectos que vinculen a entidades proveedores con contraparte comunitaria. –
– Conformidad de recibir y la escasa retribución de la comunidad hacia entidades proveedoras.		– Costumbre a siempre recibir beneficios y no generar beneficios propios.	
Elemento: Equidad e inclusión			
Emprendimientos: Candelaria, Astuguía			

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> Desinterés de estos grupos en la participación en las actividades turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Desigualdad en la vinculación de actividades turísticas a los grupos; niños, mujeres, hombres, adultos etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Desigualdad en la participación turística de los grupos mencionados 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollan un plan de inclusión en actividades turísticas a los jóvenes de las comunidades.

Nota: Trabajo de investigación, 2017

b. Calidad de vida

Tabla 21-7: Matriz de calidad de vida, CPES (Causa, Problema, Efecto y Solución)

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Elemento: Organización			
Emprendimientos: Guarguallá, Casa Cóndor Razuñán, Candelaria y Astuguía			
<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento de la directiva comunitaria y administradores del negocio sobre la organización para el desarrollo comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> Deficiente planificación para la participación de la población en el desarrollo comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo comunitario no se fortalece. 	<ul style="list-style-type: none"> Generar un reglamento interno para la participación de la población en la actividad turística.
<ul style="list-style-type: none"> Escasa motivación de la población para vincularse en las actividades turísticas. 		<ul style="list-style-type: none"> Conflictos comunitarios internos entre comuneros y los encargados del manejo del turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> 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 las acciones.
<ul style="list-style-type: none"> Inexistencia de un plan de desarrollo comunitario. 		<ul style="list-style-type: none"> Toma de decisiones inoportunas. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un plan de desarrollo comunitario.
<ul style="list-style-type: none"> Carencia de un reglamento de participación en la actividad turística. 		<ul style="list-style-type: none"> Desinterés de los comuneros para involucrarse en la actividad turística. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un reglamento de participación en la actividad turística vinculando a los diferentes grupos (niños/as, hombres, mujeres, jóvenes y adultos).

CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> - Carencia de un plan de inversiones y distribución de beneficios comunitarios. 			<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un plan de inversión y distribución de beneficios económicos de manera equitativa.
Elemento: Gestión ambiental y territorial			
Emprendimientos: Casa Cóndor, Astuguía, Razuñan, Guarguallá y Candelaria			
<ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de un plan de gestión y protección ambiental y territorial comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pérdida acelerada de los ecosistemas de las comunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Erosión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un plan de gestión y protección ambiental y territorial comunitario (ordenamiento, protección y conservación) en conjunto con los pobladores y directiva, estableciendo el uso apropiado de cada espacio.
<ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de un programa de educación ambiental. 		<ul style="list-style-type: none"> - Pérdida de especies. - Pérdida de fuentes de agua. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un programa de educación ambiental.
<ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de un programa de manejo de residuos. 		<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de basura en comunidades y en atractivos. - Contaminación por desechos sólidos en las comunidades. - Deterioro del paisaje. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un programa de manejo de residuo.
Elemento: Revitalización cultural y relaciones interculturales			
Emprendimientos: Candelaria, Astuguía, Guarguallá, Razuñan, Casa Cóndor			
<ul style="list-style-type: none"> - Desinterés y desconocimiento de la directiva sobre la importancia de contar con un plan de desarrollo cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pérdida de la diversificación e identidad cultural (vestimenta, idioma, alimentación, y prácticas agrícolas). 	<ul style="list-style-type: none"> - Aculturación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Generar en forma participativa un plan de gestión cultural, estableciendo acciones para revitalizar, revalorizar, dinamizar, salvaguardar y fortalecer la identidad cultural para la población.
<ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de un programa de gestión cultural comunitaria. 		<ul style="list-style-type: none"> - Desvalorización de la identidad cultural. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de un programa de protección y difusión del patrimonio cultural. 			
Elemento: Mejoramiento de las condiciones productivas económicas			

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Emprendimientos: Candelaria, Astugufá, Guarguallá, Razuñan, Casa Cóndor			
<ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de un plan de diversificación productiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasa diversificación de actividades productivas para generar ingresos económicos productivos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Migración a ciudades en busca de mejorar los ingresos económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un plan de diversificación productiva (agrícola, pecuaria, artesanal) para generación de ingresos económicos en la comunidad.
<ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de colaboración por parte de entidades competentes a la producción. 			<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de un proyecto productivo que vinculen e aporte de entidades competentes.
Elemento: Mejoramiento de las condiciones básicas de la vida comunitaria			
Emprendimientos: Chañag San Miguel, Guarguallá, Casa Cóndor, Candelaria y Razuñan			
<ul style="list-style-type: none"> - Escasa gestión de los directivos de las comunidades para la adquisición y mejoramiento de los servicios básicos. - Presupuesto limitado de entidades competentes para invertir en el mejoramiento de los servicios básicos en comunidades. - Inadecuada distribución de presupuestos dirigidos a comunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios básicos deficientes: - Inexistencia de agua potable. - Vías en mal estado. - Inexistencia de un sistema de manejo de desechos. - Deterioro de señalética y señalización turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - La población se expone fácilmente a enfermedades. - Dificultad al momento de ingresar a las comunidades y por ende a los atractivos. - Dificultad en la transportación de la población. - Contaminación visual en la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestionar en conjunto con la Junta Parroquial y cantonal solicitando la intervención y la importancia que tiene mejorar los servicios básicos, para el desarrollo turístico. - Gestión con entidades competentes para la obtención de la adecuada distribución de presupuestos.

Nota: Trabajo de investigación, 2017

c. Calidad de servicios

Tabla 22-7: Matriz de calidad de servicio, CPES (Causa, Problema, Efecto y Solución)

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Elemento: Instalaciones			
Emprendimientos: Guarguallá, Razuñan, Casa Cóndor, Candelaria, Astuguía			
- Escasos recursos económicos para el mantenimiento de instalaciones turísticas.	- Deterioro de las instalaciones turísticas.	- Baja afluencia de turistas.	- Elaborar un plan de mantenimiento periódico, de las instalaciones turísticas.
- Emprendimientos nuevos que ingresan al mercado.	- Deficiencia en la infraestructura e instalaciones de calidad turísticas.	- Inadecuada prestación de servicios.	- Difundir y promocionar el producto turístico comunitario para generar ventas y mejorar los ingresos económicos.
- Inexistencia de propuestas técnicas de facilidades y esparcimientos turísticos.	- Escasos espacios de esparcimiento.	- Desinterés del turista por el lugar.	- Gestionar ante las autoridades e instituciones quienes competan su participación y la intervención continua, para mejorar el desarrollo turístico comunitario.
	- Deficientes señalética y señalización turística.		
Elemento: Hospedaje			
Emprendimientos: Guarguallá, Razuñan, Casa Cóndor, Candelaria y Chañag San Miguel			
- Escaso recursos económicos para dar mantenimiento las instalaciones de las habitaciones.	- Equipamiento y mobiliario en deterioro o inexistente.	- Insatisfacción del cliente.	- Plan de mantenimiento de mobiliario.
			- Adquisición y mejoramiento del equipamiento de las instalaciones de habitaciones.
Elemento: Alimentación			
Emprendimientos: Razuñan, Guarguallá, Candelaria, Casa Cóndor			
- Escasos recursos económicos para la adquisición de adecuados equipos y utensilios de cocina.	- Deterioro de equipos y utensilios para la preparación y manipulación de alimentos.	- Dificultad al momento de la preparación de alimentos.	- Financiamiento para la adquisición de equipos y utensilios de cocina de apropiados para el manejo de alimentos.
- Uso continuo sin su respectiva depreciación de los equipos.			- Diseño de un sistema de inventarios de equipos según su depreciación.

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Elemento: Servicio al cliente			
Emprendimientos: Chañag San Miguel, Guarguallá, Candelaria, Casa Cóndor y Razuñan			
– Escasos recursos económicos.	– Inexistencia de identificación del personal quienes están a cargo de la prestación del servicio.	– El turista no identifique quienes van a estar a cargo de los diferentes servicios a ofertar.	– Buscar financiamiento para la adquisición de uniformes de identificación.
– No se cuenta con un plan de capacitación anual.	– Deficiencia en la adaptación del idioma inglés.	– No poder dialogar con turistas que hablen un idioma diferente.	– Becar al personal de servicios para que se formen en un idioma extranjero, preferentemente inglés.
Elemento: Guianza y transporte			
Emprendimientos: Chañag San Miguel, Guarguallá, Candelaria, Casa Cóndor y Razuñan			
– Las comunidades no cuentan con una manual de operación para las distintas áreas de prestación de servicios. – Algunos guías locales cuentan con licencias desactualizadas. – Inexistencia de un sistema de quejas y sugerencias.	– Deficiente estructura organizacional y operativa.	– Descoordinación en las actividades turísticas.	– Elaborar un manual de operación acorde a las funciones que desempeñan. – Desarrollo de un programa de capacitaciones periódicas en conjunto con entidades competentes y los emprendimientos para el personal sobre atención al cliente. – Generar un sistema de quejas y sugerencia.
Elemento: Seguridad e higiene			
Emprendimientos: Chañag San Miguel, Guarguallá, Candelaria, Casa Cóndor y Razuñan			
– 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 se sabe cómo reaccionar en casos de emergencia.	– Susceptible a la inseguridad.	– Generar un plan de seguridad para la población y visitantes. – Capacitar al personal en primeros auxilios. – Implementos de botiquines de primeros auxilios.

Nota: Trabajo de investigación, 2017

2. Nivel de articulación entre las comunidades que realizan turismo comunitario y el área protegida

La determinación del nivel de articulación entre las comunidades que realizan turismo comunitario y el área protegida se desarrolla mediante la metodología del Centro Bolivariano de estudios Multidisciplinarios, CEBEM (s.f.) a través de las técnicas del Sistema de Análisis Social para el desarrollo, en el cual se identifica las instituciones que se vinculan con las comunidades que desarrollan turismo comunitario, la contribución que han aportado a las comunidades en los diferentes ámbitos como asistencia técnica, apoyo económico o financiero, turístico, agropecuario entre otros.

Mediante la participación en talleres de conversatorio con comunidades se determina que la institución directamente involucrada con dicha articulación es el Ministerio del Ambiente, que actúan como corresponsable de las áreas protegidas dentro de la provincia de Chimborazo, en este sentido esta la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo (RPFCH) y el Parque Nacional Sangay (PNS).

Siendo la principal fuente de identificación la existencia o no de dicha articulación o beneficios que ha generado a las comunidades y viceversa las comunidades con las áreas protegidas, en los diferentes ámbitos como por ejemplo el fortalecimiento del talento humano, plazas de empleo, asistencia técnica, financiamiento, relaciones interinstitucionales, y la cooperación de las comunidades con el cumplimiento de objetivos que persigue el área protegida.

Mediante este análisis se establece que existe la articulación de beneficios mutuos entre Reserva de Producción de fauna de Chimborazo y las comunidades ya que los territorios de las comunidades se encuentran dentro del área protegida y deben ser conservados, es por ello que para compensar la conservación de estos territorios por parte de los propietarios, es necesario que se generen aportaciones.

Es por ello que como Ministerio del Ambiente y en conjunto con la RPFCH, deben cumplir con sus obligaciones en este caso con las comunidades y que por ello al no contar con recursos económicos suficientes buscan alianzas con otros actores como es el Consejo provincial de Chimborazo, Municipalidad de Riobamba, y Juntas parroquiales correspondientes, Ministerio de Turismo, Ministerio de Deporte, Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) entre otros, que intervienen mediante la participación directa de esta manera se trabaja con la autogestión por parte del área protegida.

Esto se ve reflejado a nivel nacional ya que se han realizado proyectos emblemáticos de apoyo a nivel de áreas protegidas y los principales ejes de trabajo es el turismo de ahí se puede identificar el apoyo al turismo comunitario.

En el año 2011 se evidencia un proyecto concursable de fondos que sirvió de apoyo a iniciativas de desarrollo comunitario en las cual participaron algunas iniciativas una de ella fue la Cordtuch y gano, desde ese año han realizado colaborado en capacitaciones, equipamiento, talleres de elaboración de artesanías, energía alternativas y principalmente en el manejo de camélidos, esto beneficiando directamente a las comunidades.

Otro ámbito de intervención es la normativa legal que desde el año 2016 tenían que legalizar y renovar las licencias como guía local gracias al nuevo acuerdo ministerial MAE y MINTUR en donde mencionan el cambio de denominación como guías nativos a guías locales, este proceso se lleva a cabo en convenio con instituciones de educación superior como es el caso de la ESPOCH y la UNACH, este convenio se realizó exclusivamente para los miembros de las comunidades, con el objetivo de disminuir costos del proceso, sin embargo de este apoyo la exigencia es parte fundamental para la legalización.

Otro de los ámbitos de intervención es en el reconocimiento a las mujeres artesanas y su conocimiento ancestral de su elaboración, es por ello que desde el año 2013 y 2014 la Dirección Provincial firman un convenio con las asociaciones de artesanos de la provincia de Chimborazo, con tres organizaciones específicamente (Pulinguí San Pablo, Chorrera Mirador y Tambohuasha) para la integración a las mujeres artesanas de las comunidades, donde especifica que las mujeres de las asociaciones conformadas dispongan de la infraestructura del centro de servicio turístico, que servirá como espacio para la venta de artesanías.

Por ello están obligadas a cumplir con condiciones de calidad, imagen e higiene para que sea producto de calidad, esto ha sido positivo pero limitante ya que existe conflictos con las demás comunidades (9 comunidades) de porque se le había excluido de este proceso, permitiendo que se determine una reestructuración del convenio y que se forma una sola asociación de mujeres artesanas de la provincia de Chimborazo articulada a las área protegida, cabe recalcar que también se exige el tema tributario ya que es importante para la venta de sus artesanías y por ende ya tener una marca propia.

Desde septiembre del año corriente se ha iniciado la articulación de las comunidades y las vicuñas con el turismo para vincular la oferta basado en la vicuña que se trata en visualizar el proceso de la captura de la vicuña tresquilar hasta obtener ya la fibra lista para realizar artesanías y textiles y

de esta manera formar como una actividad complementaria en los productos comunitarios y además de esto ofertar estos productos a operadoras que se interesen en vincular estos productos en los paquetes que promocionan las operadoras.

Así también han existido proyectos de donación e implementación de equipamiento de infraestructura para talleres de textil, señalética turística y promoción. Estos dos últimos se están realizando en convenio con la municipalidad y el consejo provincial de Chimborazo.

Todos estos procesos se basan en el plan de manejo de visitantes que para cumplir con aquello, es necesario en asesoramiento técnico para que puedan cumplir con la protección de los recursos naturales y además puedan brindar servicios de la calidad en conjunto con el área protegida y las comunidades.

Con respecto a la articulación existente entre el Parque Nacional Sangay y las comunidades que realizan turismo comunitario, se puede mencionar que no existen datos e información en donde especifique las intervenciones que estos recíprocamente hayan desarrollado, existe un dato que en el año 2016 desarrollaron la aplicación de un plan de educación ambiental que los beneficiaron directamente fueron la comunidad Chañag San Miguel y específicamente los guías locales..

3. Matriz de planificación estratégica

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

Tabla 23-7. Estrategias de intervención para la condición empresarial del negocio

Objetivos	Acciones	Actores e involucrados
1. Condición empresarial del negocio comunitario		
1.1 Organización estratégica		
1.1.1 Desarrollo de capacitaciones y talleres sobre el manejo y funcionamiento del negocio comunitario.		
<ul style="list-style-type: none"> - Contar con una estructura organizativa y estratégica del negocio, para el manejo eficiente de la administración del emprendimiento comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acompañamiento técnico para la implementación de la estructura organizativa en el negocio construida mediante la capacitación. - Desarrollar talleres de capacitación teórico práctico donde se construya la estructura organizacional del emprendimiento definiendo la organización y planificación estratégica, misión, visión, objetivos y metas del negocio, así como las estrategias de desarrollo empresarial. - Evaluar los alcances de la implementación de la estructura organizacional en función del desarrollo empresarial, en periodos determinados ya sea anual o semestral. 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros. - La comunidad. <p>Involucrados</p> <p>Asistencia técnica y Financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Productividad - Ministerio de Turismo - GAD provincial de Chimborazo
1.2 Organización empresarial		
1.2.1 Desarrollo de capacitaciones sobre el manejo administrativo del negocio.		
<ul style="list-style-type: none"> - 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"> - Acompañamiento técnico para la implementación de la estructura de organización empresarial administrativa en el negocio, creada mediante la capacitación. - Desarrollar talleres de capacitación teórico práctico donde se construya conjuntamente la organización empresarial eficiente del emprendimiento, definiendo la organización administrativa empresarial, la credibilidad asociada, determinando una adecuada comunicación interna, manteniendo la continuidad a largo plazo, y así también generando conocimientos básicos al personal para posterior establecer políticas del personal. - Evaluar los alcances obtenidos, posterior a la implementación de la estructura organizacional empresarial. 	<p>Beneficiarios</p> <p>El emprendimiento turístico. Los administradores y directivos comunitarios y miembros. La comunidad</p> <p>Involucrados</p> <p>Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Productividad - Ministerio de Turismo

Objetivos	Acciones	Actores e involucrados
		<ul style="list-style-type: none"> - GAD provincial de Chimborazo.
1.2.2 Generación de acuerdos internos sobre el manejo y funcionamiento del negocio, a los administradores del emprendimiento y la directiva de la comunidad.		
<ul style="list-style-type: none"> - Normar la forma de manejo y administración del negocio para mejorar el funcionamiento administrativo empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crear acuerdos internos en base a criterios de participación en el negocio turístico, considerando la comunicación interna, continuidad estratégica, participación directa y/o indirecta en la toma de decisiones en la operación turística y acceso a capacitaciones al personal, Asignación de recursos económicos para la promoción y difusión de los productos turísticos, rotación del personal, y reparto de beneficios. - Realizar una asamblea comunitaria para socializar y aprobar los cuerdos mediante actas 	<p>Beneficiarios</p> <p>El emprendimiento turístico Los administradores y directivos comunitarios y miembros.</p> <p>Involucrados</p> <p>Asistencia técnica y Financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - GAD provincial de Chimborazo - Instituciones de Educación Superior
1.2.3 Socialización el marco legal para los Centros de Turismo Comunitario (CTC) y beneficios que genera su legalización.		
<ul style="list-style-type: none"> - Legalizar a los emprendimientos turísticos comunitarios como CTC 	<ul style="list-style-type: none"> - Socializar el marco legal en un taller participativo, sobre temas importantes para la legalización turística comunitaria, considerando el Reglamento general para los centros de turismo comunitario, Ley de turismo, Reglamento de actividades turísticas, Reglamento especial de turismo en áreas protegidas. - Acompañamiento técnico para evaluar las condiciones de las comunidades antes de su legalización y realizar los trámites pertinentes con sus respectivos requisitos, esto en un trabajo coordinado. - Contratar un abogado para que realice el proceso de legalización de los emprendimientos turísticos como Centro de turismo comunitario según las características aceptables para su conformación - Seguimiento para mantener actualizados los permisos de funcionamiento. 	<p>Beneficiarios</p> <p>El emprendimiento turístico mediante el reconocimiento de legalización. Los administradores y directivos comunitarios y miembros. La comunidad.</p> <p>Involucrados</p> <p>Financiamiento técnico y económico e intervención:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Gad Municipal - Ministerio del Ambiente - Todas las comunidades
1.2.4 Generación de un manual de funciones y procesos, así como un reglamento interno para el manejo de personal.		

Objetivos	Acciones	Actores e involucrados
<ul style="list-style-type: none"> - Dotar al personal operativo de un instructivo que precise las funciones y procesos que deben llevar a cabo en sus respectivas áreas de trabajo, para mejorar la calidad del servicio y la eficiencia del personal, 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar e implementar un manual de funciones considerando: El área de operación, Perfil por área laboral Objetivos y funciones según desempeño laboral, y Flujogramas de procesos por actividad. Esto se implantará en los emprendimientos con el respectivo acompañamiento técnico. - Consecuentemente establecer un reglamento interno que detalle las obligaciones y prohibiciones del personal. 	<p>Beneficiarios</p> <p>El emprendimiento turístico. Los administradores y directivos comunitarios La comunidad</p> <p>Involucrados</p> <p>Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Instituciones de Educación Superior (proyectos vinculantes)
1.3 Servicios y capacidad física		
1.3.1 Gestión a organismos públicos y/o privados para el financiamiento de proyectos turísticos, para la construcción y adecuación de infraestructura.		
<ul style="list-style-type: none"> - Contar con recursos económicos para mejorar los servicios turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> - Preparar la propuesta técnica de las falencias en la infraestructura turística comunitaria. - Adquisición de materiales de acuerdo a la propuesta técnica. - Contracción de mano de obra para la adecuación y construcción de infraestructura turística. - Mantenimiento anual de la infraestructura turística. 	<p>Beneficiarios</p> <p>El emprendimiento turístico. Los administradores y directivos comunitarios y miembros. La comunidad (desarrollo comunitario y mejoramiento de la calidad de vida) Proveedores</p> <p>Involucrados</p> <p>Financiamiento técnico y económico e intervenciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión ante el Ministerio de Turismo para la obtención del aval técnico que permita el acceso a las líneas de crédito de las entidades financieras públicas (BNF y CFN) a través del programa Negocios Turísticos Productivos. - Instituciones de Educación Superior - Administradores de los emprendimientos
Administración financiera y control contable e interno		
1.4.1 Desarrollo de capacitaciones sobre el manejo financiero y control contable e interno del negocio comunitario		
<ul style="list-style-type: none"> - Eficiente manejo administrativo financiero, control contable e interno. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar capacitaciones teórico práctico donde se construya y elabore un sistema de manejo financiero y contable básico para que pueda ser utilizado en los emprendimiento y por los administradores del negocio, 	<p>Beneficiarios</p> <p>El emprendimiento turístico</p>

Objetivos	Acciones	Actores e involucrados
	<p>definiendo la importancia de la planificación financiera anual, política de dividendos, manejo de liquidez, la elaboración de inventarios, Emisión, y manejo de recibos, facturas, notas de venta; Elaboración de proceso contable; Llenado de formularios y forma de declaración de impuestos; Elaboración de roles de pago de personal, agua, luz, teléfono, suministros etc</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acompañamiento técnico para la implementación de la estructura administrativa financiera y contable en los emprendimientos. - Control y seguimiento mediante su funcionamiento y desarrollo financiero y contable. 	<p>Los administradores y directivos comunitarios y miembros) La comunidad</p> <p>Involucrados - Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) - Ministerio de Turismo - GAD provincial de Chimborazo
1.5 Comercialización y mercadeo		
1.5.1 Creación de productos turísticos con valor agregado, enfocados en las líneas de producto determinadas para el país y en base a la potencialidad de cada comunidad.		
<ul style="list-style-type: none"> - Innovar la oferta turística actual en base a la potencialidades del territorio para incrementar el flujo de la demanda 	<ul style="list-style-type: none"> - Generar productos turísticos y/o estructurar nuevos paquetes turísticos - Identificar las líneas de productos aplicables en los territorios. <ul style="list-style-type: none"> Línea de turismo cultural Patrimonio naturales y culturales mercados y artesanías Gastronomía. Científico, académico, voluntario Líneas de turismo de deporte y aventura Deportes terrestres Línea de turismo de salud Medicina ancestral Spa Línea de agroturismo - Generar valor agregado en las actividades y servicios ofertados así como en los servicios complementarios. 	<p>Beneficiarios</p> <p>El emprendimiento turístico Los administradores y directivos comunitarios y miembros La comunidad</p> <p>Involucrados - Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Administrador/ Coordinador del emprendimiento - Instituciones de Educación Superior: ESPOCH y UNACH para realizar pasantías o prácticas en la estructuración
1.5.2 Diseño de un plan de marketing turístico.		
<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la rentabilidad incrementando el volumen de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un plan de Marketing considerando principalmente los siguiente: <ul style="list-style-type: none"> Un estudio de mercado y los perfiles de la demanda actual y potencial. Especificar estrategias de acceso al mercado y la forma de negociación y ventas del producto independientemente. Determinar formas de comercialización, información, y promoción mediante Internet, catálogos de venta, guías, folletería entre otros, considerando la diferenciación del producto. El material de difusión deberá ser promocionado en lugares estratégicos a nivel nacional (ferias turísticas, y/o artesanales i-Tur, tour operadoras y agencias de viajes, entre otros) - Ejecución del plan de marketing mediante el acompañamiento técnico. 	<p>Beneficiarios</p> <p>El emprendimiento turístico Los administradores y directivos comunitarios y miembros. La comunidad</p> <p>Involucrados y/o Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - GAD provincial de Chimborazo - Operadoras de turismo y turismo comunitario

Objetivos	Acciones	Actores e involucrados
1.5.3 Desarrollo de convenios con tour operadoras que trabajen con líneas de producto de turismo justo o solidario		
<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la rentabilidad económica incrementando el volumen de ventas, mediante la firma de convenios con tour operadoras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar a las tour operadoras que trabajen con líneas de productos de turismo justo o solidario a nivel nacional e internacional - Realizar un Press trip especializado - Realizar un Fam trip con tour operadores y/o agentes de viajes nacionales e internacionales. 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administrador/Coordinador del emprendimiento - El Emprendimiento - Beneficiarios indirectos: - Directiva y miembros de la comunidad <p>Involucrados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tour operadoras: Runa Tupari, Saraguro Rikuy, Ricancie, Sara Urku etc. - Tour operadoras internacionales - Medios de comunicación reconocidos a nivel nacional.
1.6 Alianzas estratégicas y redes		
1.6.1 Fortalecer las alianzas estratégicas y redes con proveedores de servicios financiero y donantes		
<ul style="list-style-type: none"> - Garantizar el desarrollo y fortalecimiento turístico mediante convenios con instituciones proveedoras de servicios financieros y donantes 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer las alianzas estratégicas con servicios financieros y donantes. 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - El emprendimiento turístico - Los administradores y directivos comunitarios y miembros - La comunidad <p>Involucrados</p> <p>Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - GAD provincial de Chimborazo - CORTUCH - Instituciones de educación Superior del país - ONGs nacionales o internacionales que donan o financian proyectos de desarrollo a nivel de Latino América en la web - Banco Nacional de Fomento entre otros.
1.7 Equidad e inclusión		
1.7.1 Desarrollo de un plan de inclusión en actividades turísticas a grupos excluyente		
<ul style="list-style-type: none"> - Incorporar a grupos excluidos en actividades turísticas para que exista equidad de genero 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar e implementar un plan de inclusión - Capacitar a los jóvenes mediante talleres participativos - Garantizar la igualdad de oportunidades. 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - El emprendimiento turístico.

Objetivos	Acciones	Actores e involucrados
	<ul style="list-style-type: none"> – Seguimiento continuo sobre la participación de los jóvenes. 	<ul style="list-style-type: none"> – Los administradores y directivos comunitarios y miembros. – La comunidad <p>Involucrados</p> <p>- Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ministerio de turismo – Administradores de los emprendimientos

Nota: Trabajo de investigación, 2017

b. Estrategias de intervención para la calidad del buen vivir

Tabla 24-7: Estrategias de intervención para la calidad de vida

Objetivos	Acciones	Actores e involucrados
2. Calidad de vida		
2.1 Organización		
2.1.1 Elaboración de un reglamento interno para la participación de la población en la actividad turística y comunitaria.		
<ul style="list-style-type: none"> – Regular y ordenar la actividad turística para el desarrollo comunitario 	<ul style="list-style-type: none"> – 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 las acciones, para la construcción conjunta del reglamento interno. – Analizar el marco legal vigente – Establecer normas, acuerdos y resoluciones que aporte al desarrollo de la comunidad en base al marco legal vigente – Ejecución e implementación del reglamento interno considerando lo expuesto en los talleres 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> – La comunidad y miembros (desarrollo participativo comunitario) – El emprendimiento turístico. – Los administradores y directivos comunitarios y miembros <p>Involucrados</p> <p>- Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) – Ministerio de Turismo – GAD provincial de Chimborazo
2.1.3 Establecer en forma participativa un plan de inversiones y redistribución de beneficios provenientes de la actividad turística.		

<ul style="list-style-type: none"> - 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"> - 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. - Socializar y aprobar conjuntamente con la población los mecanismos de inversión en el emprendimiento y la comunidad. 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administrador/Coordinador del emprendimiento - El emprendimiento y socios - Directiva y miembros de la comunidad.
2.2 Gestión ambiental y territorial		
2.2.1 Desarrollo de un plan de gestión y protección ambiental y territorial, estableciendo el uso apropiado de cada espacio.		
<ul style="list-style-type: none"> - Promover el desarrollo sustentable comunitario y preservar los recursos naturales y culturales de los territorios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer línea base sobre la situación actual del territorio (social, económico, cultural y ambiental). - Efectuar estudios de zonificación para especificar los usos adecuados de cada zona. - Establecer normas o reglas para la protección de zonas frágiles (bosques, vertientes, ecosistemas entre otros). - Elaborar proyectos enfocados a la recuperación de flora y fauna nativa. - Implementar el plan de gestión y protección del territorio. 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - La comunidad y miembros (desarrollo participativo comunitario) - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros <p>Involucrados y colaboradores Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Ministerio del ambiente - GAD provincial de Chimborazo <p>Administradores y directivos de las comunidades</p>
2.2.2 Elaboración de un programa de educación ambiental.		
<ul style="list-style-type: none"> - Contribuir al cuidado y protección ambiental del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar las capacitaciones a través de las guías de educación ambiental del GAD provincial de Chimborazo - Implementar viveros forestales comunitarios para la producción de plantas nativas que contribuya 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. - Planes de manejo y conservación del páramo para preservar la biodiversidad y las fuentes de agua. - Fortalecer el programa de socio bosque - Implementar huertos agroecológicos familiares - Manejo y conservación del páramo para preservar la biodiversidad de flora y fauna y además las fuentes de agua - 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - - La comunidad y miembros - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros <p>Involucrados y colaboradores Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Ministerio del ambiente - Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP). - GAD provincial de Chimborazo.
2.2.3 Elaboración de un programa de manejo de residuos sólidos.		
<ul style="list-style-type: none"> - Contrarrestar la contaminación ocasionada recolección por desechos 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar y dar a conocer los procesos de la elaboración del compostaje, mediante el apoyo de instituciones educativas. - Facilitar a las comunidades el sistema de recolección de desechos sólidos. 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - La comunidad y miembros (desarrollo participativo comunitario)

	<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar a las comunidades de contenedores de basura en espacios idóneos para su recolección. - Ejecución e implementación del programa de manejo de desechos considerando lo anterior. - Realizar mingas periódicamente para la limpieza comunitaria. 	<ul style="list-style-type: none"> - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros <p>Involucrados y colaboradores Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - GAD provincial de Chimborazo. - GAD Municipal de Riobamba, Penipe, Guamote - Ministerio del ambiente <p>Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)</p>
2.3 Revitalización cultural y relaciones interculturales		
2.3.1 Generación de un plan de gestión cultural, estableciendo acciones para revitalizar, revalorizar, dinamizar, salvaguardar y fortalecer la identidad cultural para la población.		
<ul style="list-style-type: none"> - Recuperar las actividades y tradiciones culturales, garantizando el fortalecimiento de la identidad cultural 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un análisis y conocimiento contextual del territorial y de las necesidades socioculturales. - Promover encuentros culturales mediante ferias, teatros, música y danza. - Talleres de dinamización cultural con juegos populares con competencias internas. - Crear material audiovisual del patrimonio cultural de las comunidades - Implementar de industrias culturales - Promover mesas de debate para generar políticas locales de conservación y salvaguarda de la cultura - Generar políticas locales e internos para salvaguardar el patrimonio, saberes ancestrales e identidad cultura. - Recuperación del idioma Kichwa, mediante la creación de escuelas de lenguas para la enseñanza y fortalecimiento del idioma en las comunidades. - Fomento del uso de la vestimenta tradicional por medio de la recuperación y revalorización de la manufactura en telares. - Revitalizar las prácticas ancestrales de cultivos andinos para garantizar la seguridad alimentaria y nutricional de las familias y los turistas que visitan las comunidades. - Generar rutas gastronómicas con el fin de recuperar e innovar platos tradicionales de las comunidades. - 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. 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - La comunidad y miembros. - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros <p>Involucrados y colaboradores - Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura (INPC) - Ministerio de Cultura y Patrimonio. - Casa de la Cultura de Chimborazo. - Administradores y directivas de las comunidades
2.4 Mejoramiento de las condiciones productivas económicas		
2.4.1 Creación de un plan de diversificación productiva (agrícola, pecuaria, artesanal) para generación de ingresos económicos en la comunidad.		
<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la calidad de vida y las condiciones productivas y económicas de las comunidades 	<ul style="list-style-type: none"> - Definir la necesidad de un nuevo modelo de desarrollo productivo agropecuario, artesanal y turístico. 	<p>Beneficiarios</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Crear un plan de diversificación productiva tomando en cuenta la generación de bio-negocios o negocios inclusivos que este relacionados con productos e industrial artesanales, generar huertos orgánicos, productos complementarios a la oferta turística como el fortalecimiento agropecuario relacionado a la conservación de la vicuña, la obtención de fibra (lana) de camélidos y el proceso y tiempo que lleva hasta la obtención del textil. de calidad para la población local, considerando - Ejecución y aplicación en el territorio, el plan de diversificación productiva por medio de los técnicos. - Seguimiento periódico. 	<ul style="list-style-type: none"> - La comunidad y miembros (desarrollo participativo comunitario) - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros <p>Involucrados y colaboradores Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - GAD provincial de Chimborazo - MAGAP - Ministerio de turismo - Administradores y directivas de las comunidades
2.5 Mejoramiento de las condiciones básicas de la vida comunitaria		
2.5.1 Gestión para la participación conjunta entre la Junta Parroquial y cantonal en intervención en el mejoramiento los servicios básicos, para el desarrollo turístico.		
<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las condiciones de vida de la población comunitaria 	<ul style="list-style-type: none"> - 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). 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - La comunidad y miembros. - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros <p>Involucrados y colaboradores Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Ministerio del ambiente - GAD provincial de Chimborazo - Administradores y directivas de las comunidades - Ministerio de Turismo - Ministerio del ambiente - GAD provincial de Chimborazo - GADs municipales de los cantones Riobamba, Guamate Penipe, Guano - Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) - Administradores y directivas de las comunidades

Nota: Trabajo de investigación, 2017

c. Estrategias de intervención para la calidad del servicio

Tabla 25-7: Estrategias de intervención para la calidad del servicio

Objetivos	Acciones	Actores e involucrados
3. Calidad del servicio		
3.1 Instalaciones		
3.1.1 Mejoramiento de las condiciones de infraestructura de las instalaciones del emprendimiento		
<ul style="list-style-type: none"> - Brindar servicios de calidad con el fin de satisfacer a los turistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con estándares de calidad de servicios comunitarios - Implementar un sistema de aislamiento de frío y ruidos en los techos, paredes y pisos. - Adecuar el estacionamiento o garaje para el transporte de turista - Mantenimiento y adecuación en las instalaciones del establecimiento baños, paredes, ventanas, vidrios, jardines - Implementar un sistema de calefacción, como mínimo en las habitaciones - Implementar la señalización o identificación en baños, habitaciones, alimentación, áreas comunes y de esparcimiento. - Dar mantenimiento en el techo del emprendimiento Razuñan. - Pintar las instalaciones de alojamiento y alimentación. - Adecuar y/o implementar áreas comunes, para el entretenimiento del turista - Implementación de señalética turística <ul style="list-style-type: none"> Valla informativas: 1Chañag san Miguel; 1Pulingui San Pablo; 1Pulingui Señalética de aproximación: 5 Candelaria; 3Pulingui; 2Chañag San Miguel Panel de direccionamiento dl atractivo: 1 Pulinguí; 1 Chañag San Miguel; 1 Candelaria Totem de direccionamiento: 1 Candelaria - Colocar información de números telefónicos de emergencia y oferta complementaria - Adecuar y/o implementar áreas comunes, para el entretenimiento del turista 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - La comunidad y miembros. - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros <p>Involucrados y colaboradores</p> <p>Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Administradores y directiva de gestión comunitaria - GAD provincial de Chimborazo - Administradores y directivas de las comunidades - Cordtuch
3.2 Hospedaje		
3.2.1 Adquisición y mejoramiento del equipamiento de las instalaciones de habitaciones.		
<ul style="list-style-type: none"> - Satisfacer al requerimiento del cliente brindando el servicio de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Adecuar las habitaciones con estándares de calidad - Implementar información con datos de la organización, horarios reglas internas y servicios turísticos que ofrece el emprendimiento - Dotar de mobiliario y menaje de habitaciones: focos ahorradores, armarios, mesas, sillas, lámparas, basureros, ganchos para colgar la ropa etc. - Dotar de blancos en los cuartos de baño. - Implementar: espejos, cortinas, rodapiés en los cuartos 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - La comunidad y miembros. - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros <p>Involucrados y colaboradores</p>

		Financiamiento técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Administradores y directiva de gestión comunitaria - GAD provincial de Chimborazo - Administradores y directivas de las comunidades Cordtuch.
3.2.2 Plan de mantenimiento de mobiliario.		
<ul style="list-style-type: none"> - Obtener instalaciones en perfecto estado 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar y aplicar un plan de mantenimiento periódico en los equipos y equipamientos de las instalaciones de habitaciones 	Beneficiarios directos: <ul style="list-style-type: none"> - El Emprendimiento - Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento - La comunidad Involucrados Financiamiento técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Administrador/Coordinador, socios del emprendimiento
3.3 Alimentación		
3.3.1 Adquisición de equipos y utensilios de cocina apropiados para la manipulación de alimentos.		
<ul style="list-style-type: none"> - Brindar el servicio de alimentación de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con estándares de calidad de servicios de alimentación comunitarios: - Implementar un extintor de incendios por emprendimiento - Un extintor de olores por emprendimiento - 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. - Adquisición de equipos de cocina de bajo consumo energético: batidoras, congeladoras, cocinas, refrigeradoras entre otros. 	Beneficiarios <ul style="list-style-type: none"> - La comunidad y miembros. - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros Involucrados y colaboradores Financiamiento técnico y económico: <ul style="list-style-type: none"> - Administradores y directiva de gestión comunitaria - GAD provincial de Chimborazo - Administradores y directivas de las comunidades - Cordtuch
3.3.2 Diseño de un sistema de inventarios de equipos según su depreciación.		
<ul style="list-style-type: none"> - Evitar la contaminación en la manipulación y preparación de alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar la vida útil de los implementos y utensilios de concina y cambiarlos por unos nuevos 	Beneficiarios <ul style="list-style-type: none"> - La comunidad y miembros. - El emprendimiento turístico.

<ul style="list-style-type: none"> - Evitar el consumo y desgaste acelerado de los equipos de cocina 		<p>Involucrados y colaboradores Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administradores de los emprendimientos turísticos
<p>3.4 Servicio al cliente</p>		
<p>3.4.1 Implementar un plan de capacitación en mandos medios, servicio al cliente y estrategias comunicativas.</p>		
<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar un sistema de comunicación eficiente para brindar información veraz y oportuna. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar capacitaciones teórico práctico cada seis meses. - Evaluar los alcances de las capacitaciones. 	<p>Beneficiarios directos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administrador/Coordinador del emprendimiento - Personal operativo del emprendimiento. <p>Involucrados: Asistencia técnica y financiamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo
<p>3.4.2 Formación al personal, en un idioma extranjero, preferentemente inglés.</p>		
<ul style="list-style-type: none"> - Facilitar la comunicación a los turistas extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> - Formar en el idioma inglés a los administradores y guías de los emprendimiento comunitarios 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guías - La comunidad y miembros. - El emprendimiento turístico. <p>Involucrados y colaboradores Financiamiento técnico y económico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administradores de los emprendimientos turísticos - Instituciones de educación superior
<p>3.5 Guianza y transporte</p>		
<p>3.5.2 Certificación a lo guías y personal operativo de emprendimiento.</p>		
<ul style="list-style-type: none"> - Disponer de guías y personal operativo capacitado para el adecuado desempeño 	<ul style="list-style-type: none"> - Certificar a los guías y el personal operativo por competencia laborales - Generar convenios con Centros de capacitación formal para la certificación en competencias laborales 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros. - La comunidad. <p>Involucrados</p> <p>Asistencia técnica y Financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Productividad - Ministerio de Turismo - GAD provincial de Chimborazo - Centro de formación y capacitación turística (CAPACITUR).

3.6 Seguridad e higiene		
3.6.2 Generación de un plan de seguridad y salud para la población y visitantes		
<ul style="list-style-type: none"> - Garantizar seguridad a los turistas y población de las comunidades 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar e implementar de forma participativa de un plan de gestión de riesgos, seguridad y prevención y control de enfermedades en cada comunidad. 	<p>Beneficiarios</p> <ul style="list-style-type: none"> - El emprendimiento turístico. - Los administradores y directivos comunitarios y miembros. - La comunidad. <p>Involucrados</p> <p>Asistencia técnica y Financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio Turismo - Gad Municipalidad - Cruz Roja Ecuatoriana - Policía Nacional

Nota: Trabajo de investigación, 2017

VIII. CONCLUSIONES

1. El estudio identifica 15 comunidades que desarrollan actividades turísticas, 11 se encuentran en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo y cuatro se encuentran en el Parque Nacional Sangay. De acuerdo a la clasificación establecida por Ochoa (2012), ocho emprendimientos corresponden a la tipología en proceso de consolidación (Razu Ñan, Tambohuasha, Waman Way, Asociación Cordillera, Guarguallá, Candelaria, Chorrera Mirador y Astuguía) y, dos se encuentran en el tipo nuevas iniciativas (Sanjapamba y Chasqui), cinco comunidades no se encuentran operando por lo tanto no se asigna tipo alguno (Calshi, San Rafael de Chuquipoguo, Artesa, Achikñan y Corporación Zula).
2. Respecto a la oferta se puede concluir que los emprendimientos comunitarios comercializan paquetes turísticos y servicios independientes, sin embargo las pocas alianzas que tienen ha provocado la disminución del flujo de demanda durante los últimos cinco años, a pesar de esta condición las comunidades que aún se encuentran operando presentan una serie de deficiencias respecto a su legalidad, gestión administrativa y un déficit en el abastecimiento de los servicios básicos, lo cual pone en riesgo la calidad de los servicios.
3. La demanda que captan las comunidades son principalmente de Canadá, Estados Unidos, Italia, Bélgica que viajan motivados por conocer e interrelacionarse con otras culturas, la mayoría de las comunidades reciben grupos de voluntarios que a más de colaborar con diversas actividades en la comunidad pagan por el consumo de servicios de hospedaje y alimentación con una permanencia prolongada de hasta 13 días en promedio, cabe recalcar que ninguna de las comunidades mantiene un registro del flujo de demanda anual, condición que influye en la toma de decisiones respecto a innovación de oferta.
4. La evaluación de los productos de turismo comunitario contempla tres condiciones elementales: la primera relacionada con la cuestión empresarial del negocio, demuestra un débil manejo administrativo y financiero; la segunda concerniente con la calidad del buen vivir comunitario evidencia que la estructura de gestión comunitaria ha venido debilitándose paulatinamente condición que ha derivado en escasos procesos de gestión para cubrir las necesidades básicas de las comunidades; la tercera en función de la calidad del servicio demuestra que las instalaciones y equipamiento para la prestación de los servicios turísticos no cumplen con estándares mínimos de calidad, lo cual se repercute en la satisfacción de la visita.

5. Se establecieron 30 estrategias de intervención para contrarrestar los problemas identificados de acuerdo a la evaluación de las condiciones calidad de buen vivir, calidad del servicio y la condición empresarial del negocio, estas estrategias están articuladas a la planificación turística provincial en medida de canalizar la inversión y/o el financiamiento para cubrir las necesidades de las comunidades y por consiguiente del turista que los visita.

6. Únicamente la administración de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo mantiene una articulación respecto a temas de turismo con las organizaciones comunitarias que están presentes en su área, ésta condición ha facilitado la inversión de recursos en capacitación, asistencia técnica, dotación de equipamientos y de facilidades turísticas, a pesar de esto no ha existido una sistematización o documentación de los procesos desarrollados.

IX. RECOMENDACIONES

Se recomienda que el sector comunitario que está trabajando con turismo continúe 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 para el manejo adecuado de la oferta, generando a la vez documentos de base sobre los cuales se puedan mantener datos actualizados sobre el territorio y los impactos del turismo como insumos de base para la toma de decisiones.

Mantener un proceso de evaluación continua de la calidad del producto del turismo comunitario considerando siempre 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.

Se recomienda que la 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

X. RESUMEN

La presente investigación propone: analizar la situación actual del turismo comunitario articulado a áreas protegidas en la provincia de Chimborazo; para la caracterización de la oferta turística comunitaria se desarrolla una combinación de investigación de campo y validación de información, determinado el número de emprendimientos vinculadas a las áreas protegidas, localizando a 11 en la RPPCH y 4 PNS, de estas 8 se encuentran en proceso de consolidación, 2 como iniciativas y 5 cerrados, según la clasificación establecida por Ochoa (2012), además fusionan dos metodologías la primera analiza tres aspectos importantes de las comunidades, socio-económico, productivo y administrativo comunitario (Paredes,2008), la segunda la oferta y demanda turística (OMT, 1998). La evaluación del producto turístico comunitario contempla tres condiciones elementales: la primera relacionada con la cuestión empresarial del negocio, la segunda concerniente con la calidad del buen vivir comunitario y la tercera en función de la calidad del servicio, demostrando que los emprendimientos se encuentran en una categoría B respectivamente, revelando un deficiente manejo administrativo y empresarial interno, las condiciones distributivas y participativas de la población en el turismo, la contribución al mejoramiento económico productivo y el mejoramiento de las condiciones y servicios básicos son escasos. El análisis de la problemática desarrollada mediante la matriz (CPES) se identificaron 34 problemas respecto a las condiciones de evaluación, para ello se plantea estrategias de intervención que permiten contrarrestar los problemas, estrategias que están articuladas a la planificación turística provincial en medida de canalizar la inversión y/o el financiamiento para cubrir las necesidades de las comunidades.

Palabras clave: TURISMO COMUNITARIO – ÁREAS PROTEGIDAS – PLANIFICACIÓN TURÍSTICA.

Por: Rosa Llanga



XI. SUMMARY

This investigation proposes to analyze the real situation of the community tourism aligned to protected areas in Chimborazo province. For the characterization of the tourist offer it develops a combination of field research and validation of information by determining the number of entrepreneurship linked to the protected areas, locating 11 in the RPFCH and 4 PNS, of these 8 are in process of consolidation, 2 initiatives and 5 closed, according to the classification established by Ochoa (2012). Also merge two methodologies the first one analyzes three important aspects of the communities, socio-economic, productive and administrative community (Paredes, 2008). The second the offer and tourism demand (UNWTO, 1998). The evaluation of the community tourism product contemplates three basic conditions: the first relates to the business enterprise, the second concern with the quality of good community living and the third based on the quality of the service. It demonstrates that the enterprises are in a Category B, respectively, revealing a deficient internal administrative and business management, the distributive and participatory conditions of the population in tourism, the contribution to productive economic improvement and the improvement of basic conditions and services are scarce. The analysis of the problems developed by the matrix (CPES) which identified 34 problems related to evaluation conditions. To this end the intervention strategies were proposed to counteract the problems, strategies that are linked to provincial tourism planning in order to channel the investment and/or the level for the needs of the communities.

Keywords: COMMUNITY TOURISM - PROTECTED AREAS - TOURIST PLANNING.



XII. BIBLIOGRAFÍA

1. Agüera, F. O. (junio de 2014). Turismo y cooperación al desarrollo: un análisis de los beneficios del ecoturismo. *El Periplo Sustentable. Universidad Autónoma del Estado de México*, pp. 47-66. Recuperado el 08 de Octubre de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193432638002>
2. Almada, E. M. (s.f.). Estudio y análisis de problemáticas en actores sociales. *Publicaciones UNAM*. Recuperado el 28 de Octubre de 2016, de Centro Universitario de Investigación Bibliotecológicas, UNAM, México: http://iibi.unam.mx/publicaciones/227/12_xxvi_coloquio_cuib_el_analisis_de_actores_elisa_margarita_almada_navarro.html
3. Álvarez, A. L. (2015). *Desarrollo del ecoturismo en áreas silvestres protegidas del estado*. Chile: Seminario de Ecoturismo.
4. Asociación de Ecuatoriana de Ecoturismo y Aventura. (ASEC). (2012). Turismo en áreas naturales con gestión comunitaria. *Udla.edu/Manual de buenas prácticas. Turismo en Áreas Protegidas con Gestión Comunitaria*. Recuperado el 4 de Noviembre de 2016, de UDLA: <http://www.udla.edu.ec/wp-content/uploads/2013/12/ManualBuenasPracticas.pdf>
5. Balderas, E. P. (s.f.). *Sistema de Análisis Social: enfoques y herramientas participativos para procesos de desarrollo*. Bolivia: IDRC de Canadá. <http://www.sas2.net> y <http://sas.cebem.org>
6. Hernández, M. V. (01 de Enero de 2011). Desarrollo del turismo comunitario, en la comunidad de Monteverde. *Repositorio del centro de investigación, transferencia tecnológica y emprendimiento*, pp.1-10.
7. Lips, J. (1998). Geografía de la sierra andina ecuatoriana. En: *Hofstede, R, J. Lips, W. Jongsma & Y. Sevink. Geografía, ecología y forestación de la sierra alta del Ecuador: revisión literatura*. Quito.
8. Lira, I. S. (Noviembre de 2003). Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local. *CEPAL - SERIE Gestión pública*, pp. 3-8.

9. Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. *Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS)*, pp.10-25
10. Medinilla, E. E. (30 de Septiembre de 2015). Indicadores de sostenibilidad para el ecoturismo en México: estado actual. *Redalyc*, 2-16. Recuperado el 08 de Octubre de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74543269011>
11. Ministerio del Ambiente. (2012). *ambiente.gob.ec*. Recuperado el 16 de 10 de 2016, de Sistema Nacional de Información (SNI): <http://www.ambiente.gob.ec/parque-nacional-sangay>
12. Ministerio del Ambiente. (2012a). *Sistema de clasificación de los ecosistema del Ecuador Continental*. Quito. Recuperado el 17 de 10 de 2016. Obtenido de ambiente.gob.ec/Sistema-Ecosistemas-Ecuador
13. Ministerio del Ambiente. (2013). *Actualización del plan de manejo de la Reserva de producción de fauna Chimborazo*. Riobamba: EcoCiencia.
14. Ochoa, W. (2012). *Plan quinquenal de turismo comunitario del Ecuador*. Riobamba.
15. Organización Internacional de Turismo. (2005). *Turismo y comunidades indígenas, impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. Quito.
16. Organización Mundial de Turismo. (1998). *Elementos del sistema turístico oferta- demanda*. Eumet.net. Recuperado el 16 de 10 de 2016, de enciclopedia virtual: <http://www.eumet.net/>
17. Paredes, M. G. (6 de Noviembre de 2009). *Elementos para caracterizar la situación actual de las operaciones turísticas comunitarias*. Redalyc. Recuperado el 16 de 10 de 2016. Obtenido de sistema de información científica red de revistas científicas de América latina y el Caribe, España y Portugal: <http://www.redalyc.org/html/391/39111901012/>
18. Prieto, M. (2011). Espacios en disputa: el turismo en el Ecuador. (P. Torres, Ed.) FLASCOANDES- *Sede Ecuador*, pp.14-18.

19. Tourism & Leisure – Europraxis. (2007). Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador “PLANDETUR 2020”. *Tourism leisure//Cooperación Técnica n° ATN/FG-9903-EC; Banco interamericano de Desarrollo (BID)*, pp.72-90.
20. Ruiz et al, B. E. (s.f). Turismo comunitario Ecuador- Desarrollo sostenible social. Quito. pp. 25-55.
21. Tandazo, V. P., Carrera Burneo, P., & Almeida Ferri, K. (2012). Propuesta metodológica para la evaluación de la factibilidad de proyectos de turismo comunitario. Caso de estudio: Comunidades Huaorani, Achuar y Shiwiar de la Amazonia Ecuatoriana. *Revista Electrónica UACH en: pág. 2-4*. Recuperado el 5 de 10 de 2016, de http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S071864282011000100002&script=sci_arttext
22. Tierra, P. (2012). *Texto básico de planificación territorial. Riobamba-Ecuador*: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
23. Tierra, P. (2014). *Texto básico: certificación turística. Riobamba*: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
24. Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. (2004). *Talleres y presentaciones del congreso mundial de conservación / el turismo como herramienta para la conservación de áreas protegidas*. Quito.

XIII. ANEXOS

Anexo1: Caracterización de la Operación de turismo comunitario Centro Artesanal de Turismo Comunitario de Guarguallá (ejemplo)

I. INFORMACION GENERAL								
1.1	Nombre de la OTC:		Centro Artesanal de Turismo Comunitario de Guarguallá					
1.2	Personería Jurídica:		La legalidad del emprendimiento esta en proceso					
1.3	Nacionalidad:		Kichwa de la Sierra					
1.4	Pueblo:		Puruwa					
1.5	Localización:		1.5.1	Provincia: Chimborazo				
			1.5.2	Cantón: Guamote				
			1.5.3	Parroquia: Cebadas				
			1.5.4	Comunidad: Guarguallá San Eduardo y Guarguallá Chico				
1.6	Contacto principal:		www.guargualla-sangay.com / anibaltenemasa@gmail.com / agigsangay2008@yahoo.es					
1.7	Fecha de inicio del emprendimiento:		En el año 2008					
1.8	Forma de propiedad de la OTC:		Comunitaria					
1.9	Número de habitantes de la OTC:							
1.10	Número de familias de la OTC:		27 familias					
1.11	Número de personas de la comunidad encargadas de gestionar el turismo:		1.11.1	Hombres:				
			1.11.2	Mujeres:				
			1.11.3	Total:				
II. CARACTERISTICAS DE TECNOLOGIA DISPONIBLE								
2.1	Equipos disponibles:	Si	No	2.2	Máquinas disponibles	SI	NO	2.3 Observaciones adicionales Los equipos de instalación como el calefón se han robado
2.1.1	Comunicación	x		2.2.1	Calefones		x	
2.1.2	Equipos audiovisuales		x	2.2.2	Sistema de calefacción		x	
2.1.3	Computadoras			2.2.3	Cuartos fríos		x	
				2.2.4	Tanque de reserva de agua		x	
III. CARACTERISTICAS DE ATRACCIONES ACTIVIDADES								
3.1 ATRACTIVOS				3.2 ATRACTIVOS				
3.1.1 NATURALES				3.2.1 CULTURALES				

	Categoría	Tipo	Subtipo		Categoría	Tipo	Subtipo		
El Volcán Sangay	Sitios naturales	Montaña	Volcanes						
Piedra Blanca	Sitios naturales	Montaña	Colina						
Plazapamba	Sitios naturales	Planicies	Valles						
IV. INFRAESTRUCTURA TURISTICA DE LA OTC									
4.1	Servicio	4.2 Existencia		Especificidades por servicio existente					
		Si	No						
	Agua	x		Existe el servicio de agua, pero esta es entubada					
	Sanidad		x	La basura la queman o en algunos casos la entierran					
	Energía	x		Existe energía eléctrica					
	Comunicación	x		Si existe línea telefónica y no móvil					
Vialidad	x		Existe la vialidad para el sector, pero están en mal estado es de tierra						
Observaciones adicionales:									
La infraestructura turística es deficiente en el emprendimiento turístico ya que los servicios básicos son escasos y deficientes, las condiciones de transporte es escaso ya que no cuenta con servicio de transporte.									
V. CARACTERISTICAS DE LA PLANTA TURISTICA									
5.1	HOSPEDAJE								
5.1.1	Tipo	5.1.2 Precios por pax/noche USD	5.1.3 Total plazas por tipo	5.1.4 Número de habitaciones					
				Sencilla	Doble	Múltiples	Tot. hab		
	Cabaña:	15	12pax			x	1		El precio es de 15dolares por persona y la capacidad máxima es de 12 pax
	Albergue comunitario:	-	-	-	-	-	-		
Hospedería familiar:	-	-	-	-	-	-			
Observaciones adicionales:									
Las habitaciones son compartidas y la batería sanitaria se encuentra fuera de las habitaciones y se encuentran en deterioro									
5.2	ALIMENTACION								
5.2.1	Tipo	5.2.2 Total plazas por tipo	5.2.3 Capacidad			5.2.4 Menú		5.2.5 Especificidades por tipo de alimentación	
			No. mesas	No. Sillas / bancas	No. baños	Tipo	Precios USD		

	Restaurante	-	-	-	-	Desayunos:	6.00		
	Comedor		1	4	2	Almuerzos:	6.00		
	Cafetería	-	-	-	-	Cenas:	6.00		
	Bar	-	-	-	-	Platos especiales:			
	Sala de reuniones o uso múltiple	-	-	-	-				
Observaciones adicionales: La sala de reuniones existe pero ya no la dan usos mas solo para reuniones de la asociación comunitaria									
VI. OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS									
6.1	Guianza	6.2 No. de guías	6.3	Elemento de alquiler	6.4 Existencia			6.5 Precios USD	Especificidades por elemento de alquiler
					Si	No	No. total		
	Guías Nacionales			Bicicletas		x	-	-	-
	Guías Naturalistas			Caballos	X	-	-	17.50	-
	Guías local	3		Equipo de camping	X	-	-	-	-
	Guías sin licencia			Equipo de montaña	x	-	-	-	-
Observaciones adicionales: Existen 3 guías locales con licencia, adicional a eso todos los socios son guía quienes acompañan a turista No existe un numero especifico de caballos ya que todas las familias poseen caballos y no se ha hecho un inventario									
VII. SERVICIOS ADICIONALES EN LA OTC									
7.1	Servicios	7.2 Existencia		7.3 Cantidad	Especificidades por servicio adicional				
		Si	No						
	Parqueadero	x		-	Existe un pequeño parqueadero				
	Canchas deportivas		x	-	-				
	Juegos infantiles		x	-	-				
	Otros		x	-	-				
VIII. PAQUETES DE TURISMO COMUNITARIO									
8.1	Nombre del paquete	8.2 Duración		8.3 Breve descripción del programa				8.4 Precios por pax	
	Un Viaje al Volcán	4 noches 5 días		El recorrido va desde Guarguallá Chico, recorriendo Plazapamba, Playas hasta llegar a la Cumbre y se retornará, esto incluye alojamiento en carpas, alimentación (3 comidas y refrigerio) Guianza, no incluye gastos extras personales, propinas y el IVA (14%)				2 a 3 pax 780.00	
	Un Viaje al Volcán	6 noches 7 días		El recorrido va desde Guarguallá Chico, recorriendo por Escaleras, Plazapamba, Playas hasta llegar a la cumbre y se retornara, esto incluye alojamiento en carpas, alimentación (3 comidas y refrigerio) Guianza, no incluye gastos extras personales, propinas y el IVA (14%)				2 a 3 pax 890.00	

Organización Estratégica														
No.	Condiciones	Criterios	Situación actual	Observación	Clasificación numérica									
					Rangos									
					a			b			c			
					C	CP	NC	C	CP	NC	C	CP	NC	
		b) La OTC y específicamente sus directivos tienen claro el tipo de negocio que desean ser en un mediano plazo	X	La administración y sus directivos conocen muy bien sobre el tipo de negocio que quieren ser en un tiempo determinado, ya que conocen el funcionamiento y desarrollo de las actividades turísticas, cada vez realizan actividades de innovación y de esta manera quieren llegar al mercado mediante la diferenciación con otros productos				1						
		c) La OTC, sus directivos y equipos de gestión saben el tipo de negocio que quieren ser en un plazo determinado, comparten esta visión y trabajan para materializarla												
2	Existencia de una misión de largo plazo compartida por los asociados	a) La OTC no tiene definida una misión por cumplir en el largo plazo												
		b) La OTC tiene definida una misión de largo plazo, que conocen los equipos de gestión y el Directorio, estando estos comprometidos con ella	X	La administración y sus directivos tienen misión bien establecida a largo plazo y trabajan en función de eso, cabe mencionar que la misma administración no la ha actualizado para este año ni para los próximos es así que requieren de una actualización en función a la que está establecida, ya que la que plantearon fue en el año 2009 y fue establecida para cinco años,				1						
		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												
		b) El resultado financiero es un componente secundario	X	Como para toda empresa es indispensable los resultados financieros, así también es para la organización es por ello que es un componente que forma parte de la organización				1						

Organización empresarial														
No.	Condiciones	Criterios	Situación actual	Observación	Calificación Numérica									
					Rangos									
					a			b			c			
					C	CP	NC	C	CP	NC	C	CP	NC	
		<p>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</p> <p>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 la comunidad</p>	X	<p>Todos los miembros de la organización y directiva apoyan las políticas y decisiones que se tomen con referencia al desarrollo turístico comunitario para que se vea reflejado en sus funciones</p>										
2	Comunicación interna	<p>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.</p> <p>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</p> <p>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.</p>	X	<p>la administración y la directiva en conjunto mantienen siempre informados a todos los miembros sobre las decisiones y acciones que se tomen dentro de la organización aun que muchas veces la metodología no sea muy efectiva, ya que por eso los miembros se desentienden en algunos temas</p>				1						

Organización empresarial																						
No.	Condiciones	Criterios	Situación actual	Observación	Calificación Numérica																	
					Rangos																	
					a			b			c											
					C	CP	NC	C	CP	NC	C	CP	NC									
		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	La organización no tienen documentación de políticas del personal para el desarrollo de las actividades turísticas, pero si tienen propuestas mencionadas verbalmente para su desarrollo																		
		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 PROMEDIO 0.71					0	0	0	1	1,5	0	2	0,5	0									

Administración financiera													
No.	Condiciones	Criterios	Situación actual	Observación	Calificación Numérica								
					Rangos								
					a			b			c		
					C	CP	NC	C	CP	NC	C	CP	NC
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											
		b) La OTC ha retenido utilidades algunas veces para realizar inversiones, sin embargo esta retención no se basa en una política de largo 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	X	La organización hace retención de utilidades por la venta de los productos en cada periodo, esta utilidades obtenidas es un 15% para el beneficio de la comunidad. Además por la venta de los productos se realiza los dividendos para que esta no se acumule esto se lo hace a las diferentes organizaciones quienes se vinculan con servicio al producto									
3	Estructura de Capital	a) La OTC no tiene clara su estructura de capital y la relación que ésta tiene con los pasivos.											
		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.	X	La organización no cuenta con una evaluación de la estructura del capital, ya que no han realizado ningún tipo de endeudamiento				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	X	Al ser un producto turístico comunitario se diferencia a otros productos y saben que su productos de venden como un productos diferenciado									0,5	
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												
		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	X	La organización busca siempre ir mejorando el servicio para cumplir con las expectativas del consumidor para que el servicio sea de calidad										
TOTAL PROMEDIO 0.57					0	0,5	0	1	1	0	0	1,5	0	

Anexo 10: Evaluación de instalaciones (ejemplo)

No.	CRITERIOS DE CALIDAD	CRITERIO DE EVALUACIÓN			
		C	CP	NC	NA
1	INSTALACIONES				
1.1	Sistema de aislamiento de frío y ruidos en techos		1		
1.2	Sistema de aislamiento de frío y ruidos en paredes		1		
1.3	Sistema de aislamiento de frío en pisos			1	
1.4	Luz exterior en la entrada de las instalaciones	1			
1.5	El ingreso hasta las instalaciones de la OTC sea accesible para vehículos.	1			
1.6	El ingreso hasta las instalaciones de la OTC sea accesible para peatones	1			
1.7	Un estacionamiento lo más cercano posible a las instalaciones de la OTC	1			
1.8	Las instalaciones turísticas deben estar ubicadas lejos de corrales de animales (causan malos olores y presencia de moscas).	1			
1.9	Las instalaciones estarán rodeadas con plantas, árboles, o flores nativas; esto contribuye a mejorar la imagen general y el ambiente de las instalaciones de la OTC.			1	
1.10	Las instalaciones de la OTC cuentan con un tendedero de ropa cubierto.	1			
1.11	Ventanas y vidrios en perfecto estado		1		
1.12	Sistema de calefacción áreas comunes		1		
1.13	Sistema de calefacción hospedaje		1		
1.14	Sistemas de calefacción en área de alimentación		1		
1.15	Se promueve el uso de focos ahorradores	1			
1.16	Las instalaciones en cuanto a tamaño, materiales de construcción y arquitectura estarán armónicamente integrados al paisaje y a las características de la comunidad.	1			
2.	SEÑALIZACIÓN				
2.1	Rótulos visibles en caminos de acceso y en la entrada			1	
2.2	Los senderos cuentan con una señalización interpretativa con información redactada en idioma inglés y español.		1		
	Rotulación en :				
2.3	baños		1		
2.4	áreas de juegos				1
2.5	áreas deportivas				1
2.6	área de camping				1
2.7	area de alimentacion	1			
2.8	área de alojamiento	1			
2.9	habitaciones	1			
2.10	Información visible sobre el manejo de la basura dentro de la OTC		1		
2.11	La OTC tendrá a la vista los números telefónicos de la oferta complementaria.		1		
2.12	La OTC tendrá a la vista los números telefónicos de emergencia necesarios (médico, hospital, cruz roja, bomberos, policía)		1		
2.13	Información visible sobre los servicios que presta la OTC			1	
2.14	Información visible sobre las normas de conducta			1	
3	ÁREAS COMUNES				
3.1	Un espacio para lectura y esparcimiento	1			
3.2	Muebles	1			
3.3	Se cuenta con libros, revistas, mapas, fotografías, guías turísticas, naipes, etc., para la recreación de los visitantes.			1	

3.4	Un área de juegos infantiles			1	
3.5	Se dispone de envases de abastecimiento de agua apta para el consumo humano.			1	
4	BAÑO SOCIAL				
4.1	Lavamanos (accesorios que permiten el ahorro de agua)		1		
4.2	Dispensador de papel higiénico		1		
4.3	Basureros con tapa.	1			
4.4	Ventilación directa o forzada.	1			
4.5	Las paredes y pisos deben estar contruidos o recubiertos por materiales de fácil limpieza y desinfección.	1			
4.6	Ganchillos para las toallas	1			
4.7	Inodoros (ahorradores de agua).	1			
4.8	Toallas de mano.	1			
5	AMBIENTACION				
5.1	Los colores estarán armoniosamente combinados en habitaciones	1			
5.2	Los colores estarán armoniosamente combinados en baños	1			
5.3	Los colores estarán armoniosamente combinados en restaurante	1			
5.4	Los colores estarán armoniosamente combinados en áreas comunes	1			
6	DECORACIÓN				
6.1	Se utiliza para la decoración objetos elaborados en la zona, hechos por la gente local como artesanías, tejidos, vasijas, instrumentos musicales, planchas de carbón, etc. Se recomienda la recopilación y reparación de objetos antiguos que a menudo se tienen en desuso.	1			
6.2	Las cortinas las habitaciones son de tejidos naturales y están en buen estado		1		
6.3	Las cortinas las áreas comunes son de tejidos naturales y están en buen estado		1		
6.4	Las cortinas del restaurante son de tejidos naturales y están en buen estado		1		

PORCENTAJES						
CRITERIOS	PUNTOS	C	CP	NC	NA	TOTAL
PUNTAJE MÁXIMO ESTANDAR	51					
INSTALACIONES	16	50	37,5	12,5	0	25
SEÑALIZACIÓN	14	21,429	35,714	21,429	21,429	25
ÁREAS COMUNES	5	40	0	60	0	25
BAÑO SOCIAL	8	75	25	0	0	25
AMBIENTACION	4	100	0	0	0	25
DECORACIÓN	4	25	75	0	0	25

Anexo 11: Evaluación del hospedaje (ejemplo)

CRITERIOS DE CALIDAD		CRITERIO DE EVALUACIÓN			
		C	CP	NC	NA
6	SERVICIO DE ALOJAMIENTO				
6.1	Habitaciones				
6.1.1	Las habitaciones deberán tener una capacidad maxima para 3 pax		1		
6.1.2	Camas simples de 2.10mts de largo	1			

6.1.3	Colchones	1			
6.1.4	Sábanas	1			
6.1.5	Toallas	1			
6.1.6	Cobijas	1			
6.1.7	almohadas	1			
6.1.8	Armario	1			
6.1.9	ganchos o armadores	1			
6.1.10	Basurero con tapa		1		
6.1.11	Una mesita de noche por cada dos camas		1		
6.1.12	Una mesa con una silla		1		
6.1.13	Una lámpara eléctrica de mesa por lo menos por cada dos camas (o alguna fuente de luz).			1	
6.1.14	Seguridad en las puertas	1			
6.1.15	En las habitaciones se ofrece información que contenga datos de la organización horarios, reglas internas, servicios turísticos.		1		
6.1.16	Ventilación suficiente para el tamaño de la habitación.		1		
6.1.17	Lugar destinado para equipaje.	1			
6.2	Baños de las habitaciones (completos)				
6.2.1	Las habitaciones cuentan con baño privado en relación de 1/3		1		
6.2.2	Lavamanos (accesorios ahorradores)		1		
6.2.3	Espejo		1		
6.2.4	Repisa	1			
6.2.5	Ganchos para ropa,	1			
6.2.6	Sujetador de papel	1			
6.2.7	Basurero con tapa		1		
6.2.8	Rodapiés			1	
6.2.9	dos toallas, una para el cuerpo y otra para las manos por persona	1			
6.2.10	un enchufe junto al espejo		1		
6.2.11	Las duchas con cabezal estar por lo menos a 2.10 mts de alto.	1			
6.2.12	Medio para calentar el agua (solar, eléctrica o gas)	1			
6.2.13	Si usan calefón se debe contar con un cilindro de gas por cada calefón	1			
6.2.14	Las paredes y pisos deben estar construidos o recubiertos por materiales de fácil limpieza y desinfección.	1			
6.2.15	Las duchas cuentan con cortinas de baño	1			

PORCENTAJES						
CRITERIOS	PUNTOS	C	CP	NC	NA	TOTAL
PUNTAJE MÁXIMO ESTANDAR	32					
Habitaciones	17	58,8	35,29	5,88	0	25
Baños de las habitaciones (completos)	15	0	0	0	0	0

Anexo 12: Evaluación de alimentación (ejemplo)

No.	CRITERIOS DE CALIDAD	CRITERIO DE EVALUACIÓN			
		C	CP	NC	NA
7	SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS				
7.1	Comedor o restaurante				
7.1.1	Mesas	1			
7.1.2	Sillas	1			
7.2	Cocina				
7.2.1	Un extintor de incendios	1			
7.2.2	Extractor de olores			1	
7.2.3	Permanentemente el suministro de gas		1		
7.2.4	Los alimentos deben almacenarse en lugares frescos y secos alejados de humedad		1		
7.2.5	Control de rotación e inventario para evitar su caducidad.		1		
7.2.6	El personal de cocina debe mantenerse uniformado o identificado y utilizar gorro y delantal.			1	
7.2.7	Ollas UMCO N°- 40	1			
7.2.8	Ollas UMCO N° 16	1			
7.2.9	Olla UMCO (capacidad 2 litros)	1			
7.2.10	Olla UMCO (capacidad 3 litros)	1			
7.2.11	Olla UMCO (capacidad 4 litros)	1			
7.2.12	Ollas de presión 10 litros	1			
7.2.13	Ollas para agua	1			
7.2.14	Paila N°- 42		1		
7.2.15	Recipientes para ensaladas de aluminio		1		
7.2.16	Cucharones de sopa	1			
7.2.17	Cucharetas de arroz	1			
7.2.18	Espumadera	1			
7.2.19	Pinzas para ensalada	1			
7.2.20	Coladores de aluminio	1			
7.2.21	Sartenes de teflón N° 24	1			
7.2.22	Sartenes de teflón N° 20	1			
7.2.23	Cuchillos grande	1			
7.2.24	Cuchillo mediano	1			
7.2.25	Cuchillo de pan	1			
7.2.26	Charol antideslizante	1			
7.2.27	Cestos de pan	1			
7.2.28	Recipientes para carnes de aluminio	1			
7.2.29	Tablas de picar	1			
7.2.30	Bolillos	1			
7.2.31	Espátulas de aluminio	1			
7.2.32	Cocina industrial	1			

7.2.33	Microondas			1	
7.2.34	Refrigerador	1			
7.2.35	Batidora	1			
7.2.36	Licuada	1			
7.2.37	Horno	1			
7.2.38	Purificadores de agua		1		
7.2.39	Dispensador de agua		1		
7.2.40	Sanduchera			1	
7.3	Vajilla				
7.3.1	La vajilla puede ser de porcelana u otro material similar	1			
7.3.2	Los vasos serán siempre de cristal incoloro	1			
7.3.3	Plato base/docena	1			
7.3.4	Consomeras/docena	1			
7.3.5	Platos planos/docena	1			
7.3.6	Tazas y plato de café/docena	1			
7.3.7	Platos de postre/docena	1			
7.3.8	Cucharas de sopa/docena	1			
7.3.9	Cubiertos tenedores/docena	1			
7.3.10	Cuchillos /docena	1			
7.3.11	Cucharas de postre/docena	1			
7.3.12	Cucharas de café/docena	1			
7.3.13	Vasos de jugo/docena	1			
7.3.14	Vasos de agua/docena	1			
7.3.15	Ajiceros de vidrio	1			
7.3.16	Azucareros	1			
7.3.17	Saleros	1			
7.3.18	Vinagros			1	
7.3.19	Pimenteros			1	
7.3.20	Tetera para café	1			
7.3.21	Tetera para leche de aluminio	1			
7.3.22	Tetera para té o agua de aluminio	1			
7.3.23	Jarras de cristal de aluminio	1			
7.3.24	Limpiones	1			
7.4	Lencería y menaje (de tejidos naturales y estar en buen estado,)				
7.4.1	Manteles	1			
7.4.2	Servilletas	1			

PORCENTAJES						
CRITERIOS	PUNTO S	C	C P	NC	N A	TOTAL
PUNTAJE MÁXIMO ESTANDAR	68					
Comedor o restaurante	2	100	0	0	0	25
Cocina	40	0	0	0	0	0
Vajilla	24	91,7	0	8,333	0	25
Lencería y menaje (de tejidos naturales y estar en buen estado,)	2	100	0	0	0	25

Anexo 13: Evaluación de servicio al cliente (ejemplo)

No.	CRITERIOS DE CALIDAD	CRITERIO DE EVALUACIÓN			
		C	CP	NC	NA
1	PERSONAL Y SERVICIO				
1.1	Por lo menos una persona en la OTC debe hablar inglés básico y de preferencia inglés avanzado.	1			
1.2	El personal debe ser consciente de la realidad ecológica de la zona, conocer los atractivos cercanos, estar capacitado para brindar un buen servicio e información al visitante.	1			
1.4	La OTC, debe tener signos de identificación propios como: Uniformes, placas de identificación de los empleados, entre otros.			1	

PORCENTAJES						
CRITERIOS	PUNTOS	C	CP	NC	NA	TOTAL
PUNTAJE MÁXIMO ESTANDAR	3					
PERSONAL Y SERVICIO	3	66,7	0	33,33	0	25

Anexo 14: Evaluación de guianza y transporte (ejemplo)

No.	CRITERIOS DE CALIDAD	CRITERIO DE EVALUACIÓN			
		C	CP	NC	NA
1	GUIANZA				
1.1	Guía con licencia de guía nativo y/o naturalista	1			
1.2	El guía deberá mostrar destrezas orales y escritas en español y de preferencia en otro idioma extranjero	1			
1.3	El guía tiene conocimientos generales sobre la cultura, el arte, la historia y el entorno del país y/o el lugar donde se desarrolla la operación.	1			
	El guía deberá contar con:				
1.4	Mapas	1			
1.5	Brújula	1			
1.6	linterna	1			
1.7	binoculares	1			
1.8	equipo móvil	1			
1.9	equipo básico de primeros auxilios,	1			
1.10	El guía estará capacitado en primeros auxilios.	1			
2	TRANSPORTE TERRESTRE				
2.1	Paseos en Bicicleta y a caballo y llamas				
2.1.1	Cuenta con equipamiento necesario para la actividad	1			
2.1.2	Cuenta con herramientas para dar mantenimiento al equipamiento		1		
2.1.3	Cuenta con personal capacitado.	1			

3	Coordinación general			
5.1	Existe una estructura organizacional del personal administrativo y operativo de la OTC.	1		
5.2	La OTC debe contar con un programa de capacitación		1	
5.3	Permisos de funcionamiento de acuerdo a lo establecido en el marco legal		1	
5.4	Se cuenta con un sistema básico para llevar al día la contabilidad de la OTC		1	
5.5	Se debe llevar un libro u hojas de reservas de habitaciones y/o servicios.		1	
5.6	Se debe tener un libro de registros de entradas y salidas		1	
5.7	Se debe tener un sistema de quejas y sugerencias		1	
5.8	La folletería de las OTC tendrán datos como; nombre, dirección, teléfono y ruta o forma de acceso hasta el establecimiento, se explicarán los servicios que se prestan, las características de las instalaciones y el entorno, las actividades de recreación que se pueden realizar en la zona y la oferta gastronómica			1
5.9	Se deben aplicar encuestas de satisfacción al cliente			1
5.10	Se debe contar con fichas de descargo de responsabilidad			1
5.11	Se debe contar con modelos de contratos para clientes y/o tour operadores			1
5.12	Las OTC, deben tener una marca propia.		1	
5.13	Las formas de pago están a la vista del visitante			1
5.14	La OTC cuenta con un organigrama de funciones			1
5.15	La OTC debe contar con medios (Pizarra, exhibición, gigantografía, Carpeta, etc.) apropiados que contengan información sobre: precios, servicios, actividades que se ofrecen en la OTC y en la comunidad con horarios y precios, mapa del área, atractivos turísticos de las cercanías, horarios y frecuencias de transportes públicos.	1		
5.16	Se ofrecerá información sobre la historia natural, cultural y social de la comunidad a la cual pertenece la OTC y de cómo esta trabaja cotidianamente	1		
5.17	Se informará al visitante sobre las medidas medioambientales que se toman en la OTC y cómo el visitante puede participar activamente en la aplicación de dichas medidas. Por ejemplo medidas de ahorro de agua, energía, separación de desechos, etc.	1		
5.18	Se informará a los visitantes a través de un medio apropiado el código de conducta de la OTC		1	
5.19	Se tendrá a disposición del visitante y del personal de planta en general, información sobre las especies de flora y fauna existentes en el área de operación de la OTC.		1	

PORCENTAJES						
CRITERIOS	PUNTOS	C	CP	NC	NA	TOTAL
PUNTAJE MÁXIMO ESTANDAR	32					
GUIANZA	10	100	0	0	0	25,00
TRANSPORTE TERRESTRE	3	66,7	33,3	0	0	25,00
Coordinación general	19	21,1	26,3	52,6	0	25,00

Anexo 15: Seguridad e higiene (ejemplo)

No.	CRITERIOS DE CALIDAD	CRITERIO DE EVALUACIÓN			
		C	CP	NC	NA
1	SEGURIDAD E HIGIENE				
1.1	La OTC contará con un botiquín de primeros auxilios		1		
1.2	Un extintor de incendios para el área de uso común			1	
1.3	La OTC tendrá un sistema de comunicación (Teléfono fijo, teléfono móvil, sistema de radio comunicación).		1		
1.4	Existirá información visible sobre el tiempo que se tarda al hospital o centro de salud más próximo en caso de emergencias y donde está ubicado.			1	
1.5	Capacitación sobre manejo de basura orgánica			1	
1.6	Dotación de basureros diferenciados para tratamiento de basura orgánica			1	
2	EQUIPO DE LIMPIEZA				
2.1	Escobas	1			
2.2	Trapeadores	1			
2.3	Recogedores	1			
2.4	Palas	1			
2.5	Carretillas		1		

PORCENTAJES						
CRITERIOS	PUNTOS	C	CP	NC	NA	TOTAL
PUNTAJE MÁXIMO ESTANDAR	11					
SEGURIDAD E HIGIENE	6	0	66,7	133,3	0	50,00
EQUIPO DE LIMPIEZA	5	80	20	0	0	25,00

Anexo 16: Evaluación de la calidad de buen vivir (ejemplo)

EVALUACION DE LA CALIDAD DEL BIEN VIVIR					
ELEMENTOS	MECANISMO DE EVALUACION	Nivel de cumplimiento			OBSERVACIONES
		C	CP	NC	
Organización	La comunidad cuenta con :				
	Su personalidad jurídica	1			La comunidad cuenta con personería jurídica, esto ha permitido que se hayan creado organizaciones; así como la asociación de guías de turismo Razuñan, esta no cuenta con su legalización correspondiente como prestadores de servicios turísticos (Productos) como tal, es decir que esto restringen de alguna manera la prestación de algunos servicios que son ofertados por la organización para ello existe la operadora Puruhá Razurku quien la respalda por la prestación de estos servicios.

	Un reglamento de participación en la actividad turística		1		La comunidad no cuenta con un reglamento de participación en la actividad turística documentada pero todos los miembros y directivas son participes activos de cada actividad a desarrollar en la organización
	Un plan de desarrollo comunitario		1		La comunidad no cuenta con un plan de desarrollo comunitario a pesar de que cuentan con los elementos empresariales y que la organización busca cumplir los objetivos planteados en los mismos
	Un programa de rendición de cuentas		1		la comunidad no tiene un programa de rendición de cuentas, pero la organización planifica verbalmente fechas para la rendición de cuentas que se realiza al finalizar cada periodo administrativo, en donde se da a conocer todo sobre la operación y funcionamiento turístico durante ese periodo de duración
	Un plan de inversiones y distribución de beneficios comunitarios		1		No existe un plan de inversiones actualmente y la distribución de beneficio se realiza en porcentaje (15%) en cada periodo para la comunidad, así también se realiza la distribución de beneficios a los socios o miembros en cada grupo o producto vendido para que luego no sea cumplido realizar este proceso de distribución de beneficio
Total por estándar de evaluación		1	4		
Gestión ambiental y territorial	La comunidad cuenta con un:				
	Plan de gestión y protección del territorio y del patrimonio natural			1	No existe un plan de gestión y protección del territorio y del patrimonio natural documentado a pesar de que la comunidad en conjunto con sus organizaciones tienen ligeros conocimientos sobre el cuidado y protección del patrimonio natural, se puede mencionar que están vinculados al proyecto de Socio bosque el cual contribuye a la conservación ambiental
	Programa de educación ambiental			1	La comunidad no cuenta con un programa de educación ambiental, ya que actualmente no se ha involucrado en temas ambientales
	Programa de manejo de residuos orgánicos			1	La comunidad no cuenta con un programa de manejo de residuos orgánicos, a pesar de que todos los miembros de la organización tienen conocimiento básicos de manejo de desechos orgánicos con esto han generado abono orgánico para la producción de sus tierras en materia agrícola
	La comunidad conoce y aplica las formas ancestrales de protección del patrimonio natural			1	La comunidad se ha ido olvidando poco a poco sobre las formas de aplicación ancestral para la protección ambiental actualmente ya no la aplican
Total por estándar de evaluación		0	1	3	
Revitalización cultural y	La comunidad cuenta con:				

relaciones interculturales	Plan de desarrollo cultural		1		La comunidad no cuenta con un Plan de desarrollo Cultural, a pesar de que la comunidad han tenido a estudiantes trabajando en materia cultural pero no se ha establecido un documento en donde sostenga todo sobre la importancia de un plan de desarrollo cultural, a pesar de que la comunidad trabaja mediante sus actividades en temas culturales
	Programa de formación de gestión cultural comunitaria			1	La comunidad no cuenta con un programa de formación de gestión cultural comunitaria
	Plan de protección y difusión del patrimonio cultural		1		La comunidad al trabajar con turismo comunitario de alguna manera fomenta la protección, rescate y difusión del patrimonio cultural con el desarrollo de sus actividades como complementaria a la oferta, pero no cuenta con una documentación como un programa
	La comunidad conoce y aplica los principios que promueven relaciones intercultural		1		La comunidad tiene conocimientos sobre las relaciones interculturales y las aplican en cada actividad que se desarrolla, con esto fomenta de alguna manera a la protección cultural
Total por estándar de evaluación		0	3	1	
Mejoramiento de las condiciones productivas económicas	La comunidad cuenta con:				
	Un plan de diversificación productiva		1		La comunidad aún siguen conservando la manera de diversificación productiva
	Infraestructura productiva adecuada a su diversificación		1		Existe la infraestructura adecuada para cada producción esto no se ve limitada mejor aún se va mejorando ya que la actividad económica básica es la agricultura
	Una estrategia de la incorporación de mujeres en actividades productivas complementarias		1		Todas las mujeres se han vinculado en actividades productiva complementarias y estas han sido las anfitrionas de estas actividades ya que cada vez se van vinculando más mujeres y más actividades complementarias al desarrollo económico
	Un programa de formación artesanal, agroindustrial, agropecuaria		1		No existe un programa documentado en sí pero la formación artesanal agroindustrial y agropecuaria ha sido fundamental para el desarrollo económico de la comunidad, con esto cada vez va mejorando las condiciones productivas
	Una estrategia de provisión de productos primarios, semielaborados y elaborados por sus miembros, para abastecer la demanda turística		1		La comunidad abastece casi siempre con casi todos los productos necesarios y básicos para complementar la demanda turística
Total por estándar de evaluación		0	5	0	
Mejoramiento de las condiciones	La comunidad cuenta con:				
	Agua potable	1			El servicio de agua es potable en toda la comunidad

básicas de la vida comunitaria	Energía eléctrica	1			El servicio de energía eléctrica es por el sistema interconectado que abastece a toda la comunidad, a pesar de esto la comunidad no cuenta con un sistema de alumbrado público en el interior de la comunidad
	Medio de intercomunicación	1			la comunidad cuenta con el servicio de comunicación móvil y fija con la cobertura adecuada
	Una vía de acceso en buenas condiciones	1			El acceso a la comunidad a vía es de primer orden, desde la ciudad de Riobamba hasta el ingreso de la comunidad, a pesar de ello el camino o la vía por el interior de la comunidad está en malas condiciones se puede mencionar que es d tercer orden (camino de tierra)
	Un sistema de evacuación y tratamiento de aguas servidas		1		La comunidad no cuenta con un sistema de evacuación y tratamiento de aguas servidas en sí, pero si cuenta con un sistema de alcantarillado, este servicio tiene la cobertura en toda la comunidad
	Un sistema de manejo de desechos		1		No existe un manejo de desechos sólidos, pero existe un recolector de basura una vez a la semana y los desechos orgánicos lo utilizan para hacer abonos orgánicos y también como alimentos para animales
	Un plan de mantenimiento y reparación de viviendas e infraestructura social			1	La comunidad no cuenta con un plan de mantenimiento y reparación de viviendas ni de la infraestructura social
	Un plan de ordenamiento territorial		1		El Gad parroquial cuenta con un plan de ordenamiento territorial en donde se involucra a las comunidades de la parroquia por ende la comunidad de Pulingú cuenta con un plan de ordenamiento territorial
	Una adecuada señalización de sus instalaciones comunitarias		1		Las instalaciones cuenta con una señalética básica para la ubicación de los diferentes servicios ofertados pero es necesaria mejorar y aumentar más señalética
	Un plan de seguridad y protección de sus miembros y visitantes		1		No cuentan con un plan de seguridad y protección de sus miembros y visitantes, pero los miembros quienes están a cargo de cada una de las actividades a desarrollar tienen conocimientos sobre la seguridad y protección a sus visitantes
Total por estándar de evaluación	4	5	1		