



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:**

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y TURISTICA**

**TEMA: PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO EN “SAN JOSÉ DE CALERAS” UBICADA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN CAYAMBE, PARROQUIA DE CANGAHUA.**

**AUTOR: EDGAR PAÚL IMBAQUINGO VÁSQUEZ**

**TUTOR METODOLÒGICO: Mg. FRANCISCO DAVID VINUEZA BURGOS**

**QUITO- ECUADOR**

**AÑO: 2019**

## **Dedicatoria**

El presente proyecto de titulación se lo dedico principalmente a Dios quién me guio y estuvo conmigo en cada paso de mi vida, bendiciéndome, inspirándome y dándome las fuerzas necesarias para poder culminar mi meta sin desfallecer, además por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el período de mi carrera universitaria.

## **Agradecimiento**

A mis padres que con su amor, comprensión, trabajo, sacrificio y apoyo incondicional en todos estos años me han permitido haber llegado a concluir con mi meta. Gracias por ser mi pilar fundamental y por confiar en mí en todo momento.

A mis hermanos y amigos por llenarme de alegrías día tras día, por todos los consejos brindados, por compartir su tiempo y su sabiduría conmigo.

Agradezco a mi tutor de tesis MsC. Francisco Vinueza quien con su experiencia, conocimiento y motivación me orientó en la investigación.

Agradezco a todos los docentes que con su sabiduría, conocimiento y apoyo, me motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad Tecnológica Israel.

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Justificación:.....	xiii
Introducción: .....	xv
Capítulo 1 .....	1
1. Contextualización .....	1
Proceso del plan de desarrollo de turismo comunitario .....	9
1.3. Marco Conceptual .....	12
Capítulo 2 .....	14
2. Marco Metodológico y Diagnóstico de necesidades .....	14
2.2. Método deductivo:.....	15
2.3. Método comparativo .....	15
2.4. Método analítico.....	15
2.5. Método cuantitativo.....	16
2.6. Técnicas de investigación a utilizarse .....	16
2.6.1. Entrevista.....	16
2.6.2. La encuesta.....	17
2.6.3. Muestra .....	17
2.6.4. Población .....	18
Muestra:.....	18

2.7.	Tabulación de las encuestas .....	21
2.7.1.	Análisis de la demanda.....	21
2.8.	Conclusión.....	31
Capítulo III.....		32
3.	Índice de la propuesta .....	32
3.1.	Propuesta.....	32
3.1.1.	Título de la propuesta.....	32
3.2.	Presentación .....	32
3.3.	Introducción .....	35
3.4.	Objetivo general .....	36
3.5.	Objetivos específicos.....	36
3.6.	Descripción de la propuesta .....	36
3.7.	Proceso del Plan de Desarrollo de Turismo Comunitario .....	37
3.7.1.	Misión.....	37
3.7.2.	Visión .....	37
3.7.3.	Políticas .....	37
3.8.	Análisis del entorno.....	37
3.9.	Variables políticas .....	38
3.10.	Variables económicas .....	39
3.11.	Variables sociales .....	40
3.12.	Variables tecnológicas .....	41
3.13.	Variables ecológicas .....	41

3.14.	Variables legales.....	42
3.15.	FODA de la comunidad.....	43
3.16.	Programas y proyectos .....	49
3.16.1.	Descripción detallada del programa .....	51
3.16.2.	Descripción detallada del programa .....	53
3.16.3.	Descripción detallada de la actividad .....	56
3.16.4.	Descripción detallada del programa.....	58
3.16.5.	Descripción detallada del programa.....	61
3.17.	Capacitaciones .....	65
3.18.	Señaléticas básicas.....	67
3.18.1.	Pictogramas actividades turísticas .....	68
3.18.2.	Pictogramas de servicios de apoyo .....	69
3.18.3.	Pictogramas de restricción .....	70
3.19.	Promoción y publicidad.....	72
3.19.1.	Imagen corporativa .....	72
3.19.2.	Tríptico .....	74
3.19.3.	Hoja volante.....	75
3.20.	Presupuesto publicidad .....	77
	Bibliografía.....	81
	ANEXOS.....	84

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Edad de potenciales clientes .....	21
Tabla N° 2 Género de potenciales clientes .....	22
Tabla N° 3 Ciudad/país de procedencia de los potenciales clientes. ....	23
Tabla N° 4 Motivo de viaje de los potenciales clientes .....	24
Tabla N° 5 Acompañantes de los potenciales clientes.....	25
Tabla N° 6 Tipo de turismo que prefieren los potenciales clientes.....	26
Tabla N° 7 Actividades turísticas preferidas por los potenciales clientes.....	27
Tabla N° 8 Servicios turísticos demandados por los potenciales clientes. ....	28
Tabla N° 9 Estimación de gasto promedio diario de los potenciales clientes.....	29
Tabla N° 10 Tiempo estimado de estadía por los potenciales clientes .....	30
Tabla N° 11 Foda .....	43
Tabla N° 12 Atractivos turísticos de la comunidad “San José de Caleras” .....	44
Tabla N° 13 Rio Natagacho .....	45
Tabla N° 14 Sendero Queserauco .....	46
Tabla N° 15 Caparina Rrumi.....	47
Tabla N° 16 Arquitectura vernácula .....	48
Tabla N° 17 Actividad #1: camping.....	49
Tabla N° 18 Actividad #2: cabalgatas.....	52
Tabla N° 19 Actividad #3: ciclo turismo .....	54
Tabla N° 20 Actividad #4: Senderismo .....	56
Tabla N° 21 Actividad #5: Pesca deportiva .....	60
<i>Tabla N° 22 Tabla de precios .....</i>	<i>63</i>
Tabla N° 23 Presupuesto.....	64
Tabla N° 24 Capacitaciones .....	65
Tabla N° 25 Presupuesto.....	66

Tabla N° 26 Pictogramas de atractivos naturales.....	67
Tabla N° 27 Pictogramas de atractivos culturales.....	68
Tabla N° 28 Pictogramas actividades turísticas .....	69
Tabla N° 29 Pictogramas de servicios de apoyo .....	70
Tabla N° 30 Pictogramas de restricción.....	71
Tabla N° 31 Presupuesto.....	71
Tabla N° 32 Presupuesto publicidad .....	77
Tabla N° 33 Presupuesto general .....	77
Tabla N° 34 Beneficio económico comunitario.....	79

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Edad de Potenciales clientes.....	21
Gráfico N° 2 Género de potenciales clientes .....	22
Gráfico N° 3 Ciudad/país de procedencia de los potenciales clientes. ....	23
Gráfico N° 4 Motivo de viaje de los potenciales clientes .....	24
Gráfico N° 5 Acompañantes de los potenciales clientes.....	25
Gráfico N° 6 Tipo de turismo que prefieren los potenciales clientes.....	26
Gráfico N° 7 Actividades turísticas preferidas por los potenciales clientes .....	27
Gráfico N° 8 Servicios turísticos demandados por los potenciales clientes .....	28
Gráfico N° 9 Estimación de gasto promedio diario de los potenciales clientes.....	29
Gráfico N° 10 Tiempo estimado de estadía por los potenciales clientes .....	30
Gráfico N° 11 Organigrama jerárquico de la comunidad “San José de Caleras” .....	39
Gráfico N° 12 Logotipo: .....	72
Gráfico N° 13 Tríptico .....	74
Gráfico N° 14 Hoja volante.....	75
Gráfico N° 15 Planificación comunitaria para la administración del proyecto.....	78

## Resumen

Ecuador, considerado como el país de los ‘cuatro mundos’, alberga una lista de atractivos turísticos impresionantes y únicos, que atrae cada año a miles de extranjeros, y de la misma manera promueve enormemente el turismo interno.

El objetivo del trabajo es: Elaborar un “Plan de Desarrollo Turístico Comunitario para “San José de Caleras” que permita el desarrollo sostenible y el rescate de sus raíces ancestrales, este ayudará a que la comunidad pueda tener un mejor estilo de vida.

El turismo en la comunidad se encuentra estancado por la falta de interés del gobierno local, la falta de conocimiento al momento de emprender por parte de los pobladores, no se han realizado investigaciones previas para este tipo de proyectos, por lo cual se realizó un largo trabajo de investigación, utilizando varias herramientas metodológicas como encuestas, entrevistas, así como la observación de campo, la cual ayudó a reunir la información suficiente para desarrollar el presente proyecto. Al desarrollar el capítulo III, en donde se destaca la propuesta, se pueden evidenciar varias estrategias que ayudarán a desarrollar el proyecto, las estrategias van enfocadas a los aspectos más importantes como son: servicio al cliente, promoción turística, conservación ambiental lo cual ayudará a que la comunidad este mejor organizada y pueda ser reconocida como un destino de turismo comunitario único en el sector.

**Palabras clave:** Plan, Desarrollo, Turismo, Comunitario, Estrategia.

## **Abstract**

Ecuador, considered as the country of the world of four worlds ', houses a list of impressive and unique tourist criteria, which attracts thousands of foreigners every year, and in the same way greatly promotes domestic tourism.

The objective of the work is: To prepare a "Community Tourism Development Plan for"San José de Caleras"that allows sustainable development and the rescue of their ancestral roots, helps the community to have a better lifestyle.

Tourism in the community is stagnant due to the lack of interest of the local government, the lack of knowledge at the time of undertaking by the residents, no previous research has been carried out for this type of projects, so there was a long research work, using various methodological tools such as surveys, interviews, as well as field observation, which helped gather enough information to develop this project. When developing Chapter III, where the proposal stands out, several strategies can be evidenced that help to develop the project, the strategies are focused on the most important aspects such as: customer service, tourism promotion, environmental conservation which I know that The community is better organized and can be recognized as a unique community tourism destination in the sector.

**Keywords:** Plan, Development, Tourism, Community, Strategy.

**TEMA:**

Plan de Desarrollo Turístico Comunitario en “San José de Caleras” ubicada en la provincia de Pichincha, Cantón Cayambe, parroquia de Cangahua.

**PROBLEMA:**

El inadecuado aprovechamiento en el manejo de los recursos turísticos dentro de la comunidad “San José de Caleras” ubicada en la provincia de pichincha, cantón Cayambe, parroquia de Cangahua, ha provocado que las actividades no sean rentables para la comunidad y el turismo no vaya en ascenso.

**OBJETIVO GENERAL:**

Diseñar un Plan Turístico Comunitario en “San José de Caleras” a través de la elaboración de acciones organizadas, que permitan impulsar la actividad turística del sector, proveyendo a los visitantes de servicios que garanticen su satisfacción.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Fundamentar teórica y metodológicamente el diseño de un Plan Turístico Comunitario
- Diagnosticar los recursos y potencialidades que se encuentran en la comunidad “San José de Caleras”
- Diseñar un Plan Turístico Comunitario en “San José de Caleras” ubicada en la Provincia de Pichincha, Cantón Cayambe, Parroquia Cangahua.

## **Justificación:**

En los sectores rurales de la provincia de Pichincha, y demás zonas del cantón, la principal actividad es la del desarrollo agrícola y ganadero, siendo esta la fuente de desarrollo a través de las ventas de estos productos, de esta manera el principal sustento económico de las familias que aquí se desenvuelven y que habitan en esta. Son bajos los ingresos y poder alcanzar un nivel de vida cómodo o que cumplan con todas las necesidades básicas para poder cumplir un desarrollo adecuado es bastante difícil, y poder establecer un progreso coordinado para tener una sociedad más tecnificada y con mejores opciones de empleo; así se generan diversos emprendimientos que se acoplan al medio en el que se desarrolla la comunidad de “San José de Caleras”, debido a esto se cuenta con un gran poder de atracción turística tanto a nivel interno de la provincia, del país y desplegando una buena promoción en relación a los convenios del estado ecuatoriano a la comunidad internacional, de esta manera podremos establecer nuevas fuentes de ingresos y poder diversificar la calidad del empleo y la tecnología , que refuerce el poder adquisitivo, básicamente y después la obtención de una óptima calidad de vida en el cantón y las zonas rurales.

La actividad comunitaria en relación al aspecto turístico es solo eso, el mejoramiento de vías, la adecuación de zonas atractivas al visitante, e incluso la adecuación del desarrollo de la actividad agrícola y ganadera a visitas de turismo que puedan ser realizadas por las personas que visitan el lugar, logrando así desarrollar una buena imagen y que el comentario del turista sea atractivo, para que nuevos visitantes concurren en el mismo paseo y los que ya lo han realizado también mantengan esta actividad ,que para ellos será una gran recreación.

La adecuación del turismo a la zona requiere de que se optimicen áreas de recepción de los turistas, para que esta sea confortable y se implemente personal que pueda generar una guianza que dé solución a todas las inquietudes del turista y cuando no se pueda concretar el requerimiento al menos se haga divertido y lo más simple, sincero y con amabilidad, para que la confianza del visitante sea la mejor.

Por otra parte se crean en cada uno de los habitantes valores como la conservación de su medio ambiente, ya que este se convertirá en su base y fuente principal de ingresos, debido a que si más turistas concurren, el resultado se verá reflejado en el aporte a sus economías y a lo que inicialmente se buscaba, el incremento del poder adquisitivo de las familias de la comunidad, y por ende a futuro, un mejor poder adquisitivo.

Esto beneficia no solo a las personas que directamente se encargarían de la actividad turística, sino también el beneficio de manera algo indirecta redundará de muy buena manera en las familias que desarrollan cualquier tipo de actividad en la comunidad, ya que por ejemplo el transporte incrementará sus pasajeros, obteniendo diferentes réditos, los sitios de expendio de alimentos, tendrán un mayor consumo, los sitios de servicios como internet, hospedaje, recreación, tienda o farmacia podrán tener más población fluctuante a la que se podrán ofrecer los productos que ellos ofertan.

Las fuentes de consulta se encuentran en los archivos de la comunidad misma que nos invita a desarrollar un proyecto totalmente ambicioso y que es de un alto porcentaje de aceptación de la comunidad externa, tratando de que el beneficio se diversifique para el mayor número de habitantes y servicios posibles dentro de la comunidad, involucrando el amor por cada uno de sus habitantes y el empeño en crecer de manera coordinada.

## **Introducción:**

En el Ecuador en los últimos años se han incrementado las intenciones de cada sector ,al menos en el área rural por desarrollar proyectos turísticos que atraigan capitales externos a la comunidad, sean de origen nacional o mucho mejor en el caso de capitales extranjeros, dando realce no solamente al turismo interno ecuatoriano y al flujo de capitales externos si no en el mejor de los casos se crea una manera de receptor ingresos del extranjero, entendiendo que la actividad del turismo es de las mejores, más sanas y óptimas para que las personas que habitan las comunidades, diversifiquen sus conocimientos, generen una mayor integración, creen capitales propios y enrumben su calidad de vida a mejores estándares; así la difusión de la cultura de cada uno de los pueblos será mejor y el atractivo artesanal, cultural, autóctono y real del pueblo ecuatoriano se verá reflejado en los ingresos, que podrán ser utilizados para reforzar su intención de proyectos y dejar de ser simples proyectos de papel, constituyéndose más aun en realidades y opciones potenciales para el visitante; sin dejar de lado que el incremento de opciones de empleo es mayor.

La actividad turística en relación a la acción del visitante normalmente degenera el medio, pero eso es una situación que el generador de turismo deberá cuidar, forjando una concientización al visitante de cuidado de la naturaleza y reforzando la misma con actividades como la reforestación, el reciclaje y reutilización de objetos que permiten dar una mayor calidad natural a las cosas.

“El Turismo Comunitario en el Ecuador es la forma primordial y de mayor relevancia dentro de nuestro país. En Ecuador somos líderes en este tipo de actividad ya que a nivel nacional se cuenta con una gran cantidad de comunidades que ofrecen este tipo de turismo”. (Ecuador, centro turistico comunitario salango, 2018)

Las necesidades económicas, sociales y culturales, e incluso actividades inesperadas como las de religiosidad, medicina ancestral, cultura y consumo de souvenirs o artesanías; es algo que debe apuntar el desarrollo en diversas formas como la logística y la oportunidad , coordinando ágilmente las opciones de oferta de cada sitio al visitante, en este caso será el de la comunidad de “San José de la Calera”, el que se beneficiará, pero antes de esto se deberá cuidar hasta el más mínimo detalle de concientizar a las personas que podrán lograr un desarrollo mejor y mayor para la comodidad de sus familias, es necesario entonces una estructuración correcta de un plan que sea de factible implementación en la comunidad, cumpliendo ciertos requisitos y logrando que sea controlado por los mismos comuneros pero de manera ordenada y con sugerencias guiadas a la consecución del beneficio de la población, realizando este como una propuesta participativa y enriquecedora.

El presente Plan de Desarrollo Turístico Comunitario en “San José de Caleras”, provincia de Pichincha, surge debido a las necesidades de la comunidad en torno a su necesidad de expansión en lo que se relaciona con aspectos de crecimiento socio económico de una forma sostenible y sustentable, considerando el real valor de cuidado y de manera integra a lo natural de la zona.

## Capítulo 1

### 1. Contextualización

“El turismo comunitario se ha vuelto una práctica mundial con el pasar del tiempo, para establecer un concepto de Turismo Comunitario se definen tres ideas básicas:

- Es netamente una actividad que genera movimiento de capitales y por ende es una actividad económica, creando la activación de los medios de producción para su consecución, además de un intercambio de oferta de servicios y bienes que cada sector turístico tiene para el visitante, con el afán de que las necesidades presentadas en cada visita se vean satisfechas con esta oferta.

- Es de radical importancia que los que ofrecen este servicio sean nativos, autóctonos, originarios del sector donde se genera la propuesta turística y su conformación será en un conjunto de actores que cumplan estas condiciones.

- Cada propuesta ofertada hacia el visitante esta netamente arraigada con la condición de ser algo propio de la zona, de las costumbres o de su patrimonio de la cultura misma de la comunidad que establece el paquete de servicios ofertado, es decir que se genera en el día a día de la convivencia en base a los hábitos diarios de la vida de esta comunidad, elevando así su oferta como propia y generando más atractivos al visitante, añadiendo un reconocimiento a que estos pueblos den valor a sus principios y derechos culturales de territorialidad.

Además de que es una actividad basada en varios ejes, los cuales le permiten mantenerse a lo largo del tiempo y adaptarse de acuerdo al avance del mercado turístico.

Los puntos claves donde el Turismo Comunitario sienta sus bases y su desarrollo son:

1. “Organización: consolidación, mediación, resolución de conflictos y el tejido de estructuras organizativas en las comunidades, organizaciones o emprendimientos de turismo comunitario”. (FEPTCE, 2007), de esta manera se establecen las bases

de formación de la estructura organizativa con condicionamientos que deberán cumplirse para el funcionamiento de esta institución.

2. “Cultura: valorar, concienciar, rescatar y preservar las expresiones culturales propias de las comunidades y comuneros con relación a su territorio”. (FEPTCE, 2007), dar prioridad siempre en la propuesta turística de lo propio, de las condiciones intrínsecas de la comunidad en cada aspecto señalado, mostrando al exterior lo que es de cada pueblo, resaltando su valor y generando esto como un atractivo sin igual.
3. Ambiente: Capacitación, conservación y manejo de los recursos naturales, de los cuales hace uso el turismo comunitario para ofrecer productos turísticos, y la lucha en la recuperación de los territorios comunales para un adecuado manejo por parte de las comunidades. (FEPTCE, 2007), sin despreocuparse del trato sustentable y sostenible a las condiciones naturales, para poder explotar de manera ordenada el atractivo principal que será donde se genere el acto de la oferta turística.
4. “Economía: dinamización, integración y fortalecimiento del modelo de economía social y solidaria motor de los emprendimientos de turismo comunitario”. (FEPTCE, 2007), la captación de los recursos es lo que se busca en este sentido para el progreso de cada pueblo y sobre todo de las personas que en este se desarrollan, para lograr independientemente la autorrealización, por ende el flujo que se genere se debe repartir en pro del producto ofertado, incluyendo en este todas sus características, indispensablemente de la condición de cada ser humano que convive en cada uno de estos pueblos.

“Los proyectos de turismo comunitario en América cuentan con ciertas debilidades que inciden en una falta de apropiación de la comercialización por parte de las poblaciones locales y tour operadores, así como limitaciones en cuanto a la sostenibilidad”.

(CODESPA, 2015) Es por la falta de apoyo técnico en relación a los proyectos que los desarrollan, sin un cuidado tecnificado y de la mano paso a paso en relación a quien auspicia en primera instancia el desarrollo del proyecto, esto por el interés netamente económico de quien invierte y una vez culminado el pago del proyecto solo se deja esté en manos de quien lo administra y no se establece un cuidado de cómo se incrementa su desarrollo.

“A la vez, se encuentran limitaciones que aún están presentes en otros actores públicos y privados en cuanto a la promoción del Turismo rural comunitario y sobre el potencial de las Alianzas Público-Privadas-Comunitarias en este ámbito”. (CODESPA, 2015), generando un ente que desarrolla observación, y permite la planificación de manera cuidadosa para que el efecto de crecimiento sea el necesario en torno a su crecimiento, luego de la etapa de implementación.

“Algunos países de la región están despegando rápidamente en el tema de turismo comunitario, un ejemplo claro es Bolivia “que según (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2018): es una de las naciones de la región con mayor nivel de desarrollo del turismo comunitario, lográndose constituir en un referente para las comunidades de la serranía ecuatoriana sobre todo y también que de alguna manera podrán ser utilizadas por el área rural de la costa ecuatoriana y comunidades del oriente ecuatoriano.

“El país logró ingresar este año al grupo de líderes mundiales por el turismo y su proyección a futuro es muy elogiada por los organismos internacionales.” (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2018)

Para tratar esta temática se realiza el Primer Encuentro Internacional de Turismo Comunitario y Social, realizado en La Paz. “En esta conferencia estuvo Carlos Vogeler, secretario ejecutivo de Relaciones con los Miembros de la OMT” (OMT, Organización Mundial de Turismo, 2018), y “resaltó que en la región existen al menos siete países que

apuestan fuertemente por englobar a las comunidades en el rubro”, constituyéndose como un camino a seguir para lograr que estas comunidades sean parte fundamental del desarrollo de cada uno de sus países, y esto es lo que el Ecuador deberá aprovechar en valor a todo lo que representa su entorno como hemos señalado, natural, cultural, social y de relajación y diversión para el extranjero.

Perú es otro de los países que está dentro de la lista de Vogeler, específicamente en Cusco que es quizá uno de los atractivos más importantes de este país el turismo comunitario se desarrolla ofreciendo al turista la posibilidad de experimentar, de una manera distinta.

Destaca también su planificación y la manera sostenible en la que lo realizan. En ella es importante la participación de los pobladores, quienes se organizan con el objetivo de ofrecerle beneficios a la comunidad mostrando al público lo que se hace en su localidad. Precisamente es Cusco el lugar donde se está aprovechando de la mejor manera la oferta turística del Turismo Rural Comunitario.

“Colombia ha definido los lineamientos para el desarrollo del Turismo Comunitario teniendo siempre un compromiso con la comunidad a intervenir, ya que el principal objetivo de los proyectos de este tipo es causar el menor impacto posible en el medio.”

(Fontur, 2019)

El objetivo principal de este proyecto es mejorar la calidad de vida de sus pobladores, y que a su vez tengan nuevas fuentes de ingresos económicos, mayores oportunidades y todo lo que conlleva un proyecto, todo esto de la mano con la preservación de sus riquezas tanto naturales como culturales.

Este país cuenta con un fondo nacional para el turismo el cual apoya al desarrollo de esta actividad, mediante la creación de programas y ofreciendo asesoría a las comunidades y sus pobladores, a su vez se crean alianzas estratégicas para mayor efectividad al momento de la aplicación. (Fontur, 2019)

Costa Rica es quizá uno de los países involucrados en el turismo comunitario, que más se preocupa por el tema de la sostenibilidad aquí buscan una interacción equilibrada de tres factores esenciales dentro de la industria del turismo: la administración apropiada de los recursos naturales y culturales; la mejoría de la calidad de vida de las comunidades vecinas y el éxito económico el cual contribuye a otros programas del desarrollo nacional.

“El disfrutar de la atención personalizada que le permite profundizar en los conocimientos de la cultura campesina, las tradiciones agrícolas y de pequeñas industrias artesanales, adentrándose en la ruralidad del país mediante la gastronomía tradicional, la autenticidad de las comunidades” (Esencial Costa Rica, 2017)

“Las riquezas expresadas en su forma de vida en un ambiente natural, donde las prácticas sostenibles promovidas por los empresarios prevalecen como parte de este producto.” (Esencial Costa Rica, 2017)

Dentro del marco país en el Ecuador el turismo comunitario ha crecido muy aceleradamente, esto se debe a la gran oportunidad que ve la población a mejorar la calidad de vida con la explotación de estas riquezas, al mismo tiempo que se busca preservar los elementos naturales y culturales y transmitirlos de generación en generación.

En el país existen lugares altamente atractivos desde el punto de vista turístico, que reciben cada año la visita de miles de visitantes atraídos por los paisajes naturales y los recursos culturales existentes. Estas zonas están habitadas por comunidades indígenas. Una población que se caracteriza por los elevados índices de pobreza, falta de servicios básicos (que les impiden recibir turistas y gozar de condiciones de vida dignas) y bajos niveles de desarrollo humano.

“En la Amazonía ecuatoriana existen cerca de 40 proyectos comunitarios dedicados al turismo comunitario. En la provincia de Napo está el proyecto Ricancie, que agrupa

alrededor de diez caseríos típicos que albergan a los turistas.” (Ministerio de Turismo, 2018)

“En Pastaza, en cambio, está el proyecto Atacapi-Papangu. Puyo también cuenta con sitios como la reserva de Fátima, un zoológico que contiene varias especies animales de la selva amazónica”. (Ministerio de Turismo, 2018)

“Muy cerca están el Parque Etnobotánico “Omaere” y la reserva “Hola Vida”. Igualmente, ofrecen la posibilidad de conocer la vegetación y la fauna del sector y adentrarse en las costumbres de las comunidades indígenas.” (Ministerio de Turismo, 2018)

“La mayoría de lugares hospedan a los visitantes en cabañas o en las viviendas de los mismos nativos.” (Ministerio de Turismo, 2018)

“La mejor forma de llegar a estos sitios es a través de las agencias de viaje especializadas en ofertas turísticas hacia la Amazonía. Las hay en Quito y Tena, principalmente.” (Ministerio de Turismo, 2018)

Además de estos podemos tomar como referencia proyectos de este tipo que se han realizado en diferentes partes del país como lo son:

La primera investigación realizada en la universidad :ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA en el año 2015 y según el autor “ PEDRO DAVID BORBOR POZO” quien realiza un: “Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Comunitario en la comuna Ayangué, Parroquia Colonche del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2014” . (Borbor, 2014)

Investigación que resalta el importante lazo que existe entre el turismo comunitario y la preservación ambiental, además de ser un aporte al desarrollo social mejorando la calidad de vida de la población.

La segunda investigación la cual es una propuesta de un “Plan Turístico Comunitario “en la comunidad Santa Rosa ubicada al norte de la Provincia de Imbabura, el autor plantea en un principio “como problema la falta de iniciativas y estrategias por parte de las instituciones públicas y privadas, que conlleven al desarrollo organizado de estas actividades”. (Benavidez, 2014)

Su investigación está basada en la realización de 5 capítulos los cuales son desarrollados de la siguiente manera:

En el primer capítulo se presenta un estudio general y amplio de todo lo que conlleva el concepto de turismo comunitario, además de que se tratan los pasos a seguir para el desarrollo de esta investigación.

En el segundo capítulo del proyecto van escritas las bases fundamentales teóricas para el desarrollo del mismo, además de la metodología a implementarse, para el levantamiento de información que servirá durante el desarrollo de la investigación, a su vez se presenta la etapa de interpretación de información.

En el penúltimo capítulo se redacta de tal manera que se establecen ciertas condiciones y recomendaciones para que cada proyecto sea aplicado en función de lo que se quiera realizar.

Al final se desarrolla el plan que establece las condiciones y proyecciones así como los riesgos que puedan conllevar el acto de implementación de cada planificación en pro de alcanzar el cumplimiento de los objetivos.

La tercera investigación realizada en la universidad “ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE CHIMBORAZO” en el año 2015 y según el autor “CARLOS RENATO CHAVEZ VELASQUEZ”, el cual realiza un estudio para la implementación de un producto turístico en la comunidad de Paquiestancia, cantón Cayambe, provincia de Pichincha.

Uno de los párrafos más llamativos de la investigación es:

El cual resalta el crecimiento del turismo en los últimos años, pasando a ser una de las principales industrias a nivel mundial, es por eso que muchos países apuestan por una mayor inversión a esta industria esperando tener resultados satisfactorios a lo largo del tiempo, además de que es un mercado que va en constante crecimiento y todo dependerá de cómo se adapte como producto. Siendo un aporte que se deberá canalizar en pro del beneficio de la comunidad en todo aspecto y con características y condiciones que la comunidad en conjunto con el ente rector de la administración turística en el país de forma para que sea de la mejor manera controlado y supervisado, intentando el menor daño al ambiente y procurando obtener el mayor rédito para la población donde se genera.

Claro está que el éxito de esta organización se caracterizara por los plus que se añadan a cada detalle y atractivo turístico, logrando así captar la atención del visitante y promoviendo de esta manera a que el consumo de cada paquete y producto turístico sea mayor.

Al igual que las anteriores investigaciones el presente autor tiene como pilar fundamental del proyecto la interacción que haya entre el actor del proyecto y la comunidad en la cual se centrara el mismo, dependiendo de esto se ofertará un producto turístico de calidad que es el objetivo principal del mercado turístico.

Además, da a entender que la conservación ambiental está dentro de los pilares fundamentales para desarrollar un proyecto de esta magnitud.

Luego de realizar un análisis muy detallado de la forma de estructuración de propuestas en cada una de las investigaciones se encuentra como un planteamiento base los siguientes pasos a seguir dentro de nuestro proyecto:

- TÍTULO DE LA PROPUESTA
- INTRODUCCIÓN

- OBJETIVO GENERAL
- OBJETIVOS ESPECÍFICOS
- DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Proceso del plan de desarrollo de turismo comunitario

- MISIÓN
- VISIÓN
- ANALISIS DEL ENTORNO
- OBJETIVOS
- POLÍTICAS
- DEFINIR PROGRAMAS Y PROYECTOS
- DETERMINACIÓN DE ELEMENTOS DE PROMOCIÓN

Esta metodología se utilizará para la elaboración de la propuesta del presente proyecto, debido a que en esta se enmarcan los parámetros más importantes dentro de un plan de desarrollo turístico comunitario el cual viene a ser un conjunto de disposiciones adoptadas por el Estado, para elaborar programas y proyectos específicos, con el fin de proyectar como destino turístico los recursos culturales y naturales de una determinada zona.

En conclusión se puede decir que las tres investigaciones están centradas a un producto turístico la diferencia de la primera con las otras dos es que está más enfocada al mejoramiento de un producto ya existente el cual no se explota de la manera correcta, pero las tres investigaciones destacan la importancia de lograr establecer la oferta de un servicio que cumpla las condiciones de calidad para los turistas y garantizar su satisfacción sin comprometer la conservación ambiental, ni la calidad de vida de los pobladores locales.

En el contexto provincial el gobierno de la provincia de Pichincha, a través de la dirección de economía solidaria impulsan el turismo local y comunitario, mediante un programa

que lo ha denominado "DESCUBRE LA MAGIA DE PICHINCHA" mediante la realización de paseos familiares, miles de ciudadanos han conocido los distintos destinos turísticos que posee esta provincia, Como parte del proyecto están los emprendimientos artesanales y gastronómicos organizados por el Gobierno de Pichincha en las comunidades, son los que prestan servicios de alimentación, de esta manera se fortalece a las organizaciones y asociaciones de economía solidaria en la provincia. Con una sonrisa reciben y atienden a los cientos de turistas que los visitan e intercambian su cultura y costumbres.

Adentrándonos más hacia la localidad en donde realizaremos el proyecto tenemos al cantón: Cayambe, es una ciudad de las tierras altas de Ecuador y cuenta con una población de aproximadamente 30.000 personas. Está situada cerca de la base del volcán Cayambe, la tercera montaña más alta de Ecuador. Muchos de los indígenas que viven cerca de Cayambe hoy en día son descendientes del pueblo Kayambi, un grupo pre-inca que resistió la expansión del Imperio Inca y que fue el primero en conquistar Huayna Capa después de una guerra que duró veinte años. Algunos locales aún hablan quichua, una variedad del quechua, que cambiaron los Kayambi una vez que fueron conquistados por los incas. El español se habla ampliamente en la zona debido a la posterior conquista española de la región.

Cayambe está situada cerca del Ecuador y muchos monumentos cercanos conmemoran este hecho. Además, es conocida principalmente como un centro agrícola debido a sus granjas lecheras que producen deliciosos quesos y a su industria de la madera, así como también muchas plantaciones de flores que se utilizan para suministrar los mercados de flores cortadas.

Las fiestas de Cayambe, se considera una de las más importantes y largas del país, se realizan en los meses de junio, julio y agosto, se desarrollan diversos actos en agradecimiento al Inti Raymi por las cosechas y los productos que nos proporcionan.

“El ritual más amplio e importante, la cosecha tradicional o festival del sol, celebrado en la época del solsticio de junio, en Cayambe se convirtió en la fiesta de San Pedro”.  
(Becker, 2009)

“La población continuó pegada a una cosmología tradicional que resaltaba el significado del volcán Cayambe, el orden natural y las prácticas curativas naturales. La iglesia y el gobierno civil intentaron eliminar las prácticas “paganas” tradicionales, pero sin éxito”  
(Becker, 2009)

“Es conocida por ser una de las ciudades más importantes en la producción de flores a nivel mundial.” (Cañedo, 2015)

Las flores son exportadas a 110 países alrededor del mundo, esto es una gran fuente de ingresos económicos para la localidad con la creación de miles de plazas de trabajo, que permiten a esta ciudad mantener una economía establecida basada principalmente en la floricultura.

En Cayambe el turismo comunitario va en continuo crecimiento por el aumento de interés por parte de los pobladores locales y extranjeros, esto se debe a que las turistas buscan una modalidad diferente de hacer turismo y el comunitario es una muy buena alternativa, a esto se suma la calidad en el servicio que se ofrece en este sector.

Por parte del gobierno cantonal hay muy buen apoyo tanto económico como en la organización; se realizan visitas grupales planificadas a los lugares que estén surgiendo con este tipo de turismo para así darlos a conocer y permitir su reconocimiento y crecimiento respectivamente, actualmente este tipo de turismo en la localidad ya ha

generado ingresos económicos considerables a estos sectores y les ha permitido mejorar la calidad de vida de los pobladores que es el objetivo principal.

“San José de Caleras” en la actualidad no cuenta con la organización adecuada para la realización de actividades turísticas comunitarias, no tienen planificación por parte de sus dirigentes y no se han buscado fuentes de inversión o ayuda como puede ser el GAD cantonal que impulsa y apoya el desarrollo de dichas actividades. Esta localidad posee una gran cantidad de recursos turísticos y culturales que serán muy atractivos para los visitantes si se los oferta de la manera correcta y a su vez permitirá a los pobladores tener una fuente de ingreso adicional que permitirá mejorar su calidad de vida.

### **1.3. Marco Conceptual**

**TURISMO:** Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

**TURISMO SOSTENIBLE:** “Pasear sin destruir, visitar sin dejar una huella negativa, conocer sin ensuciar, descubrir sin destrozar, consumir sin contaminar, ofrecer servicios que respeten el medioambiente, todo eso y más es parte del turismo sostenible.”

**TURISMO CULTURAL:** El Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

**ATRATIVOS TURISTICOS:** Un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés entre los viajeros. De este modo, puede tratarse de un motivo para que una persona tome la decisión de visitar una ciudad o un país.

**AREAS NATURALES PROTEGIDAS:** Son espacios continentales y/o marinos del territorio nacional reconocidos, establecidos y protegidos legalmente por el Estado como

tales, debido a su importancia para la conservación de la diversidad biológica y demás valores asociados de interés cultural, paisajístico y científico, así como por su contribución al desarrollo sostenible del país. (ECUADOR, 2015)

**CULTURA:** Comportamiento y las formas de vivir de un grupo determinado de seres humanos el cual se transmiten de generación a generación.

**CABALGATAS:** Actividad que consiste en montar caballos, permite ingresar a zonas preferentemente agrestes por medio de senderos o rutas identificadas con la posibilidad de disfrutar el gran escenario que ofrece la naturaleza

**HUESPED:** Cliente, que se aloja en un establecimiento hotelero o similar.

**OFERTA TURISTICA:** Conjunto integrado por bienes, prestaciones y atractivos turísticos de diferentes tipos que permiten satisfacer las necesidades de los turistas.

**PAISAJE:** Parte de un espacio geográfico que puede captarse de una sola mirada y que posee unidad en su conjunto. Está integrado por la combinación de elementos inorgánicos y orgánicos en continua evolución.// Estructura y distribución espacial de todos los componentes bióticos y abióticos, de un determinado lugar (OMT). // Espacio cambiante, diferenciado y localizable por su emplazamiento, posición, altitud y coordenadas; diferenciado por su historia, que lo convierte en único y cambiante, por las modificaciones físicas a las que constantemente está expuesto

## Capítulo 2

### 2. Marco Metodológico y Diagnóstico de necesidades

Para la realización de este proyecto se utilizarán materiales así como métodos de investigación, entre los materiales están: cámara de fotos, laptop, flash memory, cuadernos, una motocicleta como medio de transporte hacia la comunidad para la recolección de información.

Los métodos de investigación a utilizarse son:

#### 2.1. MÉTODO CUALITATIVO:

“El método de investigación cualitativa es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados”. (Sinnaps, 2019). Tratándose de atractivos de índole natural, cultural, intrínseco de las personas, el acto principal para lograr entender será la observación.

“analiza el conjunto del discurso entre los sujetos y la relación de significado para ellos, según contextos culturales, ideológicos y sociológicos. Si hay una selección hecha en base a algún parámetro, ya no se considerará cualitativo”. (Sinnaps, 2019), además de todas las condiciones que son innatas de las condiciones propias de los sujetos, ambiente, cultura y demás componentes de un atractivo turístico.

Este método será utilizado dentro de la investigación, para describir las actividades que se planteen en la propuesta del proyecto así como también las cualidades del destino, al mismo tiempo se podrán identificar las debilidades y buscar una solución a estas, las aptitudes de los pobladores también podrán ser identificadas mediante este método y así poder identificar personas que sean capaces de brindar un servicio de calidad al turista y mediante esto garantizar su satisfacción.

## **2.2. Método deductivo:**

“la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación; además, el investigador plantea un problema de estudio delimitado y concreto sobre el fenómeno”. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) (p. 5). “Esta se enfoca principalmente en el conteo y clasificación de datos particulares para la construcción de modelos estadísticos que explican los fenómenos observados”. (Escudero, 2018)

El análisis mediante esta metodología, nos ayudará a realizar un análisis de factores externos e internos que influyen en la comunidad, y mediante la realización de esto obtener datos precisos para la elaboración de la propuesta.

## **2.3. Método comparativo**

Es procesamiento de la información recolectada y “consta de colocar dos o más elementos al lado de otro para encontrar diferencias y relaciones y así lograr definir un caso o problema y poder tomar medidas en el futuro.” (Gutierrez, 2002)

El método comparativo se utilizará para hacer un benchmarking de nuestro proyecto, comparándolo con otros proyectos de la localidad y de los cuales hayan cosas que nos puedan ayudar sin necesidad de que sean las mismas sino mejorándolas de alguna manera, así se le dará un valor adicional a nuestro producto que los demás no lo posean.

## **2.4. Método analítico**

“Se encarga de desglosar las secciones que conforman la totalidad del caso a estudiar, establece las relaciones de causa, efecto y naturaleza. En base a los análisis realizados se pueden generar analogías y nuevas teorías para comprender conductas”. (Gutierrez, 2002)

Mediante este método se podrán analizar más al detalle los productos que serán parte de la propuesta del proyecto, y mediante esto poder garantizar la satisfacción del turista, que es el punto más importante dentro de la industria.

## **2.5. Método cuantitativo**

El método cuantitativo es un procedimiento que se basa en la utilización de los números para analizar, investigar y comprobar tanto información como datos. La investigación o metodología cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas, y es uno de los métodos más conocidos y utilizados en las materias de ciencias, como las matemáticas, la informática y la estadística.

La herramienta a utilizarse mediante esta metodología serán las encuestas en la cual se definirán preguntas claves al posible cliente potencial como: género, procedencia, motivo de viaje, preferencia de actividades a realizar, tiempo de estadía etc.

## **2.6. Técnicas de investigación a utilizarse**

### **2.6.1. Entrevista**

“Es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes”. (Chagoya, 2016)

La entrevista que se realizará para el presente proyecto estará enfocada específicamente a un sector del mercado.

.Actor privado (propietario de algún negocio de características similares)

El actor privado nos dará una visión más clara de cómo administrar estos recursos buscando siempre el mayor beneficio económico, el correcto aprovechamiento y un manejo planificado, lo más importante la adaptación a la evolución del turismo en la actualidad.

## **Conclusión**

Luego de haber realizado nuestra entrevista al señor: Miguel Ángel Farinango quien es Administrador de la hostería “PAPAGAYO” una de las más visitadas en la ciudad de Cayambe, podemos concluir que el mercado turístico brinda grandes oportunidades a todos los negocios relacionados al mismo, a su vez y según la experiencia del entrevistado la clave para lograr el éxito es marcar la diferencia de los demás, con buena atención al cliente, servicios de calidad, talento humano excelente, mejora continua y una de los aprendizajes más importantes: aprender a adaptarse a la evolución del mercado turístico actual.

### **2.6.2. La encuesta**

“En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación”. (Chagoza, 2016)

Las encuestas se realizarán en el Refugio Rúaless Oleas Bergue, en el momento en que los turistas ingresan al sitio. Al ser este el lugar más cercano en donde hay una buena afluencia de turistas tanto nacionales como internacionales y los cuales nos ayudarán a obtener la información que deseamos, mediante preguntas previamente preparadas.

El objetivo principal de las encuestas es aprender más sobre nuestros potenciales clientes, sus necesidades en cuanto a productos y servicios, su nivel socio-económico, además de que obtendremos una retroalimentación mediante sus comentarios los cuales nos ayudarán a tener éxito en el proyecto.

### **2.6.3. Muestra**

En relación al estudio del producto analizado como la muestra se analizó de manera directa el producto turístico que ofrece el refugio RUALES OLEAS BERGUE del nevado Cayambe. En la cual se analizó un 50% al turista nacional, y un 50% al turista extranjero.

#### 2.6.4. Población

El total de turistas que ingresaron al refugio del Cayambe en el año 2018 fueron 9700.

##### Muestra:

La fórmula que se utilizó para el cálculo de la muestra del universo finito de la población es:

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

N: Tamaño de la muestra

Z: 0.95 nivel de confianza de la muestra 1.96

N: Universo (9700)

p: Probabilidad a favor (50%)

q: Probabilidad en contra (50%)

e: 0.06 margen de error.

$$N = \frac{(1.96)^2 * 9700 * (0.50 * 0.50)}{(0.06)^2 * (9700 - 1) + (1.96 * 0.50 * 0.50)}$$

$$N = \frac{9315,88}{32,09}$$

$$N = 290,64$$

291 encuestas que se aplicarán para el desarrollo del presente proyecto.

Las mismas se realizaron con el apoyo de funcionarios del MAE los cuales se prestaron como mediadores, posterior a esto también brindaron su ayuda para realizar la tabulación e interpretación respectiva.



## CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**OBJETIVO:** La presente encuesta se realiza, con la finalidad de recabar datos, sobre las necesidades de los turistas, y mediante esto elaborar un proyecto para satisfacer las mismas.

Estimado encuestado (a); en el presente cuestionario, favor elija según su criterio personal, la respuesta más apropiada para cada una de las preguntas.

### 1. ¿Cuál es su edad?

< de 18 años		26 a 40 años	
18 a 25 años		> 40 años	

### 2. ¿Cuál es su género?

Masculino

Femenino

### 3. ¿Cuál es su ciudad o país de procedencia?

Ibarra		EE.UU	
Cayambe		Francia	
Cuenca		Alemania	
Otavalo		Colombia	
Quito		España	
Ambato		Canadá	

### 4. ¿Cuál es su motivo de viaje?

ESTUDIOS		NEGOCIOS		DISTRACCION		SALUD		TRABAJO	
----------	--	----------	--	-------------	--	-------	--	---------	--

### 5. ¿Cuáles son sus acompañantes durante el viaje?

AMIGOS		FAMILIA		SOLO		PAREJA	
--------	--	---------	--	------	--	--------	--

**6. ¿Cuál es el tipo de turismo de su preferencia?**

COMUNITARIO		AVENTURA		CULTURAL		TODAS LAS ANTERIORES	
-------------	--	----------	--	----------	--	----------------------	--

**7. ¿Cuáles son las actividades preferidas cuando hace turismo?**

CAMINATAS		CABALGATAS		CAMPING		PESCA DEPORTIVA	
-----------	--	------------	--	---------	--	-----------------	--

**8. ¿Cuáles serían para usted los servicios más importantes a la hora de hacer turismo?**

HOSPEDAJE		ALIMENTACION		GUIANZA		TRANSPORTE		TODAS LAS ANTERIORES	
-----------	--	--------------	--	---------	--	------------	--	----------------------	--

**9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a gastar al momento de realizar turismo comunitario?**

Menos de \$15		\$15-\$40		Más de \$40	
---------------	--	-----------	--	-------------	--

**10. ¿Cuál sería el tiempo de su estadía al momento de realizar turismo?**

UN DIA		DOS DIAS		TRES DIAS	
--------	--	----------	--	-----------	--

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

## 2.7. Tabulación de las encuestas

### 2.7.1. Análisis de la demanda

#### EDAD

Tabla N° 1 Edad de potenciales clientes

VARIABLE	TURISTA NACIONAL		TURISTA EXTRANJERO	
	NUMERO	PORCENTAJE	NUMERO	PORCENTAJE
< de 18 años	19	13%	13	19%
18 a 25 años	36	24%	51	36%
26 a 40 años	55	36%	65	49%
> 40 años	39	26%	13	16%
TOTAL	149	100%	142	100%



Gráfico N° 1 Edad de Potenciales clientes

**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de turistas que visitaron el lugar, turistas nacionales como extranjeros están entre 26 a 40 años.

## GÉNERO

Tabla N° 2 Género de potenciales clientes

VARIABLE	TURISTA NACIONAL		TURISTA EXTRANJERO	
	NUMERO	PORCENTAJE	NUMERO	PORCENTAJE
Masculino	85	57%	94	66%
Femenino	64	43%	48	34%
TOTAL	149	100%	142	100%

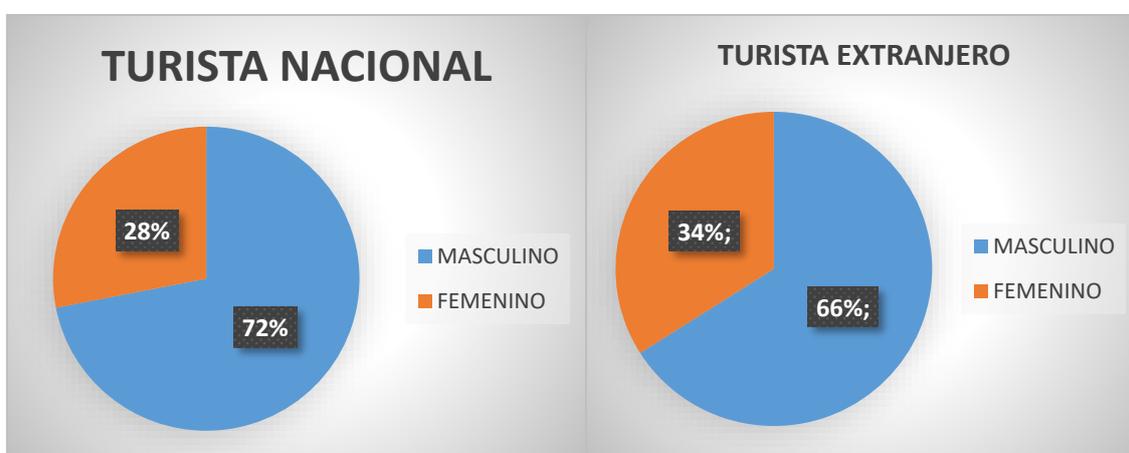


Gráfico N° 2 Género de potenciales clientes

**INTERPRETACIÓN:** El mayor porcentaje de turistas que visitan este lugar es masculino, debido a las condiciones del lugar que es más enfocado a la tipología del turismo de aventura.

## PROCEDENCIA

Tabla N° 3 Ciudad/país de procedencia de los potenciales clientes.

TURISTA NACIONAL			TURISTA EXTRANJERO		
VARIABLE	NUMERO	PORCENTAJE	VARIABLE	NUMERO	PORCENTAJE
Ibarra	28	19%	EE.UU	52	37%
Cayambe	24	16%	Francia	29	20%
Cuenca	3	2%	Alemania	14	10%
Otavaló	40	27%	Colombia	28	20%
Quito	51	34%	España	13	9%
Ambato	3	2%	Canadá	6	4%
<b>TOTAL</b>	149	100%	<b>TOTAL</b>	142	100%

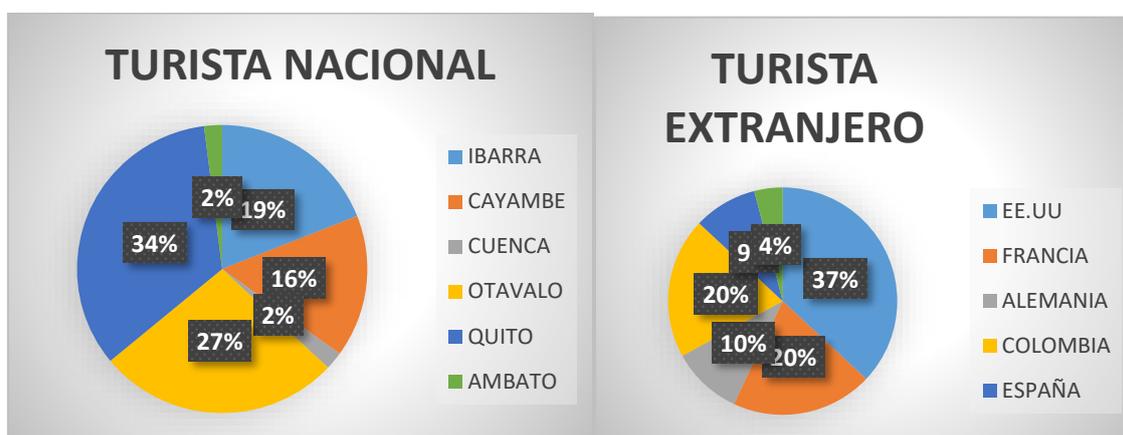


Gráfico N° 3 Ciudad/país de procedencia de los potenciales clientes.

**INTERPRETACIÓN:** El mayor porcentaje en cuanto a turista nacional que visita este destino es Quito, un factor que influye en esto puede ser la cercanía del mismo. En cuanto a turista extranjero el mayor porcentaje lo tiene EE.UU.

## MOTIVO DE VIAJE

Tabla N° 4 Motivo de viaje de los potenciales clientes

VARIABLE	TURISTA NACIONAL		TURISTA EXTRANJERO	
	NUMERO	PORCENTAJE	NUMERO	PORCENTAJE
Estudios	20	13%	-	-
Negocios	15	10%	34	24%
Distracción	91	61%	95	67%
Salud	4	3%	13	9%
Trabajo	20	13%	-	-
<b>TOTAL</b>	149	100%	142	100%



Gráfico N° 4 Motivo de viaje de los potenciales clientes

**INTERPRETACIÓN:** El mayor porcentaje de los turistas nacionales afirma que su motivo principal de viaje es la distracción, lo mismo sucede con los turistas extranjeros.

## TAMAÑO DEL GRUPO

Tabla N° 5 Acompañantes de los potenciales clientes

VARIABLE	TURISTA NACIONAL		TURISTA EXTRANJERO	
	NUMERO	PORCENTAJE	NUMERO	PORCENTAJE
Amigos	38	25%	58	41%
Familia	62	42%	43	30%
Solo	27	18%	21	15%
Pareja	22	15%	20	14%
<b>TOTAL</b>	149	100%	142	100%



Gráfico N° 5 Acompañantes de los potenciales clientes

**INTERPRETACIÓN:** El turista nacional en su mayoría realiza los viajes en familia, los viajes de amigos también ocupan un porcentaje importante dentro de la encuesta, esto no sucede con el turista extranjero que el mayor porcentaje lo ocupa “amigos” seguido por familia.

## TIPO DE TURISMO

Tabla N° 6 Tipo de turismo que prefieren los potenciales clientes

VARIABLE	TURISTA NACIONAL		TURISTA EXTRANJERO	
	NUMERO	PORCENTAJE	NUMERO	PORCENTAJE
Comunitario	77	52%	90	63%
Aventura	27	18%	31	22%
Cultural	17	11%	17	12%
Todas las anteriores	28	19%	4	3%
<b>TOTAL</b>	149	100%	142	100%



Gráfico N° 6 Tipo de turismo que prefieren los potenciales clientes

**INTERPRETACIÓN:** La mayoría de los encuestados, tanto turistas nacionales como extranjeros se inclinan por la tipología del turismo comunitario, y nos da a entender que el proyecto sería viable.

## ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Tabla N° 7 Actividades turísticas preferidas por los potenciales clientes

VARIABLE	TURISTA NACIONAL		TURISTA EXTRANJERO	
	NUMERO	PORCENTAJE	NUMERO	PORCENTAJE
Caminatas	71	47%	58	41%
Cabalgatas	42	29%	20	14%
Camping	18	12%	21	36%
Pesca deportiva	17	12%	13	9%
<b>TOTAL</b>	149	100%	142	100%

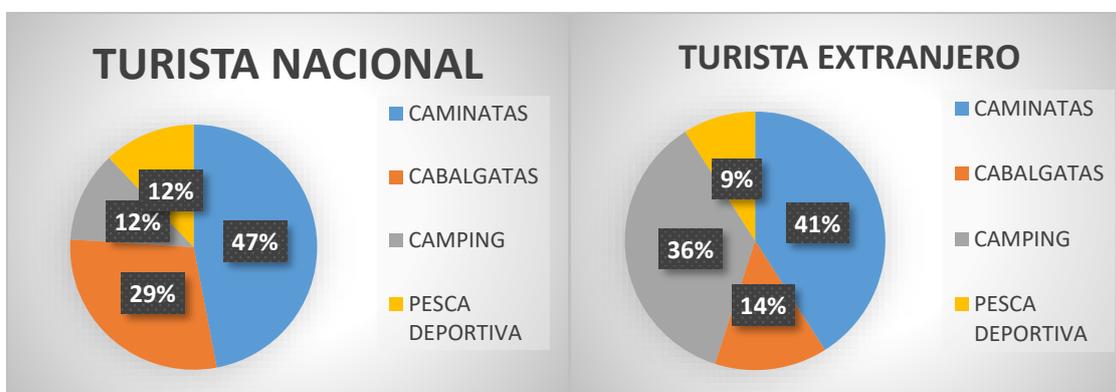


Gráfico N° 7 Actividades turísticas preferidas por los potenciales clientes

**INTERPRETACIÓN:** En los dos casos se puede evidenciar que las caminatas, es la actividad más demandada pero sin ser menos importante las demás actividades, creándolas como un complemento para el proyecto.

## SERVICIOS TURÍSTICOS DEMANDADOS

Tabla N° 8 Servicios turísticos demandados por los potenciales clientes.

VARIABLE	TURISTA NACIONAL		TURISTA EXTRANJERO	
	NUMERO	PORCENTAJE	NUMERO	PORCENTAJE
Hospedaje	21	14%	43	30%
Alimentación	51	34%	28	20%
Guianza	12	8%	36	25%
Transporte	3	2%	6	4%
Todas las anteriores	62	42%	29	21%
<b>TOTAL</b>	149	100%	142	100%

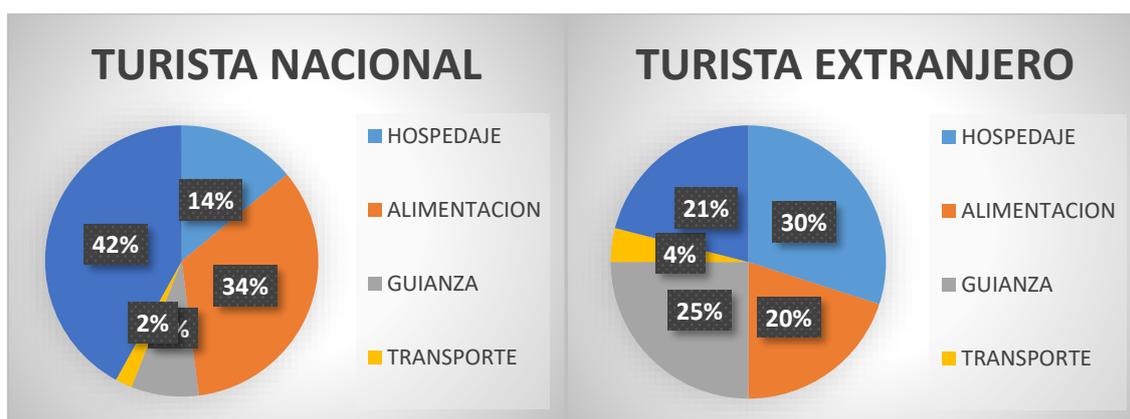


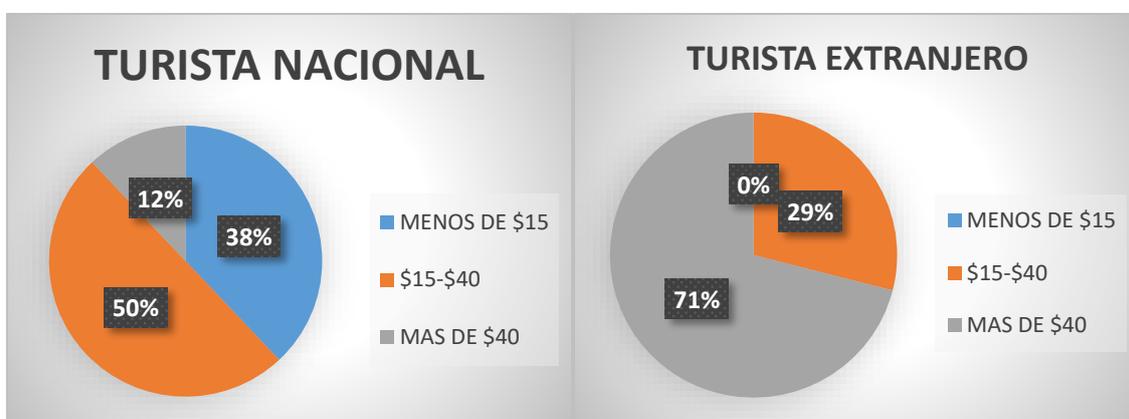
Gráfico N° 8 Servicios turísticos demandados por los potenciales clientes

**INTERPRETACIÓN:** El hospedaje y la alimentación son solicitados con un mayor porcentaje en los dos casos. Es por eso que habría que enfocarse más en estas opciones, teniendo los demás servicios como complementarios.

## ESTIMACIÓN DEL GASTO PROMEDIO DIARIO

*Tabla N° 9 Estimación de gasto promedio diario de los potenciales clientes*

VARIABLE	TURISTA NACIONAL		TURISTA EXTRANJERO	
	NUMERO	PORCENTAJE	NUMERO	PORCENTAJE
Menos de \$15	57	38%	-	-
\$15-\$40	74	50%	41	29%
Más de \$40	18	12%	101	71%
<b>TOTAL</b>	149	100%	142	100%



*Gráfico N° 9 Estimación de gasto promedio diario de los potenciales clientes*

**INTERPRETACIÓN:** En el caso del turista nacional el mayor porcentaje está dispuesto a gastar entre \$15 y \$40, lo cual es una cantidad aceptable para el proyecto. En el caso del turista extranjero su inclinación va hacia gastar más de \$40, para lo cual se debe ofrecer un servicio de calidad.

## TIEMPO ESTIMADO DE ESTADIA

Tabla N° 10 Tiempo estimado de estadía por los potenciales clientes

VARIABLE	TURISTA NACIONAL		TURISTA EXTRANJERO	
	NUMERO	PORCENTAJE	NUMERO	PORCENTAJE
Un día	83	56%	19	13%
Dos días	54	36%	95	67%
Tres días	12	8%	28	20%
<b>TOTAL</b>	149	100%	142	100%



Gráfico N° 10 Tiempo estimado de estadía por los potenciales clientes

**INTERPRETACIÓN:** Para el turista nacional 1 día tiene el mayor porcentaje para su estadía, y para el turista extranjero dos días lleva con gran diferencia a las demás opciones, esto puede darse de acuerdo al tiempo de estadía en el país y la planificación de sus cronogramas.

## **2.8. Conclusión**

La mayoría de las personas tienen una tendencia hacia el desarrollo de actividades que se enmarcarán en el proyecto, siendo este de mayor aceptación por parte de los turistas extranjeros los cuales también alegan que es su motivo principal de viaje, además de la aceptación a los costos impuestos dentro del proyecto para el desarrollo de actividades, por todo esto realizar el proyecto de turismo comunitario dentro de la comunidad sería muy viable y aportaría al crecimiento y mejor estilo de vida para la población local.

## Capítulo III

### 3. Índice de la propuesta

- Título de la propuesta
- Introducción
- Objetivo general
- Objetivos específicos
- Descripción de la propuesta
- Misión
- Visión
- Políticas
- Análisis del entorno
- FODA
- Levantamiento de atractivos turísticos
- Programas y proyectos

#### 3.1. Propuesta

##### 3.1.1. Título de la propuesta

Plan de desarrollo turístico comunitario en “San José de Caleras” ubicada en la provincia de Pichincha, cantón Cayambe, parroquia de Cangahua.

#### 3.2. Presentación

En 1989 los sectores QUESERA UCO, URCO QUESERA Y CALERA mediante la unión de los habitantes, se propone empezar un proceso de separación de la “COOPERATIVA AGROPECUARIA PISAMBILLA” la cual pertenecía al IERAC (Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización), durante un período de dos años en los cuales se realizaron amplias asambleas para debatir el tema del deslindamiento territorial, en la cual se plantean dos propuestas:

1. Creación de una nueva comunidad, en la cual uno de los requisitos primordiales es el número de socios, y dado el caso esto no se puede realizar, porque el número de habitantes de estos tres sectores es limitado.
2. La creación de un “comité” el cual se pudo realizar puesto que se cumplía con el requisito mínimo, que fueran 15 socios.

Luego de tres asambleas de aprobación, se logra por unanimidad la aceptación de la petición de separación de los 3 sectores en cuestión.

El motivo de separación de estos 3 sectores se da a raíz de que tienen nuevas necesidades, estas son insatisfechas por sus órganos rectores, así pretenden regirse bajo una nueva legislación interna propia y con las cuales buscaran satisfacer las necesidades de sus habitantes.

El 19 de noviembre de 1991 el COMITÉ PRO-MEJORAS “SAN JOSE DE CALERAS” es reconocido jurídicamente mediante acuerdo ministerial N. 02367 y abalado por el Ministerio de Bienestar Social.

Una vez constituida se conforma la primera directiva comunitaria en la cual se considera como:

Presidente: Segundo Imbaquingo

Vicepresidente: Matías Cacuango

Secretario: Fabián Imbaquingo

A partir de esto, empieza un período en el cual los miembros directivos que tienen transiciones en etapas de dos años, logran importantes proyectos y beneficios para la comunidad, siendo uno de los más importantes la electrificación de los 3 sectores, en el año 2006 y teniendo como órgano directivo a las siguientes personas:

Presidente: Fabián Imbaquingo

Vicepresidente: Matías Cacuango

Secretario: Florentina Valencia

Tesorero: María Valencia

Hasta la actualidad en la cual la directiva se conforma de la siguiente manera:

Presidente: Fabián Imbaquingo

Vicepresidente: Carlos Imbaquingo

Secretario: Hilda Cacuango

Tesorero: Manuel Gualavisi

La comunidad en la actualidad cuenta con 36 socios y sus respectivas familias, teniendo como población total 80 habitantes, que en su mayoría son menores de edad.

El elemento cultural es una de las características más influyentes ya que las celebraciones de San Pedro, en agradecimiento al sol, la fiesta del Inti Raymi en los que se unen los indígenas y mestizos para ir más allá del festejo y conjugar la cultura y tradiciones del pueblo, siendo un signo de identidad. Es un factor que necesita ser valorizado para dar identidad a las actividades turísticas que se puedan realizar a futuro, logrando el involucramiento de los habitantes de la comunidad, no como objeto de publicidad y explotación. En los meses de junio, julio y agosto la comunidad tiene la costumbre de realizar “Las ramas de gallo”.

La población de la comunidad en un gran porcentaje se dedica a las actividades agrícolas y ganaderas: mediante la producción de leche y su comercialización, en un menor porcentaje se ha producido la migración en busca de mejores oportunidades.

### **3.3. Introducción**

El turismo comunitario muestra un desarrollo muy alto basado en nuevas experiencias y servicios turísticos excelentes con gente eficiente. Este tipo de turismo implica la responsabilidad directa de sus beneficiarios en este caso la comunidad de esta manera desarrollando un proceso de involucramiento y permitiendo que el plan se convierta en una herramienta de desarrollo turístico.

Actualmente se ha tomado con seriedad el lema de TURISMO CONCIENTE, el cual se enfoca con claridad en el turismo natural y a su vez en su nueva forma de Turismo Comunitario, desarrollándolo con calidad y seriedad.

La comunidad “SAN JOSE DE CALERAS” se encuentra ubicada al este del cantón Cayambe, con un limitado número de pobladores quienes cuidan y respetan sus atractivos, esperando el día que gente nueva llegue a conocer y cuidar lo que la naturaleza les ha regalado. Estos comuneros tienen muchas ganas de aprender cosas nuevas que sirvan para el progreso de su comunidad; en este caso educarse en la rama turística logrando alcanzar nuevos conocimientos que se empleen como base en el plan de desarrollo que se desea implementar.

El PLANDETUR 2020 es la base fundamental para la implementación del Plan de Desarrollo de Turismo Comunitario para la comunidad “SAN JOSE DE CALERAS”, aquí están inmersas alternativas de programas y actividades de turismo responsable que involucra la participación de la comunidad y el sector público o privado.

Con este plan se aspira alcanzar acciones significativas entre los comuneros prestando un servicio de calidad, haciendo que la visita de los potenciales turistas sea de su agrado y llene todas sus expectativas logrando así un turismo sostenible y consiente.

### **3.4. Objetivo general**

Desarrollar la actividad turística comunitaria, a través del aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales que posee la comunidad, con el fin mejorar la calidad de vida de la población local y proporcionar un mayor desarrollo social.

### **3.5. Objetivos específicos**

1. Realizar el diagnóstico turístico para lograr determinar oportunidades y limitaciones.
2. Definir los programas y proyectos que se destacarán en el Plan de Desarrollo de Turismo Comunitario.
3. Seleccionar el personal con aptitudes y actitudes, para la gestión y administración
4. Analizar la viabilidad económica del proyecto

### **3.6. Descripción de la propuesta**

El objetivo principal del presente trabajo de investigación es: Implementar un Plan de Desarrollo de Turismo Comunitario para la Comunidad “SAN JOSE DE CALERAS” manteniendo presente el cuidado del patrimonio material e inmaterial y del medio ambiente, logrando con este método un turismo sostenible para la comunidad.

Este plan se realizará a través de un proceso que contiene Misión, Visión, Objetivos, Políticas, Estrategias, Programas, Proyectos y Actividades, trabajando con principios del turismo sostenible, esto significa que contará con la participación de la comunidad. Con este apoyo se desarrollará un turismo consiente tanto para la población como para el medio en cual se desarrolla esta actividad.

Además de que la investigación forjará nuevos conocimientos en la comunidad en el ámbito turístico logrando una interacción entre el visitante y la población, siendo una opción positiva tanto en beneficios para la comunidad como para el proceso y desarrollo del plan de desarrollo turístico.

### **3.7. Proceso del Plan de Desarrollo de Turismo Comunitario**

#### **3.7.1. Misión**

Impulsar la actividad turística en la comunidad “SAN JOSE DE CALERAS” mediante programas y proyectos de desarrollo, que beneficien a sus habitantes tanto económica como socialmente, conservando sus recursos naturales y culturales.

#### **3.7.2. Visión**

En 10 años ser una organización autónoma líder en turismos rurales comunitarios en el cantón Cayambe ofreciendo productos y servicios turísticos alternativos, competitivos y complementarios, con el fin de satisfacer las exigencias del mercado y de los turistas.

#### **3.7.3. Políticas**

Dentro del plan de desarrollo turístico comunitario, para “SAN JOSE DE CALERAS” se proponen como políticas las siguientes:

- Conservar el patrimonio natural y cultural que posee la comunidad, a su vez permitiendo un mayor desarrollo social y económico a sus pobladores.
- Brindar mayores oportunidades a los pobladores y a la comunidad en el ámbito productivo, social y ambiental.
- Enfatizar siempre el mejoramiento de la calidad de vida de la población local.
- Innovar en cuanto crezcan las exigencias del mercado turístico para ofrecer a los clientes siempre un producto de calidad.

### **3.8. Análisis del entorno**

#### **Análisis de situación territorial**

##### **Ubicación**

La comunidad “SAN JOSE DE CALERAS” está ubicada en la parroquia de Cangahua, cantón Cayambe provincia de Pichincha.

El tiempo aproximado de viaje en automóvil desde el centro de Cayambe es de 1 hora 15 minutos, siguiendo la vía al refugio del Cayambe.

### **Limites**

Sus límites son:

- Al norte con la comunidad “El Verde”
- Al sur con la comunidad de “Pisambilla”
- Al este con la comunidad de “Pisambilla”
- Al oeste con la comunidad de Chitachaca

### **Extensión**

**Para la realización del análisis del entorno del presente proyecto se utilizará la herramienta del PEST:**

PEST, PESTEL (también conocido como PESTLE) el cual es un instrumento que ayudará a la investigación mediante la obtención de datos relevantes como lo son: los Factores políticos, económicos, tecnológicos y sociales. (Martin, 2017)

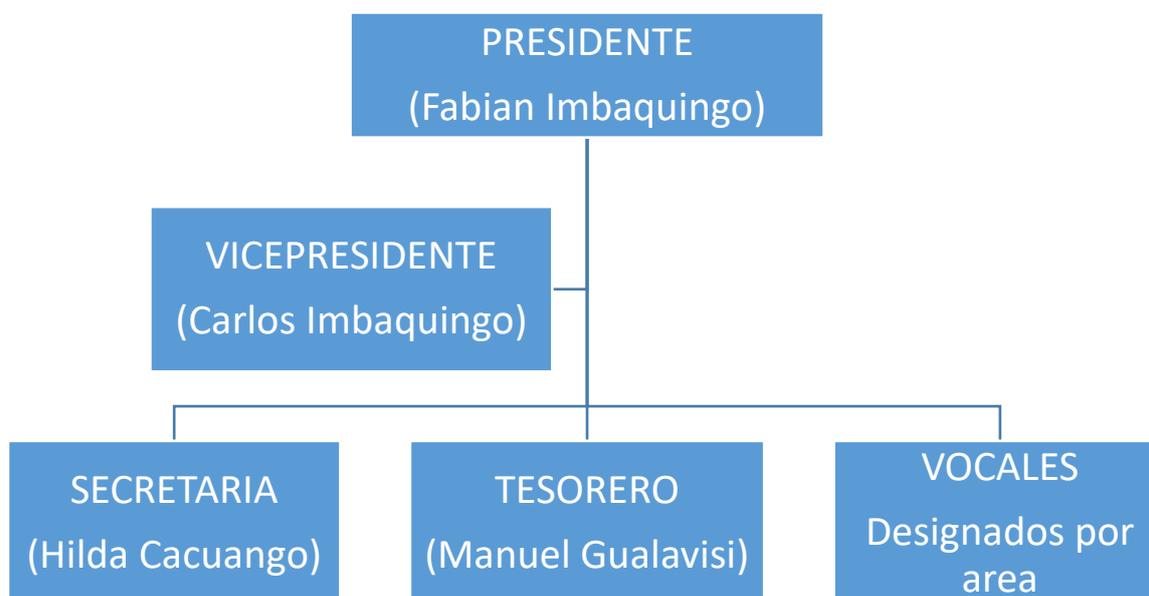
Para lo cual se presentan algunos factores a analizar:

#### **3.9. Variables políticas**

Actualmente el apoyo a proyectos comunitarios por parte de organismos gubernamentales es mucho mayor, y se ha generado un muy buen ambiente de apoyo mutuo, pero todo esto es posible a medida que los representantes comunitarios lo gestionen de la manera correcta, la comunidad en concreto está bajo legislación del GAD parroquial Cangahua.

La comunidad se rige bajo una administración la cual está conformada de la siguiente manera:

## Organigrama jerárquico de la comunidad “San José de Caleras”



*Gráfico N° 11 Organigrama jerárquico de la comunidad “San José de Caleras”*

La elección de los representantes comunitarios se realiza mediante asambleas en las cuales los pobladores mocionan a las personas que creen más capacitadas para gobernarlos, posterior a esto se somete a elección con dos o tres candidatos, cada comunero otorga el voto libremente, al final el candidato con mayor número de votos es elegido como presidente de la comunidad y gobernará por un período de 4 años, luego de esto nuevamente se somete a elección comunitaria y con el mismo proceso de elección.

### **3.10. Variables económicas**

La economía de la comunidad está directamente relacionada con la agricultura y la ganadería, que son las principales actividades productivas. El principal producto agrícola es la papa, siendo el monocultivo una de las características principales en la comunidad y en el cantón en general. Por otra parte existe una mínima producción de cebada, trigo; leguminosas como haba; tubérculos: ocas, mellocos y la mashua.

En la comunidad ha sido tradicional la crianza de cabezas de ganado, aprovechando las condiciones del suelo, apto para pastizales.

La situación socio-económica es heterogénea (desigualdad). En promedio la comunidad tiene 6 hectáreas de suelo por familia, aspecto que impide un mejoramiento en sus condiciones económicas.

El comercio en la comunidad está desarrollado principalmente mediante la venta de mercancías que ellos mismo producen, la ganadería y la producción de leche es otra fuente de ingreso que poseen y mediante esto ellos también pueden abastecerse de productos necesarios para subsistir.

### **3.11. Variables sociales**

Actualmente la comunidad cuenta con 30 familias, que dan una población total de 80, en gran proporción es una población joven, los ancianos y poseedores de grandes conocimientos acerca de la cultura, costumbres y tradiciones comunitarias son muy pocos.

Los habitantes de esta comunidad son de raza mestiza en su totalidad, tienen marcada como su religión la católica, además de un gran espíritu de colaboración, que los caracteriza por lo que son considerados como una población solidaria, minguera y trabajadora. También importante mencionar que la comunidad no cuenta con una institución educativa para educar a los niños, debido a esto deben desplazarse durante una hora caminando hacia la escuela más cercana ubicada en la comunidad vecina del verde. Su gastronomía es muy variada y exquisita para los comensales, entre los que se podría mencionar: Caldo de Gallina Criolla, Cuy Asado, Fritada, Queso Amasado, Borrego Asado, todos estos acompañados por los productos de la tierra: papas, ocas, mellocos, habas, mashua, entre muchos otros.

Las 30 familias que habitan la comunidad, cuentan únicamente con el servicio de luz eléctrica, vías de acceso de segundo orden en buen estado, servicio de transporte organizado por los mismos comuneros.

Las viviendas en un 100% son de tapial un tipo de construcción antigua y recubierta por paja con características especiales, además de la utilización de madera seleccionada para sus acabados. La gestión comunitaria se basa en una relación de mutuo apoyo, sustentada en la posibilidad gestionar obras por parte de los representantes comunitarios a los organismos gubernamentales.

A lo largo del tiempo la comunidad mantiene el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia, esto también se ha visto transmitido en las futuras generaciones, y el objetivo principal de esta comunidad es lograr preservar esto a través del tiempo.

### **3.12. Variables tecnológicas**

La comunidad en cuanto al aspecto tecnológico, cuenta únicamente con la luz eléctrica, carece de servicios importantes como: telefonía fija, telefonía móvil, internet, tv cable, conexión satelital. Haciendo imposible una accesibilidad al mundo de la información

### **3.13. Variables ecológicas**

Mediante un análisis de la población dentro de la comunidad se pudo ver que estos a pesar de no tener programas o proyectos establecidos que busquen la preservación ambiental, la practican realizando actividades de reforestación de especies nativas, este proyecto en particular es impulsado por los propios comuneros sin ningún apoyo de entidades gubernamentales, otra iniciativa que han adoptado es que los páramos y los ríos estén al cuidado de una persona designada por los gobernantes comunitarios y estos también tengan una rotación temporal, por ultimo todas las actividades agrícolas son realizadas con la menor intervención tecnológica y química ,es por eso que los productos de esta comunidad son muy apetecidos en las ferias realizadas en la ciudad.

Al ser esta comunidad limitante con la reserva ecológica CAYAMBE COCA existe una zona de amortiguamiento establecida por el Ministerio de Ambiente y que la comunidad la respeta, con la menor intervención posible dentro de esta, y con mayor razón al ser este el punto de nacimiento de las vertientes de agua que abastecen a la comunidad y a los demás sectores cercanos.

Con esto la comunidad busca generar conciencia hacia las nuevas generaciones sobre la importancia de cuidar los recursos naturales que se encuentra dentro su comunidad para el disfrute de futuras generaciones.

Ya en la actualidad y debido al acceso a la información del mundo actual se han enfocado en esto como una alternativa de desarrollo para su población.

#### **3.14. Variables legales**

De acuerdo al acuerdo ministerial 16, con registro oficial 154, el cual dispone un ***“REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS”***:

En el cual se destacan párrafos importantes que resaltan que el estado garantiza el derecho de todos los pueblos y nacionalidades del país además de que velará por sus derechos en caso que estos sean violentados.

El apoyo extendido al crecimiento de esta actividad, el respaldo que el estado les brindará mediante la gestión y el potenciamiento de esta actividad por parte de la cartera de estado correspondiente.

Como una de las obligaciones de esta reglamentación turística se resalta como muy necesario, elevar los estándares de calidad en cuanto a la prestación de servicios, la constante innovación conforme el mercado se desarrolle, además que las comunidades busquen el desarrollo del turismo como una herramienta de lucha contra la pobreza.

Uno de los capítulos finales de esta reglamentación para el turismo comunitario señala la obligación por parte de los organizadores de proyectos a proporcionar charlas de

capacitación a sus trabajadores e involucrados en el proyecto, para con esto brindar siempre un excelente servicio turístico, mejorando así los estándares de calidad.

### 3.15. FODA de la comunidad

*Tabla N° 11 Foda*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
F1. Disposición de participación de la población local.	O1. Sitio potencial para la actividad de turismo comunitario
F2. Riqueza y variedad de los recursos naturales.	O2. Incremento de la demanda por este tipo de productos.
F3. Organización interna comunitaria.	O3. Probabilidad de alianzas con los servidores públicos
F4. Variedad extensa de flora y fauna	O4. Incentivo a la actividad turística por parte del gobierno
	O5. Preferencia por el tipo de turismo ofertado.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
D1. No se toman las previsiones para minimizar el impacto ambiental.	A1. Vías de acceso en mal estado
D2. Infraestructura	A2. Competencia
D3. Falta de capacitación turística a los pobladores locales	A3. Poco apoyo por parte del gobierno para el desarrollo de esta tipología de turismo
D4. Nula publicidad del lugar y sus atractivos turísticos	A4. Inestabilidad política
D5. Carencia de señaléticas de direccionamiento y de información.	

## Levantamiento de atractivos

### ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA COMUNIDAD “SAN JOSÉ DE CALERAS”

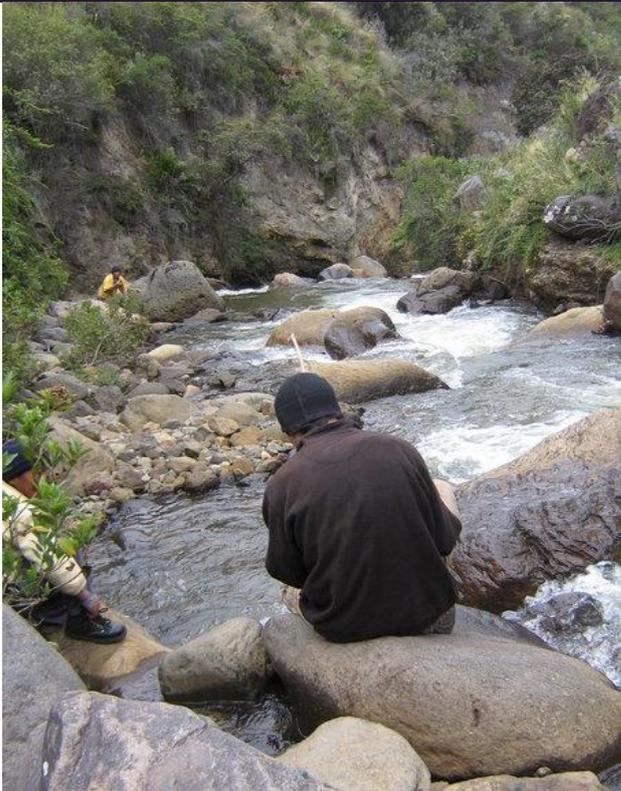
A continuación se realiza una descripción de los hitos turísticos en base a la metodología del MINTUR 2017:

Tabla N° 12 Atractivos turísticos de la comunidad “San José de Caleras”

<b>SENDERO OCSHA-LOMA</b>		
<b>CATEGORIA:</b> natural	<b>TIPO:</b> lugar de observación	<b>SUBTIPO:</b> sendero
<b>PROVINCIA:</b> Pichincha	<b>CANTÓN:</b> Cayambe	<b>LOCALIDAD:</b> Comunidad “San José de Caleras”
<b>JERARQUIA: II</b>		
<b>UBICACIÓN:</b>		
Ubicado a 1 hora y 20 minutos del centro de la ciudad Cayambe, siguiendo por la vía al refugio del nevado Cayambe con dirección noroeste, posee un clima frío.		
<b>CARACTERÍSTICAS:</b>		
	Ocscha-loma que significa, loma de paja en castellano, es un sendero con abundante vegetación, además de que cuenta con diversidad de especies tanto en flora como en fauna, el recorrido por este sendero tarda aproximadamente 2 horas, en las cuales depende al tiempo se pueden observar hermosos paisajes y con vista directa al nevado Cayambe. <b>ACTIVIDADES:</b> senderismo, cabalgatas, ciclo turismo.	
<b>RECOMENDACIONES:</b> Cámara fotográfica, hidratación, impermeable, ropa abrigada.		

FUENTE: EL AUTOR

Tabla N° 13 Rio Natagacho

RIO NATAGACHO		
<b>CATEGORIA:</b> natural	<b>TIPO:</b> ríos	<b>SUBTIPO:</b>
<b>PROVINCIA:</b> Pichincha	<b>CANTÓN:</b> Cayambe	<b>LOCALIDAD:</b> comunidad "San José de Caleras"
<b>JERARQUIA: II</b>		
<b>UBICACIÓN:</b>		
Se encuentra ubicado a 1 hora desde el centro de Cayambe, siguiendo por la vía al nevado Cayambe y desviándose por la comunidad el verde, posee un clima frio.		
<b>CARACTERISTICAS:</b>		
		<p>Este rio es el límite que marca la comunidad de otra, aquí se puede realizar la actividad de pesca deportiva su calmado caudal en una gran ventaja, además de que en sus orillas se pueden observar mucha variedad de especies de flora y fauna, la pesca en este lugar es controlada por los habitantes locales con la finalidad de minimizar impactos ambientales.</p> <p><b>ACTIVIDADES:</b> Pesca deportiva, camping, caminatas ecológicas.</p>
<b>RECOMENDACIONES:</b> Llevar cámara fotográfica, impermeable, ropa adecuada (abrigada), botas de caucho.		

FUENTE: EL AUTOR

Tabla N° 14 Sendero Queserauco

SENDERO QUESERAUCO		
<b>CATEGORIA:</b> Natural	<b>TIPO:</b> Lugar de Observación	<b>SUBTIPO:</b> Sendero
<b>PROVINCIA:</b> Pichincha	<b>CANTÓN:</b> Cayambe	<b>LOCALIDAD:</b> comunidad “San José de Caleras”
<b>JERARQUIA:II</b>		
<b>UBICACIÓN:</b>		
Se encuentra ubicado a 1 hora desde el centro de Cayambe, siguiendo por la vía al nevado Cayambe y desviándose por la comunidad “El verde”, posee un clima frio.		
<b>CARACTERISTICAS:</b>		
		<p>Este es el sendero de mayor extensión dentro de la comunidad, y que comunica a sus tres sectores. A lo largo de este sendero se pueden identificar una extensa variedad de especies tanto en flora como en fauna, además de que durante el recorrido sus habitantes los invitan a compartir actividades junto a ellos.</p> <p><b>ACTIVIDADES:</b> Senderismo, ciclo turismo, cabalgatas, camping.</p>
<b>RECOMENDACIONES:</b> ropa cómoda para la caminata, cámara fotográfica, seguir las recomendaciones del guía.		

FUENTE: EL AUTOR

Tabla N° 15 Caparina Rrumi

<b>CAPARINA RRUMI</b>		
<b>CATEGORIA:</b> Natural	<b>TIPO:</b> Lugar de observación	<b>SUBTIPO:</b> Sendero
<b>PROVINCIA:</b> Pichincha	<b>CANTON:</b> Cayambe	<b>LOCALIDAD:</b> Comunidad "San José de Caleras"
<b>JERARQUIA: II</b>		
<b>UBICACIÓN:</b>		
Ubicado a 1 hora y 20 minutos del centro de la ciudad Cayambe, siguiendo por la vía al refugio del nevado Cayambe con dirección noroeste, previo desvió por la comunidad el verde, posee un clima frio.		
<b>CARACTERISTICAS:</b>		
	<p>“CAPARINA RRUMI” que traducido al castellano significa piedra de la comunicación, su ubicación en el centro de la comunidad la ha hecho acreedora de este nombre, desde aquí se visualiza directamente al nevado Cayambe y una gran variedad de paisajes únicos.</p> <p><b>ACTIVIDADES:</b> Observación paisajística, caminatas en su alrededor.</p>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> Tener a la mano una cámara fotográfica, ropa abrigada acorde al clima frio del lugar.		

FUENTE: EL AUTOR

Tabla N° 16 Arquitectura vernácula

ARQUITECTURA VERNÁCULA		
<b>CATEGORIA:</b> Cultural	<b>TIPO:</b> Arquitectura	<b>SUBTIPO:</b> Histórica
<b>PROVINCIA:</b> Pichincha	<b>CANTON:</b> Cayambe	<b>LOCALIDAD:</b> comunidad “San José de Caleras”
<b>JERARQUIA: II</b>		
<b>UBICACIÓN:</b>		
Ubicado a 1 hora y 20 minutos del centro de la ciudad Cayambe, siguiendo por la vía al refugio del nevado Cayambe con dirección noroeste, previo desvió por la comunidad el verde, cuenta con un clima frio.		
<b>CARACTERISTICAS:</b>		
		<p>Todas las viviendas de la comunidad son con cubiertas de paja la cual los habitantes locales la preparan por un largo periodo de tiempo antes de utilizarla, sus paredes son de tapial (barro prensado). El 90% de las viviendas son de este tipo.</p> <p><b>ACTIVIDADES:</b> caminatas, observación.</p>
<b>RECOMENDACIONES:</b> Llevar cámara fotográfica, ropa adecuada al clima frio.		

**FUENTE: EL AUTOR**

### 3.16. Programas y proyectos

#### PROGRAMA # 1: ACTIVIDADES

**Objetivo:** Incentivar al turista, a realizar actividades dentro de la comunidad, buscando siempre el menor impacto ambiental, y a su vez buscando el desarrollo comunitario.

La creación de este programa, está basado en las encuestas que se realizaron para este proyecto en el cual se pudo identificar gran interés por parte de los turistas hacia esta actividad, en especial el turista extranjero que alcanzó un porcentaje de aceptación de 36%, además de las condiciones geográficas y los espacios que posee la comunidad son aptos para el desarrollo de dicha actividad.

*Tabla N° 17 Actividad #1: camping*

<b>NOMBRE DEL PROGRAMA</b>	<b>CAMPING</b>
<b>ACTIVIDAD</b> <b>ESPECIALIDAD</b>	Práctica vivencial (Acompañados de un miembro de la comunidad)
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomentar las relaciones personales en aquellas situaciones que son distintas a las cotidianas.</li><li>• Crear conciencia ambiental.</li><li>• Preservar los recursos naturales.</li></ul>
<b>FECHA</b>	Lunes a Domingo
<b>LUGAR DE CELEBRACIÓN</b>	Comunidad “SAN JOSE DE CALERAS” Sector pasadero.

<b>MATERIAL NECESARIO</b>	Carteles, binoculares, grabadora de audio, cámara fotográfica y/o filmadora.			
<b>PARTICIPANTES</b>	<b>N° turistas</b>	<b>Riesgo</b>	<b>EDAD</b>	<b>Target.</b>
	Máximo 20	Mínimo	-	Visitantes en General
<b>PROGRAMA DE ACTIVIDAD (ITINERARIO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16h00 a 16h15 Bienvenida e introducción</li> <li>• 16h15 a 16h30 Explicación de normativas para la noche de pernoctación.</li> <li>• 16h30 a 19h30 Actividades libres</li> <li>• 19h30 a 21h00 Actividades de integración (acompañados de fogata)</li> <li>• 21h00 descanso</li> </ul>			
<b>EVALUACIÓN</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TIPO EVALUACIÓN</b></li> <li>• <b>ASPECTOS A EVALUAR</b></li> <li>• <b>CRITERIOS</b></li> </ul>	Evaluación directa de opinión  Nivel de satisfacción  Sugerencias o comentarios  Cuestionario para evaluar afluencia y carga turística			
<b>OBSERVACIONES</b>	Sujeto a condiciones y restricciones de la comunidad			

### **3.16.1. Descripción detallada del programa**

Para el presente programas existen dos opciones:

- El cliente lleva su propia carpa
- La comunidad le proporciona una carpa

El precio de la actividad variará de acuerdo al caso que se presente, el sitio de realización de esta actividad será a las orillas del río “Natagacho” el cual se ubica a 1,5 km de la casa comunal en donde es el punto de encuentro para la realización de toda actividad, el lugar estará correctamente adecuado para esta actividad contando con amplios espacios verdes, zona específica para la realización de una fogata buscando siempre el menor impacto ambiental posible.

El cronograma para esta actividad se desarrolla a partir de las 16h00:

En la cual se brindará una bienvenida e introducción de las actividades a realizarse, al mismo tiempo se explican las normativas para la noche de pernoctación.

A partir de las 16h30 a 19h30 los turistas tendrán libertad de realizar cualquier actividad en el lugar, contando con un guía comunitario el cual estará para ayudar y resolver cualquier situación que se presente (opcional el grupo puede solicitar a la comunidad la preparación de las meriendas las cuales tendrán un costo adicional)

Desde las 19h30 a 21h00: Mediante las técnicas de comunicación del guía nativo se realizarán dinámicas que fomenten la unión del grupo, romper el hielo y la tensión que suele darse en los grupos nuevos, se realizarán actividades de integración en general, acompañados de una fogata.

21h00 Descanso por parte de los turistas.

*Tabla N° 18 Actividad #2: cabalgatas*

Según las encuestas aplicadas para el proyecto esta actividad alcanzó un porcentaje de aceptación de 29% en el turista nacional, entonces la implementación de la actividad se hace necesaria dentro del proyecto, para proporcionar al turista diversidad en cuanto a actividades a realizar dentro de la comunidad, además de que se cuenta con los medios necesarios para la realización de la misma.

<b>NOMBRE DEL PROGRAMA</b>	<b>CABALGATAS</b>
<b>ACTIVIDAD</b> <b>ESPECIALIDAD</b>	Interpretación ambiental Visita de atractivos (Acompañados de un miembro de la comunidad)
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rescatar las costumbres ancestrales comunitarias.</li> <li>• Incentivar nuevas formas de hacer turismo.</li> <li>• Preservar los recursos naturales.</li> </ul>
<b>FECHA</b>	Lunes a Domingo (09h00 am hasta 16h00 pm)
<b>LUGAR DE CELEBRACIÓN</b>	Comunidad “SAN JOSE DE CALERAS”
<b>MATERIAL</b> <b>NECESARIO</b>	Carteles, binoculares, grabadora de audio, cámara fotográfica y/o filmadora.

<b>PARTICIPANTES</b>	<b>N° turistas</b>	<b>Riesgo</b>	<b>EDAD</b>	<b>Target.</b>
	Máximo 10	Mínimo	15-40	Visitantes en General
<b>PROGRAMA DE ACTIVIDAD (ITINERARIO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por establecer de acuerdo al flujo de turistas que haya.</li> </ul>			
<b>EVALUACIÓN</b>	Evaluación directa de opinión			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TIPO EVALUACIÓN</b></li> <li>• <b>ASPECTOS A EVALUAR</b></li> <li>• <b>CRITERIOS</b></li> </ul>	Nivel de satisfacción Sugerencias o comentarios Cuestionario para evaluar afluencia y carga turística			
<b>OBSERVACIONES</b>	Sujeto a condiciones y restricciones de la comunidad			

### 3.16.2. Descripción detallada del programa

Para dicha actividad la comunidad proporcionará al turista el caballo y los implementos de seguridad que están establecidos de acuerdo a la legislación turística actual, proporcionando así una mayor seguridad al turista.

El recorrido que se realizará tendrá una distancia aproximada de 5km o el equivalente a una hora como se establece en la tabla de precios, el punto de partida será la casa comunal;

en donde el guía local brinde una breve explicación acerca del programa, cuáles son sus objetivos con los turistas, luego de esto se empezará el recorrido visitando atractivos que tiene la localidad como: Loma Ocshaloma (loma de paja)

Kaparina Rrumi (piedra de comunicación)

**Rio “Natagacho”**

-Vertiente de agua el “salto”

A lo largo del trayecto se realizarán paradas técnicas por parte del guía para responder a cualquier inquietud que tengan los turistas, la travesía contará con una parada en la cual un miembro de la comunidad en su vivienda mostrará el proceso de preparación de la chicha y posterior la degustación de esta bebida a los turistas, para terminar se retornará al punto de partida.

Se realizará el respectivo agradecimiento y despedida a los turistas y así mismo la entrega de información comunitaria impresa.

*Tabla N° 19 Actividad #3: ciclo turismo*

Actividad que no está contemplada dentro de las encuestas como una interrogante, pero se ve como un producto a probar dentro del proyecto, tomando como referencia algunos proyectos locales que lo implementan y logran tener una buena aceptación por parte del turista.

<p><b>NOMBRE DEL PROGRAMA</b></p>	<p><b>CICLOTURISMO</b></p>
<p><b>ACTIVIDAD ESPECIALIDAD</b></p>	<p>Interpretación ambiental (Acompañados de un miembro de la comunidad)</p>

<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar la cultura del deporte.</li> <li>• Preservar los recursos naturales.</li> </ul>			
<b>FECHA</b>	Lunes a Domingo (09h00 am hasta 16h00 pm)			
<b>LUGAR DE CELEBRACIÓN</b>	Comunidad “SAN JOSE DE CALERAS”			
<b>MATERIAL NECESARIO</b>	Carteles, binoculares, cámara fotográfica y/o filmadora.			
<b>PARTICIPANTES</b>	<b>N° turistas</b>	<b>Riesgo</b>	<b>EDAD</b>	<b>Target.</b>
	Máximo 5	Mínimo	15-40	Visitantes en General
<b>PROGRAMA DE ACTIVIDAD (ITINERARIO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por establecer, de acuerdo al flujo de turistas que hayan.</li> </ul>			
<b>EVALUACIÓN</b>	Evaluación directa de opinión			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TIPO EVALUACIÓN</b></li> <li>• <b>ASPECTOS A EVALUAR</b></li> </ul>	<p>Nivel de satisfacción</p> <p>Sugerencias o comentarios</p>			

• <b>CRITERIOS</b>	Cuestionario para evaluar afluencia y carga turística
<b>OBSERVACIONES</b>	Sujeto a condiciones y restricciones de la comunidad

### 3.16.3. Descripción detallada de la actividad

Esta actividad, cumplirá con un recorrido de 5km o el equivalente a una hora en la cual el turista podrá observar diversos paisajes, el guía comunitario realizará paradas estratégicas en algunos puntos para breves explicaciones.

La comunidad proporcionará al turista: la bicicleta para la realización de esta actividad además de los implementos de seguridad, que exige la presente legislación turística.

El turista puede aventurarse por caminos un poco más difíciles, de acuerdo a las expectativas que tenga y desee realizar, siempre y cuando lo comunique al guía para mantenerse atento de su seguridad.

Esta actividad se implementa también enfocándonos en ofrecer una diversidad de actividades al turista y garantizar su satisfacción durante su estadía, los horarios para la realización de dicha actividad no están establecidos previamente, estos se irán desarrollando de acuerdo al flujo de turistas que haya.

#### *Tabla N° 20 Actividad #4: Senderismo*

Dentro de las encuestas realizadas esta es la actividad con mayor demanda por parte de los turistas, alcanza un porcentaje de aceptación del 47% y 41% en turista nacional y extranjero respectivamente, por esto la implementación de la actividad además de que mediante esto se puede apreciar de mejor manera el potencial turístico comunitario.

<b>NOMBRE DEL PROGRAMA</b>	<b>SENDERISMO</b>			
<b>ACTIVIDAD</b> <b>ESPECIALIDAD</b>	Interpretación ambiental (Acompañados de un miembro de la comunidad) Caminatas de observación			
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar el contacto y la relación con el medio ambiente.</li> <li>• Conocer el valor del medio natural y la importancia de contribuir a su protección y mejora.</li> </ul>			
<b>FECHA</b>	Lunes a Domingo (09h00 am hasta 16h00 pm)			
<b>LUGAR DE CELEBRACIÓN</b>	Comunidad “SAN JOSE DE CALERAS”			
<b>MATERIAL</b> <b>NECESARIO</b>	Carteles, binoculares, grabadora de audio, cámara fotográfica y/o filmadora.			
<b>PARTICIPANTES</b>	<b>N°</b> <b>turistas</b>	<b>Riesgo</b>	<b>EDAD</b>	<b>Target.</b>
	Máximo			Visitantes en General

	10	Mínimo	15-40	
<b>PROGRAMA DE ACTIVIDAD (ITINERARIO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 09h00 a 09h15 Bienvenida e introducción</li> <li>• 09h15 a 09h30 Explicación de normativas para todo el recorrido.</li> <li>• 09h30 a 11h30 Recorrido sendero interpretativo, explicación de flora y fauna.</li> <li>• 11h30 a 13h00 Almuerzo</li> <li>• 13h00 a 13h15 Agradecimiento y despedida</li> </ul>			
<b>EVALUACIÓN</b>	Evaluación directa de opinión			
• <b>TIPO EVALUACIÓN</b>	Nivel de satisfacción			
• <b>ASPECTOS A EVALUAR</b>	Sugerencias o comentarios			
• <b>CRITERIOS</b>	Cuestionario para evaluar afluencia y carga turística			
<b>OBSERVACIONES</b>	Sujeto a condiciones y restricciones de la comunidad			

#### 3.16.4. Descripción detallada del programa

La belleza escénica del sendero denominada por la comunidad como “HUAIRA ÑAN” (camino del viento), proporciona paz y tranquilidad, brindando un espacio idóneo para el aprendizaje acerca de la conservación ambiental.

##### **Itinerario.**

09h00 a 09h15: Bienvenida e introducción, por parte del guía nativo a cargo del Tour.

09h15 a 09h30: Explicación de normas de seguridad.

09h30 a 11h30: Recorrido por todo el sendero que tendrá una distancia aproximada de 5km, los cuales se extienden a través de los atractivos más representativos que posee la

comunidad, se iniciará en la loma denominada “OGSHALOMA”(loma de paja) desde la cual el turista tendrá una vista privilegiada de toda la localidad y sus alrededores además de observar el nevado Cayambe en su máximo esplendor, más abajo se encuentra la piedra denominada “CAPARINA RRUMI” que en español significa piedra de la comunicación, ubicada en el sector denominado “Rrumicunga” el guía a cargo les brindará una breve explicación sobre la historia de la piedra, además de que en este mismo lugar se podrá realizar la observación de especies de la localidad y su crianza en pastoreos como son los borregos, caballos, chivos, chanchos etc. Posterior a esto se avanzará hacia el sector denominado pasadero, el cual se encuentra al pie del río “NATAGACHO” en el cual los turistas podrán observar la belleza paisajística del río, sus aguas calmadas en la cual incluso podrían tomarse un baño para refrescarse (con previo aviso al guía comunitario, para garantizar su seguridad), luego se avanzará al atractivo más interesante que tiene la comunidad el cual es una vertiente natural de agua denominada “SALTO” la cual tiene forma de cascada y de la cual nace el líquido vital para abastecer a toda la comunidad. Terminada la observación de estos atractivos y la explicación correspondiente por parte del guía local, se procederá a retornar a la casa comunitaria.

11h30 a 13h00: El turista tendrá a su disposición platos típicos preparados por los miembros de la comunidad con productos de la misma localidad, este servicio tendrá un costo adicional y será de acuerdo a lo que el turista desee consumir; entre los principales platos estarán:

- Bandeja de cuy \$20,00
- Caldo de gallina criolla \$4,00
- Sopa de uchujacu \$4,00
- La chicha (jarra) \$3,00
- Habas con mellocos. \$3,00

13h00 a 13h15

Agradecimiento y despedida, por parte de los comuneros, y se les invita a que sigan observando la localidad sin un cronograma establecido.

*Tabla N° 21 Actividad #5: Pesca deportiva*

Actividad que fue puesta a consideración dentro de las encuestas realizadas al turista y la cual alcanzó un buen nivel de aceptación, siendo una alternativa muy viable y contando su implementación no muy compleja, se establece dentro del proyecto, siendo un factor importante los atributos que posee la comunidad, los cuales ayudan a la fácil creación de la actividad.

<b>NOMBRE DEL PROGRAMA</b>	<b>PESCA DEPORTIVA</b>
<b>ACTIVIDAD ESPECIALIDAD</b>	Interpretación ambiental Recreación de forma sana y formativa
<b>OBJETIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomentar el contacto y la relación con el medio ambiente.</li><li>• Difundir el beneficio ecológico no contaminante en los ríos del país.</li></ul>
<b>FECHA</b>	Lunes a Domingo (09h00 am hasta 16h00 pm)
<b>LUGAR DE CELEBRACIÓN</b>	Comunidad “SAN JOSE DE CALERAS”

<b>MATERIAL NECESARIO</b>	Caña de pescar (proporcionado por la comunidad)			
<b>PARTICIPANTES</b>	<b>N° turistas</b>	<b>Riesgo</b>	<b>EDAD</b>	<b>Target.</b>
	Sin limites	Mínimo	Todos	Visitantes en General
<b>PROGRAMA ACTIVIDAD (ITINERARIO)</b>	<b>DE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De acuerdo a la demanda turística. (la comunidad se adaptará a los horarios de los turistas en ciertas actividades)</li> </ul>		
<b>EVALUACIÓN</b>	Evaluación directa de opinión			
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>TIPO EVALUACIÓN</b></li> <li><b>ASPECTOS EVALUAR</b></li> <li><b>CRITERIOS</b></li> </ul>	<b>A</b>	Nivel de satisfacción Sugerencias o comentarios Cuestionario para evaluar afluencia y carga turística		
<b>OBSERVACIONES</b>	Sujeto a condiciones y restricciones de la comunidad			

### 3.16.5. Descripción detallada del programa

Programa que se realizará en las piscinas de truchas que posee la comunidad, también a estos se los denomina criaderos, ubicada a 1,5 km de la casa comunal.

Para el desarrollo de esta actividad el turista se dirigirá conjuntamente con un guía comunitario hacia este destino, el recorrido será en caballos, una vez se encuentren en el lugar el guía comunitario le proporcionará una caña de pesca al turista y le explicará acerca del desarrollo de esta actividad la cual consiste en que el turista puede sacar una trucha de la piscina: el tamaño de esta será de acuerdo a la suerte del pescador tomando en cuenta que en la piscina se ubican truchas desde los 25 a 35cm, luego de esto y logrado el objetivo regresarán a la casa comunitaria, y los miembros de la localidad brindarán opciones de preparación para el disfrute y satisfacción al turista.

Los horarios para la realización de esta actividad no están previamente establecidos, se irán desarrollando de acuerdo al flujo de turistas que haya en la localidad.

**Tabla N° 22 Tabla de precios**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD DE PERSONAS</b>	<b>PRECIO ADULTOS</b>	<b>PRECIO (ESPECIAL)</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>CAMPING</b>	1	\$2,00	\$1,00	Llevar su propia carpa y se cobra por persona.
<b>ALQUILER DE CARPAS DE CAMPING</b>	1	\$5,00	\$2,50	Alquiler de carpa, capacidad para 2 personas.
<b>CABALGATAS</b>	1	\$10,00	\$5,00	Incluye equipo de protección; por lapso de una hora o un recorrido equivalente a 5Km.
<b>ALQUILER DE BICICLETAS</b>	1	\$5,00	\$2,50	Incluye equipo de protección; por lapso de una hora o un recorrido equivalente a 5Km.
<b>ENTRADA AL SENDERO COMUNITARIO</b>	1	1,00	\$0,50	Entrada incluye guía, para explicación de flora y fauna de la localidad.
<b>GASTRONOMIA (PLATOS TIPICOS)</b>	1	\$5,00	\$3,00	Todos los platos serán con productos naturales de la localidad.
<b>PESCA DEPORTIVA</b>	1	\$5	\$5	

Los precios de las actividades se establecen de acuerdo a la inversión que se realiza para la creación de cada una de ellas, sumado a esto el beneficio comunitario que se buscará será de un 50%.

*Tabla N° 23 Presupuesto*

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>EQUIPOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTE UNITARIO</b>	<b>COSTE TOTAL</b>
<b>CAMPING</b>	<b>CARPAS</b>	<b>10</b>	<b>\$100</b>	<b>\$1000</b>
<b>CABALGATAS</b>	<b>KIT DE PROTECCIÓN</b>	<b>10</b>	<b>\$50</b>	<b>\$500</b>
<b>CICLISMO</b>	<b>BICICLETAS</b>	<b>5</b>	<b>\$300</b>	<b>\$1500</b>
	<b>KIT DE PROTECCIÓN</b>	<b>5</b>	<b>\$50</b>	<b>\$250</b>
<b>SENDERISMO</b>	<b>BOTAS</b>	<b>20</b>	<b>\$10</b>	<b>\$200</b>
	<b>IMPERMEABLES</b>	<b>20</b>	<b>\$5</b>	<b>\$100</b>
<b>PESCA DEPORTIVA</b>	<b>CAÑAS DE PESCA</b>	<b>5</b>	<b>\$30</b>	<b>\$150</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$3,700</b>

## PROGRAMA #2

### 3.17. Capacitaciones

**OBJETIVO:** Preparar al personal para la ejecución eficiente de sus responsabilidades, al momento de ser delegadas sus actividades dentro del proyecto.

*Tabla N° 24 Capacitaciones*

TEMAS	MATERIALES	ENCARGADO	OBJETIVO	RESULTADOS
Introducción al turismo	*Folletos *Videos *Diapositivas *Proyector	Autor del proyecto.	Ayudar a la comunidad a tener un mayor conocimiento acerca del mundo turístico, su importancia y sus beneficios.	Conocimiento del mercado en los pobladores locales.
Formación	*Folletos *Videos *Diapositivas *Hojas *Esferos *Proyector	Autor del proyecto.	Impartir conocimientos básicos orientados a proporcionar una visión general y amplia con relación al contexto de desenvolvimiento.	Elevar y mantener un buen nivel de eficiencia individual y rendimiento colectivo.
Atención al cliente	*Folletos *Videos *Diapositivas *Proyector	Autor del proyecto.	Crear conciencia sobre la importancia del cliente satisfecho, valorando el compromiso y la búsqueda de la excelencia en la atención al cliente.	Lograr la mayor satisfacción posible, a los clientes que visiten el destino.

Administración	*Folletos *Videos *Diapositivas *Proyector	Experto en el área(gestionado por el autor del proyecto)	Buscar el cumplimiento eficaz de los elementos de la administración: planificación, organización, dirección y control.	Permitir a la empresa gozar de una perspectiva bastante amplia del entorno en el cual se desarrolla.
Gestión de cambio	*Reportes del proyecto. *Antecedentes *Hojas *Esferos	Autor del proyecto	Identificar de manera oportuna las acciones que impidan el alcance correcto de los objetivos planteados en un principio.	Reducir el impacto negativo que puedan tener varias actividades dentro del proyecto, aplicando los correctivos necesarios a los mismos.

*Tabla N° 25 Presupuesto*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Folletos</b>	<b>50</b>	<b>\$1</b>	<b>\$50</b>
<b>Hojas</b>	<b>200</b>	<b>0,3 ctvs.</b>	<b>\$6</b>
<b>Esferos</b>	<b>25</b>	<b>0,30 ctvs.</b>	<b>\$7,5</b>
<b>Alquiler Proyector</b>	<b>4</b>	<b>\$10</b>	<b>\$40</b>
<b>Capacitador</b>	<b>1</b>	<b>\$40</b>	<b>\$40</b>
<b>COSTO TOTAL</b>			<b>\$143,5</b>

### PROGRAMA # 3

**OBJETIVO:** Implementar dentro de la comunidad la señalética básica con el fin de orientar a los individuos en distintos lugares, y mediante eso facilitar su recorrido y aumentar el nivel de seguridad.

#### 3.18. Señaléticas básicas

En base al manual de señalización turística (MINTUR, 2017), LA SENALIZACION ES PARTE DE la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos. (BACERRIL, 2016)

La señalización constituye una forma de guía para el individuo en un lugar determinado, que llama discretamente su atención y le da información requerida en forma instantánea y universal.

*Tabla N° 26 Pictogramas de atractivos naturales*

PICTOGRAMAS DE ATRACTIVOS NATURALES	
Áreas protegidas	Sendero
	
Observación de flora	Mirador
	

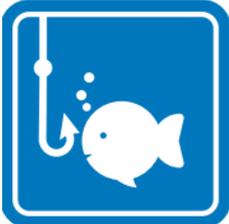
Tabla N° 27 Pictogramas de atractivos culturales

<b>PICTOGRAMAS DE ATRACTIVOS CULTURALES</b>	
<b>Turismo comunitario</b>	<b>Patrimonio cultural</b>
	

### **3.18.1. Pictogramas actividades turísticas**

Representan las actividades turísticas que se producen por la relación oferta/demanda de bienes y servicios implantados por personas naturales o jurídicas que se dediquen de modo profesional a la prestación de servicios turísticos con fines a satisfacer necesidades del visitante-turista. (TURISMO, 2016)

Tabla N° 28 Pictogramas actividades turísticas

PICTOGRAMAS DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS	
Pesca deportiva	Cabalgatas
	
Caminata	Camping
	
Fogatas	Cicloturismo
	

### 3.18.2. Pictogramas de servicios de apoyo

Son aquellas que indican a los visitantes y turistas la ubicación de servicios públicos o privados sea de salud, de comunicaciones y varios. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm (TURISMO, 2016)

*Tabla N° 29 Pictogramas de servicios de apoyo*

PICTOGRAMAS DE SERVICIOS DE APOYO	
Basurero	Servicios higiénicos
	
Alojamiento	Restaurante
	

### **3.18.3. Pictogramas de restricción**

Representan la prohibición de realizar determinada actividad de manera temporal o definitiva de acuerdo a la necesidad o circunstancia. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm (TURISMO, 2016)

Tabla N° 30 Pictogramas de restricción

PICTOGRAMAS DE RESTRICCIÓN	
Prohibido mascotas	No recolectar flora y fauna
	
No arrojar basura	No encender fogatas
	

Tabla N° 31 Presupuesto

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Señaléticas	20	\$5	\$100
Tubos (soportes)	20	\$4	\$80
Cementos	4	\$8	\$32
Pernos	80	0,5 ctvs.	\$40
Placas de aluminio	20	\$3	\$60
<b>GASTO TOTAL</b>			\$312

## PROGRAMA # 4

### 3.19. Promoción y publicidad

**OBJETIVO:** Potenciar la imagen de la marca, logrando de esta manera incrementar el nivel de ventas y a su vez conseguir nuevos clientes y fidelizarlos, promoviendo así el crecimiento del turismo dentro de la comunidad.

#### 3.19.1. Imagen corporativa

NOMBRE: “TURISMO COMUNITARIO SAN JOSE DE CALERAS”

ESLOGAN: “NUESTRO ORGULLO, TU DESTINO”

LOGOTIPO:



*Gráfico N° 12 Logotipo:*

#### “Nuestro orgullo, tu destino”

Hace referencia al sentimiento de amor hacia lo que tiene la comunidad, sus atractivos, su gente, su cultura, sus costumbres y con esto poder transmitir a los demás ese sentimiento logrando un interés hacia la comunidad.

#### Significado de los colores en publicidad

**Blanco:** El color blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la verdad. Se considera el color de la perfección. Influye sobre las personas transmitiendo una sensación de sobriedad y luminosidad.

**Amarillo:** El color amarillo simboliza la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía. Tiene como significado la simpatía y se vincula con el sol.

**Café:** Indica seguridad, constancia, fiabilidad y reflexión

**Azul:** El color azul simboliza lo fresco, lo transparente. Tiene un efecto tranquilizador para la mente

**Verde:** El color verde tiene sensación calmante, simboliza la esperanza y se relaciona con la naturaleza.

**Naranja:** Representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo.

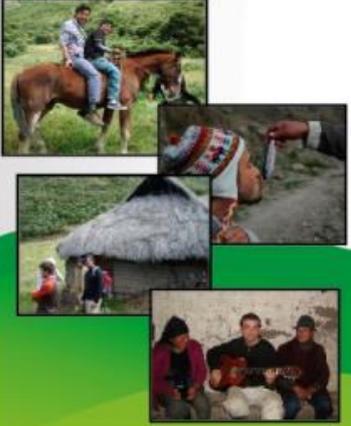
**Rojo:** Significa poder, atracción y además hace que la atención del público quede fijada.

### **Elementos de promoción**

Para el presente proyecto se crearán los elementos de promoción turística como los trípticos y las hojas volantes que son los que mayor impacto tienen al momento de persuadir al cliente a la adquisición de algún producto o servicio.

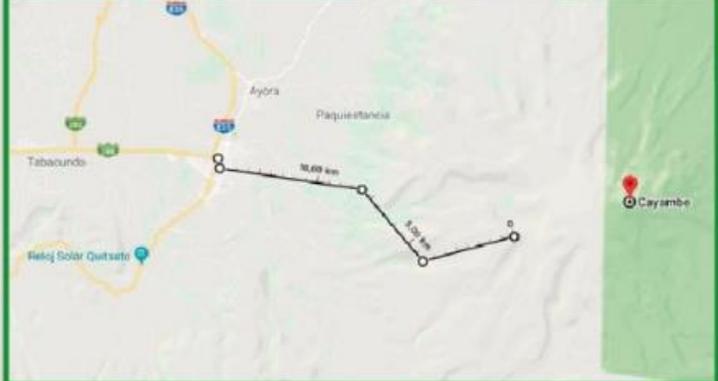
### 3.19.2. Tríptico

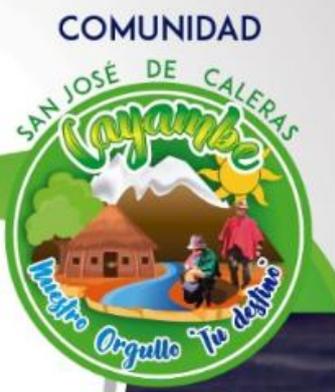
Gráfico N° 13 Tríptico

INTRODUCCIÓN	ACTIVIDADES	CULTURA Y TRADICIONES
<p>La comunidad "San José de Caleras", cuenta con innumerables atractivos turísticos tanto naturales como culturales como son: sus fiestas, gastronomía, costumbres, tradiciones, paisajes y a su vez gran diversidad de flora y fauna, todo este conjunto hacen de la comunidad un destino único de turismo comunitario.</p>	<p>Esta comunidad es conocida por su belleza paisajística y las actividades que aquí se pueden desarrollar, son un gran atractivo para los turistas existen actividades como: camping, ciclismo, pesca deportiva, cabalgatas, senderismo entre otras.</p>	<p>UNA TRADICION QUE SE NIEGA A DESAPARECER DENTRO DE ESTA COMUNIDAD SON LAS RAMAS DE GALLO, QUE SE FESTEJAN EN LOS MESES DE JUNIO JULIO Y AGOSTO EN EL INTY RAYMI.</p>
	 <p><b>GASTRONOMIA</b> Dentro de la comunidad se pueden degustar una infinidad de platos típicos exquisitos, entre los más representativos tenemos el uchujacu, las habas con mellocos, el caldo de gallina y como bebida principal está la chicha de jora.</p>	<p>La denominada rama, con las aves atadas de las patas en un madero, es llevada por dos danzantes en hombros. Actualmente esta costumbre milenaria se desarrolla con frecuencia en comunidades RURALES. "Hay ocasiones que a la rama de Gallos, se suma los mediados". Estos últimos son arcos compuestos por plátanos, naranjas, panes que van colgados en una estructura de carrizo. En ambos casos, la persona que recibe debe restituir dos o dependiendo de la ritualidad.</p>
		

**UBICACIÓN**  
Ubicada a 17km del centro de la ciudad de Cayambe, siguiendo la vía al nevado del mismo nombre, con desvío previo en la comunidad del verde en el km 15.







CONTACTOS: 0979869664  
PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD



### 3.19.3. Hoja volante

**SAN JOSÉ DE CALERAS**  
**Cayambe**  
*Nuestro Orgullo Tu destino*

**CAMPING**  
HOTEL: "5 ESTRELLAS"  
ACAMPAR: "MILES DE ESTRELLAS"  
Crea conciencia ambiental mediante la preservación de recursos naturales a su vez disfruta el encanto nocturno de la comunidad y sus paisajes.

**CABALGATAS**  
HAY DOS COSAS EN LA EQUITACION:  
"LA TÉCNICA Y EL CORAZÓN"  
Rescata con nosotros las culturas ancestrales, disfrutando de un recorrido a caballo por nuestros hermosos paisajes naturales.

**CICLOTURISMO**  
"PEDALEA HOY Y DESCANSA MAÑANA,  
"REPÍTELO A DIARIO Y TU VIDA CAMBIARÁ"  
Creemos juntos la cultura del deporte en conjunto con el turismo, recuerda que el ser humano y la bicicleta constituyen la síntesis perfecta de cuerpo y máquina.

**SENDERISMO**  
UN VIAJERO SIN CAPACIDAD DE OBSERVACION, "ES COMO UN PAJARO SIN ALAS"  
Crea con nosotros un vínculo único con el medio ambiente, sus paisajes, su flora, su fauna, su gente y todo aquello que te encontraras en el camino.

**PESCA DEPORTIVA**  
HAY DIAS DE PESCA, QUE LO UNICO QUE SE PESCA "SON HISTORIAS Y AMIGOS"  
Si necesitas paz y tranquilidad mental, disfruta de esta hermosa actividad en nuestro hermoso y majestuoso río.

**- Actividades -**  
CONTACTO: SR. EDGAR IMBAQUINGO  
09 83 424 652

Gráfico N° 14 Hoja volante

## Redes Sociales



Una de las estrategias más utilizadas en la actualidad, son las redes sociales.

Las marcas se han dado cuenta de que la publicidad en redes sociales es una magnífica forma de poder llegar a su público objetivo y de una forma más barata que otros canales de pago como Google Adwords.

Es por este motivo que en el proyecto se implementaran estas estrategias mediante el uso de plataformas como: Facebook, Instagram y whatsApp, mediante las cuales el turista podrá acceder a información desde la comodidad de su ordenador y a su vez podrá interactuar con los dirigentes comunitarios los cuales le podrán brindar una información más amplia y personalizada que facilite más su visita al destino turístico.

### 3.20. Presupuesto publicidad

Tabla N° 32 Presupuesto publicidad

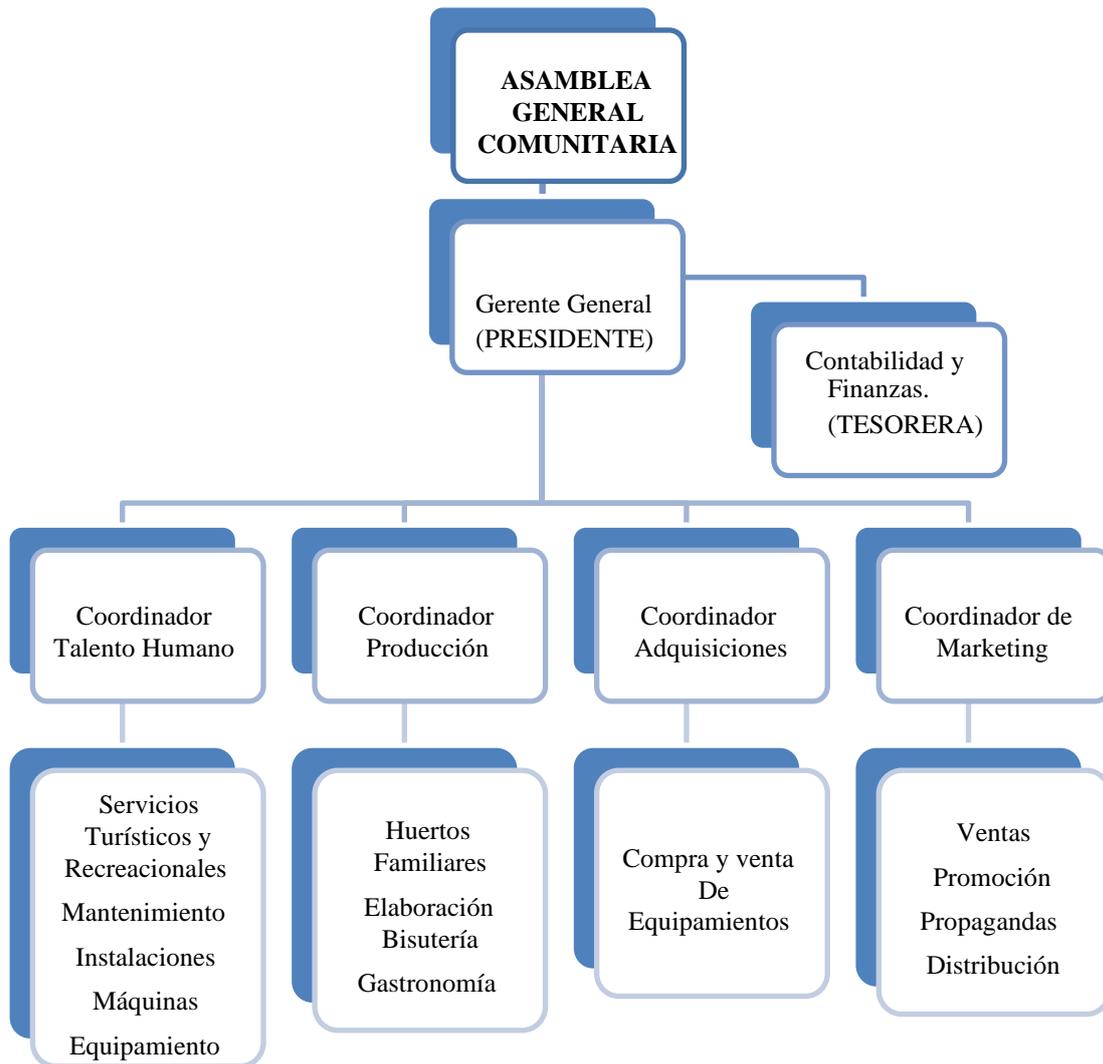
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	TOTAL
Diseño logo	1	\$20	\$20
Impresión trípticos	200	\$3	\$600
Impresión hojas volante	500	\$1	\$500
<b>TOTAL</b>			<b>\$1120</b>

### PRESUPUESTO GENERAL

Tabla N° 33 Presupuesto general

PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Programa # 1	Actividades dentro de la comunidad/adquisición de utilería necesaria.	\$3700
Programa # 2	Capacitaciones a la población local, para mejorar la calidad del servicio.	\$143,5
Programa # 3	Señaléticas dentro de las actividades turísticas a realizar.	\$312
Programa # 4	Promoción y publicidad para posesionar a la comunidad dentro del mercado turístico.	\$1120
<b>TOTAL</b>		<b>\$5275,5</b>

## Planificación comunitaria para la administración del proyecto



*Gráfico N° 15 Planificación comunitaria para la administración del proyecto*

### 3.21. Beneficio económico comunitario

Uno de los objetivos del proyecto, es brindar un mejor estilo de vida a la población local, mediante la generación de plazas de empleo, mayores ingresos económicos, más oportunidades. Es por eso que se buscará que el beneficio económico del proyecto se enfoque principalmente hacia la comunidad.

*Tabla N° 34 Beneficio económico comunitario*

<b>INGRESO/ ACTIVIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>GASTO MANTENIMIENTO</b>	<b>Y BENEFICIO COMUNITARIO</b>
<b>X</b>	<b>X</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>

### **3.22. Conclusiones**

- La fundamentación teórica y metodológica del diseño de un plan de turismo comunitario, nos brindó un conocimiento más general acerca del turismo, lo cual posibilitó efectuar una valoración de datos que son el sustento para el presente trabajo.
- Durante la realización del diagnóstico comunitario, se pudo constatar que existen recursos turísticos únicos que no han sido debidamente aprovechados por falta de conocimiento de la población local.
- Se realiza un diseño de un Plan Turístico Comunitario, el cual cuenta con programas detallados, los cuales permitirán tener una mayor organización interna y control de los mismos a su vez buscando la mejora constante con la finalidad de brindar un servicio de calidad y excelencia a nuestros clientes, a su vez mejorando la calidad de vida de la población local.

### **3.23. Recomendaciones**

- Realizar más publicidad de este hermoso destino turístico a través de cuñas y vallas publicitarias en puntos estratégicos de concentración, con el fin de que las personas tengan conocimiento de este lugar y se pueda incentivar su visita.
- Al contar con una geografía única en la localidad se recomienda a la comunidad y a sus miembros administrativos implementar nuevos atractivos que sean

diversos para el turista en general como por ejemplo: Turismo Gastronómico, Deportes Extremos, entre otros.

- Se recomienda a los principales dirigentes comunitarios gestionar más recursos ya sea de la empresa pública o privada y mediante esto buscar la mejora constante del proyecto y permitirle al mismo posesionarse en el mercado.
- Se recomienda establecer un control de calidad a corto y largo plazo esto permitirá el cuidado y la mejora de los productos y servicios de la empresa. Pero además, permite tomar las decisiones adecuadas acerca de los procesos, detectar a tiempo problemas en la producción o el servicio.

## **Bibliografía**

- BACERRIL, E. (23 de 2 de 2016). *SLIDSHARE*. Obtenido de SLIDSHARE:  
<https://es.slideshare.net/EsperanzaBecerrilMeza/sealetica-objetivos>
- Benavidez Hernandez, M. (2014). *Desarrollo del turismo Comunitario* . Tulcán:  
Politecnica Estatal del Carchi.
- Bolivia Cochabamba, Ciudad de la eterna primavera. (26 de 11 de 2018). *Ciudad de la eterna primavera*. Obtenido de Ciudad de la eterna primavera:  
<http://www.cochabambabolivia.net/el-turismo-comunitario-de-bolivia-esta-entre-los-mas-desarrollados>
- Borbor Pozo, D. (5 de ENERO de 2014). *PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA AYANGUE, PARROQUIA COLONCHE DEL. SANTA ELENA*: Universidad Estatal de la Península de Santa Elena.
- Canann, R. (8 de diciembre de 2012). *lidefer.com*. Obtenido de lidefer.com:  
<https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
- Cañedo Fernandez, M. (2015). *MF1113-1 Recepcion y acondicionamiento de materias primas y materiales de floristeria*. Madrid: Elearning - SL.
- Chagoya, E. R. (28 de ABRIL de 2016). *GESTIOPOLIS*. Obtenido de GESTIOPOLIS:  
<https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Chavez, C. (2016). *turismo comunitario en paquiestancia*. cayambe.
- CODESPA, F. (5 de Febrero de 2015). *Programa rutas*. Madrid: CODESPA. Obtenido de [https://www.codespa.org/aprende/publicaciones/programa-rutas-la-apuesta-por-un-turismo-inclusivo-en-latinoamerica/?gclid=EAIaIQobChMI2d-wuoPy3gIVXv\\_jBx0aMwv5EAAYASAAEgI4afD\\_BwE](https://www.codespa.org/aprende/publicaciones/programa-rutas-la-apuesta-por-un-turismo-inclusivo-en-latinoamerica/?gclid=EAIaIQobChMI2d-wuoPy3gIVXv_jBx0aMwv5EAAYASAAEgI4afD_BwE)
- Colombia, F. (22 de enero de 2018). *Fontur Colombia*. Obtenido de Fontur Colombia:  
<https://fontur.com.co/productos-y-servicios/turismo-comunitario/21>

Diario Opinión. (14 de 04 de 2018). Culturas y tradiciones de Cayambe. *Culturas y tradiciones de Cayambe*, pág. 20.

Ecuador, centro turistico comunitario salango. (20 de FEBRERO de 2018). *QUITO ADVENTURE*. Obtenido de QUITO ADVENTURE: <http://www.quitoadventure.com/espanol/cultura-gente-ecuador/turismo-comunitario-ecuador.html>

ECUADOR, S. N. (3 de ENERO de 2015). *MINISTERIO DEL AMBIENTE*. Obtenido de MINISTERIO DEL AMBIENTE: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/todas-areas-protegidas>

Esencial Costa Rica. (4 de 8 de 2017). *www.visitcostarica.com*. San José: Instituto Costarricense de Turismo. Obtenido de [www.visitcostarica.com](http://www.visitcostarica.com): <https://www.visitcostarica.com/es/costa-rica/things-to-do/rural-tourism>

Fontur. (2019). *Turismo Comunitario*. Bogota: FONDO NACIONAL DE TURISMO.

Gutierrez, A. (2002). METODOS DE INVESTIGACION. En A. Gutierrez, *Abraham Gutierrez* (pág. 256). Quito: serie didactica a.g.

M, G. (10 de ENERO de 2015). *CONCEPTOS*. Obtenido de CONCEPTOS: <https://conceptodefinicion.de/metodo-cualitativo/>

M., A. G. (2002). metodos de investigacion. En A. G. M., *Abraham Gutierrez M.* (pág. 256). Quito: SERIE DIDACTICA A.G.

Marc Becker y Silvia Tutillo, c.-a. (2009). *Marc Becker y Silvia Tutillo, co-autores Historia agraria y social de Cayambe*. Quito: Ediciones Abya Yala.

Martin, J. (15 de MAYO de 2017). *CEREM, INTERNATIONAL BUSINESSSCHOOL*. Obtenido de CEREM, INTERNATIONAL BUSINESSSCHOOL: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>

Ministerio de Turismo. (2018). *Turismo comunitario* . Quito: Ministerio de Turismo.

OMT, Organizacion Mundial de Turismo. (2018). *Informe anual 2018*. Madrid: OMT.

TURISMO, M. D. (5 de ENERO de 2016). *MINISTERIO DE TURISMO*. Obtenido de

MINISTERIO

DE

TURISMO:

<https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizacic3b3n->

25-08-2011.pdf

**ANEXOS**

	
<p><b>Cabalgatas</b></p>	<p><b>Interacción con el caballo</b></p>
	
<p><b>Piedra caparina Rrumi</b></p>	<p><b>Paisajes comunitarios</b></p>
	
<p><b>Comuneros interpretando música</b></p>	<p><b>Vivienda local</b></p>



**Vista panorámica Ocsa-loma**



**Entrada a la comunidad**



**Música local**



**Cabalgatas**



**Caminatas**



**Pesca deportiva**



**Minga comunitaria**



**Recorrido de paramos**



**Pesca en el río "Natagacho"**



**Camping en la comunidad**

## MODELO DE ENTREVISTA



### ENTREVISTA

**ENTREVISTADO: Miguel Ángel Farinango**

**ADMINISTRADOR: HOSTERIA PAPAGAYO CAYAMBE**

**¿Qué significa para ustedes ser la hostería más reconocida de la localidad?**

Empezamos el negocio en 2010, pero este tipo de propiedad ha necesitado mucha inversión en tiempo y dinero tres años antes de su apertura. Pusimos nuestro corazón, alma y dinero en ella, sólo sabíamos que queríamos hacer esto. Una vez abiertos, nos pasamos todo el tiempo asegurándonos de que los clientes estén felices y hacer que se sientan especiales. Ese es nuestro objetivo todos los días, así que sinceramente, no hemos estado pendientes de los premios ni nada por el estilo. No hay palabras para explicarlo, así que me siento emocionado y honrado, es simplemente increíble.

**¿Son importantes los comentarios para tu negocio?**

Por supuesto, es la primera referencia de un cliente que quiere saber más de nosotros. No se puede negar que, en prensa ha aparecido con cosas buenas y malas; pero cuando no tienes un presupuesto de marketing, ya que ha gastado todo en tu hotel, lo que digan de ti es increíblemente importante. Ha sido una parte vital de la verdadera forma de hacer negocios. Se ha hecho un gran trabajo en conjunto con todo el personal intentando que los clientes estuvieran a gusto con nosotros. Por suerte todos estos clientes han plasmado con buenos comentarios su estancia con nosotros, además de esto nos han recomendado con nuevos clientes y eso nos dice que vamos por buen camino.

### **¿Cómo lograr que los clientes repitan?**

Siempre tomamos nota de lo que a clientes les gusta (y lo que no), por lo que estamos preparados para la siguiente estancia corrigiendo nuestros errores y buscando nuevas formas de innovar. No importa si se trata de un detalle pequeño o grande, nos aseguramos de que la satisfacción al cliente sea alta. Si es un cumpleaños o un aniversario, las escribimos una tarjeta y le obsequiamos con chocolates, lo hacemos porque es algo que nos gustaría que nos hiciesen a nosotros. Comprobamos si necesitan algo, y si no lo tenemos, lo buscamos por ellos, también nos aseguramos de que tienen nuestros números de teléfono, por lo que incluso si están afuera caminando, y quieren saber el nombre de un buen restaurante por ejemplo, pueden llamarnos y nosotros le guiaremos allí. Tratamos de mantener una comunicación con los clientes aun fuera de nuestro establecimiento, para brindarles información que estos necesiten.

### **¿Qué estrategias implementa para competir en el negocio?**

Hacer un plan de acción sobre lo que está pasando en el mercado actualmente y también tener una visión constante de los cambios que a futuro se puedan dar, saber cuáles son los pros y contras de los competidores, de ahí hacer la estrategia para poder mejorar y marcar diferencia con ellos, es la parte que se hace de estudio.

Procuramos tratar bien a los clientes, buenas relaciones públicas, atender sus necesidades, dependiendo de lo que detecte el plan de acción, y de acuerdo a los objetivos tratados en nuestra atención además de las políticas de calidad que manejamos.

### **¿Tiene planes a corto y/o largo plazo a ampliar o modernizar su hostería?**

La hostería tiene su propio estilo, si lo modernizamos perdería el estilo que la distingue, tal vez ampliarlo sí, pero no por el momento, tendríamos que esperar un buen tiempo hasta contar con un capital suficiente para realizar una segunda etapa de crecimiento, todo

esto también dependerá de cómo vaya progresando el mercado turístico y nuestra adaptación al mismo.

### **¿Qué hace que la estancia sea diferente?**

Considero que tenemos mucha suerte por la geografía local con la que contamos, ya que nos proporciona vista a hermosos paisajes, además de la ubicación privilegiada de nuestra hostería, lo que significa que estamos en una zona tranquila alejada del centro de la ciudad. Tenemos un hermoso jardín, los balcones son una gran atracción, especialmente en un día soleado, nuestros caballos y las actividades que proporcionamos al turista creo marcan la diferencia. Tenemos un nuevo restaurante maravilloso que hemos abierto hace poco. Una cosa que es realmente importante para nosotros es el tamaño de la habitación, poseemos diferentes rangos de habitación, pero no son desiguales estándares, todas las habitaciones son aproximadamente del mismo tamaño, el personal con el que contamos considero está muy bien capacitado y brinda un excelente servicio a nuestros clientes.

### **¿Qué consejo le darías a alguien que acaba de entrar en la pequeña industria turística?**

Que piense en lo que es importante para él cuando vaya a estar en un lugar. Eso puede ser cualquier cosa, desde tener suficientes enchufes en los lugares adecuados o golosinas que no esperaba para que se sienta especial. Ahí es donde empezamos, tomando nota de las cosas que nos gusta y eliminar las que nos produce una mala experiencia. Lo más importante, echarle ganas porque esta industria es para verdaderos emprendedores, que nos gusta lo que hacemos.