

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA:  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:  
INGENIEROS COMERCIALES**

**TEMA:  
“DISEÑO DE UN PLAN TURÍSTICO COMUNITARIO PARA LA  
PARROQUIA PALMIRA – CANTÓN GUAMOTE - PROVINCIA DE  
CHIMBORAZO.”**

**AUTORES:  
DARWIN ROLANDO MOSQUERA ARTEAGA  
HENRRY JAVIER REASCOS VILEMA**

**DIRECTOR:  
IVAN PATRICIO VACA AGUIRRE**

**Quito, mayo de 2015**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE  
USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotros autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, mayo de 2015

---

Darwin Rolando Mosquera Arteaga  
CI. 1722000633

---

Henry Javier Reascos Vilema  
CI. 1721097754

## **DEDICATORIA**

Queremos dedicar a todas las personas que hicieron posible concluir esta meta, especialmente a nuestras madres Mónica Alexandra Vilema R., María del Jesús Riascos y Fanny Mariana Arteaga B. quienes fueron fuente inagotable de paciencia, amor y comprensión.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos en primer lugar a la Universidad Politécnica Salesiana por acogernos y brindarnos una educación ética y profesional. Al Ing. Iván Vaca A. tutor de nuestra tesis quien supo transmitir de la mejor manera sus conocimientos, a nuestra familia, amigos y compañeros de labores que aportaron a que este sueño se haga realidad.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>3</b>
<b>1. DISEÑO DE UN PLAN TURÍSTICO COMUNITARIO PARA LA PARROQUIA PALMIRA – CANTÓN GUAMOTE - PROVINCIA DE CHIMBORAZO .....</b>	<b>3</b>
1.1. Antecedentes .....	3
1.1.1. Justificación.....	4
1.2. Contextualización e identificación del problema de investigación .....	6
1.2.1. Problema de investigación: .....	6
1.2.2. Principales causas: .....	6
1.2.3. Principales consecuencias o efectos:.....	6
1.2.4. Árbol de problemas de la comunidad Palmira .....	7
Árbol de problemas de la comunidad de Palmira .....	7
1.3. Formulación del problema de investigación. ....	8
1.3.1. Pregunta de investigación .....	8
1.3.2. Sistematización del problema de investigación .....	8
1.3.3. Objetivos .....	8
1.4. Marco teórico .....	9
1.5. Marco referencial.....	14
1.6. Marco legal.....	16
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>21</b>
<b>2. SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA PARROQUIA PALMIRA ...</b>	<b>21</b>
2.1. Antecedentes .....	21
2.2. Estructura familiar .....	23
2.3. Vivienda .....	26
2.4. Servicios básicos .....	27
2.5. Educación .....	28
2.6. Salud.....	28
2.7. Análisis de la situación económica – social de la parroquia Palmira.....	30
2.8. Potencial turístico religioso, cultural y natural de la parroquia Palmira .....	34
2.9. Atractivos turísticos naturales .....	35
2.11. Económico .....	39

2.12.	Legal .....	40
2.13.	Determinación de las oportunidades y amenazas que presenta la parroquia Palmira	43
<b>CAPÍTULO 3.....</b>		<b>44</b>
<b>3. DESARROLLO DEL PLAN TURÍSTICO .....</b>		<b>44</b>
3.1.	Resultados de la encuesta .....	44
3.1.1.	Segmentación del mercado .....	44
3.1.2.	Determinación de la población objetivo ( <i>N</i> ) .....	45
3.1.3.	Determinación del tamaño de la muestra .....	45
3.1.4.	Formato de la encuesta.....	47
3.1.5.	Tabulación de la encuesta .....	51
3.2.	Descripción del plan turístico comunitario.....	55
3.2.1.	Objetivos del plan turístico comunitario .....	55
3.2.2.	Elementos del plan turístico comunitario.....	55
3.3.	Propuesta de la creación del Centro Turístico Comunitario Palmira. ....	57
3.3.1.	Aspectos legales .....	58
3.3.2.	Procedimientos y requisitos: .....	59
3.3.3.	Costo .....	60
3.3.4.	Tiempo estimado de entrega .....	60
3.4.	Plan estratégico del centro turístico comunitario Palmira.....	60
3.4.1.	Misión .....	60
3.4.2.	Visión .....	60
3.4.3.	Objetivos del centro turístico comunitario. ....	60
3.4.4.	Estrategias .....	61
3.5.	Plan Operativo .....	61
3.5.1.	Estrategia.....	61
4.1.1.	Valores institucionales .....	63
4.1.2.	Organigrama.....	64
4.1.3.	Funciones .....	64
4.1.4.	Infraestructura requerida .....	65
4.2.	Plan de marketing .....	65
4.2.1.	Objetivo.....	65
4.2.2.	Plan turístico .....	65
4.2.3.	Marketing Mix .....	66

4.2.4. Costeo de los paquetes turísticos .....	72
4.3. Análisis F.O.D.A .....	73
4.4. Estrategias de marketing .....	74
4.5. Operativo plan de promoción .....	75
4.5.1. Estrategias .....	75
<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>79</b>
<b>5. BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DEL PLAN TURÍSTICO COMUNITARIO PALMIRA .....</b>	<b>79</b>
5.1. Flujo de ingresos y gastos del Centro Turístico Comunitario Palmira.....	81
CONCLUSIONES .....	85
RECOMENDACIONES .....	86
LISTA DE REFERENCIAS .....	87

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población por concentración de zonas .....	23
Tabla 2. Población por grupos etarios en la parroquia Palmira .....	23
Tabla 3. Insatisfacción de pobladores de Palmira .....	25
Tabla 4. Sectores económicos Palmira.....	25
Tabla 5. Tenencia de vivienda Palmira .....	26
Tabla 6. Agua potable .....	27
Tabla 7. Acceso de viviendas a energía eléctrica.....	27
Tabla 8. Alcantarillado.....	28
Tabla 9. Educación en la Parroquia Palmira .....	28
Tabla 10. Desnutrición infantil .....	29
Tabla 11. Situación Socio – Económica Palmira .....	31
Tabla 12. Llegada de extranjeros .....	39
Tabla 13. Ubicación del turismo en las exportaciones no petroleras (en millones de dólares).....	39
Tabla 14. Flujo de turistas extranjeros que realizan el recorrido en auto-ferro de la ruta 5. Riobamba – Palmira.....	44
Tabla 15. Determinación de la población objetivo .....	45
Tabla 16. Tabulación pregunta 1.....	51
Tabla 17. Tabulación pregunta 2.....	51
Tabla 18. Tabulación pregunta 3.....	51
Tabla 19. Tabulación pregunta 4.....	52
Tabla 20. Tabulación pregunta 5.....	52
Tabla 21. Tabulación pregunta 6.....	52
Tabla 22. Tabulación pregunta 7.....	53
Tabla 23. Tabulación pregunta 8.....	53
Tabla 24. Tabulación pregunta 9.....	54
Tabla 25. Tabulación pregunta 10.....	54
Tabla 26. Tabulación pregunta 11.....	54
Tabla 27. Tabulación pregunta 12.....	55
Tabla 28. Adecuación de Infraestructura. ....	61
Tabla 29. Selección y contratación de personal .....	62



Tabla 30. Capacitación del Personal .....	62
Tabla 31. Selección de familias participantes .....	62
Tabla 32. Capacitación de la comunidad .....	63
Tabla 33. Determinación de políticas básicas .....	63
Tabla 34. Paquete 2 días una noche .....	72
Tabla 35. Paquete de 1 día .....	72
Tabla 36. Análisis FODA.....	74
Tabla 37. Plan operativo de Promoción .....	75
Tabla 38. Presupuesto para implementación del Plan Turístico Comunitario Palmira .....	76
Tabla 39. Financiamiento del Plan Turístico Comunitario Palmira.....	78
Tabla 40. Cálculo de la demanda estimada.....	79
Tabla 41. Ingreso estimado anual .....	80
Tabla 42. Estimación de familias .....	80
Tabla 43. Turistas Esperados .....	81
Tabla 44. Inflación anual.....	82
Tabla 45. Sueldo básico Unificado .....	82
Tabla 46. Incremento de turistas extranjeros .....	82
Tabla 47. Incremento de turistas en la parroquia Yunguilla .....	82
Tabla 48. Cálculo del crecimiento de la demanda .....	83
Tabla 49. Flujo proyectado a 5 años .....	83

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol de Problemas .....	7
Figura 2: Estado conyugal parroquia Palmira .....	24
Figura 3: Iglesia del Señor de las Misericordias .....	34
Figura 4: Atractivos turísticos naturales de la parroquia Palmira .....	35
Figura 5: Loma de la cruz .....	36
Figura 6: Desierto de Palmira .....	37
Figura 7: Plan turístico comunitario Palmira .....	56
Figura 8: Organigrama Junta Parroquial .....	64
Figura 9: Proceso turístico .....	68

## **RESUMEN**

El presente proyecto tiene carácter comunitario y está destinado a mejorar la calidad de vida de todos los habitantes de la comunidad Palmira, tomando en cuenta aspectos tales como nivel de ingresos, trabajo, salud, educación, alimentación y las condiciones básicas para una vida digna.

La parroquia Palmira está ubicada en la provincia de Chimborazo cantón Guamote, cuenta con 12297 habitantes de los cuales 12149 se encuentran en condiciones de pobreza; los ingresos percibidos en esta comunidad se ven concentrados en la agricultura y ganadería. Con el avance tecnológico y la gran competencia que se tiene en el cantón y sus alrededores estas actividades se han visto mermadas, es por esto que el nivel de ingresos ha disminuido considerablemente durante los últimos años.

Este proyecto plantea la creación de una fuente alternativa y renovable de ingresos a través del turismo comunitario. El turismo en muchos países es considerado una fuente estable de ingresos ya que proporciona una oportunidad de desarrollo en diferentes sectores de la economía.

El turismo comunitario a diferencia del turismo tradicional abarca a toda la comunidad y hace partícipe a la misma de todas las actividades, generando ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y a su vez defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. Es por ello que el presente plan está enfocado en este tipo de turismo.

El presente proyecto cuenta con el apoyo de la Junta Parroquial de Palmira y sus respectivas autoridades por ello se propone la creación del Centro Turístico Comunitario Palmira como una entidad adjunta al Gobierno Autónomo Parroquial, para aprovechar así su infraestructura y contar con el financiamiento a través de un porcentaje del presupuesto que el gobierno central destina a cada GAD.

Palabras claves:

Turismo Comunitario, parroquia, financiamiento, marketing, presupuesto.

## **ABSTRACT**

This project is based in the community and is designed to improve the quality of life for all inhabitants of Palmira community, taking into account issues such as income, employment, health, education, food and basic conditions for a dignified life.

The Palmira parish is located in the province of Chimborazo Guamote, has 12297 inhabitants of which 12149 are in poverty; income in this community are concentrated in agriculture and livestock. With technological advancement and the intense competition that has in the canton and around these activities have been depleted, is why the income level has decreased significantly in recent years.

This project proposes the creation of an alternative and renewable source of income through community tourism. Tourism in many countries is considered a stable source of income as it provides an opportunity for development in different sectors of the economy.

Community tourism unlike traditional tourism encompasses the entire community and does involve the same for all activities, generating additional income to the daily economic activities and in turn protect and enhance local cultural and natural resources. Is for this reason that this plan is focused on this type of tourism.

This project has the support of the vestry of Palmira and their respective authorities thus the creation of the Tourism Community Center Palmira as an entity attached to the Parish Self-Government intends to take advantage infrastructure and adequately funded through a percentage of the central government budget allocated to each GAD.

Key words:

Community Tourism, parish, finance, marketing, budget.

## INTRODUCCIÓN

El turismo comunitario se ha convertido en una alternativa sustentable de ingresos para las comunidades rurales en los diferentes países, esta actividad se enfoca en el desarrollo social económico, así como en el aprovechamiento responsable de sus atractivos naturales y culturales. En Ecuador año tras año se ve un crecimiento importante en el flujo de turistas extranjeros, lo cual representa una oportunidad para las comunidades que emprendan actividades turísticas comunitarias.

El primer capítulo busca justificar el por qué se realiza el presente trabajo de tesis, tomando en cuenta las necesidades de la parroquia Palmira, se plantea el problema de investigación, además de establecer los objetivos del proyecto. También se da a conocer los conceptos básicos así como los aspectos legales y referentes del turismo comunitario.

El capítulo dos trata sobre el entorno actual de la parroquia Palmira, dando a conocer su situación socioeconómica así como las necesidades básicas insatisfechas de sus habitantes, con la finalidad de tener una idea clara sobre las fortalezas y debilidades que tiene la parroquia Palmira.

En el tercer capítulo se desarrolla el Plan Turístico Comunitario Palmira, analizando las encuestas realizadas a los turistas extranjeros que utilizan el auto ferro en el tramo Riobamba –Palmira, con el propósito de saber sus gustos y preferencias para así diseñar un servicio acorde a sus exigencias. Se determinan los objetivos y elementos del Plan, se propone la creación del Centro Turístico Comunitario Palmira con su respectivo plan estratégico y operativo.

Además de diseñar los paquetes turísticos, establecer el plan de marketing y definir el presupuesto para la implementación del plan turístico con su respectivo financiamiento.

El cuarto y último capítulo recoge los beneficios sociales económicos que representarían para la comunidad de Palmira, así como la proyección de ingresos y gastos para los próximos 5 años.

Finalmente se determina que este proyecto beneficiará en gran medida a los habitantes de la comunidad de Palmira mejorando su calidad de vida, y dándoles una alternativa de desarrollo económico sustentable y sostenible.

## **CAPÍTULO 1**

### **1. DISEÑO DE UN PLAN TURÍSTICO COMUNITARIO PARA LA PARROQUIA PALMIRA – CANTÓN GUAMOTE - PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

#### **1.1. Antecedentes**

El turismo como actividad económica en el Ecuador toma cada vez más impulso, se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos para el país siendo el tercero en importancia luego del petróleo y el banano. Sus contribuciones a la economía nacional han permitido que este tema se haya incorporado como política de estado.

El objetivo común que tiene tanto el Gobierno como la comunidad es posicionar a Ecuador como un destino turístico preferente por su gran diversidad cultural, natural y vivencial, además de convertirlo en una actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible.

Para las comunidades rurales el turismo se ha convertido en una oportunidad de desarrollo ya que de esta forma se diversifica su economía; de aquí surge el turismo comunitario que se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de los miembros de las comunidades, sin que exista un modelo privado discriminatorio, además que busca el cuidado de su patrimonio natural y cultural.

El turismo comunitario es una alternativa para incrementar las divisas en la comunidad, para que tenga el éxito esperado debe contar con el apoyo de las autoridades locales y a su vez de la comunidad en su conjunto, de la preparación continua para brindar un servicio de calidad y mantener su patrimonio natural haciendo de esta una actividad sostenible y sustentable.

En este contexto, en referencia a la parroquia Palmira tiene un potencial turístico considerable que puede ser explotado a través de este modelo y así lograr dinamizar su economía.

### **1.1.1. Justificación**

Palmira es una de las parroquias rurales del cantón Guamote está ubicada en la provincia de Chimborazo. El acceso principal es a través de la vía panamericana que atraviesa Cuenca y Quito. Está integrado por 53 comunidades, 6 organizaciones de segundo grado, con un total de 12.297 habitantes.

La parroquia a lo largo de su historia se ha caracterizado por ser una comunidad agrícola y ganadera, lo cual de cierta manera le ha permitido mantener un nivel de desarrollo económico y social estable. Actualmente en la provincia se está manejando estas actividades de un modo más técnico e industrializado, razón por la cual esta parroquia se ha visto afectada en la producción y venta de sus cosechas, ganados y los derivados de esta, ya que no cuentan con los estándares exigidos por los demandantes mermando de esta manera sus ingresos y limitando su desarrollo.

De aquí nace la urgencia de buscar una actividad económica alterna para contrarrestar este déficit económico y fomentar el desarrollo social implementando un concepto de turismo comunitario, aprovechando su potencial turístico natural y comunitario no explotado.

Por ello se busca realizar en Palmira un Plan Turístico Comunitario moldeándose a las necesidades reales de esta localidad, a la sustentabilidad de sus recursos, y a la rentabilidad social y económica de la comunidad en general. En este sentido, Palmira ofrece al turista extranjero la oportunidad de vivir esta experiencia y enriquecerse de su cultura y tradiciones.

El turismo se ha convertido en una herramienta indispensable para que los países alcancen un desarrollo integral, es decir económico y social; en Ecuador se ha visto un crecimiento muy importante en este sector, llegando a ser uno de los principales rubros dentro de los ingresos no petroleros. La presencia de turistas extranjeros se ha incrementado notablemente, en el año 2014 se vio un crecimiento del 14% con relación al año 2013. (Ecuador Potencia Turística, 2015)

El presente Plan Turístico Comunitario centra su atención en la demanda de turistas extranjeros ya que este tipo de servicios es más atractivo para ellos, el convivir, compartir vivencias y tradiciones con los comuneros, todo ello dentro de un ambiente



natural es una experiencia nueva e interesante para este mercado objetivo, además la finalidad de sus viajes es conocer nuevas culturas y sus prácticas ancestrales.

El diseño del plan de turismo comunitario responde a las necesidades sociales y económicas existentes en la parroquia y pretende proporcionar a la comunidad de Palmira un mecanismo que les ayude a desarrollar el turismo de una manera técnica, a través de la creación de una unidad especializada en la difusión, administración y control del turismo dentro de la parroquia, complementado con programas de capacitación tanto para los gestores, administrativos y partícipes del proyecto en general.

Esto permitirá integrar y organizar a sus habitantes; aprovechar los atractivos turísticos, naturales y culturales con los que dispone la parroquia a través del diseño de paquetes turísticos que sean llamativos y satisfagan las necesidades de los turistas, y dar además la oportunidad a que los visitantes extranjeros se alojen y convivan en los hogares de los pobladores, aprendan sus costumbres y tradiciones, y compartan sus actividades diarias como son la agricultura y cría de animales.

El diseño del presente Plan de Turismo Comunitario ayudará a consolidar una estructura organizativa fuerte, apoyados en la Junta Parroquial; a mejorar la calidad de vida de la comunidad ya que es una oportunidad de desarrollo no solo económico sino social y cultural.

Esto permitirá fortalecer la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios, también generar un proceso de restauración y revitalización de los lugares turísticos ya sean naturales o culturales. Al contar la parroquia con una estructura y procesos claros sobre el manejo del turismo comunitario se conseguirá que los miembros de la comunidad tengan una visión empresarial y pongan mayor interés en la explotación del turismo.

Con este proyecto se quiere dar una opción de mejora constante a todos los miembros de la comunidad permitiendo de esta manera dinamizar e integrar la economía local, aprovechando al máximo sus atractivos y así incrementar los ingresos de la comunidad lo que traerá como consecuencia que los miembros de esta tengan una mejor calidad de vida. Cabe aclarar que se busca ampliar su visión empresarial mas no cambiar sus

costumbres y su forma de vivir, es decir un plan turístico responsable, respecto del medio ambiente y de la sensibilidad de la comunidad huésped.

## **1.2.Contextualización e identificación del problema de investigación**

### **1.2.1. Problema de investigación:**

La comunidad de Palmira no ha desarrollado alternativas de ingresos que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. Su potencial turístico natural es promocionado empíricamente, con la finalidad de atraer turistas nacionales y extranjeros.

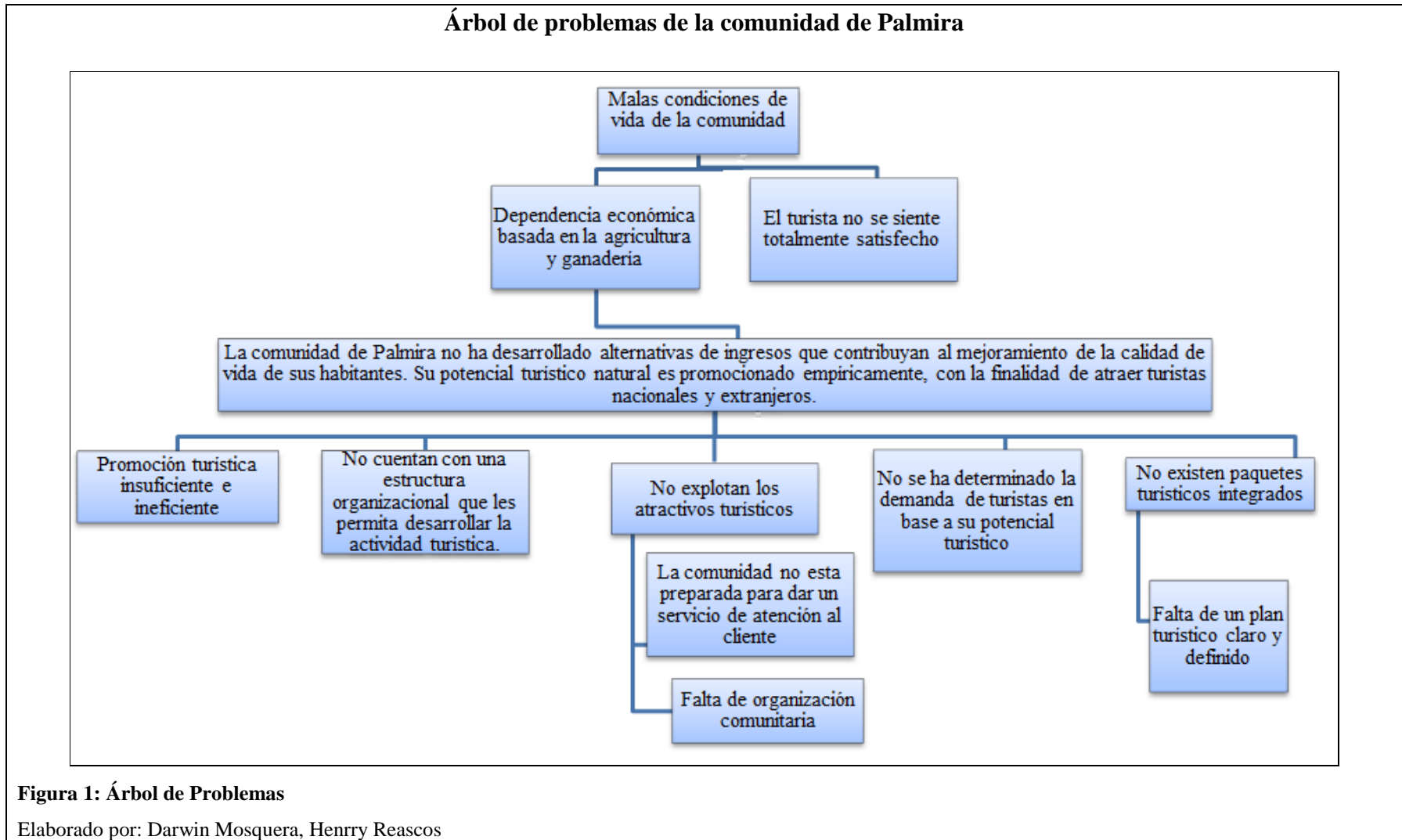
### **1.2.2. Principales causas:**

- Promoción turística insuficiente e ineficiente, sin propuesta de paquetes turísticos integrados.
- La parroquia no cuenta con una estructura organizacional que desarrolle y promueva la actividad turística.
- Las autoridades de Palmira no explotan los atractivos turísticos.
- La comunidad no está preparada para atender al turista y ausencia de organización comunitaria.
- No se ha determinado la demanda de turistas en base a su potencial turístico.

### **1.2.3. Principales consecuencias o efectos:**

- La comunidad presenta malas condiciones de vida, con alta dependencia económica de las actividades primarias como son la agricultura y ganadería.
- El turista no se siente totalmente satisfecho, en cuanto al servicio turístico que recibe en la parroquia.
- La parroquia no ha desarrollado un modelo de turismo viable, por lo cual tiene muchas limitaciones para una adecuada explotación de sus atractivos.

#### 1.2.4. Árbol de problemas de la comunidad Palmira



### **1.3. Formulación del problema de investigación.**

#### **1.3.1. Pregunta de investigación**

¿Es factible el desarrollo del turismo comunitario en la parroquia Palmira y convertirse en una fuente de ingresos sostenible para la comunidad?

#### **1.3.2. Sistematización del problema de investigación**

¿Por qué la población tiene una deficiente calidad de vida?

Las limitaciones económicas causadas por el desempleo, subempleo, merman la capacidad de emprendimiento. No se ha fomentado en la comunidad el enfoque de turismo comunitario como una alternativa de sustento económico.

#### **1.3.3. Objetivos**

##### **1.3.3.1. Objetivo general**

Diseñar un Plan Turístico Comunitario como una alternativa de fuente de ingresos y desarrollo económico que contribuya a mejorar la economía familiar y calidad de vida de los habitantes de la parroquia Palmira.

##### **1.3.3.2. Objetivos específicos**

- Presentar la situación económica y social actual de la parroquia Palmira.
- Determinar el mercado potencial que justifique la implementación de un Plan Turístico Comunitario en la parroquia Palmira, cantón Guamote, provincia de Chimborazo.
- Crear el Centro Turístico Comunitario Palmira que se encargara de la promoción, ejecución y administración del plan turístico.
- Determinar cuáles son los atractivos turísticos más representativos con los que cuenta la parroquia Palmira, para su explotación turística.
- Crear paquetes turísticos bien definidos, que brinden todas las facilidades de acceso, hospedaje e información, al turista extranjero;
- Diseñar un plan de marketing para dar a conocer todo el atractivo natural que ofrece la parroquia Palmira.

#### **1.4.Marco teórico**

A continuación se presenta los conceptos teóricos relacionados con el tema de tesis:

##### **Turismo**

Se entiende por turismo al desplazamiento, viajes y estancia temporal de las personas fuera de su entorno habitual, por diferentes motivos, siempre que esta sea por un periodo menor a un año. (Hunziker & Krapf, 1942)

##### **Ecoturismo**

El ecoturismo es una actividad turística responsable en áreas naturales, conservando el medioambiente y evitando daños en la misma, a la vez que mejora el bienestar de la comunidad local.(The International Ecotourism Society, 1990)

El Turismo ecológico o ecoturismo es una alternativa al turismo tradicional. La finalidad de esta actividad turística es la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio natural y cultural que acoge y sensibiliza a los turistas. Desde otro enfoque también se promueve como un turismo "ético", que busca primordialmente el bienestar de las población local, y esto se ve reflejado en la estructura organizativa que maneja esta actividad turística.(The International Ecotourism Society, 1990)

##### **Comunidad**

La comunidad es un grupo de seres humanos con elementos en común, estas relaciones sociales se desarrollan en un espacio concreto, así se puede concluir que la comunidad es algo más que solo un área geográfica delimitada\_(Kisnerman, 1990, pág. 33)

Algunas características que mantienen en común estas agrupaciones son: idioma, costumbres, valores, religión entre otros. Estas comunidades buscan conservar dichas características a más de sus costumbres.

##### **Plan turístico**

Los planes turísticos son acciones que se realizan en un determinado lugar cuya finalidad es el desarrollo de destinos turísticos de la calidad y buscan un crecimiento

sostenible, coherente y sustentable. El plan turístico favorece a la mejora de la competitividad del sector turístico por medio de sus criterios de sostenibilidad y de máximo respeto y preservación del medio ambiente y recursos naturales de los distintos destinos, así como mejorar la calidad de los servicios públicos y privados para que el turista reciba un servicio de calidad.(Junta de Andalucía, 2011)

### **Turismo comunitario**

Es una actividad económica que promueve la relación intercultural de la comunidad con los visitantes, este servicio debe ser organizado y prestado por los miembros de la comunidad, garantizando el manejo adecuado de los recursos económicos, naturales y la valoración de sus patrimonios, para así tener una distribución equitativa de los beneficios generados.(FEPTCE, 2013)

### **Principios del turismo comunitario**

Los principios del turismo comunitario ayudan a garantizar la calidad y efectividad del servicio prestado, además de buscar beneficios tanto a la comunidad como a los turistas.

- Socialmente solidario: promueve la cooperación e integración entre los miembros de la comunidad, además de una distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios económicos que genera la actividad turística.
- Ambientalmente responsable: busca concientizar sobre la preservación ambiental así como una gestión sostenible de los recursos naturales y de la biodiversidad.
- Económicamente viable: a través de una correcta administración y aprovechamiento máximo de los recursos se desea alcanzar beneficios económicos sostenibles así como la recuperación de la inversión en el corto plazo.
- Culturalmente enriquecedor: esto se da gracias a la experiencia intercultural entre los turistas y la comunidad, todo ello enmarcado en un ambiente de respeto.(MINTUR, 2014)

## **Características**

Tres características básicas forman el concepto de turismo comunitario:

- Es una actividad económica que promueve la producción y el comercio todo ello con el fin de atender y satisfacer las necesidades del turista.
- El servicio turístico en su totalidad deben ser realizadas por miembros de la comunidad.
- La convivencia en la comunidad es el principal atractivo, de esta forma el turista conoce las costumbres, tradiciones y hábitos, lo cual es una experiencia enriquecedora para el visitante. (FEPTCE, 2013)

## **Sostenibilidad social y ambiental del turismo comunitario**

El turismo comunitario es visto por las comunidades como una oportunidad de desarrollo sustentable y sostenible, es decir enmarcados en el correcto aprovechamiento de los recursos naturales y culturales. Estos recursos son el atractivo que motiva a los turistas a realizar la visita a las comunidades es por ello que se debe tener especial cuidado en su preservación.(Sánchez, Jiménez, Carbajal, & Acosta, 2008)

## **Destino (destino principal) de un viaje**

Es el elemento principal del turismo ya que es el lugar sobre el cual se tomó la decisión de realizar el viaje.(OMT, 2008)

## **Excursionista (o visitante del día)**

Un visitante se clasifica como turista si su viaje incluye una pernoctación, es decir si al menos en su estadía se queda a dormir por una noche o como visitante del día en caso contrario. (OMT, 2008)

## **Formas de turismo**

Existen tres formas esenciales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden tener variaciones que dan lugar a otras alternativas.(OMT, 2008)

- Turismo emisor: el turismo emisor son las visitas realizadas por residentes del propio país hacia otros destinos fuera del país de origen.(OMT, 2008)
- Turismo receptor: son las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.(OMT, 2008)
- Turismo interno: el turismo interno son incluye las actividades realizadas por un visitante que reside en el país de origen como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.(OMT, 2008)

### **Economía social y solidaria**

Se puede definir que la economía social y solidaria es una forma de organización social y económica en la que los integrantes se agrupan para producir, intercambiar, comercializar, financiar, y consumir bienes y servicios con la finalidad de que esta actividad les permita satisfacer sus necesidades y generar ingresos propios.(Ministerio Cordinador de Desarrollo Social, 2015)

### **Concepto de juntas parroquiales.**

Es una entidad autónoma y descentralizada que se encarga de gestionar y administrar los asuntos públicos de la parroquia además de ser la vía de comunicación directa entre el Gobierno Municipal y la ciudadanía, es decir es el canalizador de las necesidades que la comunidad demanda ante las autoridades municipales. (Castillo, 2011)

Las Juntas Parroquiales constituyen un mecanismo para desconcentrar las funciones administrativas del municipio, así como mecanismo de consulta y comunicación permanente entre todos los ciudadanos y sus organizaciones sociales. Los miembros que representan a la Junta Parroquial son elegidos por consulta popular.(Castillo, 2011)

### **Presupuesto**

El presupuesto es un plan de operaciones y recursos monetarios en una empresa, con la finalidad de lograr en un cierto periodo de tiempo los objetivos propuestos. Presupuestar es planificarse monetariamente sobre lo que se quiere hacer en un futuro.(Emprendepyme, 2008-2015)



Es planear lo que quieres hacer en el futuro y expresarlo en dinero, es una estimación que se puede hacer de acuerdo con la experiencia adquirida y la información obtenida. (Emprendepyme, 2008-2015)

### **Plan de marketing**

Es una herramienta indispensable que debe ser utilizada por toda empresa que quiera ser competitiva, ya que en él se determinan las diferentes acciones que realizará el área de marketing para alcanzar los objetivos definidos. Este debe tomar en cuenta a todos los departamentos y ser congruente con el plan estratégico, (Muñiz, 2015)

El plan de marketing proporciona información muy valiosa sobre la situación y posicionamiento de la empresa, de esta forma ayuda a determinar las estrategias para cumplir con el objetivo final. Además este plan nos permite determinar los tiempos y recursos a invertir para cumplir con los objetivos. (Muñiz, 2015)

### **Centro turístico comunitario**

El centro turístico comunitario es el ente y el lugar donde se realizan las actividades de turismo, en estas actividades interviene la comunidad que debe regirse al modelo de gestión que centro turístico comunitario tenga, aprovechando al máximo los recursos naturales y culturales con los que dispone la comunidad para desarrollar y ofrecer el servicio turístico. De esta forma tener un turismo responsable en el cuál los recursos generados se queden en la comunidad y sean equitativamente distribuidos, y se haga de esta una actividad sostenible y sustentable.(Eruditos, 2014)

### **Definición de calidad de vida**

El termino calidad de vida está muy relacionado con el bienestar ya que evalúa al individuo en algunas áreas que influyen en su percepción sobre sentirse bien o no, estas áreas son: bienestar físico, es decir salud, seguridad física; bienestar material relacionado con vivienda, transporte nivel de ingresos, entre otros; bienestar social en el cual se determina las relaciones personales; desarrollo personal, educación y bienestar emocional como el autoestima, religión, espiritualidad. (ONU, 2014)

Un indicador generalmente usado para medir la calidad de vida es el índice de desarrollo humano (IDH), este índice fue establecido por el programa de las Naciones

Unidas para el desarrollo, su cálculo se realiza en base a las siguientes variables: (ONU, 2014)

- Esperanza de vida.
- Educación.
- PBI per cápita.

### **Definición según autores**

Se puede definir a calidad de vida como la capacidad que posee un grupo social para satisfacer sus necesidades con los recursos disponibles en su entorno. Dicha capacidad abarca los elementos necesarios para alcanzar una vida plena. (Gildenberger, pág. 3)

Este concepto permitirá valorar las condiciones de vida de los individuos y la comunidad, para poder estimar el grado de desarrollo alcanzado y las condiciones idóneas que peritan una existencia digna, saludable y feliz.

### **1.5. Marco referencial**

El turismo comunitario ayuda a las comunidades de los pequeños pueblos a dinamizar e integrar la economía local, fortalecer la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios, desarrollar nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables y aportar a la economía nacional a través del turismo comunitario.

Como referencia se da a conocer dos comunidades que ya realizan esta actividad en el Ecuador, estas han tenido un impacto positivo en su economía y desarrollo social.

#### **Centro Turístico Comunitario Yunguilla**

Es una comunidad mestiza conformada por 50 familias, ubicada en la parroquia de Calacalí. En el año de 1995 inició un proceso de organización comunitaria a través de un proyecto de desarrollo forestal. El proyecto fue apoyado por ONG's y se implementaron actividades productivas sustentables como: huertos orgánicos, pequeñas fábricas de lácteos, mermeladas y el ecoturismo. En el año 2000, se conformó la corporación micro empresarial Yunguilla, como el ente organizativo comunitario. En el 2010 y 2013, se declara a Yunguilla como un área de conservación

y uso sustentable dentro del sistema de áreas protegidas del DMQ. (Corporación Yunguilla, 2012)

Esta actividad turística ha permitido mejorar la calidad de vida de los pobladores de la comunidad, mediante el aprovechamiento de los recursos naturales existentes en la zona; en este proyecto participan 50 familias las cuales tienen un impacto directo en su economía y por ende en su bienestar familiar. (Corporación Yunguilla, 2012)

Esta comunidad ha venido trabajando en el manejo de recursos naturales, principalmente en la conservación de los mismos a través de diferentes proyectos que permiten un mejor cuidado de su flora, y se empezó a trabajar en los planes de manejo y cuidado de las fincas de los miembros de la organización, entre otras tareas agroforestales. (Corporación Yunguilla, 2012)

A más de lo antes mencionado esta comunidad es reconocida como una corporación micro-empresarial, en la cual participan todos los miembros de la comunidad en diferentes actividades, incluyendo la turística. Los niños, además, forman parte de un programa de educación ambiental. (Corporación Yunguilla, 2012)

Todo esto permitió cambiar el rumbo de la comunidad, desarrollarse además mantener y compartir su gran riqueza es decir su cultura, sus atractivos naturales, su belleza paisajística y la capacidad de productiva de sus tierras. (Corporación Yunguilla, 2012)

### **Sinchi Pura**

Una de las comunidades que han desarrollado el turismo comunitario y es digna de destacar es Sinchi Pura ubicada a 22 kilómetros del cantón Tena, provincia de Napo. En el 2004 empezó con la ayuda de la Fundación Eco-ciencia con un proyecto de conservación y manejo ambiental, participaron con este proyecto las familias de la comunidad en las actividades de conservación y turismo. En el año 2006 el proyecto de pequeñas donaciones, se unió a esta iniciativa y así empezó el turismo comunitario. En el 2010 se legaliza el proyecto y empieza a funcionar como centro turístico comunitario registrado en el Ministerio de Turismo, de esta manera se promueve una actividad turística sustentable y adecuada para los visitantes, Sinchi Pura es pionera en la provincia de Napo, con este tipo de servicios turísticos. (FEPTCE, 2013)

Gracias a la implementación del turismo comunitario se pueden realizar diversas actividades naturales como recorridos por la selva, observación de aves, visita a cascadas, ríos, a la laguna natural de Wayusa Yacu. El centro turístico comunitario Sinchi Pura consta actualmente con 38 socios con una población de 97 habitantes. (FEPTCE, 2013)

## **1.6.Marco legal**

Es necesario mencionar las siguientes disposiciones legales y normas que rigen el funcionamiento del turismo comunitario en el Ecuador.

### **Ley de turismo**

Art. 12: en este artículo señala, cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, las facilidades y ayuda necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta ley y a los reglamentos respectivos. (MINTUR, 2014)

Art. 33: es de competencia de los municipios y gobiernos provinciales el establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno, rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones. (MINTUR, 2014)

Art. 55: las actividades turísticas descritas en esta ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido.(MINTUR, 2014)

### **Normativas de funcionamiento del turismo comunitario en Ecuador**

El desarrollo y manejo del turismo comunitario en el Ecuador es normado por el FEPTCE y el CODEMPE que homologa y define la estructura que un centro turístico comunitario debe aplicar para su funcionamiento. Para que un centro turístico pueda funcionar debe ser inscrito en el FEPTCE, y ser reconocido por el CODEMPE y además estar inscrito en el ministerio de turismo para gozar de los beneficios que todas

estas entidades disponen como publicidad, capacitación, entre otros. (FEPTCE & MINTUR, 2007)

Además la Constitución Política de la República del Ecuador apoya el desarrollo de proyectos organizativos de los pueblos indígenas y afro ecuatorianos, el artículo 246 de la Constitución Política de la República del Ecuador establece como principio general “la promoción del desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión.”(FEPTCE & MINTUR, 2007)

Art. 1: se entiende por actividad turística comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones, en los términos señalados en el artículo 5 de la ley de turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.(FEPTCE & MINTUR, 2007)

El CTC de contar con todos los requerimientos legales y tributarios, incluyendo la licencia anual de funcionamiento, y cada año serán inspeccionados para ver si se cumple con los estándares exigidos, esto ayuda a que este siga la estructura diseñada a más de lograr un manejo adecuado. Al ser una actividad económica que tiene fines lucrativos un CTC debe garantizar la preservación de la identidad cultural y patrimonio natural así como la seguridad de la comunidad en general.(FEPTCE & MINTUR, 2007)

### **Ley de economía social y solidaria.**

Art. 5: en el presente artículo se dictamina que es interés público y prioridad del Estado, la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, como un mecanismo eficaz para construir el sistema de economía social y solidaria, con la finalidad de aumentar y mejorar y desarrollar nuevas fuentes de trabajo para así contribuir al desarrollo económico, a la práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social. (MINTUR, 2014)

Art. 14: en este artículo se estipula que las operaciones realizadas bajo la economía social y solidaria no constituyen actos mercantiles de transferencia de bienes o

prestación de servicios, sino actos económicos solidarios de distribución o partición; en cambio, las que efectúen con terceros, constituyen actos mercantiles o de comercio. (MINTUR, 2014)

Art. 20: las organizaciones económicas del sector comunitario, adoptarán el sistema de gobierno y representación que mejor convenga a sus costumbres, prácticas y necesidades, así como también implementarán sus propios mecanismos y procedimientos de autocontrol social y auto regulación, enmarcándose en los valores y principios. (MINTUR, 2014)

Gobiernos autónomos descentralizados:

Artículo 28: gobiernos autónomos descentralizados, cada circunscripción territorial tendrá un gobierno autónomo descentralizado para la promoción del desarrollo social y económico garantizando el buen vivir, a través de la administración y ejercicio de sus competencias. La Junta Parroquial está integrada por ciudadanos electos democráticamente en una consulta popular quienes ejercerán su representación política.

ART. 64. Funciones

Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

- a) Tiene como primera función promover el desarrollo sustentable de su parroquia para garantizar la realización del buen vivir a través de una correcta administración e implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- b) Además de diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- c) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción parroquial:
- d) Elaborar el plan parroquial rural de desarrollo para su periodo de gobierno en el que consten puntos como el ordenamiento territorial y las políticas públicas; ejecutar las acciones de ámbito parroquial que se deriven de sus competencias, además de manera

coordinada con la planificación cantonal y provincial; y, realizar en forma permanente el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;

e) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley;

f) Vigilar y/o controlar la ejecución de obras y la calidad de los servicios y bienes públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia con el fin de promover el desarrollo local;

g) Fomentar la inversión pública y privada para el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros que no han sido mayormente aprovechados, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados;

h) Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos;

i) Promover y patrocinar y dar el espacio adecuado para que la cultura, las artes, actividades deportivas y recreativas se desarrollen en un ambiente idóneo para así beneficiar a la colectividad;

j) Prestar los servicios públicos que son de su competencia con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad previstos en la Constitución, con la finalidad de brindar a la comunidad un ambiente digno para vivir.

k) Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria y vulnerable para garantizar los derechos consagrados en la Constitución.

l) Promover y coordinar la colaboración y organización de la comunidad en mingas o cualquier otra forma de participación social, para la realización de obras de interés comunitario;

m) Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos que brindan seguridad nacional lo relacionado con la seguridad ciudadana, en el ámbito de sus competencias;

n) Las demás que determine la ley.

ART. 65: son exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural las siguientes competencias:

- a) Planificar junto con otras instituciones del sector público, actores de la sociedad y gobierno cantonal y provincial los temas relacionados con el desarrollo parroquial y el ordenamiento territorial.
- b) Mantener y dotar de espacios públicos adecuados para la parroquia, estas actividades deben estar contempladas en el plan de desarrollo y presupuestos anual;
- c) Planificar y mantener la vialidad parroquial, en coordinación con los gobiernos cantonales;
- d) Desarrollar actividades productivas comunitarias además de promover la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente;
- e) Administración y control de los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno;
- f) Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales con el carácter de organizaciones territoriales de base;
- g) Gestionar la cooperación internacional buscando inversión para el cumplimiento de sus competencias; y,
- h) Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos, para dar servicios de calidad a la comunidad.



## CAPÍTULO 2

### 2. SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA PARROQUIA PALMIRA

El presente capítulo tiene como objetivo dar a conocer la situación económica y social actual de la parroquia Palmira, esta información servirá de base para conocer cuáles son sus principales actividades económicas y productivas a la vez permitirá identificar sus potencialidades en otras áreas productivas.

#### 2.1. Antecedentes

Palmira es una parroquia rural del cantón Guamote provincia de Chimborazo. El nombre original fue Palmira Dávalos, fue un caserío que surgió a principios del siglo XX como estación del ferrocarril trans-ecuadoriano; los primeros habitantes de Palmira fueron trabajadores del propio ferrocarril después se unieron varios migrantes mestizos de diferentes lugares de la serranía. (Áviles Pino, 2014, pág. 308)

En los años de 1930 el propietario de la hacienda más importante del lugar ofreció los terrenos para levantar un pequeño poblado al que además de los terrenos proporciono su apellido, este nuevo poblado estaba conformado por treinta familias. (Áviles Pino, 2014, pág. 308)

Con la poca actividad que tuvo el ferrocarril, la actividad comercial tuvo un decaimiento y la comercialización de productos agrícolas y ganaderos se vio disminuida, y los pobladores comenzaron a migrar a los pueblos aledaños como (Alausí, Guamote) o a ciudades más grandes como Riobamba, Ambato, Quito. En los años de 1970, llegaron a vivir al pequeño poblado los primeros indígenas, los cuales adquieren las viviendas a un precio relativamente económico por el abandono de las mismas, estos indígenas en su mayoría venían de cinco haciendas vecinas. (Áviles Pino, 2014, pág. 308)

#### Ubicación, extensión, límites

La parroquia de Palmira está ubicada en la parte central del callejón interandino en la provincia de Chimborazo, cantón Guamote, se encuentra a 13 Km de Guamote; y a 75 Km de la ciudad de Riobamba. Sus coordenadas geográficas son: latitud: S 2° 10'

/ S 2° 0' y longitud: W 78° 45' / W 78° 30', a una altitud de 4.200msnm.(Instituto Geográfico Militar, 2015)

La parroquia Palmira tiene una extensión territorial de 27.801,29 hectáreas la cual está distribuida en 53 comunidades, entre las principales tenemos Palmira Dávalos, Colay, Atapo Culebrillas, Cruzpungu, Quilloturu, San Carlos, Cuatro Esquinas, entre otros.(Instituto Geográfico Militar, 2015)

Sus límites territoriales son:

- Norte: parroquia Cebadas y Guamote.
- Sur: parroquia Tixán.
- Este: parroquia Cebadas.
- Oeste: cantón Guamote y Pallatanga.

### **Clima y temperatura**

En la parroquia Palmira, debido a que en sus proximidades se encuentran algunas de las cumbres más elevadas del Ecuador y por estar situada en la zona central del pasillo interandino, la temperatura promedio se encuentra en los 12°C.(Instituto Geográfico Militar, 2015)

### **Lengua**

En Palmira el 94% de los habitantes son bilingües hablan kichwa y español. Cabe decir que en la parroquia un aproximado de 95,4% de los habitantes es indígena, 3,5% mestizos, 0,9% afro-ecuatorianos 0,2% blancos.

### **Población**

Según los datos del INEC, VII censo de población y VI de vivienda 2010, nos indica que la población de la parroquia Palmira es de 12.297 habitantes, lo que representa un 27% del total de habitantes del cantón Guamote (45.153 habitantes). Se puede apreciar que el 94% de la población de la parroquia se asienta en el área rural, mientras que en el poblado central de la parroquia es el 6%, con un crecimiento anual del 1,42% (tasa de crecimiento provincia Chimborazo).

**Tabla 1. Población por concentración de zonas**

<b>Parroquia Palmira</b>	<b>Censo 2010</b>	<b>%</b>
Población urbana	738,0	6%
Población rural	11559	94%
<b>Población total</b>	<b>12297</b>	<b>100%</b>

Nota: fuente (INEC, 2010)

Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

Población por grupos etarios en la parroquia Palmira

**Tabla 2. Población por grupos etarios en la parroquia Palmira**

<b>Grupos etarios</b>	<b>Parroquia Palmira</b>	<b>%</b>
Menor a 1 año	316	3%
De 1 a 9	3373	27%
De 10 a 14	1749	14%
De 15 a 29	3180	26%
De 30 a 49	2045	17%
De 50 a 64	999	8%
De 65 a mas	635	5%
<b>Población total</b>	<b>12297</b>	<b>100%</b>

Nota: fuente (INEC, 2010)

Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

Según INEC 2010, la población de Palmira se caracteriza por el grupo representativo de jóvenes que constituyen el 26% de la población total, en este grupo se encuentra la población económicamente activa PEA, entre 15 y 29 años, esto permite que se desarrolle más la producción y el trabajo en la parroquia. Seguido se encuentra la población infanto-juvenil de 3%, 27% respectivamente finalmente el adulto mayor (66 a más años) representa el 5% del total.(INEC, 2010)

## **2.2. Estructura familiar**

### **Género y responsabilidad social**

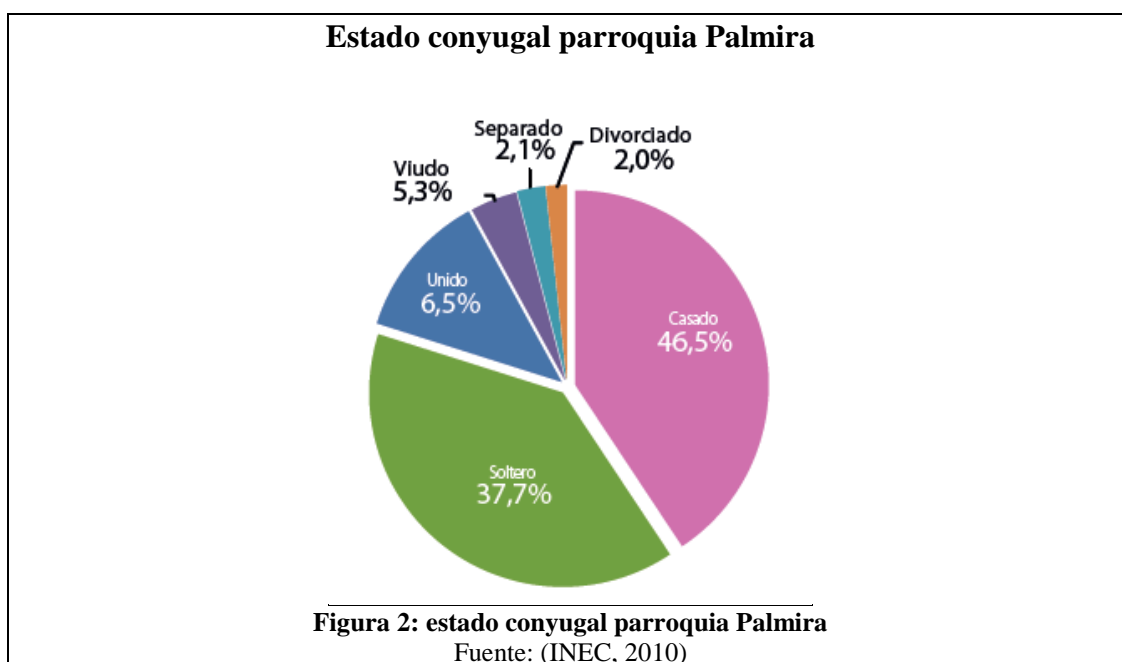
La población total de la parroquia es de 12.297 habitantes, donde 6.062 son hombres y 6.235 mujeres, esto muestra que existe una población en su mayoría femenina en un 51%, esto puede explicarse por el flujo migratorio que tiene el poblado ya que la mayoría de hombres migro como fuerza de trabajo a otros poblados y ciudades. (CNE, 2014)

Con la información obtenida se determinó que 2.607 son jefes de familia de la parroquia Palmira el 89% de ellos son hombres y tan solo el 11% son mujeres estas son madres solteras, viudas, o que por motivos migratorios se han quedado a cargo de la responsabilidad del hogar; esta tendencia se presenta en todas las comunidades de la parroquia, lo que significa que la estructura familiar tradicional se mantiene, se puede ver como una situación negativa, en el sentido de que las mujeres no han tenido la oportunidad de ejercer la jefatura familiar, como ocurre en otras parroquias de la provincia de Chimborazo. (CNE, 2014)

El grupo familiar está constituido por cuatro personas, esta es una estadística promedio que coincide a nivel nacional y que está considerado como una media del país, manteniéndose dentro de los márgenes de crecimiento poblacional del país. (CNE, 2014)

### **Estado conyugal de los pobladores de Palmira**

En la parroquia Palmira las familias mantienen una fuerte estructura familiar tradicional esto quiere decir que un 46,5% de la población es casada y apenas un 6,5% mantiene relaciones libres o de hecho, y con respecto al divorcio mantiene un porcentaje relativamente bajo si se compara con otras ciudades del país. (INEC, 2010)



## Población con índice armonizado NBI

En la parroquia Palmira existe una población 12.297 de las cuales 12.149 se encuentran en condiciones de pobreza esto se determina por necesidades básicas insatisfechas como son servicios básicos (agua potable – luz eléctrica), servicios de salud y educación; esto equivale al 98,8% de su población, se encuentra por sobre el promedio del cantón que es el 95,5%.(INEC, 2010)

**Tabla 3. Insatisfacción de pobladores de Palmira**

Parroquia	Población no pobres	Población pobres	Total	% De insatisfacción en pob. no pobres	% De insatisfacción en pob. pobres
Palmira	148	12149	12297	1,20%	98,8%
La Matriz	1.663	22.942	24.605	6,76%	93,2%
Cebadas	208	7.988	8.196	2,54%	97,5%
<b>Total</b>	<b>2019</b>	<b>43079</b>	<b>45098</b>	<b>4,5%</b>	<b>95,5%</b>

Nota: fuente (INEC, 2010)

Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

Sectores económicos principales en los que se desempeñan los habitantes de Palmira

**Tabla 4. Sectores económicos Palmira**

Sectores Económicos	Rama de actividades	Palmira	Participación %
<b>Primario</b>	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	4198	85,6%
	Explotación de minas y canteras	0	0,0%
	Total sector primario	4198	85,6%
<b>Secundario</b>	Industrias manufactureras	33	0,7%
	Construcción	164	3,3%
	Total sector secundario	197	4,0%
<b>Terciario</b>	Suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0	0,0%
	Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	2	0,0%
	Comercio al por mayor y menor	43	0,9%
	Transporte y almacenamiento	19	0,4%
	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	9	0,2%
	Información y comunicaciones	0	0,0%
	Actividades financieras y de seguros	1	0,0%
	Actividades inmobiliarias	0	0,0%
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	2	0,0%
	Administración pública y defensa	16	0,3%
	Enseñanza	35	0,7%
	Actividades de la atención de la salud humana	29	0,6%
	Artes, entretenimiento y recreación	0	0,0%
	Otras actividades de servicios	8	0,2%
	Actividades de los hogares como empleadores	39	0,8%
	No declarado	273	5,6%
	Trabajador nuevo	32	0,7%
	Total sector terciario	507	10,3%
	<b>Total sector económico</b>	<b>4903</b>	<b>100,0%</b>

Nota: fuente (PDOT, 2011)

Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

Como se puede observar en el cuadro que antecede, el sector terciario es decir las actividades dedicadas a prestar servicios representa apenas un 10%, de los cuales no existe siquiera un valor referencial sobre actividades turísticas, a diferencia de la agricultura y ganadería que abarcan el 85,6% de las actividades a las que se dedican los pobladores de Palmira.

### 2.3.Vivienda

#### Tenencia de vivienda en la parroquia Palmira

El 59% de los habitantes de la parroquia posee casa propia y están asentados en zonas rurales del poblado, esto es justificable ya que la mayoría de los habitantes se dedican a actividades de agricultura y ganadería y tienen sus propias tierras para trabajar y subsistir.(INEC, 2012)

**Tabla 5. Tenencia de vivienda Palmira**

<b>Tenencia de vivienda 2010</b>	<b>Hogares</b>	<b>%</b>
Propia totalmente pagada	2099	59,2%
Arrendada	542	15,3%
Prestada cedida ( no pagada)	386	10,9%
Propia (heredada, regalada, donada)	326	9,2%
Propia y la está pagando	164	4,6%
Por servicios	25	0,7%
Anticresis	4	0,1%
<b>Total viviendas Palmira</b>	<b>3546</b>	<b>100%</b>

Nota: fuente (INEC, 2012)

Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

#### Tipos de vivienda

Para este análisis se ha tomado la información del cantón Guamote al que pertenece la parroquia Palmira ya que no existe un estudio que determine los tipos de vivienda en esta parroquia; dada la cercanía con la cabecera cantonal no solo en su contexto urbano sino también en el rural se puede ver que predominan las construcciones de bloque o ladrillo, seguidas por adobe y en menor cantidad por madera y otros tipos de construcciones.

## 2.4.Servicios básicos

### Agua potable

El 45,26% de la población obtiene el líquido vital de la red pública de agua potable mientras el 44,27% recibe agua proveniente de río o vertiente, esto produce un grave problema de salud debido a que no recibe un tratamiento adecuado para el consumo humano.

**Tabla 6. Agua potable**

	De red pública	De pozo	De río, vertiente, acequia o canal	Carro repartidor	Otro (Agua lluvia/albarrada)
<b>PALMIRA</b>	1099	277	1299	4	100
<b>%</b>	45,3	7,0	44,3	0,1	3,4

Nota: fuente (INEC, 2010)

Elaborado: Darwin Mosquera, Henry Reascos

Estos valores están basados en la información primaria, obtenida por el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010 en la parroquia Palmira.

### Energía eléctrica

El acceso que la comunidad tiene a los servicios de energía eléctrica alcanza un 77% que equivale a 2.121 de las viviendas, mientras que 650 viviendas de la parroquia aun no cuentan con este servicio básico es decir un 23%. Se está iniciando con la implementación de energías alternativas como son los paneles solares en la parroquia Palmira, esta puede ser una opción en los lugares más alejados y de difícil acceso a la red pública de energía eléctrica.

**Tabla 7. Acceso de viviendas a energía eléctrica**

Acceso a servicios	Nº viviendas	%
Servicio de electricidad pública	2121	77%
No tiene este servicio	650	23%
<b>Total</b>	<b>2771</b>	<b>100%</b>

Nota: fuente (INEC, 2010)

Elaborado: Darwin Mosquera, Henry Reascos

### Alcantarillado

Según datos del censo de población y vivienda 2010 la parroquia Palmira cuenta tan solamente con un 3% de hogares que poseen alcantarillado, y el 15 y 20%, los hogares

están conectado a un pozo séptico o pozo ciego, un dato preocupante es que el 44% de la población no cuenta con ningún tipo de servicio higiénico o escusado lo que se convierte automáticamente en un foco infeccioso, causando enfermedades de toda índole y representa un problema de salud pública.

**Tabla 8. Alcantarillado  
Descarga de aguas servidas**

	<b>Conecta do a red</b>	<b>Pozo séptico</b>	<b>Pozo ciego</b>	<b>Al río, lago o quebrada</b>	<b>Letrina</b>	<b>No tiene</b>	<b>Total</b>
<b>PALMIRA</b>	82	410	559	2	506	1212	2771
<b>%</b>	3,0%	14,8%	20,2%	0,1%	18,3%	43,7%	100%

Nota: fuente (INEC, 2010)

Elaborado: Darwin Mosquera, Henry Reascos

## 2.5.Educación

En la parroquia se han registrado 5215 estudiantes, los cuales están repartidos en instituciones públicas, privadas municipales y fisco misionales.

**Tabla 9.Educación en la Parroquia Palmira**

	<b>Fiscal (Estado)</b>	<b>Particular (Privado)</b>	<b>Fisco misional</b>	<b>Municipal</b>	<b>Total</b>
<b>PALMIRA</b>	4866	248	80	21	5215
<b>%</b>	93,3	4,8	1,5	0,4	100

Nota: fuente (INEC, 2010)

Elaborado: Darwin Mosquera, Henry Reascos

La población estudiantil de la parroquia prefiere instituciones públicas siendo el 93% de los estudiantes los que asisten instituciones fiscales, este indicador hace que se tomen medidas en base a políticas públicas que garanticen que estos espacios educativos cuenten con ambientes adecuados para continuar con su labor.(MSP, 2011)

Existe un analfabetismo del 18% siendo superior a la provincial que presenta el 13%, dato que se refleja principalmente en las mujeres en un 62%, que son generalmente en las edades mayores de 15 años de edad.(MSP, 2011)

## 2.6.Salud

### Mortalidad infantil

La mortalidad infantil en la parroquia es en su mayor parte por enfermedades respiratorias como bronquitis aguda en un 50%, debiéndose a las causas como: condiciones climáticas, hacinamiento, pobreza, falta de educación en el cuidado



postparto, otra de las causas son las enfermedades cardiacas no especificadas presentándose en un 50% de los niños menores a un año, dato que se ve preocupante por la inexistencia de profesionales en esta área, la mortalidad con relación al año 2005 en la actualidad se ve reducida a 12 niños muertos por cada 1000 habitantes.(MSP, 2011)

### **Mortalidad materna**

Las principales causas de mortalidad materna son la hipertensión y eclampsia (45,5%), las complicaciones del parto (36%) y los embarazos terminados en aborto fueron causa del 18% de muertes maternas.(MSP, 2011)

### **Desnutrición**

En la parroquia uno de los problemas más graves es la desnutrición sobre todo en la población infantil, la desnutrición infantil aguda es de 11%, crónica 43% y la global es de 54% en los niños menores a cinco años de edad. La desnutrición en las mujeres embarazadas es del 43%, la desnutrición global cantonal es del 46.61%. Se entiende que parte de las causas que generan la desnutrición tienen que ver con la inadecuada combinación y cocción de los alimentos, la dieta de la población se fundamenta.(MSP, 2011)

**Tabla 10. Desnutrición infantil**

<b>Desnutrición infantil</b>	<b>%</b>
Aguda	11
Crónica	43
Global	54

Nota: fuente. Hospital básico de Guamote

Elaborado: Darwin Mosquera, Henry Reascos

### **Agricultura**

La parroquia Palmira tiene una extensión territorial de 24.801 hectáreas los cuales son suelos arenosos y franco arenosos en la parte media y baja, mientras en la parte alta son suelos negros con alto contenido de materia orgánica y fácil retención de la humedad, suelos con pendientes onduladas que van del 15% al 60 % lo que ha dado lugar al problema de la erosión de los mismos, debido a sus pendientes pronunciadas y al inadecuado manejo del recurso suelo.

Existen 7764,83 hectáreas de cultivos y barbecho, 1836 hectáreas corresponde a la extensión de pastos o praderas cultivadas, 363 hectáreas son extensiones de pastos naturales o de pastoreo, 5704 hectáreas son territorios que corresponde a los páramos, 3876 hectáreas son territorios de montes y bosques a nivel de la parroquia, 921,94 hectáreas de suelo se encuentran en proceso de la erosión, 3655,23 hectáreas son territorios o áreas erosionadas lo que dificulta la utilización como suelos de producción, como zona poblada dispone de 45 hectáreas. (Instituto Geográfico Militar, 2015)

Relacionado a la extensión de otros usos tenemos la cantidad de 635 hectáreas, dando un total de 24.801 hectáreas de extensión parroquial. (Instituto Geográfico Militar, 2015)

El nivel tecnológico de la producción agrícola en general se puede deducir que es relativamente bajo, mediante la recolección de información primaria se tiene que el 5% manejan los cultivos técnicamente, el 3% semi - tecnificado, y el 92% los cultivos son manejados sin tecnificación. (Instituto Geográfico Militar, 2015)

En la actualidad y con la tecnología moderna, se viene combinando mediante la utilización del tractor en la preparación del suelo especialmente, de igual manera se están utilizando una variedad de insumos químicos, y en un porcentaje mínimo se viene utilizando los productos orgánicos.

Con respecto a los cultivos transitorios o propios de la zona como son: el melloco, la oca, la mashua, se cultivan en pequeña escala especialmente para el auto consumo, es decir que también la producción ha bajado sustancialmente lo cual se ve en menor cantidad en los mercados o sitios de venta. (Instituto Geográfico Militar, 2015)

## **2.7. Análisis de la situación económica – social de la parroquia Palmira**

Palmira es una parroquia con un alto porcentaje de pobreza causado por dificultades en el orden social, ambiental, económica, institucional y territorial, que han afectado en la calidad de vida de la población y no garantizan el aprovechamiento pleno de las potencialidades de su territorio. Más adelante se definirá calidad de vida y que indicadores se consideran para ello. A través de la siguiente matriz, se determinará los principales factores que afectan a la parroquia:

**Tabla 11. Situación Socio – Económica Palmira**

<b>Componen te territorial</b>	<b>Problemática</b>	<b>Causa</b>	<b>Afectados</b>
<b>Ambiente y cambio climático.-</b>	Afectación en suelos.	Lluvias torrenciales, sequias continuas, introducción de especies exóticas.	Población parroquia Palmira y producción local
	Suelos erosionados.	Abandono de suelos, cambio climático, geografía, eliminación de cobertura vegetal nativa.	Población parroquia Palmira y producción local
	Afectación en cultivos.	Lluvias torrenciales, sequias continuas, tala de bosques nativos.	Población parroquia Palmira
<b>•Gestión del riesgo.-</b>	Poca vinculación y accionar ante desastres naturales y prevención de riesgos.	Inexistencia de un plan de contingencia y riesgos; falta de una política territorial en relación a prevención y mitigación de riesgos.	Población parroquia Palmira
<b>Desarrollo rural.-</b>	Asentamientos informales, migración.	Falta de planificación a nivel de infraestructura en relación al medio geográfico, baja producción, pocas fuentes de empleo y por ende economía deficiente.	Población parroquia Palmira
<b>Empleo y desempleo.-</b>	Alto índice de migración interna.	Falta de fuentes empleo y de oportunidades de desarrollo socio económico.	Población parroquia Palmira
<b>Turismo.-</b>	Desconocimiento de la población presente de los espacios turísticos en el territorio.	No se cuenta con un plan efectivo de promoción y difusión de los atractivos turísticos; falta de infraestructura y servicios complementarios en turismo.	Población y economía parroquial
<b>Cultura y patrimonio .-</b>	Desconocimiento de la población presente de la riqueza patrimonial presente en el territorio.	Falta de cultura patrimonio; promoción y difusión de espacios patrimoniales inexistente.	Población parroquia Palmira y turistas
<b>Salud.-</b>	Modelos de gestión e intervención obsoleta en el tema ante la realidad de la población presente.	Falta de vinculación efectiva entre los organismos que poseen la autoridad y competencia en este tema; políticas territoriales vinculadas inexistentes.	Población parroquia Palmira
<b>Educación.-</b>	La calidad de educación.	Incidencia de formación académica no idónea para la población presente.	Población parroquia Palmira
<b>Economía popular y solidaria.-</b>	Generación de instituciones financieras que carecen de servicios integrales.	Normativa y política nacional permisiva ante la creación de instituciones financieras a nivel comunitario y asociativo	Población parroquia Palmira
<b>Servicios básicos.-</b>	Falta de cobertura y fallas en el sistema de agua de consumo humano.	Vida útil de los sistemas al final de su vida útil.	Población parroquia Palmira
	Sistema de alcantarillado caduco; sistemas de eliminación de excretas no amigables con el ambiente.	Vida útil de los sistemas al final de su vida útil; técnicas de tratamiento de excretas no apropiadas para la población.	Población parroquia Palmira

Nota: fuente (CNE, 2014)

Elaborado por: Darwin Mosquera - Henry Reascos

Palmira está compuesta por una población en su mayoría indígena dedicada exclusivamente a la actividad agrícola llegando a ocupar el 85,6% de la población económicamente activa, lo preocupante de esta situación es que según datos del INEC en los sectores rurales existe un nivel de subempleo de 74,4%, empleo pleno 22,3% y el desempleo llega a un 3,35%, es decir que la gran mayoría no tiene un trabajo estable, solo lo hacen bajo contratos temporales o estacionales. Esta realidad se apega en su totalidad a la parroquia ya que gran parte de las personas que trabajan lo hacen como jornaleros o peones sin la seguridad de ser contratados diariamente, otros comercializan los productos obtenidos en sus parcelas o en terrenos comunales, pero su producción es bastante baja lo que limita sus ingresos.

La línea de pobreza se ubicó en 2,63 dólares diarios per cápita y la línea de extrema pobreza se ubicó en 1,48 dólares. Los individuos cuyo ingreso per cápita es menor a la línea de pobreza son considerados pobres extremos. Se hace referencia a estos datos ya que en Palmira un jornalero recibe en promedio \$10 dólares diarios y el promedio de miembros en una familia son 4 lo que nos da como resultado un ingreso per cápita para esa familia de \$2,5 si tomamos el criterio antes mencionado podemos decir que existe un nivel de pobreza bastante grave en la parroquia. (El Comercio, 2014)

Los agricultores al comercializar sus cosechas también tienen inconvenientes ya que sus cultivos son muy poco tecnificados, no existe un control de plagas, y no han recibido capacitación técnica ni administrativa para sus negocios. A diferencia de otros productores en la misma provincia que ya cuentan con una estructura organizativa y productiva, lo que les vuelve más competitivas adueñándose así del mercado y hundiendo a los pequeños productores, esto es otro factor que afecta a la parroquia.

La falta de planificación a nivel de infraestructura con relación al medio geográfico no proporciona un proyecto urbanístico adecuado, lo que dificulta el dotar de servicios básicos al total de la comunidad, no hay un plan de manejo de desechos sólidos entre otros problemas, esto hace que el 98,8% de la población se encuentre en condiciones de pobreza por necesidades básicas insatisfechas. El dinamismo comercial en la parroquia es bastante limitado por lo cual existen pocas fuentes de empleo pleno y oportunidades de desarrollo socio económico, no se ha invertido en programas para

animar a proyectos de emprendimiento, como resultado de todo ello tenemos una economía deficiente. (El Comercio, 2014)

Con respecto a la educación y salud se tiene existen muchas deficiencias, primero de infraestructura, no se han invertido en la implementación de nuevas escuelas y colegios dotados de todos los servicios que permitan una educación plena como son internet, laboratorios de investigación, bibliotecas y áreas verdes; en salud solo existe un centro de salud, el hospital se encuentra a unos 40 minutos en la cabecera cantonal, muchas veces no abastece la demanda que recibe diariamente. (El Comercio, 2014)

En la parroquia existe desconocimiento sobre su cultura, sobre su patrimonio, razón por la cual no existe una promoción o difusión de los espacios patrimoniales existentes, no se ha visto una oportunidad de desarrollo en el turismo a pesar de tener un potencial turístico natural y cultural; no se ha previsto el adecuar una infraestructura y servicios complementarios para explotar el turismo, esto se ha dado por falta de iniciativas, desconocimiento e inversión escasa para este fin.

El fin de este análisis socio económico realizado a la parroquia Palmira es para buscar a través de una oferta turística la oportunidad de desarrollo con la creación de una fuente alterna de ingresos para las familias y la parroquia en su conjunto, apeándonos a la realidad que viven los comuneros y mejorar su calidad de vida.

### **Calidad de vida**

De acuerdo con un artículo realizado por la sociedad chilena de psicología, se ha determinado que la calidad de vida puede ser medida desde un punto de vista o características subjetivas u objetivas. En este caso se analizará la calidad de vida de la parroquia Palmira desde un punto de vista objetivo, bajo esta perspectiva la CV es equivalente a la suma de los puntajes de las condiciones de vida objetivamente medibles en una persona, tales como salud física, nivel de educación, ingresos disponibles, oportunidades de trabajo, servicios básicos, relaciones sociales, etc.(Sociedad Chilena de Psicología Clínica, 2012)

## 2.8.Potencial turístico religioso, cultural y natural de la parroquia Palmira

### Turismo religioso

Palmira tierra digna de visitar por la calidez de su gente, sus recursos naturales, culturales y religiosas, entrelazadas entre sus costumbres populares, fiestas patronales y fiestas religiosas, una de ellas ofrecida a San Juan Evangelista, el 27 de diciembre, donde se disfruta de las noches culturales, baile popular y la quema del famoso “castillo” a cargo de los sacerdotes.

Otra celebración es el Martes Santo, con el inicio de la Semana Mayor o Semana Santa, el día martes fue y será un día de recogimiento general dentro de la población y sus alrededores. Este es el día dedicado al Señor de las Misericordias, oportunidad en que la población se llena de turistas nacionales y extranjeros, visitantes y romeriantes, las visitas al santuario es infaltable; pues por lo menos una persona, llega a las puertas de la iglesia y ofrece sus oraciones y ofrendas al Jesús Misericordioso”.



Las leyendas forjadas a través de la imaginación de los antiguos pobladores de la localidad, le atribuyen propiedades curativas; los testimonios de personas motivadas por sus dolencias y la profunda fe en el símbolo divino del Señor de las Misericordias.

### **Fiesta brava**

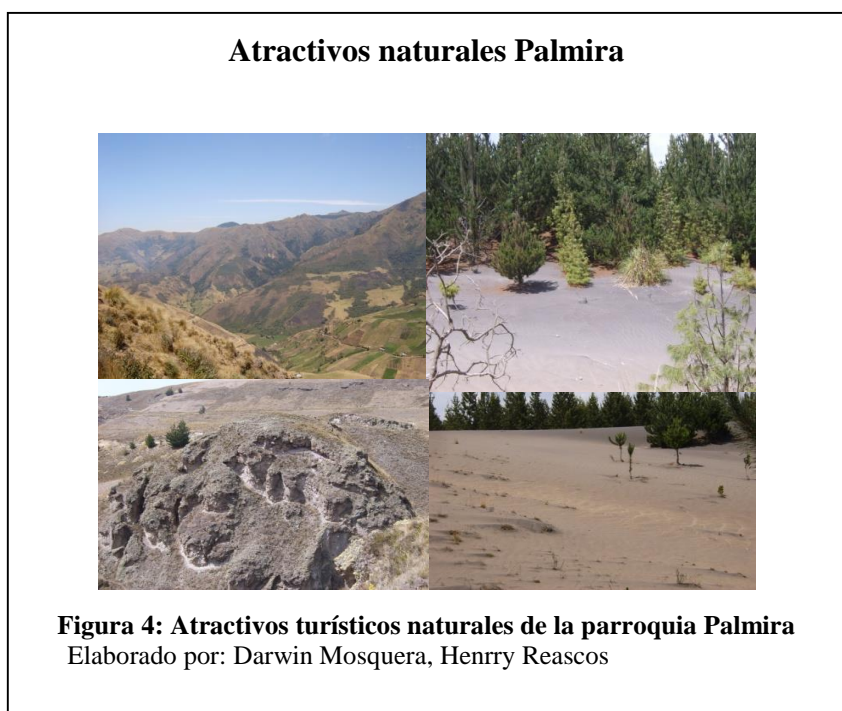
Los dueños de las haciendas de la parroquia colaboran en la programación de los festejos taurinos. Actualmente los páramos de las comunidades de Azogоче y Atillo son célebres por la calidad y cantidad de los rebaños que pastan en sus cumbres.

Es costumbre de herencia española, la práctica de las corridas de toros en lugares especiales o plazas adecuadas para el evento; costumbre que se resiste en desaparecer, conociendo en estos tiempos como toros de pueblo.

## **2.9.Atractivos turísticos naturales**

### **Cuevas de Angaguachana**

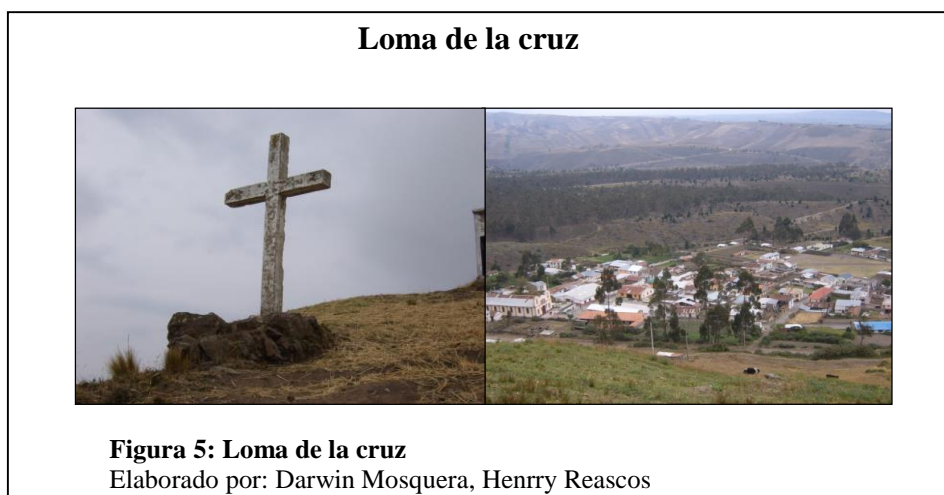
A 20 minutos aproximadamente de la parroquia, en la antigua vía de acceso panamericana, se encuentran las cuevas de Angaguachana, donde las formaciones morfológicas de la montaña, han convertido de este lugar ideal para la práctica de ascenso de montaña.



En una distancia aproximada de unos mil quinientos metros del poblado, en un precioso valle formado por el río Pumachaca, se encuentra el Tentadero Bellavista, en donde la tradición de la tauromaquia se apodera en las romerías del Señor de las Misericordias, organizadas por la colonia de Palmireños residentes en Quito (CPRQ) en la penúltima semana del mes de agosto, la cual año tras año va teniendo mayor acogida entre los diferentes turistas nacionales y extranjeros.

### **Loma de la cruz**

Si el turista tiene la oportunidad de ascender a la cima de loma de la cruz, podrá tener a sus pies toda la belleza de la llanura de Tiocajas, a su lado derecho, y el frente el inicio del cañón de Pumachaca que extendiéndose hacia el suroeste desembocará, cerca del cantón Alausí, en un boliche natural formada por los bordes de los cortes bruscos de la nariz del Diablo, y en frente a la parroquia Palmira.



### **Desierto de Palmira**

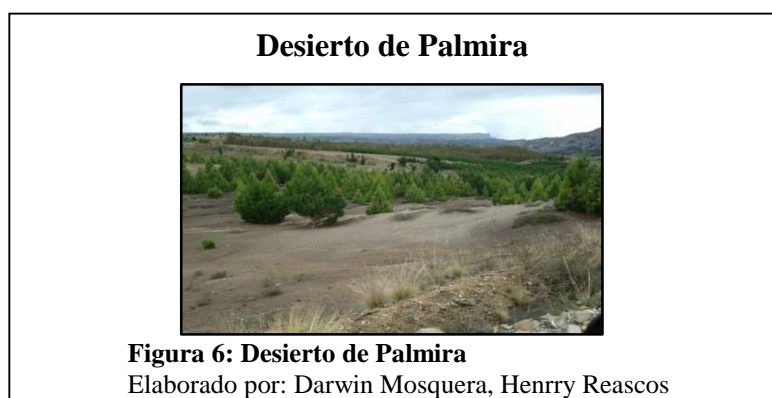
Este desierto es pequeño pero atractivo, pues se asemeja al gran desierto del Sahara. Resulta fantástico para tomar fotos, que hacen pensar que en realidad se ha visitado el Medio Oriente y se ha convertido en el único lugar en el país para soñar con ésta odisea de misterio y aventura.

Se ha logrado dar otro aspecto al desierto de Palmira, debido a que sus habitantes lograron plantar grandes extensiones de pino, esto se realizó gracias al trabajo arduo de sus pobladores, que han perseverado para hoy tener estas hermosas especies habitando el desierto.



Es un paisaje impresionante por los arenales y el bosque de pino sembrado en pleno arenal, y disfrutando del contacto con la naturaleza, se puede caminar entre los pinos y uno que otro cactus, escuchar el silbido del aire entre los árboles no tiene precio, hace algún tiempo la gente de Palmira decidió convertir las dunas de arena en un oasis.

La transformación del desierto a oasis, duro un largo tiempo, iniciándose con la forestación y rescate del suelo. El objetivo del cambio es paralizar el peligro erosión eólica, esto causado por los seis metros por segundo que corre el viento. La aspiración de Palmira es ampliar 38 hectáreas más de suelo fértil, mientras tanto la población siembra tilo, quishuar, romerillo en los linderos con el fin de retener la mayor cantidad de agua y evitar la erosión a causa del viento.



### **Ubicación**

Se encuentra en la parroquia llamada Palmira a 50 minutos al sur de Riobamba.

### **Extensión**

El desierto tiene una extensión de 10 hectáreas.

### **Laguna de Colta**

Esta hermosa laguna, es conocida en lengua puruhá como “Kulta Kucha”, que significa “Laguna de Pato”. La laguna de Colta es única, desde Loja hasta Quito no existe otra de tan fácil acceso, cruzada por la línea férrea y la panamericana. Es un gran espejo de agua de forma alargada, rodeada de exuberante vegetación. Se la puede observar desde la carretera en todo su esplendor, adornada por el Chimborazo y por una naturaleza impresionante, con paisajes andinos únicos.

### **Ubicación**

La laguna de Colta se halla ubicada a 19 kilómetros, 20 minutos al suroeste de la ciudad de Riobamba. Da el nombre al cantón donde se encuentra.

### **Extensión**

La laguna de Colta tiene una extensión de 2.500 metros de longitud por 1.100 de ancho.

### **Clima**

En este lugar el clima es templado, la temperatura se encuentra entre los 12 grados centígrados.

### **Flora**

En esta laguna crece la totora, utilizada para el tejido de esteras y variadas artesanías.

### **Fauna**

Entre la fauna que se puede divisar en los alrededores de esta atractiva laguna están: patos emigrantes, garzas, ovejas, gran diversidad de aves, y peces de colores.

## **2.10. Factores del macro - entorno que influye en la parroquia Palmira**

Es importante determinar como el ambiente externo tiene un impacto positivo o negativo en las diferentes actividades que se realizan en la parroquia. Cabe recalcar que el presente estudio centra su atención en la actividad turística, así se podrá determinar algunas estrategias y plantarse objetivos claros con el único fin de convertir a esta actividad en una alternativa de desarrollo sustentable.

### **Demográfico**

Tomando como aspecto demográfico podemos hacer mención a la llegada de extranjeros al Ecuador y tomando valores de llegada y su incremento anual de los últimos 4 años.

**Tabla 12. Llegada de extranjeros**

Meses	2010	2011	2012	2013	2014	VAR% 2014/2013
<b>Enero</b>	96.109	105.548	127.116	130.843	152.578	16,6
<b>Febrero</b>	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584	20,1
<b>Marzo</b>	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007	0,6
<b>Abril</b>	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614	35,6
<b>Mayo</b>	77.618	81.870	92.644	98.414	111.177	13,0
<b>Junio</b>	91.602	99.949	118.292	121.742	129.062	6,0
<b>Julio</b>	110.545	117.966	130.779	138.138	154.229	11,6
<b>Agosto</b>	95.219	98.962	106.375	112.569	131,694	17,0
<b>Septiembre</b>	71.776	80.090	85.990	97.374	122,767	15,8
<b>Octubre</b>	83.701	88.357	99.145	111.517	124,456	11,6
<b>Noviembre</b>	81.263	92.573	99.674	112.056	127,562	13,8
<b>Diciembre</b>	96.359	113.299	122.790	136.798	156,278	14,2
<b>TOTAL</b>	<b>1'047.098</b>	<b>1'141.037</b>	<b>1'271.901</b>	<b>1'364.057</b>	<b>1'557.006</b>	<b>14,2</b>

Nota: fuente (MINTUR, 2014)

Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

## 2.11. Económico

### Ingreso y egreso de divisas por concepto de turismo

El ingreso de divisas por turismo en el período enero-septiembre del 2014, alcanzó los USD 1.085,5 millones, representando así un crecimiento del 21% respecto a igual período del 2013. De este modo la balanza turística registró en este período un saldo positivo de USD 322.1 millones, informó la coordinación general de estadísticas e investigación del Ministerio de Turismo.(MINTUR, 2014)

### Posición del turismo en la economía

**Tabla 13. Ubicación del turismo en las exportaciones no petroleras (en millones de dólares)**

<b>Tercer trimestre 2014</b>		
<b>Productos primarios o industrializados</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Banano y plátano	670.2	658.7
Camarón	634.9	333.1
Turismo	296.9	378.5
Otros elaborados	360.8	283.9
Flores naturales	259.5	235.1
Manufacturación de materiales	161.0	110.9

Nota: fuente (MINTUR, 2014)

Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

Como se puede apreciar el turismo es la tercera fuente de ingreso del país, mostrando un incremento del 21% con relación al trimestre del año 2013.

## **2.12. Legal**

### **Incentivos tributarios de acuerdo al código de producción.**

Dentro del ámbito legal lo más representativo son los incentivos de orden tributario que reconoce esta normativa se incorporan como reformas a las normas tributarias pertinentes con la finalidad de fomentar los emprendimientos en las poblaciones sensibles buscando así su desarrollo y mejora en la calidad de vida.

Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.(PROECUADOR, 2014)

### **Clasificación de los incentivos tributarios.**

Los incentivos fiscales que se establecen en este código son de dos clases:

Generales: de aplicación para las inversiones que se ejecuten en cualquier parte del territorio nacional. Consisten en los siguientes: (PROECUADOR, 2014)

- a. La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta; b. Los que se establecen para las zonas económicas de desarrollo especial, siempre y cuando dichas zonas cumplan con los criterios para su conformación;
- c. Las deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y para la producción eco-eficiente;
- d. Los beneficios para la apertura del capital social de las empresas a favor de sus trabajadores;
- e. Las facilidades de pago en tributos al comercio exterior;
- f. La deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno;
- g. La exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento externo;
- h. La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva;
- i. La reforma al cálculo del anticipo del impuesto a la renta.

Exoneración de pago del impuesto a la renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas. Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del código de la producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión.

Para efectos de la aplicación de lo dispuesto en este artículo, las inversiones nuevas y productivas deberán realizarse fuera de las jurisdicciones urbanas del cantón Quito o del cantón Guayaquil, y dentro de los siguientes sectores económicos considerados prioritarios para el Estado:

- a. Producción de alimentos frescos, congelados e industrializados;
- b. Cadena forestal y agroforestal y sus productos elaborados;
- c. Metalmecánica;
- d. Petroquímica;
- e. Farmacéutica;
- f. Turismo;
- g. Energías renovables incluida la bioenergía o energía a partir de biomasa;
- h. Servicios logísticos de comercio exterior;
- i. Biotecnología y software aplicados; y,
- j. Los sectores de sustitución estratégica de importaciones y fomento de exportaciones, determinados por el Presidente de la República.

El mero cambio de propiedad de activos productivos que ya se encuentran en funcionamiento u operación, no implica inversión nueva.(PROECUADOR, 2014)

### **Factor social**

Ecuador está proyectando una imagen de seguridad, estabilidad y calidez lo que ha permitido que gane un peldaño por sobre otros potenciales turísticos del mundo, esto se ve reflejado en el significativo incremento de turistas en estos últimos años.

Algo importante de recalcar es que gran parte de esta mejoría en el sector turístico del país se debe al apoyo incondicional que reciben las empresas turísticas por así decirlo

por parte del gobierno, la campaña publicitaria agresiva en medios nacionales e internacionales que hace el estado con el fin de promover el turismo en Ecuador y convertirlo en uno de los pilares esenciales del desarrollo aprovechando el potencial turístico con el que cuenta el país, las campañas de concientización en el cuidado del ambiente, la recuperación del tren y bienes patrimoniales , entre otros.

La diversidad natural, que tiene el país es un atractivo indudable para los turistas extranjeros especialmente ya que tiene una necesidad imperiosa de conocer y explorar cosas nuevas.

Si algo se puede reconocer es que no ha existido en las administraciones cantonales un impulso político para fomentar proyectos turísticos o económicos a la parroquia, los escasos recursos con los que consta la parroquia ayuda a cubrir las necesidades básicas. Existe una mala distribución de los recursos con los que cuenta la parroquia ya que estos no están enfocados en mejorar la calidad de vida de los habitantes.

### **Educativo**

En el ámbito educativo, la eliminación del analfabetismo es un punto muy importante de recalcar, esto ha permitido minimizar la mendicidad en zonas vulnerables. Cada vez hay más profesionales especializados en turismo, son quienes tienen el peso de poner en pie al proyecto turístico que tiene el país. La facilidad de acceder a proyectos educativos de idiomas da herramientas para poder convivir con el turista,

### **Político**

Se percibe un ambiente idóneo para desarrollar la actividad turística, existe seguridad para la inversión privada, además de la estabilidad y compromiso que tiene el gobierno con esta actividad.

Los lazos comerciales con otros países, las constantes participaciones en ferias turísticas del mundo han facilitado el abrir algunas puertas con personas e instituciones interesadas en convivir con nuestra cultura y sociedad.

### **2.13. Determinación de las oportunidades y amenazas que presenta la parroquia Palmira**

Si analizamos el macro - entorno descrito anteriormente podemos determinar que para desarrollar la actividad turística hay las condiciones idóneas para lograrlo y convertirlo en un potencial económico y participe directo del cambio en la matriz productiva de la parroquia Palmira.

Las principales oportunidades que tenemos son: el impresionante paraje natural y la riqueza cultural que brinda nuestro país al mundo, en este caso particular la provincia de Chimborazo y su parroquia Palmira tienen un potencial turístico natural que puede ser aprovechado. El apoyo publicitario, tributario, y organizativo que brinda el gobierno central facilita a que las comunidades se organicen y puedan emprender proyectos como el turismo comunitario. La condición económica y social estable que el país tiene en la actualidad son claves para crear confianza y atraer no solo a la inversión extranjera sino a una mayor demanda turística.

Como desventajas en la parroquia se puede determinar, la falta de emprendimientos e información que los habitantes tienen sobre la riqueza cultural y la extensa variedad de atractivos que poseen, el mal uso del presupuesto que el estado destina para el desarrollo de la parroquia está provocando una excesiva acumulación en el sector ganadero y agrícola lo que produce una sobre producción y poca salida de los mismos productos por un alto grado de competencia.

## CAPÍTULO 3

### 3. DESARROLLO DEL PLAN TURÍSTICO

El presente capítulo tiene por finalidad, en primera instancia, presentar los resultados obtenidos en la encuesta realizada en la parroquia Palmira a los turistas extranjeros que utilizan el auto-ferro como medio de transporte para llegar a la provincia de Chimborazo, para luego en base a los resultados obtenidos describir el Plan Turístico Comunitario con sus objetivos, elementos y componentes, además el presupuesto para la respectiva implementación del proyecto turístico.

#### 3.1. Resultados de la encuesta

##### 3.1.1. Segmentación del mercado

La encuesta está dirigida a turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo a través del auto-ferro en la ruta Riobamba-Palmira

**Tabla 14. Flujo de turistas extranjeros que realizan el recorrido en auto-ferro de la ruta 5. Riobamba – Palmira**

<b>Años</b>	<b>Turistas</b>	<b>Total</b>
2008	Extranjeros	1.883
2009	Extranjeros	2.988
2010	Extranjeros	2.083
2011	Extranjeros	3.237
2012	Extranjeros	3.139
2013	Extranjeros	3.599
2014	Extranjeros	7.931
	<b>Total</b>	<b>24.860</b>

Nota: fuente (Ferrocarriles del Ecuador, 2014)

Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

Como se puede apreciar, las cifras expuestas son motivantes ya que el apoyo y esfuerzo del Gobierno Central en la rehabilitación del ferrocarril han fortalecido las actividades productivas, que fomentan a este tipo de turismo, logrando un crecimiento significativo en los últimos años en el flujo de turistas extranjeros que hacen uso del auto-ferro en la provincia de Chimborazo, respecto a la ruta 5 surcos andinos “Riobamba-Palmira-Riobamba”.

Sin duda este creciente flujo de turistas es de vital importancia, ya que este segmento constituirá el mercado potencial para este proyecto.



### 3.1.2. Determinación de la población objetivo ( $N$ )

Como se muestra en el cuadro anterior la población objetivo está determinada por los turistas que viajan en auto-ferro hacia la estación Palmira, esto permitirá determinar el tamaño de la muestra, para la aplicación de la encuesta.

**Tabla 15. Determinación de la población objetivo**

<b>Segmentos de mercados</b>	<b>Total</b>
Turistas extranjeros que realizan el recorrido de auto-ferro R-P-R (2013)	
Turistas extranjeros	7.931
<b>Total población</b>	<b>7.931</b>

Nota: fuente. Ferrocarriles del Ecuador – Gerencia Filial Sur Riobamba  
Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

### 3.1.3. Determinación del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se debe tener en consideración lo siguiente:

#### Valores de $Z$

Corresponde al nivel de confiabilidad con el que se tiene que trabajar. Así tenemos:

95% de confiabilidad  $Z = 1,96$

97% de confiabilidad  $Z = 2,17$

99% de confiabilidad  $Z = 2,57$

Para el presente caso de estudio se trabajará con el nivel de confiabilidad del 95%.

#### Probabilidades reales

Concierno a las probabilidades reales de que ciertas características estén presentes ( $P$ ), frente a las probabilidades de que no lo estén ( $Q$ ). Así tenemos:

$$P = 0,5$$

$$Q = 1 - 0,5$$

$$Q = 0,5$$

## Error de muestreo

El error de muestreo ( $e$ ), puede fluctuar según el criterio de los investigadores. Generalmente se asocia al nivel de confianza con el error, sin embargo, pueden ser independientes. Este error determina la diferencia que puede haber entre los resultados de una muestra con los de la población. En este caso se trabajará con el error de muestreo del 5% (0.05).

El tamaño de la muestra se calcula con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + (N - 1)e^2}$$

### Dónde:

$n$  = Tamaño de la muestra

$Z$  = Nivel de confiabilidad 95%

$Q$  = Probabilidad de no ocurrencia

$P$  = Probabilidad de ocurrencia

$N$  = Población

$e$  = Error de muestreo. Para este caso se escogerá un error del 5%

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + (N - 1)e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50) 7931}{(1,96)^2(0,50)(0,50) + (7931 - 1)(0,05)^2}$$

$$n = 366$$

### 3.1.4. Formato de la encuesta

#### Universidad Politécnica Salesiana

#### Administración de empresas

#### Encuesta

**Instrucciones:** Por favor llene el siguiente cuestionario con la mayor veracidad posible. Todos los datos provistos son **anónimos**, se manejarán con total **confidencialidad** y serán utilizados para fines académicos únicamente.

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: \_\_\_\_\_ Nacionalidad: \_\_\_\_\_

1. ¿Con que frecuencia usted viaja hacia algún lugar turístico?

- De una a dos veces al año ( )
- De tres a cuatro veces al año ( )
- Cinco veces o más ( )
- Nunca ( )

2. ¿Cuándo usted hace turismo suele viajar...?

- Solo ( )
- Con 2 a 3 personas ( )
- O más ( )

3. ¿Alguna vez le ofrecieron turismo comunitario como una alternativa de turismo?

- Sí ( )
- No ( )

4. ¿Ha visitado usted centros turísticos dentro del Ecuador?

- Sí ( )
- No ( )

5. ¿Ha visitado antes la provincia de Chimborazo?

- Sí ( )
- No ( )

6. ¿Le gustaría hacer turismo comunitario en la parroquia Palmira?

- Sí ( )
- No ( )

7. ¿Le ayudaría a que su visita sea más cómoda si se le ofrece planes turísticos prediseñados?

- Sí ( )
- No ( )

8. Cuál de estos paquetes le interesaría:

- Un paquete turístico de 2 días 1 noche ( )
- Un paquete turístico de 3 días y 2 noches ( )
- Un paquete diario ( )
- Otra alternativa de paquete ( )

9. Dentro de su paquete turístico comunitario, cuál de estas opciones le interesa que se incluya

- Alojamiento con la comunidad ( )
- Convivencia con parte de la comunidad ( )
- Conocer costumbres y tradiciones de la parroquia. ( )
- Descubrir su cultura gastronómica ( )
- Visitar los atractivos turísticos que ofrece Palmira ( )

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por realizar turismo comunitario?

- Entre \$50 y \$70 dólares ( )
- Entre \$71 y \$90 dólares ( )
- Entre 91 y 120 dólares ( )

11. ¿Cuál de estos atractivos turísticos de la parroquia Palmirale gustaría conocer?

- La iglesia del señor de las misericordias ( )
- El desierto natural de Palmira ( )
- Cuevas de Angaguachana ( )
- La laguna de Colta ( )

12. ¿Cuál de las siguientes características del turismo comunitario a su parecer es más importante?

- Ayudar a la comunidad y su calidad de vida ( )
- Respeto al medio ambiente ( )
- Fomentar las culturas y creencias de la comunidad ( )
- Crear una relación directa entre el turista y la comunidad ( )

**Gracias por su colaboración**

## Survey

**Instructions:** Please fill out the following questionnaire with the greatest possible accuracy. All data provided are **anonymous**, will be handled with complete **confidentiality**, and will be used for academic purposes only.

Age: \_\_\_\_\_ sex: \_\_\_\_\_ Nationality  
\_\_\_\_\_

1. Which is the frequency that you travel to a touristic place?  
One to two times a year ( )  
Three to four times a year ( )  
Five times or more ( )  
Never ( )
2. When do you make tourism usually travels...?  
Only ( )  
With 2-3 people ( )  
Or more ( )
3. Did somebody ever offer you community tourism as a touristic alternative?  
Yes ( )  
Not ( )
4. Have you visited touristic places (resorts) within the Ecuador?  
Yes ( )  
Not ( )
5. Have you visited previously the Chimborazo province?  
Yes ( )  
Not ( )
6. Would you like to make community tourism in the Palmira parish?  
Yes ( )  
Not ( )
7. Would it help you to make your visit more comfortable if somebody offers you predesigned tourist plans?  
Yes ( )  
Not ( )
8. Which of these packages You be interested in:  
A package tour of 2 days 1 night ( )  
A package tour of 3 days and 2 nights ( )  
A daily package ( )  
Another alternative of package ( )
9. In your Community touristic package, which of these options do you want to include in it?  
Accommodation with the community ( )

- Coexistence with the community ( )
- Learn about customs and traditions of the parish. ( )
- Discover its gastronomic culture ( )
- Visit the touristic attractions offered by Palmira ( )

10. How much would you be willing to pay daily for Community tourism?

- Between \$50 and \$ 70 \$ ( )
- Between \$71 and \$ 90 \$ ( )
- Between 91 and 120 dollars ( )

11. Which of these touristic attractions of the Palmira parish would like to know?

- The Church of the Mercies Lord ( )
- The natural wilderness of Palmira ( )
- Angaguachana Caves ( )
- Colta Lake ( )

12. Which of the following characteristics of the community tourism in your point of view is more important?

- Help the community and its quality of life ( )
- Respect for the environment ( )
- Promote the cultures and beliefs of the community ( )
- Create a direct relationship between the tourist and the community( )

**Thanks for your help**

### 3.1.5. Tabulación de la encuesta

1. ¿Con qué frecuencia usted viaja hacia algún lugar turístico?

**Objetivo:** conocer la frecuencia con que los turistas realizan viajes de distracción al año.

**Tabla 16. Tabulación pregunta 1.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
De una a dos veces al año	267	73%
De tres a cuatro veces al año	86	23%
Cinco veces o mas	13	4%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: el 73% de los encuestados viaja de una a dos veces al año, el 23% viaja de tres a cuatro veces al año y tan solo un 4% viaja más de cinco veces.

2. Cuando usted hace turismo suele viajar:

**Objetivo:** conocer la preferencia de los turistas con respecto a sus acompañantes.

**Tabla 17. Tabulación pregunta 2.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Solo	120	33%
Con dos a tres personas	188	51%
o mas	58	16%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: el 51% de los encuestados muestra una tendencia a viajar acompañado sea de dos o tres personas en cuanto que solo el 33% prefiere viajar solo.

3. ¿Alguna vez le ofrecieron turismo comunitario como una alternativa de turismo?

**Objetivo:** conocer si le han ofertado turismo comunitario.

**Tabla 18. Tabulación pregunta 3.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	86	23%
No	280	77%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: al 77% de los encuestados no se les ha ofrecido turismo comunitario como una alternativa de turismo.

4. ¿Ha visitado centros de turismo comunitario?

**Objetivo:** conocer si los turistas han visitado centros de turismo comunitario.

**Tabla 19. Tabulación pregunta 4.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	100	27%
No	266	73%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: el 73% de la muestra dice no haber visitado centros de turismo comunitario lo que demuestra la falta de conocimiento de estos centros y su poca difusión.

5. ¿Ha visitado antes la Provincia de Chimborazo?

**Objetivo:** conocer la afluencia de turistas que visitan la Provincia de Chimborazo

**Tabla 20. Tabulación pregunta 5.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	168	46%
No	198	54%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: el 54% de los visitantes extranjeros dice ya haber visitado la provincia con antelación.

6. ¿Le gustaría hacer turismo comunitario en la parroquia Palmira?

**Objetivo:** saber si a los encuestados les gustaría conocer la parroquia Palmira.

**Tabla 21. Tabulación pregunta 6.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	298	81%
No	68	19%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos



Interpretación: las respuestas afirmativas hacia la pregunta muestran un 81% lo que favorecería al turismo hacia la parroquia.

7. ¿Le ayudaría a que su visita sea más cómoda si se le ofrece planes turísticos prediseñados?

**Objetivo:** determinar si los planes turísticos prediseñados podrían mejorar la visita de los extranjeros y facilitar la llegada de los mismos.

**Tabla 22. Tabulación pregunta 7.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	286	78%
No	80	22%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: el 78% de los visitantes están de acuerdo que los paquetes turísticos prediseñados mejorarían su experiencia turística.

8. Cuál de estos paquetes le interesaría:

**Objetivo:** conocer las preferencias de los turistas con respecto a su estancia en días.

**Tabla 23. Tabulación pregunta 8.**

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Un paquete de 2 días 1 noche	197	54%
Un paquete de 3 días y 2 noches	60	16%
Un paquete diario	109	30%
Otra alternativa de paquete	0	0%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: el 54% de los encuestados prefieren un paquete de 2 días y 1 noche que es la principal opción, el porcentaje que le sigue es el del 30% que solo escogería un paquete diario.

9. Dentro de su paquete turístico comunitario cuales de estas opciones le interesaría que se incluya:

**Objetivo:** saber de primera mano cuál de las opciones turísticas ofrecidas serían las preferidas y con ellos estructurar un paquete turístico acorde a la demanda

**Tabla 24. Tabulación pregunta 9.**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Alojamiento con la comunidad	184	50%
Convivencia con parte de la comunidad	301	82%
Conocer costumbres y tradiciones de la parroquia	276	75%
Descubrir su cultura gastronómica	204	56%
Visitar los atractivos turísticos que ofrece Palmira	308	84%

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: entre las opciones más atractivas se encuentran visitar los atractivos turísticos que ofrece Palmira, descubrir su cultura gastronómica, conocer costumbres y tradiciones de la parroquia.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por realizar turismo comunitario?

**Objetivo:** determinar un precio para los paquetes turísticos según la preferencia de los encuestados.

**Tabla 25. Tabulación pregunta 10.**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre \$50 - \$70	276	75%
Entre \$71 - \$90	72	20%
Entre \$91 - \$120	18	5%
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: el 75% de los encuestados opta por la opción entre 50 y 70 dólares diarios por un paquete turístico.

11. ¿Cuál de estos atractivos turísticos de la parroquia Palmira le gustaría conocer?

**Objetivo:** determinar preferencias con respecto a atractivos turísticos

**Tabla 26. Tabulación pregunta 11.**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
La iglesia del Señor de la Misericordia	68	19%
El desierto natural de Palmira	342	93%
Cuevas de Angaguachana	308	84%
Laguna de Colta	298	81%

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: las opciones con mayor elección son el desierto natural de Palmira, cuevas de Angaguachana y la laguna de Colta.

12. ¿Cuál de las siguientes características del turismo comunitario a su parecer es más importante?

**Objetivo:** determinar las características más importantes del turismo comunitario

**Tabla 27. Tabulación pregunta 12.**

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Ayuda a la comunidad y su calidad de vida	353	96%
Respeto al medioambiente	324	89%
Fomentar la cultura y las creencias de la comunidad	256	70%
Crear una relación directa entre el turista y la comunidad	260	71%

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Interpretación: para los turistas encuestados lo más importante del turismo comunitario es la ayuda la comunidad y su calidad de vida y el respeto al medio ambiente.

### **3.2.Descripción del plan turístico comunitario**

El plan turístico comunitario que a continuación se diseña para la parroquia Palmira está basado en la información proporcionada por la encuesta con relación a las preferencias de los turistas extranjeros.

A continuación se presenta el plan turístico comunitario con su objetivo, elementos y componentes.

#### **3.2.1. Objetivos del plan turístico comunitario**

- Presentar una alternativa de actividad económica para la parroquia Palmira que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y al desarrollo económico de la parroquia.
- Dinamizar e integrar la economía y el desarrollo social a través del turismo comunitario consolidándolo como fuente alternativa de ingreso.
- Recuperar y valorizar los atractivos naturales, culturales y ancestrales con los que cuenta la parroquia Palmira, mediante la oferta de paquetes turísticos

#### **3.2.2. Elementos del plan turístico comunitario**

Los elementos que intervienen directa e indirectamente dentro del plan turístico son:

**La comunidad en general**, encargados de prestar el servicio turístico, ellos interactúan directamente con el turista y en sí recae la responsabilidad de brindar la satisfacción al cliente.

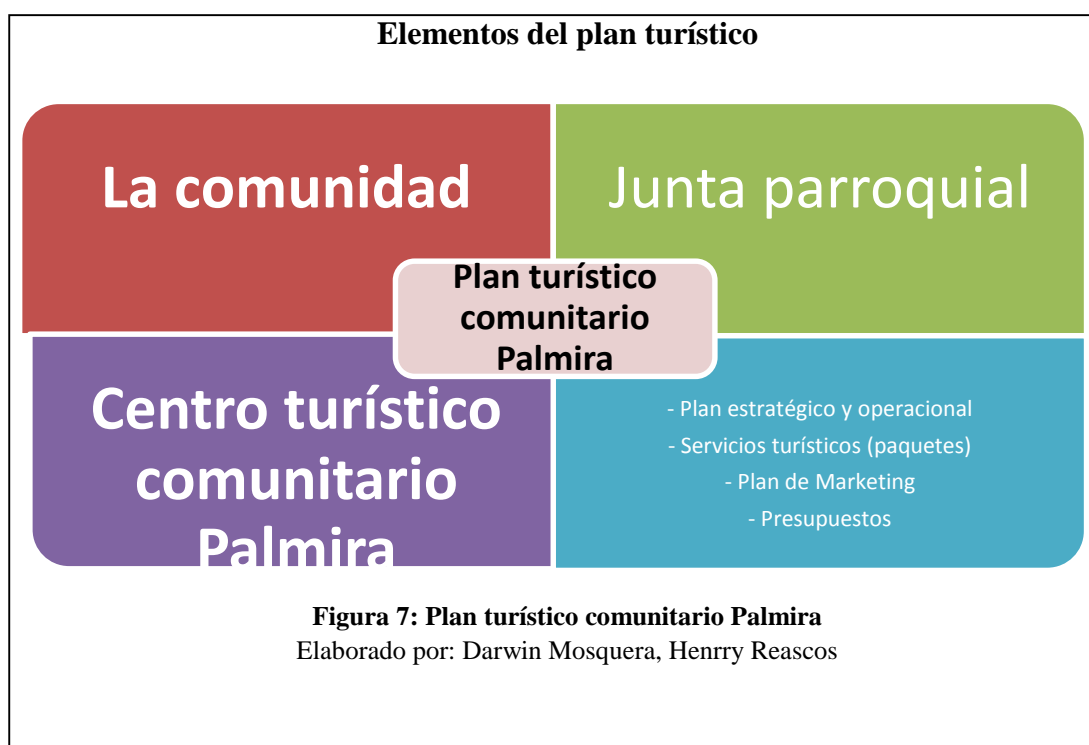
**Autoridades que conforman la Junta Parroquial**, constituyen pilares fundamentales para la puesta en marcha del plan turístico, ya que deben decidir sobre el plan y viabilizar su ejecución.

**Centro Turístico Comunitario Palmira**, es un ente legal sobre el cual funcionará el proyecto, este será creado como una estrategia para viabilizar el turismo comunitario en Palmira. Este centro turístico comunitario contará con una planificación estratégica y funcionaría bajo el amparo y la administración de la Junta Parroquial.

**Servicios turísticos**, en este caso los diferentes paquetes que se ofrecerán a los turistas extranjeros.

**Plan de marketing**, para la difusión y captación de nuevos turistas hacia la parroquia Palmira, utilizando las estrategias y herramientas necesarias para cumplir con este objetivo.

**Presupuesto**, para conocer cuál es el valor monetario que se necesita para poner en marcha el plan turístico comunitario, así como las posibles fuentes de financiamiento.



### **3.3.Propuesta de la creación del Centro Turístico Comunitario Palmira.**

Como parte del plan turístico comunitario se propone la creación de una entidad sin fines de lucro que se encargue de la administración, ejecución y control de toda la oferta turística de la parroquia Palmira. Este centro turístico comunitario Palmira funcionaría como una comisión adicional a las ya existentes dentro de la estructura orgánica de la Junta Parroquial, cabe recalcar que la Junta Parroquial tiene un gran interés por desarrollar la actividad turística en la comunidad, ya que representa una oportunidad de desarrollo socio – económico.

Al ser un gobierno autónomo se necesita tener la aprobación del Consejo Parroquial conformado por el presidente, vocales y representantes de la comunidad para la creación de una nueva comisión sin mayor trámite o requisitos para su funcionamiento, convirtiéndose en una ventaja, además que no necesita inversión en infraestructura o gastos de arrendamiento ya que funcionaría dentro de las instalaciones del Gobierno Parroquial, a más de lo mencionado anteriormente es importante destacar que de esta forma garantizaría que se cumpla con el objetivo social que tiene el presente plan.

Los encargados del desarrollo turístico dentro de la Junta Parroquial son los responsables de cumplir con todos los requisitos para que CTC Palmira pueda ser registrado en el Ministerio de Turismo y que pueda recibir los beneficios e incentivos que el gobierno otorga. Este CTC Palmira debe contar con el respaldo de una personería jurídica la cual estaría representada por el mismo presidente de la junta parroquial, quien será la cabeza principal del proyecto y velará el correcto funcionamiento del mismo.

Además de lo antes mencionado, los beneficios contemplados en el MINTUR por la creación del centro turístico comunitario Palmira son:

- Acceso directo a los beneficios tributarios establecidos en la ley de turismo.
- Preferencias dentro de la planificación promocional de país, que efectúa el Ministerio de Turismo,
- Asistencia técnica especializada en temas de capacitación y crédito para la implementación de estándares de calidad.

- Generación de planes de negocios para las comunidades participantes, difusión y promoción.(MINTUR, 2014)

### 3.3.1. Aspectos legales

Como actividad económica, el turismo comunitario se inscribe dentro de la economía popular y solidaria, para todos los efectos legales. Para registrar a la comunidad de Palmira como un centro de turismo comunitario se necesitan los siguientes requisitos:

Para garantizar la eficiencia de los servicios por parte de las comunidades el Ministerio de Turismo ha implementado los siguientes requisitos para su legalización:

- Copia certificada de la escritura de la personalidad jurídica de la comunidad.
- Copia certificada del nombramiento inscrito y vigente del representante legal y de sus documentos de identidad.
- Copia certificada o acta de asamblea general que autoriza a su representante legal.
- Pago del registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
- El registro de la comunidad, ante el Ministerio de Turismo.
- Documentos y/o certificados que demuestren que los responsables de los servicios turísticos ofertados por la comunidad, hayan recibido capacitación y/o formación profesional en turismo.
- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.), la comunidad debe inscribirse con personería jurídica sin fines de lucro.
- Copia de la cédula de identidad.

Así mismo según artículos complementarios al anterior, existen ciertas regulaciones que los CTC deben seguir:

**Certificado de registro:** recibida la solicitud la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá fecha y hora para la inspección de la comunidad a efectos de

verificar los datos consignados. En la referida inspección se procederá a llenar la hoja de planta turística.

Con tal información se procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando para el efecto un número de registro, número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente. Una vez concluido este trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

**Licencia anual:** la licencia anual de funcionamiento se expedirá por la Municipalidad de la jurisdicción territorial donde se encuentre el centro de TC de ser descentralizado, caso contrario se la pedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo más cercana, adjuntando la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

### **3.3.2. Procedimientos y requisitos:**

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del centro de turismo comunitario.
- Copia del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).

### **3.3.3. Costo**

Valor de registro \$ 94,40 dólares

### **3.3.4. Tiempo estimado de entrega**

Tiempo aproximado de entrega: después de la evaluación de los servicios ofertados, el certificado se otorga en aproximadamente 30 minutos.

## **3.4. Plan estratégico del centro turístico comunitario Palmira**

A continuación se propone el plan estratégico es decir la misión, visión, objetivos, estrategias, organigrama estructural y funcional, plan operativo, además de la infraestructura requerida.

### **3.4.1. Misión**

Brindar a los turistas extranjeros que visitan el Centro Turístico Comunitario Palmira un servicio de calidad enmarcado en los más estrictos principios ambientales, éticos y legales, convirtiendo al turismo comunitario en una alternativa de desarrollo económico y social mediante la generación de ingresos y empleo para los habitantes de Palmira.

### **3.4.2. Visión**

Potenciar en el lapso de 3 años al Centro Turístico Comunitario Palmira para la entrega de un servicio de excelencia, convirtiendo a la parroquia en un referente de desarrollo económico – social y sustentabilidad en la provincia de Chimborazo.

### **3.4.3. Objetivos del centro turístico comunitario.**

- Selección de personal que cumplan con los requerimientos académicos y de experiencia para cumplir los perfiles de puesto.
- Capacitar al personal en cuestión de turismo comunitario y en estándares de calidad.
- Compra de muebles y enseres para puesta en marcha del CTC Palmira.



- Convertir a Palmira en un centro de primer orden en materia de prestación de servicios turísticos comunitarios.
- Crear fuentes sustentables de trabajo que se mantengan en el tiempo, sean autorrenovables que enriquezcan a la comunidad y a sus atractivos turísticos naturales.
- Permanente educación ambiental tanto para residentes de la parroquia como para turistas.

#### 3.4.4. Estrategias

- Crear perfiles académicos para la selección de personal.
- Identificar los temas de capacitación y crear evaluaciones de desempeño y valoración de conocimientos aprendidos.
- Licitación pública para compra de muebles y enseres, selección de los mejores presupuestos.
- Selección de las familias participantes en el proyecto turístico comunitario.
- Capacitación a la comunidad sobre servicios turísticos e infraestructura mínima requerida para acoger a los turistas.
- Definir a las personas de la comunidad que se encargarán del transporte y guía turística.
- Determinar políticas básicas para la preservación ambiental y cultural de la parroquia.

### 3.5. Plan Operativo

#### 3.5.1. Estrategia

- Adecuar la infraestructura del CTC Palmira.

**Tabla 28. Adecuación de Infraestructura.**

<b>Estrategias / Actividades</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Encargados</b>
Adecuación del espacio físico							Junta Parroquial
Compra e instalación de equipos y enseres de oficina							Junta Parroquial
Dotación de servicios básicos e internet							Junta Parroquial

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

- Selección y contratación del personal idóneo para encargarse del Centro Turístico Comunitario Palmira.

**Tabla 29. Selección y contratación de personal**

<b>Estrategias / Actividades</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Encargados</b>
Publicación de la oferta laboral							Junta Parroquial
Proceso de selección							Junta Parroquial
Entrevista de los candidatos							Junta Parroquial
Involucrar al personal contratado en el nuevo proyecto							Junta Parroquial

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

- Capacitación del personal y puesta en marcha del proyecto turístico.

**Tabla 30. Capacitación del Personal**

<b>Estrategias / Actividades</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Encargados</b>
Determinación del plan y parámetros de capacitación del personal. Definir los temas de capacitación y selección de capacitadores							Junta Parroquial
Capacitación, evaluación y retroalimentación de temas tratados							Junta Parroquial
Delegación de actividades y responsabilidades al nuevo personal							Junta Parroquial
Trámites legales necesarios para la creación del Centro Turístico Comunitario							Vocal de desarrollo turístico

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

- Selección de las familias participantes en el proyecto turístico comunitario.

**Tabla 31. Selección de familias participantes**

<b>Estrategias / Actividades</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Encargados</b>
Convocatoria a la comunidad de Palmira para informar sobre el proyecto							Vocal de desarrollo turístico
Inscripción de las familias interesadas en las diferentes actividades							Vocal de desarrollo turístico
Selección de las familias idóneas para empezar el proyecto							Vocal de desarrollo turístico

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

- Capacitación a la comunidad sobre servicios turísticos e infraestructura mínima requerida para acoger a los turistas y definir a las personas de la comunidad que se encargarán del transporte y guía turística.

**Tabla 32. Capacitación de la comunidad**

<b>Estrategias / Actividades</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Encargados</b>
Determinar el plan y parámetros de capacitación a la comunidad							Vocal de desarrollo turístico
Capacitación sobre servicios turísticos, atención al cliente y requisitos mínimos de infraestructura requerida para acoger al turista							Vocal de desarrollo turístico
Capacitación sobre la actividad específica que realizara cada familia							Vocal de desarrollo turístico

Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

- Determinar políticas básicas para la preservación ambiental y cultural de la parroquia.

**Tabla 33. Determinación de políticas básicas**

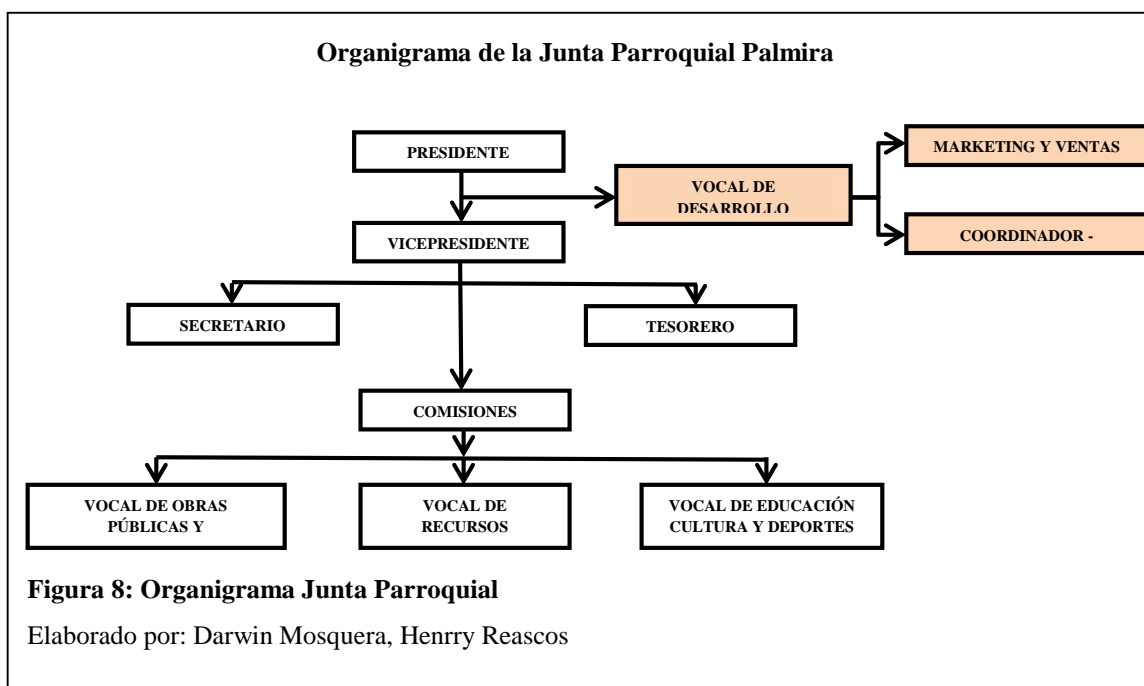
<b>Estrategias / Actividades</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Encargados</b>
Asesoramiento sobre políticas de conservación ambiental							Vocal de desarrollo turístico
Capacitación a la comunidad conservación ambiental.							Vocal de desarrollo turístico

4. Nota: Elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

#### 4.1.1. Valores institucionales

- Honestidad.
- Eficiencia.
- Humanismo.
- Positivismo.
- Participación.
- Transparencia.
- Liderazgo.
- Vanguardia.
- Compromiso.

#### 4.1.2. Organigrama



Dentro del organigrama de la Junta Parroquial se implementará una nueva Comisión que se encargará del desarrollo turístico, este nuevo Departamento constará con tres personas encargadas del correcto funcionamiento de la unidad:

#### 4.1.3. Funciones

- Vocal de desarrollo turístico: será un profesional en administración turística encargado de planificar, dirigir y controlar que se cumplan todos los procesos que intervienen en el desarrollo del turismo comunitario en la parroquia de Palmira, se encargará conjuntamente de la distribución equitativa de los recursos entre toda la comunidad involucrada en el proceso además de velar para que parte de esos recursos sean invertidos en la parroquia para mejorar sus atractivos y conservación de la naturaleza.
- Coordinador de marketing y venta: será el encargado de analizar las oportunidades de negocio, difundir y promocionar a la parroquia como un potencial atractivo turístico de Chimborazo, así como diseñar nuevas estrategias que permitan atender de mejor manera al turista con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

- Coordinador de logística y capacitador: tiene la responsabilidad más grande ya que se encarga de coordinar directamente con la comunidad sobre los diferentes servicios que ofrece el plan turístico, es decir, guías de la comunidad, servicios de transporte, alimentación y alojamiento y demás servicios de recreación. Toda la comunidad involucrada será capacitada de antemano por todo el área de turismo, los cuales velarán por que todo se realice cumpliendo los estándares de calidad y responsabilidad ambiental, con el fin de tener a los turistas satisfechos.

#### **4.1.4. Infraestructura requerida**

Para la implementación del CTC Palmira dentro de la junta parroquial se requiere los siguientes enseres:

- Un computador de escritorio e impresora de tinta continúa.
- Dos computadores portátiles.
- Un escritorio master y un escritorio dúplex.
- Tres sillas, un archivero.
- Materiales y útiles de oficina.
- Cámara fotográfica.

Lo concerniente al espacio físico se instalará en una oficina que la junta parroquial dispone.

## **4.2. Plan de marketing**

### **4.2.1. Objetivo**

El presente plan de marketing busca expandir y mejorar la llegada de los recursos culturales y turísticos que posee Palmira a los turistas extranjeros, que son el mercado al que se enfoca el presente plan, ofreciendo diversos paquetes turísticos y los beneficios de los mismos.

### **4.2.2. Plan turístico**

La parroquia Palmira cuenta con diversos atractivos turísticos naturales los mismos que no han sido aprovechados y muy poco explotados por los habitantes de Palmira y

de la provincia. Es por ello que el presente plan turístico está enfocado en fomentar el crecimiento y afluencia de turistas al sector.

La falta de una promoción eficiente y poca difusión dificulta la llegada de turistas al sector, así como la falta de paquetes turísticos acordes a las necesidades de los turistas, hacen de Palmira uno de los sectores menos visitados de la provincia de Chimborazo.

El servicio turístico comunitario es nuevo en la parroquia, y de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada a los turistas extranjeros tiene una buena acogida dentro de dicho mercado ya que es una alternativa diferente y atractiva para ellos.

#### **4.2.3. Marketing Mix**

- **Producto/servicio:** el servicio ofertado comprende paquetes turísticos que están integrados por servicios de alojamiento, alimentación, guía turístico, recorrido de las riquezas naturales de la parroquia Palmira. Todos los productos ofrecidos son realizados de manera artesanal y con la supervisión de la comunidad además que cada una de las actividades serán llevadas a cabo por guías nativos.

Los clientes o turistas en este caso tienen garantizado la devolución de su dinero tras informar de la cancelación con antelación.

Los productos ofrecidos dentro de los paquetes pueden ser mejorados o cambiado según los gustos y preferencias de los clientes.

##### **4.2.3.1. Paquete turístico.**

Todos los paquetes turísticos serán desde la ciudad de Riobamba hacia el cantón Guamote, parroquia Palmira.

- El transporte será desde la parada de auto ferro ubicada en Riobamba. Dirección: Av. Daniel León Borja y Carabobo esquina.
- Horario de atención: lunes a miércoles 08:00 a 16:30 / jueves a domingo 07:00 a 16:30.

### **Paquete 1:2 días 1 noche. Todo incluido**

#### **Se ofrece:**

- Transporte ida y vuelta.
- Alojamiento comunitario.
- Alimentación.
- Guía y transporte a las reservas naturales tales como el Desierto Natural de Palmira, las Cuevas de Angaguachana.
- Guías experimentados nativos de la parroquia.
- Entrada a la Laguna de Colta.

### **PROGRAMA**

#### **Día 1**

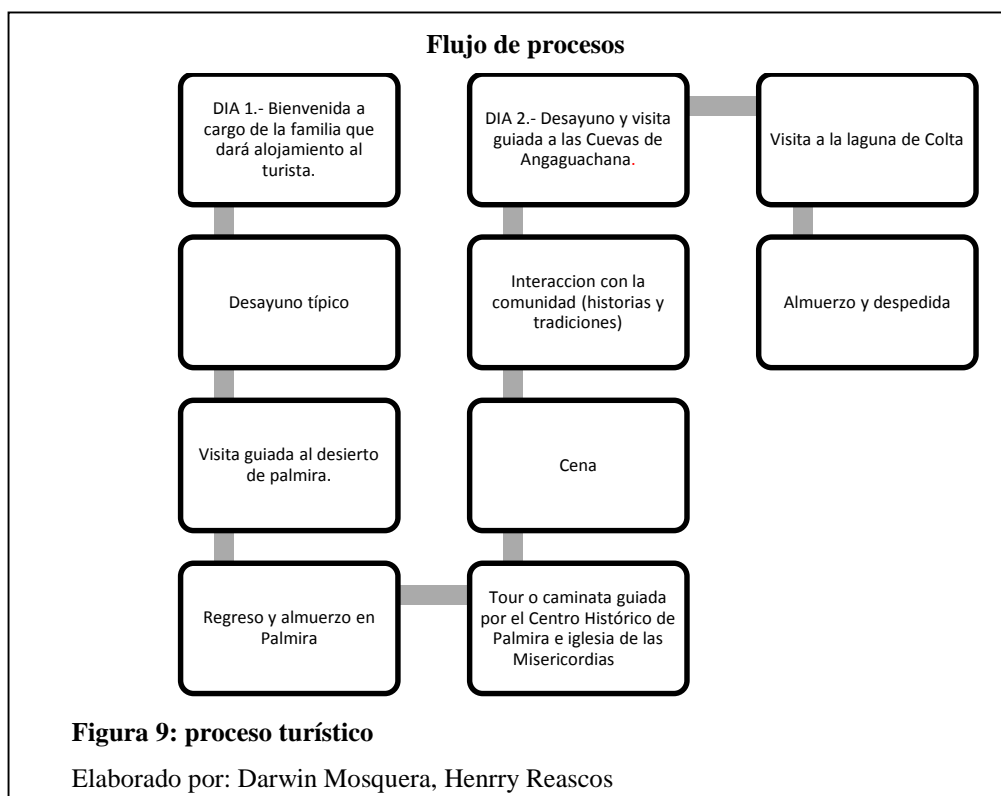
- Recibimiento de los turistas por la comunidad.
- Bienvenida a cargo de los comuneros encargados del alojamiento.
- Desayuno autóctono de la parroquia.
- Visita guiado al desierto de Palmira.
- Almuerzo a cargo de las mujeres de la parroquia.
- Visita a la iglesia del Señor de las Misericordias y escucha de misa (opcional).
- Tour por los lugares más tradicionales e históricos de Palmira.
- Cena.
- Caminata por el sendero fogata e interacción con los habitantes de la parroquia los cuales compartirán leyendas y tradiciones de la comunidad.

## Día 2

- Desayuno.
- Visita a las Cuevas de Angaguachana.
- Entrada a la Laguna de Colta.
- Almuerzo.
- Salida de parroquia y lunch de despedida.

**Precio:** incluye guía nativo, comidas, transporte alojamiento, entrada a atractivos turísticos. El visitante puede cambiar su paquete turístico según su disposición, los cambios se ajustarán a tarifas nuevas a convenir entre el centro turístico y el turista previa antelación.

### 4.2.3.2. Flujo del proceso del paquete turístico (2 días una noche)



**Paquete 2:** Un paquete diario incluiría lo siguiente:



**Se ofrece:**

- Alojamiento comunitario.
- Alimentación.
- Guía y transporte a las reservas naturales tales como el Desierto Natural de Palmira, las Cuevas de Angaguachana.
- Guías experimentados.

**Día a elección del turista.**

- Llegada del turista y bienvenida.
- Desayuno.
- Visita con guía al Desierto de Palmira.
- Almuerzo.
- Visita a la Iglesia del Señor de las Misericordias.
- Lunch de despedida de turista.

El paquete turístico está sujeto a cambios a convenir entre el centro turístico y el turista previa antelación.

Precio: incluye guía turístico nativo, alimentación, transporte y entrada a sitios turísticos.

**Paquete 3:** el paquete tres es a elección del turista se ajustará a las necesidades de estadía y alimentación además que se diseñará una ruta de visitas según los requerimientos del visitante.

**Nota:** todos los paquetes turísticos se podrán modificar según las necesidades y requerimientos de cada uno de los turistas. Para todos los paquetes existe una flexibilidad de precios dependiendo del número de visitantes.

**Además se ofrecen alternativas como:**

- Servicio de alquiler de bicicleta: 12\$ día
- Servicio de alquiler de caballo: 15\$ día

Los visitantes deben llevar todo lo que requieran de acuerdo al programa acordado; cosas básicas como estas se pueden anotar:

- Gorro para el sol.
- Repelente para insectos.
- Impermeable en época de invierno.
- Botas de caucho o zapatos de montaña.
- Guantes de trabajo si van hacer trabajo comunitario.
- Chompa abrigada.
- Cantimplora para el agua.

Los visitantes pueden llevar (opcional)

- Cámara de fotos.
- Binoculares.
- Protector solar.

Que no llevar:

- Bebidas alcohólicas y/o drogas.
- Cigarrillos.
- Mascotas.

Como parte del plan de marketing a más de los paquetes turísticos se fomentará el consumo de productos propios de la parroquia de esta manera se dinamizará la economía de más familias y se podrá cumplir con los objetivos propuestos en un inicio. Se detallan algunas propuestas gastronómicas que podrán degustar los turistas en la parroquia (fuera del presupuesto de los paquetes antes mencionados):

Estos platos típicos que mejoran la experiencia del turista y contribuyen a la economía de la parroquia ya que se utilizan solo alimentos que se producen dentro de la comunidad productos como:

- Habas.
- Mellocos.
- Papas.
- Cría de ganado como ovejas, cerdos y cuy.
- Harinas tales como machica de haba de maíz y algunos derivados del trigo.
- Ocas.
- Quinoa.
- Cebada.

**Platos típicos:**

- Yaguarlacro.
- Cuy acompañado de papas con maní.
- Fritada.
- Hornado.
- Sopas de cebada, quinua.
- Locros de haba, papas melloco.

**Platos dulces:**

- Colada de machica con leche.
- Colada de cebada con leche.
- Ocas dulces con miel de panela.
- Trigo con leche.

Todos estos productos y platos ayudarán a mejorar la experiencia del turista extranjero ya que se verá beneficiado con la cultura gastronómica de la región y de productos frescos, podrá además disfrutar de la experiencia de la cosecha de estos productos y conocer de primera mano cómo se recolectan y preparan estos exquisitos platos.

Esta experiencia mejorará la convivencia de los turistas con los comuneros y facilitará la adaptación de los mismos a un entorno nuevo y comunitario.

#### 4.2.4. Costeo de los paquetes turísticos

**Tabla 34. Paquete 2 días una noche**

<b>Servicios de alimentación</b>		<b>\$ 13,50</b>
Desayuno típico día 1	\$ 2,00	
Almuerzo típico día 1	\$ 3,00	
Cena día 1	\$ 2,00	
Desayuno típico día 2	\$ 2,00	
Almuerzo típico día 2	\$ 3,00	
Lunch de despedida	\$ 1,50	
<b>Transporte</b>		<b>\$ 16,00</b>
Auto ferro ida y vuelta	\$ 12,00	
Transporte a Desierto Palmira	\$ 2,00	
Transporte a Laguna Colta	\$ 2,00	
<b>Alojamiento</b>		<b>\$ 8,00</b>
Habitación	\$ 8,00	
<b>Visita atractivos</b>		<b>\$ 13,50</b>
Guía Palmira	\$ 10,00	
Entrada Laguna Colta	\$ 3,50	
<b>Gastos varios</b>		<b>\$ 1,50</b>
Bebidas	\$ 1,50	
<b>Costo total</b>		<b>\$ 52,50</b>
<b>Precio paquete</b>		<b>\$ 90,00</b>
<b>Margen ganancia</b>		<b>42%</b>

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

**Tabla 35. Paquete de 1 día**

<b>Servicios de alimentación</b>		<b>\$ 6,50</b>
Desayuno típico día 1	\$ 2,00	
Almuerzo típico día 1	\$ 3,00	
Lunch de despedida	\$ 1,50	
<b>Transporte</b>		<b>\$ 14,00</b>
Auto ferro ida y vuelta	\$ 12,00	
Transporte a Desierto Palmira	\$ 2,00	
<b>Visita atractivos</b>		<b>\$ 10,00</b>
Guía Palmira	\$ 10,00	
<b>Gastos varios</b>		<b>\$ 1,50</b>
Bebidas	\$ 1,50	
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>\$ 32,00</b>
<b>PRECIO PAQUETE</b>		<b>\$ 50,00</b>
<b>MARGEN GANANCIA</b>		<b>36%</b>

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Precio: para determinar el precio de los paquetes turísticos se tomó como referencia algunas comunidades que ofrecen esta alternativa dando un promedio diario de \$55 lo cual coincide con el resultado de las encuestas, es decir, con el valor que están dispuestos a pagar los turistas extranjeros por este servicio, las cuales nos dieron un promedio entre 50 a 70 dólares diarios.

El proceso de pago por el servicio se da de la siguiente manera:

Los precios pueden variar de acuerdo a la cantidad de reservas que se hagan, número de días que se alojen en la comunidad o instituciones.

Los medios de pago se realizan de la siguiente manera:

- Mediante transferencia bancaria a una cuanta a nombre de la unidad encargada del plan turístico.
- Mediante pago con tarjeta de crédito.
- Mediante efectivo.

Todas las reservaciones se realizarán con una semana de antelación a la fecha de visita y se realizará un abono del 50% del pago total del paquete que el turista elija, una vez en la comunidad se cancelará la diferencia. (Corporación Yunguilla, 2012)

Promoción: Los medios de comunicación o difusión que se tendrán en cuenta serán radio, periódicos nacionales y venta directa. También se va a ofrecer página de internet en la que se pueda realizar las reservaciones, además será un medio de publicidad, se aprovechará las redes sociales y se colocará información sobre los paquetes turísticos en páginas webs turísticas por ejemplo <http://www.feptce.org/>.

Además de lo antes mencionado se dará mayor énfasis en la calidad del servicio para que la referencia que puedan dar los turistas se convierta en la principal herramienta de marketing.

Plaza: se utilizará como medio de distribución las agencias de viaje ubicadas en la provincia de Chimborazo además de un acuerdo con el tren de Riobamba. Se buscará acuerdos con las agencias de viajes ubicadas en la provincia de Pichincha y con el Ministerio de Turismo de la ciudad de Riobamba.

#### **4.3.Análisis F.O.D.A**

El presente análisis FODA se basa en información del capítulo 2 Situación Socioeconómica de la parroquia Palmira de este trabajo de tesis. Esta herramienta permitirá desarrollar estrategias beneficiosas para el proyecto en general.

**Tabla 36. Análisis FODA**

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia baja en zonas aledañas con relación a turismo comunitario.</li> <li>• Innovación con respecto a turismo comunitario en la provincia</li> <li>• Apoyo de la parroquia de Palmira.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivos tributarios para el turismo comunitario.</li> <li>• Creciente entrada de turistas extranjeros al país.</li> <li>• La creación de paquetes turísticos económicos que abarcan alimentación hospedaje y transporte.</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La falta de conocimiento sobre la viabilidad de planes turísticos previos.</li> <li>• Poca promoción y publicidad sobre los atractivos de Palmira.</li> <li>• Falta capacitación y conocimiento de los comuneros sobre turismo comunitario.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La afluencia de turistas que visitan la Nariz del Diablo.</li> <li>• Centros turísticos comunitarios ya establecidos en diferentes provincias.</li> <li>• La poca adaptación de los parroquianos a la visita de extranjeros.</li> </ul>

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

#### **4.4. Estrategias de marketing**

- Convenios con agencias de viaje en las provincias de Chimborazo y Pichincha.
- Publicidad en redes sociales, creación de una página en internet que ayude y facilite la reservación paquetes turísticos, además de la creación de Facebook para la comunidad, donde muestre la interacción de los turistas con la comunidad, actividades, senderos y atractivos.
- Anuncios en páginas de internet de turismo comunitario.
- Panfletos y trípticos en la parada de auto ferro en la ciudad de Riobamba.
- Colocar anuncios en las reservas naturales de Chimborazo.
- Publicitar en páginas de reservas turísticas internacional como [Tripadvisor.com](http://Tripadvisor.com), [booking.com](http://booking.com) ya que estas páginas de internet ofertan una gran variedad de alternativas turísticas y reservas, esto con la finalidad de brindar un mayor alcance al Centro Turístico Comunitario Palmira a nivel nacional e internacional.
- Afiliarse a página de Ministerio de Turismo de Chimborazo.

## 4.5. Operativo plan de promoción

### 4.5.1. Estrategias

Tabla 37. Plan operativo de Promoción

<b>Estrategias / Actividades</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Encargados</b>
Determinar el valor de una página web					Vocal de Desarrollo Turístico
Diseño y puesto en marcha de la página web					Vocal de Desarrollo Turístico
<b>Estrategias / Actividades</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Encargados</b>
Diseño de trípticos para publicitar en las terminales de Riobamba					Vocal de Desarrollo Turístico
Contratación de impulsores e impulsoras que colaboren con la propaganda					Vocal de Desarrollo Turístico
<b>Estrategias / Actividades</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Encargados</b>
Visita a reservas más representativas de Chimborazo					Vocal de Desarrollo Turístico
Diseño de panfletos para reservas naturales en Chimborazo					Marketing y Ventas
<b>Estrategias / Actividades</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Encargados</b>
Investigación de mercado sobre precio de vallas, anuncios, y publicaciones					Marketing y Ventas
Recolección de datos sobre posibles proveedores					Marketing y Ventas
Elección de proveedor					Marketing y Ventas
Ejecución y puesta en marcha de publicidad					Marketing y Ventas

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

## Presupuesto para implementación del Plan Turístico Comunitario Palmira

Para la puesta en marcha del Plan Turístico Comunitario Palmira se necesita una inversión de \$41.609 en el cual se incluyen gastos administrativos, de infraestructura, marketing y personal como se muestra en el siguiente gráfico:

**Tabla 38. Presupuesto para implementación del Plan Turístico Comunitario Palmira**

<b>Implementación Centro Turístico Comunitario Palmira</b>													
	mes 1	mes2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Total año 1
<b>Permisos y aspectos legales</b>	<b>160</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>160</b>
Registro de Centro Turismo Comunitario	160	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	160,0
<b>Insumos e infraestructura</b>	<b>3550</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>4210</b>
Equipos de computación	2000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2000,0
Enseres (escritorios, sillas, etc.)	1100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1100,0
Pintura y otros	250	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	250,0
Insumos de oficina	200	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	860,0
<b>Marketing</b>	<b>1062</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>512</b>	<b>6694</b>
Registro en booking.com	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	384,0
Panfletos y trípticos informativos	250	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2450,0
Publicidad en estación de auto ferro Palmira	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200,0
Espectáculos culturales y sociales	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	2160,0
Creación página web de la parroquia	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	500,0
<b>recurso humano</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>2545,4</b>	<b>30545,1</b>
<b>Sueldo servidor público 1</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>817</b>	<b>9804,0</b>
Décimo tercer sueldo	68,08	68,08	68,08	68,08	68,08	68,08	68,08	68,08	68,08	68,08	68,08	68,08	817,0
Décimo cuarto sueldo	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	354,0
Vacaciones	34,0	34,0	34,0	34,0	34,0	34,0	34,0	34,0	34,0	34,0	34,0	34,0	408,5



Aporte patronal	91,1	91,1	91,1	91,1	91,1	91,1	91,1	91,1	91,1	91,1	91,1	91,1	91,1	1093,1
<b>Servidor público de apoyo 1</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>7020,0</b>
Décimo tercer sueldo	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	585,0
Décimo cuarto sueldo	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	354,0
Vacaciones	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	292,5
Aporte patronal	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	782,7
<b>Servidor público de apoyo 1</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>585</b>	<b>7020,0</b>
Décimo tercer sueldo	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	48,75	585,0
Décimo cuarto sueldo	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	29,5	354,0
Vacaciones	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	24,4	292,5
Aporte patronal	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	65,2	782,7
<b>Total</b>	<b>7317,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>3117,4</b>	<b>41609,1</b>

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Para determinar el presupuesto anual se consideró todos los gastos que representa la instalación del Centro Turístico Comunitario Palmira así como los gastos generados por el plan de marketing. Se estima financiar el presente presupuesto con fondos de la Junta Parroquial, ya que son los principales interesados, esto también se da ya que la comunidad no tiene actualmente los recursos para invertir en el proyecto.

## Financiamiento del Plan Turístico Comunitario Palmira

El Plan Turístico Comunitario Palmira es un proyecto sin fines de lucro en el cual se busca un beneficio económico y social para la parroquia en general. Al conocer la realidad económica de los habitantes de Palmira se determinó que no poseen las condiciones económicas para auto sustentar el proyecto, es por ello que se propone crear la CTC Palmira dentro de la Junta Parroquial para que este organismo asuma los sueldos de los responsables de poner en funcionamiento el plan así como los gastos iniciales para su constitución y puesta en marcha.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados GADS como parte de su presupuesto anual reciben del Gobierno Central un valor para ser invertidos en beneficio de la comunidad, para el año 2014 el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Palmira recibió un total anual de \$417.548,53 según la partida presupuestaria emitida por el ministerio de finanzas.(Ministerio de Finanzas, 2014)

De dicho valor la Junta Parroquial dispone del 10% para proyectos de emprendimiento y desarrollo social es decir \$41.754,85 dentro de este rubro entraría el financiamiento del Plan Turístico Comunitario Palmira que necesita \$41.609 para su puesta en marcha. Esto cubrirá los gastos fijos de los primeros 12 meses, luego de ello el Centro Turístico Comunitario Palmira deberá auto sustentar los gastos que genere el mismo, excepto los sueldos del personal administrativo, ya que ellos son funcionarios de la Junta Parroquial.

**Tabla 39. Financiamiento del Plan Turístico Comunitario Palmira**

<b>Financiamiento del Plan Turístico Comunitario Palmira</b>		
<b>Ingreso Parroquial por partida presupuestaria</b>		<b>\$ 417.548,53</b>
Proyectos de emprendimiento y desarrollo social (10%)	\$ 41.755	
Presupuesto del Plan Turístico Comunitario Palmira	\$ 41.609	
<b>Diferencia</b>	<b>\$ 146</b>	

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

## CAPÍTULO 4

### 5. BENEFICIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DEL PLAN TURÍSTICO COMUNITARIO PALMIRA

El presente capítulo nos muestra a través de la información recolectada en los capítulos anteriores la demanda turística e ingresos estimados con el Plan Turístico Comunitario Palmira y los beneficios sociales que este plan representaría.

Demanda estimada de turistas extranjeros

Tabla 40. Cálculo de la demanda estimada

<b>CÁLCULO DE LA DEMANDA ESTIMADA</b>	<b>% ENCUESTAS</b>	<b>N° TURISTAS</b>
POBLACION	100%	7931
SI DESEAN CONOCER PALMIRA	81%	6424,11
SI DESEAN PAQUETES ARMADOS	78%	5010,81
ESTAN DISPUESTOS A PAGAR \$50-\$70 DIARIO	75%	3758,10
DESEAN PAQUETE DE 2 DÍAS Y UNA NOCHE	54%	<b>2029,38</b>
DESEAN PAQUETE DE UN DIA	30%	<b>1127,43</b>
<b>TOTAL DEMANDA ESTIMADA</b>		<b>3156,81</b>

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

A través del presente cuadro se muestra la segmentación de la población turística hasta llegar a la demanda estimada, para ello se tomó la población de turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo a través del auto-ferro en la ruta Riobamba-Palmira, mismo dato que se utilizó en el capítulo 3 para calcular la muestra para determinar el número de encuestas es decir 7931 turistas.

De este valor se tomó el 81% que es la cantidad de turistas que desean conocer la parroquia Palmira dando como resultado 6424,11, sobre este valor se tomó el 78% que son los turistas interesados en paquetes pre establecidos dando 5010,81 de este número se tomó el 75% que representan la cantidad de turistas que están dispuestos a pagar entre \$50 y \$70 diarios dando 3758,10. El plan turístico comunitario Palmira oferta dos tipos de paquetes el de dos días una noche en el cual están interesados el 54% de los encuestados y el paquete diario que gustó al 30% de los turistas estos porcentajes se calcularon de los 3758,81 dando un total de demanda estimada de 3157 turistas extranjeros.

Los porcentajes antes expuestos fueron tomados de la encuesta realizada a los turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo a través del auto-ferro en la ruta Riobamba-Palmira en el Capítulo 3.

Ingreso estimado anual por la demanda turística en la parroquia Palmira

**Tabla 41. Ingreso estimado anual**

Ingresos	Número de turistas	Precio	Total ingreso bruto	Margen ganancia %	Ingreso antes de aporte	Aporte al ctcp 10%	Ingreso neto
Paquete 2 días y una noche	2029,4	\$90,00	\$182.643,9	42%	\$76.710,4	\$7.671,04	\$69.039,4
Paquete diario	1127,4	\$50,00	\$56.371,6	36%	\$20.293,8	\$2.029,2	\$18.264,39
<b>Total</b>	<b>3157</b>		<b>\$ 239.015,4</b>		<b>\$ 97.004,2</b>	<b>\$9.700,4</b>	<b>\$87.303,7</b>

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

En el cuadro anterior se presenta el cálculo del ingreso neto estimado para el primer año de funcionamiento del Plan Turístico Comunitario Palmira. Se multiplica el número de turistas que visitarían la parroquia por el precio del paquete establecido en el capítulo anterior que es de \$90 para el de dos días una noche y de \$50 para el paquete diario dando \$239.015,4 a este se le resta los costos y el aporte del 10% establecido para la parroquia dando un ingreso neto estimado de \$87.303,7.

Para la puesta en marcha del proyecto se prevé contar con 20 familias en un inicio las cuales se encargaran de brindar el servicio de hospedaje, alimentación y demás servicios incluidos en los paquetes, estas familias verán un impacto directo en su economía ya que percibirán las ganancias generadas por la actividad turística.

**Tabla 42. Estimación de familias**

Nº de familias plan piloto	Ingreso neto	Ingreso anual x familia	Ingreso mensual estimado
20	\$ 87.303,77	\$ 4.365,19	\$ 363,77

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Como se puede observar si dividimos el ingreso neto para el número de familias y este a su vez para los 12 meses del primer año de funcionamiento tenemos que dichas familias tendrían un ingreso adicional de \$363,77 que es similar al salario básico unificado, lo que permitirá una mejora económica notable en cada uno de ellos.

Para cumplir con este objetivo las familias deberían atender a un estimado de 3 turistas semanales como lo vemos en el siguiente cuadro:

**Tabla 43. Turistas Esperados**

<b>Nº de turistas esperados anual</b>	<b>Turistas esperados mensualmente</b>	<b>Turistas por familia al mes</b>	<b>Turistas por familia semanal</b>
3156,81	263,07	13,15	3,29

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Es decir se debería atender a 3 turistas semanales lo cual no es una idea descabellada ya que por lo general los turistas no viajan solos esto se podría dar en un solo fin de semana.

Esta demanda e ingresos estimados nos permiten determinar el impacto directo que recibiría la comunidad participante y el Centro Turístico Comunitario Palmira, más allá de ello hay una cadena de oportunidades que abre el turismo en la parroquia por ejemplo: todos los productos utilizados para la alimentación son cosecha de los agricultores de la parroquia, la dinámica comercial por la afluencia de personas además de los turistas no considerados que realicen visitas por sus propios medios, estos son solo por mencionar algunos de los aspectos positivos que impactarían a la parroquia y la comunidad.

### **5.1. Flujo de ingresos y gastos del Centro Turístico Comunitario Palmira**

Para determinar si el Centro Turístico Comunitario Palmira puede asumir los gastos generados por su propia actividad se busca proyectar los ingresos y gastos de los próximos 5 años. Como antes se mencionó esta Entidad debería cubrir los gastos fijos con el porcentaje de ganancias que corresponden al Centro Turístico Palmira.

Se consideraran algunas variables para proyectar de la forma más acertada el presente flujo:

#### **Índices de Inflación**

Este índice nos permite encontrar un porcentaje sobre el cual se proyectara el incremento del precio del servicio, de esta forma se busca ser lo más conservadores para tener un precio atractivo para los turistas extranjeros, manteniéndose este precio dentro de los promedios que maneja el mercado turístico comunitario local.

Para el cálculo se tomó los índices de inflación del Ecuador en los últimos 3 años, arrojándonos un índice de inflación promedio de 3,51%.

**Tabla 44. Inflación anual**

índice por año	%
índice inflación 2012	4,16%
índice inflación 2013	2,70%
índice inflación 2014	3,67%
<b>Promedio</b>	<b>3,51%</b>

Nota: fuente (BCE, 2014)

Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

### Sueldo básico unificado

Para determinar un porcentaje aceptable para el incremento salarial se tomó la variación de los últimos tres años en el SBU dándonos como resultado 6,65% este valor representa el incremento a proyectar en los próximos años.

**Tabla 45. Sueldo básico Unificado**

Año	SBU	VAR %
SBU 2013	318,00	8,90%
SBU 2014	340,00	6,92%
SBU 2015	354,00	4,12%
<b>Promedio</b>		<b>6,65%</b>

Nota: Fuente: (IESS, 2015)

Elaborado por: Darwin Mosquera, Henry Reascos

### Incremento de turistas extranjeros

Para determinar el incremento de turistas extranjeros se ha establecido dos variables la primera es el aumento en el flujo de turistas extranjeros en el Ecuador en los últimos 3 años dándonos como resultado un crecimiento del 11%. (MINTUR, 2015)

**Tabla 46. Incremento de turistas extranjeros**

Año	Turistas	VAR %
2012	1271901	11,5%
2013	1364057	7%
2014	1557006	14,15%
<b>Promedio</b>		<b>11,0%</b>

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

La segunda variable que se considero es el incremento de turistas extranjeros en la parroquia Yunguilla cantón Calacalí que realiza el turismo comunitario desde hace más de 5 años, este centro comunitario tuvo un incremento de turistas en un 7,7%. (Corporación Yunguilla, 2012)

**Tabla 47. Incremento de turistas en la parroquia Yunguilla**

Año	Turistas	VAR %
2012	3780	7,10%
2013	4070	7,7%
2014	4403	8,2%
<b>Promedio</b>		<b>7,7%</b>

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Para tener un valor lo más acertado a la realidad se promedió estos dos índices dándonos como resultado un incremento del 9,3%.

**Tabla 48. Calculo del crecimiento de la demanda**

Incremento Demanda Yunguilla	7,7%
Incremento de turistas extranjeros Ecuador	11,0%
<b>Índice crecimiento demanda</b>	<b>9,3%</b>

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Una vez determinadas las variables se muestra a continuación el flujo proyectado a 5 años lo que nos permite determinar la viabilidad del proyecto, así como apreciar si el Centro Turístico Comunitario Palmira es capaz de asumir sus gastos fijos.

**Tabla 49. Flujo proyectado a 5 años**

<b>Flujo de ingresos y gastos del Centro Turístico Comunitario Palmira proyectado a 5 años</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
Saldo Inicial	<b>0,00</b>	<b>9846,31</b>	<b>13388,65</b>	<b>17518,57</b>	<b>23077,15</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ingreso Parroquial por partida presupuestaria	41755,00	35000,00	37000,00	40000,00	42000,00
Ingreso Parroquial por CTC Palmira	9700,42	10975,45	12418,08	14050,33	15897,12
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>51455,42</b>	<b>55821,77</b>	<b>62806,73</b>	<b>71568,89</b>	<b>80974,27</b>
<b>GASTOS</b>					
<b>Permisos y aspectos legales</b>	<b>160,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Registro de Centro Turisto Comunitario	160,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Insumos e infraestructura</b>	<b>4210,00</b>	<b>1220,00</b>	<b>1840,00</b>	<b>2660,00</b>	<b>1580,00</b>
Equipos de computación	2000,00	0,00	0,00	1200,00	0,00
mantenimiento	0,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Enseres (escritorios, sillas, etc.)	1100,00	0,00	500,00	0,00	0,00
Pintura y otros	250,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Insumos de oficina	860,00	840,00	960,00	1080,00	1200,00
<b>Marketing</b>	<b>6694,00</b>	<b>6520,00</b>	<b>6520,00</b>	<b>6520,00</b>	<b>6520,00</b>
Registro en tripadvisor	384,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Panfletos y trípticos informativos	2450,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00
Publicidad en estación de auto ferro Palmira	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
Espectáculos culturales y sociales	2160,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00
Creación página web de la parroquia	500,00	100,00	100,00	100,00	100,00
<b>Recurso Humano</b>	<b>30545,11</b>	<b>34693,11</b>	<b>36928,16</b>	<b>39311,74</b>	<b>41853,71</b>
Sueldo servidor público 1	23844,00	25428,50	27118,30	28920,39	30842,24
Décimo tercer sueldo	1987,00	2119,04	2259,86	2410,03	2570,19
Décimo cuarto sueldo	1062,00	1132,57	1207,84	1288,10	1373,70
Vacaciones	993,50	1059,52	1059,52	1059,52	1059,52
Aporte patronal	2658,61	2835,28	3023,69	3224,62	3438,91
Fondos de reserva	0,00	2118,19	2258,95	2409,07	2569,16
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>41609,11</b>	<b>42433,11</b>	<b>45288,16</b>	<b>48491,74</b>	<b>49953,71</b>
<b>Flujo de efectivo final periodo</b>	<b>9846,31</b>	<b>13388,65</b>	<b>17518,57</b>	<b>23077,15</b>	<b>31020,55</b>

Nota: elaborado por Darwin Mosquera, Henry Reascos

Como resultado tenemos un flujo positivo luego de 5 años con un valor de \$31020,55, lo más relevante es que los ingresos que generaría el Centro Turístico Comunitario Palmira cubren los gastos fijos del mismo.

## **Beneficios socio – económicos para la parroquia Palmira**

El turismo comunitario como fenómeno económico va más allá de las cifras citadas, sino que genera relaciones e intercambios de diversa índole como; en lo económico, social, cultural, ambiental, espiritual y político, generando efectos positivos en la Comunidad de Palmira. Hay que recalcar la importancia de la actividad turística ya que inyecta divisas a la economía local, integra a la comunidad y diversifica la economía generando nuevas fuentes de empleo, tanto directo como indirecto.

Además que el turismo estimula sectores como el transporte, agricultura, comunicaciones así como a emprendedores dedicados a la alimentación, bebidas típicas, alojamiento. De ese modo las autoridades locales se ven exigidas a mejorar la infraestructura de servicios al turismo tales como vías de comunicación, telecomunicaciones, dotación de servicios básicos.

En lo social el Plan Turístico Comunitario busca al largo plazo destinar parte de los beneficios para la construcción de obras de interés comunitario como escuelas, centros médicos, instalaciones deportivas, centros culturales, entre otros.

En cuanto al turismo como fenómeno cultural promueve las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales (bailes, artesanía, gastronomía, vestimenta, música, manifestaciones religiosas y mágicas religiosas, etc.)

Se busca un turismo comunitario sostenible con servicios de calidad y atractivos que ofrecen al turista extranjero un equilibrio con la naturaleza y el respeto de la sociedad local y su cultura.

Promueve la autoestima comunitaria, en definitiva, mejora la calidad de vida de los habitantes de la parroquia Palmira



## CONCLUSIONES

La situación geográfica, la diversidad de recursos naturales y la riqueza cultural de la parroquia Palmira, permite el desarrollo del turismo comunitario y la acogida de turistas extranjeros.

De las encuestas realizadas a los turistas extranjeros que utilizan el auto-ferro en la ruta Riobamba-Palmira, se destaca los siguientes resultados:

- El 81% de los encuestados están interesados en realizar turismo comunitario en la parroquia Palmira.
- El 78% prefiere paquetes turísticos prediseñados especialmente el paquete turístico de 2 días y una noche.
- Con la información obtenida el Plan de Turismo Comunitario se ha estructurado con dos paquetes turísticos, estimando una demanda de 3156 turistas en el primer año con un incremento anual de 9.3%, en base al incremento de turistas extranjeros en el Ecuador e incremento de turistas extranjeros en la Parroquia Yunguilla cantón Calacalí que realiza el turismo comunitario.

La propuesta del Plan Turístico Comunitario, cumple con todos los requerimientos legales para la constitución del Centro Turístico Comunitario en la parroquia Palmira.

El financiamiento del Plan Turístico Comunitario por \$41609.1 sería con carga al 10% del presupuesto que recibe la parroquia del Gobierno Central.

Los beneficios que otorgaría el Plan Turístico Comunitario para la parroquia Palmira serían:

- En lo socioeconómicos mediante el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes debido a oportunidades laborales e incremento en sus ingresos, además se dinamizaría el comercio a través de los turistas que visitan la parroquia y consumo de la producción agrícola interna.
- En lo social las autoridades deberían atender a la necesidad de mejoramiento en salud, dotación de servicios básicos a más hogares, todo ello con la finalidad de convertir a Palmira en un Centro Turístico Comunitario de primer orden.

## **RECOMENDACIONES**

Implementar el plan de turismo comunitario, a través de las autoridades de la Junta Parroquial con la contribución y apoyo de la comunidad. Para ello cuentan con la información necesaria como presupuestos y análisis desarrollados en el presente proyecto para así facilitar la toma de decisiones.

Hacer seguimiento del proyecto por una comisión especializada que designe la Junta Parroquial para verificar que el proyecto y sus beneficios se vean reflejados dentro de la Parroquia, mediante encuestas dirigidas a los habitantes de la comunidad para saber el impacto que el proyecto tiene en su calidad de vida.

Establecer una alianza estratégica con el Ministerio de Turismo para aprovechar los proyectos de difusión y lograr que el Centro Turístico Comunitario Palmira tenga una promoción nacional e internacional.

Reinvertir el 10% de los excedentes que genera la actividad turística en la creación de paquetes turísticos y otros atractivos dirigidos a turistas nacionales, para así ampliar el mercado y tener un mayor desarrollo.

Integrar proporcionalmente a más familias participantes como parte del proyecto para así lograr un mayor impacto económico y social en la comunidad de Palmira.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Áviles Pino, E. (2014). *Enciclopedia del Ecuador*. Recuperado el 13 de enero de 2015, de Palmira:  
<http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=1644&Let=>
- BCE. (2014). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 2015, de [www.bce.gob.ec](http://www.bce.gob.ec)
- Castillo, E. (15 de 11 de 2011). *Club ensayos*. Recuperado el 26 de 01 de 2015, de <http://clubensayos.com/Temas-Variados/Juntas-Parroquiales/99602.html>
- CNE. (2014). *Consejo Nacional Electoral*. Recuperado el 23 de enero de 2015, de VOTO Transparente:  
[http://vototransparente.ec/apps/resultados2014/images/planes\\_trabajo/CHIMBO RAZO/VOCALES%20JUNTAS%20PARROQUIALES/GUAMOTE/PALMIRA/LISTAS%2035-18/LISTAS%2035-18.pdf](http://vototransparente.ec/apps/resultados2014/images/planes_trabajo/CHIMBO_RAZO/VOCALES%20JUNTAS%20PARROQUIALES/GUAMOTE/PALMIRA/LISTAS%2035-18/LISTAS%2035-18.pdf)
- Corporación Yunguilla. (2012). *Conservando el Bosque Nublado Yunguilla*. Recuperado el 12 de enero de 2015, de Que Hcemos:  
[http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=92&Itemid=81](http://www.yunguilla.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=92&Itemid=81)
- Ecuador Potencia Turística. (enero de 2015). *Estadísticas*. Recuperado el febrero de 2015, de Boletín: <http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Boletin-ENERO-2015-compress.pdf>.
- El Comercio. (2014). *Diario el comercio*. Recuperado el 23 de enero de 2015, de Subempleo mayor en el sector rural:  
<http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/subempleo-mayor-sector-rural-de.html>.
- Emprendepyme. (2008-2015). *Qué es un presupuesto?* Recuperado el enero de 2015, de <http://www.emprendepyme.net/que-es-un-presupuesto.html>
- Eruditos. (febrero de 2014). *Centros de Turismo Comunitario*. Recuperado el enero de 2015, de [http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Centros\\_de\\_Turismo\\_Comunitario\\_en\\_Ecuador](http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Centros_de_Turismo_Comunitario_en_Ecuador)
- FEPTCE. (2013). *Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador*. Recuperado el 15 de 10 de 2014, de [http://www.feptce.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75&Itemid=61](http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61)
- FEPTCE, & MINTUR. (2007). *Ley de turismo*. Ecuador.
- Ferrocarriles del Ecuador. (2014). *Gerencia Filial Sur*. DMQ.

- Gildenberger, C. A. (s.f.). *"Desarrollo y Calidad de vida"*. Recuperado el enero de 2015, de [mundolatino.org/i/política/descalvi.htm](http://mundolatino.org/i/política/descalvi.htm)
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Fundamentos de la Teoría General del Turismo*. Zurich: Poligraphischer Verlag.
- IESS. (2015). *Remuneración sectorial*. Recuperado el 26 de febrero de 2015, de <http://www.trabajo.gob.ec/tablas-de-incremento-para-la-remuneracion-minima-sectorial-y-tarifas/>
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Recuperado el 23 de enero de 2015, de Carta Demográfica del Ecuador: [http://www.inec.gob.ec/publicaciones\\_libros/Nuevacarademograficadeecuador.pdf](http://www.inec.gob.ec/publicaciones_libros/Nuevacarademograficadeecuador.pdf)
- INEC. (2012). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 23 de enero de 2015, de Censo Poblacional 2012: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>
- Instituto Geográfico Militar. (2015). *Carta Topográfico Palmira*. Recuperado el 2015, de Información del Producto: [http://www.igm.gob.ec/cms/files/cartabase/enie/ENIEV\\_A2.htm](http://www.igm.gob.ec/cms/files/cartabase/enie/ENIEV_A2.htm)
- Junta de Andalucía. (2011). *Consejería de turismo y comercio*. Recuperado el 30 de 10 de 2014, de Consejería de turismo y comercio: <http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/opencms/aviso.html>
- Kisnerman, N. (1990). Comunidad. En N. Kisnerman, *Teoría y práctica del trabajo social* (pág. 33). Buenos Aires: HVMANITAS.
- Ministerio Cordinador de Desarrollo Social. (2015). *Qué es y para qué sirve la economía social y solidaria?* Recuperado el 12 de enero de 2015, de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/economia-popular-y-solidaria/>
- Ministerio de Finanzas. (abril de 2014). *Acuerdo*. Recuperado el 26 de febrero de 2015, de <http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/ACUERDO-MET-2014.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (2014). *Ley del Ambiente*. Recuperado el enero de 2015, de <http://www.ambiente.gob.ec/>
- MINTUR. (2014). *Ley de Turismo*. Recuperado el 2015, de [www.turismo.gob.ec/wp-content/.../02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/.../02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf)
- MINTUR. (2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 26 de enero de 2015, de Estadísticas Turísticas: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/ingresos-de-extranjeros/diciembre-2014/154>

- MINTUR. (24 de abril de 2014). *Turismo Comunitario*. Recuperado el enero de 2015, de <http://roberthjes.blogspot.com/>
- MINTUR. (2015). *Estadísticas de turismo*. Recuperado el 26 de febrero de 2015, de <http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Boletin-ENERO-2015-compress.pdf>
- MSP. (2011). *Estadísticas Hospital General Cantón Guamote*. Recuperado el 23 de enero de 2015, de <http://www.salud.gob.ec/tag/hospital-basico-de-guamote/>
- Muñiz, R. (2015). *CEF.-Marketing XXI*. Recuperado el enero de 2015, de El plan de Marketing en la empresa: <http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
- OMT. (2008). *Organización mundial del turismo*. Recuperado el 30 de 10 de 2014, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (2008). *Organización mundial del turismo*. Recuperado el 30 de 10 de 2014, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (2008). *Organización mundial del turismo*. Recuperado el 30 de 10 de 2014, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (2008). *Organización mundial del turismo*. Recuperado el 30 de 10 de 2014, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- ONU. (2014). *Naciones Unidas*. Recuperado el 2015, de Calidad de Vida: <http://www.un.org/es/home/index.html>
- PDOT. (2011). *Talleres Participativos*. DMQ.
- PROECUADOR. (1 de febrero de 2014). *Código Orgánico de la Producción, comercio e inversiones*. Recuperado el 25 de enero de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>
- Sánchez, C., Jiménez, L., Carbajal, D., & Acosta, M. (2008). *La calidad, su gestión estratégica y sus indicadores en turismo. Hacia una aproximación teórica*. Instituto Multidisciplinario de Historia y Ciencias Humanas. Departamento de Investigaciones Geográficas. Buenos Aires - Argentina: Grupo Turismo Sustentable.
- Sociedad Chilena de Psicología Clínica. (2012). *Terapia Psicológica* (Vols. Vol. 30 , 61-71). Chile.
- The International Ecotourism Society. (15 de 07 de 1990). *Ecotourism.org*. Recuperado el 30 de 10 de 2014, de <http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>