



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TEMA:**

**Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra,  
provincia de Chimborazo**

**AUTOR:**

**Torres Pizarro, Julio César**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR:**

**Lcda. Gutiérrez Northía, Aline Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2022**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Torres Pizarro, Julio César**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTOR (A)**

---

**Lcda. Gutiérrez Northía, Aline Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Knezevich Pilay, Teresa PhD.**

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Torres Pizarro, Julio César,**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

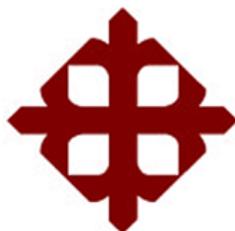
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2022**

**EL AUTOR (A)**

---

**Torres Pizarro, Julio César**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Torres Pizarro, Julio César**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2022**

**EL (LA) AUTOR(A):**

---

**Torres Pizarro, Julio César**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

### **Certificación de Anti plagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo**, presentado por la/os estudiantes **Torres Pizarro, Julio César**, fue enviado al Sistema Anti plagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (1%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	<a href="#">TT Torres Pizarro.docx</a> (D127588078)
Presentado	2022-02-10 14:34 (-05:00)
Presentado por	julio_torres87@hotmail.com
Recibido	aline.gutierrez.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	ENTREGA DOCUMENTO COMPLETO <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>

1% de estas 48 páginas, se componen de texto presente en 5 fuentes.

---

**Lcda. Gutiérrez Northía, Aline Mgs.  
TUTOR**

## **Agradecimiento**

**Agradezco a mi familia, a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por los conocimientos y asistencia brindada durante mi carrera universitaria. Es un orgullo ser un profesional de esta digna institución.**

**Torres Pizarro, Julio César**

## **DEDICATORIA**

**A mis padres, esposa e hijos por brindarme compañía y sabiduría.**

**Torres Pizarro, Julio César**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcda. Gutiérrez Northía, Aline Mgs.**

TUTOR

---

**Ing. Knezevich Pilay, Teresa PhD.**

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Lcda. Acosta Ramírez, Nadia Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Lcda. Pinos Guerra, Mariela Mgs**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Torres Pizarro, Julio César</b>	

---

**Lcda. Gutiérrez Northía, Aline Mgs.  
TUTOR**

## Índice General

Introducción .....	2
Antecedentes.....	3
Planteamiento del problema.....	5
Formulación del problema .....	6
Justificación .....	6
Objetivos.....	7
Capítulo I	
Marco Teórico.....	8
Marco conceptual.....	19
Marco referencial .....	24
Capítulo II	
Diagnóstico del Sistema Turístico .....	27
Lineamientos de la situación diagnóstico .....	27
Análisis de la situación actual del Sistema Turístico de la parroquia rural Huigra. ....	28
FODA del Sistema Turístico de la parroquia rural Huigra. ....	49
Capítulo III	
Estudio de la demanda real y potencial.....	55
Presentación y análisis de los resultados.....	55
Capítulo IV	
Plan de Reactivación Turística.....	62
Descripción del Plan de Reactivación Turística.....	62
Factores de reactivación del Plan de Reactivación Turística.....	63
Beneficiarios directos e indirectos de la propuesta.....	64
Justificación de la propuesta .....	65
Propuesta de Plan de Reactivación Turístico .....	66
Cronograma de aplicación del Plan de Reactivación Turístico Huigra .....	73
Conclusiones .....	74
Recomendaciones .....	75
Referencias.....	76
Apéndices.....	82

## Índice de Tablas

Tabla 1.	
<i>Lista de cumplimiento de interrelación del órgano rector para turismo Huigra</i> .....	29
Tabla 2.	
<i>Espacio geográfico para turismo Huigra</i> .....	38
Tabla 3.	
<i>Montañas. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales</i> .....	40
Tabla 4.	
<i>Bosque. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales</i> .....	40
Tabla 5.	
<i>Cascadas. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales</i> .....	41
Tabla 6.	
<i>Rio. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales</i> .....	41
Tabla 7.	
<i>Edificios. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales</i> .....	42
Tabla 8.	
<i>Parque. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales</i> .....	42
Tabla 9.	
<i>Espacios recreativos. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales</i> .....	43
Tabla 10.	
<i>Vestigios arqueológicos. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales</i> .....	43
Tabla 11.	
<i>Espacios históricos. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales</i> .....	44
Tabla 12.	
<i>Establecimientos. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales</i> .....	44
Tabla 13.	
<i>Servicios complementarios para turismo parroquia rural Huigra</i> .....	45
Tabla 14.	
<i>Lista de operadores de mercado turístico parroquia rural Huigra</i> .....	47
Tabla 15.	
<i>Órgano rector Indicadores, resultados esperados y responsables parroquia rural Huigra</i> .....	68
Tabla 16.	
<i>Espacio Geográfico turismo Indicadores, resultados esperados y responsables parroquia rural Huigra</i> .....	69
Tabla 17.	
<i>Operadores de Mercado Turismo Indicadores, resultados esperados y responsables parroquia rural Huigra</i> .....	70
Tabla 18.	
<i>Oferta de productos y servicios turísticos Indicadores, resultados esperados y responsables parroquia rural Huigra</i> .....	71
Tabla 19.	
<i>Demanda real y potencial Indicadores, resultados esperados y responsables parroquia rural Huigra</i> .....	72
Tabla 20.	
<i>Cronograma de aplicación del Plan de Reactivación Turístico Huigra mensual. 24 meses</i> .....	73

## Índice de Figuras

Figura 1. Sectores económicos.....	11
Figura 2. Factores que impiden el desarrollo económico. ....	12
Figura 3. Pirámide de Maslow. ....	14
Figura 4. Componentes para diagnóstico del Sistema Turístico de Huigra. ....	27
Figura 5. Espacio geográfico para turismo en Huigra.....	35
Figura 6. Atractivos turísticos consolidados de la parroquia Huigra. ....	36
Figura 7. Porcentaje de hombres y mujeres que participaron del estudio.....	55
Figura 8. ¿Factores que más influyen en la selección de un destino turístico en Ecuador?...55	
Figura 9. ¿Número de personas que acompañan al turista? 56	
Figura 10. Promedio de días de estancia en el destino turístico.....	57
Figura 11. Presupuesto promedio personal de gasto por viaje.....	57
Figura 12. En alguna ocasión ¿ha seleccionado a la parroquia Huigra como destino turístico?.....	58
Figura 13. Considera a la parroquia Huigra como destino turístico a visitar en los próximos 12 meses.....	58
Figura 14. Lugar o actividad de mayor reconocimiento en Huigra. ....	59
Figura 15. ¿Qué mejoras necesita hacer la parroquia Huigra para el disfrute de sus turistas? tres más importantes. ....	60
Figura 16. Logo de plan de reactivación.....	67

## **Índice de Apéndices**

Apéndice 1. Clasificación de Atractivos Turísticos Naturales.....	82
Apéndice 2. Clasificación de Atractivos Turísticos Culturales .....	85
Apéndice 3. Criterios de ponderación de Atractivos Naturales y Culturales .....	87
Apéndice 4. Encuesta aplicada.....	88

## Resumen

En Ecuador el turismo se concibe como una de las industrias más importantes de la economía doméstica, es considerada un medio de subsistencia, de prosperidad y de oportunidades para los ecuatorianos. Sin embargo, en el año 2019 la situación mundial mostraba rasgos de carencias económicas, sociales y ambientales, que afectaron gravemente al turismo mundial y nacional, con una disminución evidente de ingreso de extranjeros a territorio ecuatoriano. Posteriormente durante el desarrollo de la investigación se presentó una de las peores crisis sanitarias en el mundo que desató una pandemia debido a la presencia de un virus letal llamada Covid – 19, que es una nueva clase de coronavirus. La gravedad de estos sucesos obligó a los gobiernos a decretar el cierre de las zonas fronterizas, la prohibición de ingreso de extranjeros, medidas de movilidad interna, restricciones de afuera para establecimientos públicos y privados y; por consiguiente, la paralización de la actividad turística. Los sucesos antes mencionados impactaron gravemente al flujo de turistas nacionales y extranjeros que llegaban a la parroquia rural Huigra. Es así que el año 2020 y 2021 se conciben como periodos de contracción y de impacto negativo al sector turismo a nivel nacional. El año 2022 se visiona como un año de reactivación económica, con el pasar de los meses se eliminarán las restricciones aplicadas durante la pandemia, lo cual justifica la necesidad de proponer un Plan de Reactivación del sector turístico en la parroquia rural Huigra, provincia de Chimborazo. Durante la investigación se ejecutó un diagnóstico del sistema turístico y se pudo concluir que no se encuentra en operación y que es necesario aplicar el plan de reactivación turística recomendado, el cual integra estrategias en los ejes fundamentales para el adecuado funcionamiento de la actividad turística en la parroquia rural como son la estrategias recomendadas para los factores de Órgano Rector, Espacio Geográfico disponible para turismo, operadores de mercado turístico, ofertantes de productos y servicios turísticos y; finalmente, la demanda real y potencial existentes.

***Palabras Clave:** Sistema Turístico; Turismo sostenible; Plan de Reactivación; Atractivos y Recursos Turísticos, Parroquia Rural Huigra*

## **Abstract**

In Ecuador, tourism is conceived as one of the most important industries of the domestic economy, it is considered a means of subsistence, prosperity and opportunities for Ecuadorians. However, in 2019 the world situation showed signs of economic, social and environmental deficiencies, which seriously affected world and national tourism, with an evident decrease in the entry of foreigners into Ecuadorian territory. Later, during the development of the investigation, one of the worst health crises in the world occurred, which unleashed a pandemic due to the presence of a lethal virus called Covid-19, which is a new class of coronavirus. The seriousness of these events forced governments to decree the closure of border areas, the prohibition of entry of foreigners, internal mobility measures, capacity restrictions for public and private establishments and; consequently, the paralysis of tourist activity. The aforementioned events seriously impacted the flow of national and foreign tourists who arrived in the rural parish of Huigra. Thus, the year 2020 and 2021 are conceived as periods of contraction and negative impact on the tourism sector at the national level. The year 2022 is seen as a year of economic reactivation, with the passing of the months the restrictions applied during the pandemic will be eliminated, which justifies the need to propose a Reactivation Plan for the tourism sector in the rural parish of Huigra, province of Chimborazo. During the investigation, a diagnosis of the tourism system was carried out and it was concluded that it is not in operation and that it is necessary to apply the recommended tourism reactivation plan, which integrates strategies in the fundamental axes for the proper functioning of tourism activity in the region. rural parish such as the recommended strategies for the factors of the Governing Body, Geographic Space available for tourism, tourism market operators, providers of tourism products and services and; finally, the existing real and potential demand.

***Keywords:*** *Tourist System; Sustainable tourism; Reactivation Plan; Tourist Attractions and Resources, Huigra Rural .*

## Introducción

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2020), indicó que el turismo es uno de los principales sectores económicos del mundo. Es la tercera categoría de exportación más importante (después de los combustibles y los productos químicos) y en 2019 representó el 7% del comercio mundial (p. 1).

También la OMT (2020), indica que:

“A nivel mundial, el turismo llegó a sustentar uno de cada diez empleos y proporciona medios de vida a millones de personas tanto en las economías en desarrollo, así como en las desarrolladas. Sólo en Europa, el turismo sustentó alrededor de 27 millones de empleos y millones de empresas. En algunos Pequeños Estados Insulares en Desarrollo (PEID), el turismo ha representado hasta el 80% de las exportaciones, al mismo tiempo que integra una parte importante de las economías nacionales, lo cual refleja su importancia en todos los niveles de desarrollo económico - por ejemplo, Alemania (3,9%), Francia (7,4%) o España (11,8%) sobre el Producto Interno Bruto". (p. 1)

La OMT (2020) declaró que el turismo ha sido uno de los “sectores más afectados por la pandemia de la COVID-19. La crisis no tiene precedentes en cuanto a su tamaño y amplitud. Además, todos los elementos de su vasta cadena de valor se han visto afectados”. (p. 1)

Ecuador es un país con 283.560 km<sup>2</sup> que se ha desenvuelto en varias áreas generadoras de economía, como la producción de banano, camarón, chocolate, entre otros. Estos productos son exportados a las diferentes partes del mundo, por lo cual han sido aceptados por el mercado extranjero. Por otro lado, existe otro sector importante que es el turismo, las condiciones naturales, diversidad y atractivos naturales del país son parte de su potencial. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

El turismo se ha venido desarrollando a través de los años y ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de la población ecuatoriana. Se dice que es un dinamizador económico pues influye de forma directa en las plazas de trabajo y disminución de la pobreza. (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), 2013).

Sin embargo, en el periodo 2019 -2021, se evidenció que este sector es muy sensible a externalidades, muchas familias que viven del turismo han sido afectadas por la crisis mundial. Otro golpe fue la COVID-19 que afectó al turismo internacional con la pérdida de ingresos debido a las restricciones de movilidad y cierre obligatorio de los establecimientos turísticos y control de aforo, disminuyendo el número de transacciones en este sector.

Es por ello que la Organización Mundial de Turismo (OMT) recomienda a los gobiernos el desarrollo de planes para reiniciar el turismo tan pronto como sea seguro hacerlo. Un dato importante es que la pandemia redujo en mayo del año 2020 el número de turistas internacionales en un 98% en comparación con 2019. (Naciones Unidas, 2020)

La reactivación del turismo es necesaria en Ecuador, pues permite la conservación y el desarrollo de los recursos del país. Proponer un plan de reactivación permitirá guiar un proceso de reapertura adecuado, ordenada y seguro. Se deben considerar medidas y protocolos de prevención de externalidades, a partir de la gestión adecuada de la cadena de valor del sector turístico.

Es por ese motivo que el presente trabajo de titulación busca contribuir al desarrollo y crecimiento económico, fomentando un turismo consciente acorde a las tendencias actuales del mercado turístico y el estudio y caracterización del turismo receptivo, promoviendo la reactivación de la operación turística en nuevos destinos y bajo otras modalidades que brinden nuevas oportunidades. Es así que se propone un Plan de Reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo, cuya aplicación se recomienda sea de inmediato y que sirva para el año 2022.

### **Antecedentes**

El turismo es una actividad que surge a partir de la alta demanda que presentaron los viajes de placer a finales del siglo XIX, un factor importante para el desarrollo de este sector fue la gran expansión económica que se vivió a nivel mundial, la revolución industrial y científica a inicios del siglo XX. A partir de ello el desarrollo de productos turísticos han sido constante acorde a los cambios en los comportamientos de gustos y preferencias de los consumidores. Un dato destacable

que sirve como antecedente es que en la edad contemporánea se dio el invento de la máquina de vapor que fomentó la creación de rutas de conectividad entre ciudades, estados y países; apoyando a la economía de quienes habitaban por cada una de las estaciones o paradas. Los inventos de nuevos medios de transporte humano han sido fundamentales para fomentar desplazamientos de un lugar de origen a uno de destino y es por ello que el turismo engloba el conjunto de actividades que una persona realiza durante un viaje o estancia menor a un año en un lugar distinto al de su residencia permanente. (Moeller, 2018).

Con el tiempo uno de los grandes retos del sector de turismo es la transformación del modelo tradicional a un modelo sostenible, es decir que las actividades que se desarrollen por los ofertantes impulsen un uso óptimo a los recursos medioambientales y el cumplimiento de buenas prácticas de turismo para conservar los patrimonios tangibles e intangibles de cada grupo poblacional (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Se puede destacar que, en el pasado, Huigra fue la capital ferroviaria del Ecuador, en la parroquia funcionaba la oficina matriz del tren. Sin duda la importancia de este medio de transporte para el comercio contribuyó a que se viva la época de oro. Existe una dependencia económica de Huigra con la llegada del tren. Es decir que los pobladores de Huigra se sustentaban por la ejecución de diversas actividades vinculadas a la venta de comida, hospedaje y la comercialización de productos agrícolas a los usuarios del ferrocarril. Cuando el tren cesó sus operaciones en el año 1998 la situación llevó a que el nivel de pobreza aumente. De a poco sus pobladores migraron a otras ciudades y lo que fue un lugar con comercio se convirtió en uno desolado. Muchos habitantes migraron a España y a Estados Unidos, y en la parroquia solamente se quedaron los niños y adultos mayores.

Casi dos décadas después se reactiva una ruta ferroviaria Alausí-Huigra, la cual aún está en etapa de potenciación y peor aún tuvo que paralizar su funcionamiento en el año 2020, debido a la pandemia mundial ocasionada por el COVID-19. Sin embargo, un factor importante para la reactivación turística de la parroquia Huigra es la activación del servicio de tren para recuperar el número de visitantes diarios experimentados en el año 2019.

Es necesario que el plan de reactivación turística permita aplicar un conjunto de actividades que contribuyan a que los turistas tengan un contacto más profundo con la naturaleza. Es decir, con los paisajes subtropicales de Huigra, que incluyen senderos, cascadas, infraestructura y gastronomía.

Es notable que los profesionales en turismo deben promover el cuidado a los ecosistemas, que contribuya a la protección de los recursos y conservar la diversidad biológica, pues sin estos elementos, seguramente no existiría el turismo. Dentro de este patrimonio un elemento que debe prevalecer es la autenticidad de la cultura local. En resumen, deben garantizarse actividades económicas que perduren en el tiempo, que permitan generar oportunidades de empleo estable y reducir la pobreza en las comunidades locales; dicha situación se presenta como un problema que afecta a la sostenibilidad del turismo en la parroquia Huigra y que debe ser corregida por el bienestar de sus pobladores.

### **Planteamiento del problema**

Los pobladores de la parroquia rural Huigra se enfrentan a una grave crisis económica que ocasiona el aumento de los niveles de pobreza e influye negativamente en la calidad de vida. Aunque Huigra tiene grandes riquezas naturales se evidencia que la economía local siempre demostró una dependencia de la cobertura del servicio ferroviario. Históricamente la llegada del tren ocasionaba que existan visitantes de tránsito que consumían los productos y servicios ofertados por los habitantes locales. El tren cesó sus operaciones en el año 1998 y se reabrió la ruta en el año 2019; no obstante, la pandemia por Covid-19 obligó al cierre de las operaciones turísticas. (Laniado, 2020)

Se estima que antes del año 1998 en la parroquia Huigra del cantón Alausí, llegaban cerca de 500 turistas al día, lo cual motivaba a los pobladores a poner en marcha negocios, talleres, comercios y restaurantes. Con la activación ferroviaria en el año 2019, las expectativas de los pobladores de Huigra eran altas, los ciudadanos se prepararon para recibir hasta 200 visitantes diarios nuevamente. Sin embargo, la ruta que conecta Alausí con Huigra, que incluye la ruta Nariz del Diablo, no se encuentra activa, dejó de operar en el año 2020. (Empresa de Ferrocarriles del Ecuador, 2021)

Los esfuerzos del pasado por fortalecer el turismo en Huigra deben continuar para coadyuvar al levantamiento y reactivación económica, se deben corregir los errores relacionados a la mala toma de decisiones, a la ausencia de una planificación adecuada y a la falta de recursos necesarios para desempeñar un turismo sostenible. Los motivos principales evidenciados es que en la parroquia Huigra no existen programas o proyectos turísticos en funcionamiento hasta diciembre del año 2021, vinculados al desarrollo y aprovechamiento de los recursos, atractivos naturales y manifestaciones culturales.

### **Formulación del problema**

¿Cuáles son las estrategias que deben aplicarse en la parroquia Huigra para la reactivación turística?

### **Justificación**

Es necesario proponer la aplicación de un plan de reactivación turística que tenga como finalidad atraer a turistas a la parroquia rural Huigra. Se estima que el 80% del sector turístico de la zona se encuentra gravemente afectado por la pandemia, pues gran parte de los negocios locales eran considerados como pequeños y; por lo tanto, existe el riesgo de que se encuentren cerrados.

Es necesario brindar una guía o plan de trabajo para los ofertantes de servicios de operación turística, los guías turísticos, los negocios locales (restaurantes y entretenimiento) y de alojamiento, pues deben prestar atención en puntos claves como la implementación de buenas prácticas de turismo y gestión adecuada de la cadena de valor. Es necesario brindar acompañamiento y recomendaciones que contribuyan a fortalecer las distintas actividades, servicios o productos turísticos ofertados en la parroquia Huigra.

Huigra, siendo una comunidad de dimensiones pequeñas históricamente ha sido un lugar de alto tránsito de turistas, generaba ingresos a través de la venta de comida, alquiler de habitaciones y comercio de productos agrícolas de la Sierra. En el año 2019 empezó a funcionar nuevamente la ruta Alausí-Huigra del ferrocarril. Se comenzaron a crear nuevas plazas de empleo, pues se crearon servicios de hospedajes, venta de comida, recorridos a senderos, entre otras actividades. No obstante, con la

nueva crisis que se vive debido al COVID-19, el principal canal de ingreso de turistas que era el ferrocarril se ha visto obligado a cerrar sus operaciones, así se evitan los contagios entre los turistas cuando llegan y las personas locales. Como consecuencia, la economía local ha sido golpeada gravemente y necesita ser reactivada.

## **Objetivos**

### ***Objetivo general:***

Elaborar un plan de reactivación turística para la parroquia Huigra del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

### ***Objetivos específicos:***

- Realizar un diagnóstico situacional del sistema turístico de la parroquia Huigra del cantón Alausí para determinar su potencialidad actual para el desarrollo del turismo
- Realizar un estudio de mercado para establecer las características de la demanda real y potencial de la parroquia.
- Diseñar estrategias para la reactivación turística de la parroquia rural Huigra.

# Capítulo I

## Marco Teórico

### Marco teórico

#### *Teoría del sistema turístico*

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2018), define el sistema turístico como “un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente” (p. 47). Incluye el órgano rector, los operadores de mercado, la oferta y demanda turística y el espacio disponible para el turismo.

La OMT considera importante que en cada país, ciudad o zona turística se estimule constantemente la interrelación de los factores que integran el sistema turístico. A medida que cada elemento logre mayor participación mejores serán los resultados para cada destino turístico. Cabe recalcar que no solo existe la definición de la OMT, sino que existen más y varios autores que proponen su punto de vista sin cambiar la esencia de lo establecido por el órgano supremo del turismo mundial.

Una conceptualización cercana es la propuesta de Molina (2018), quien indicó que:

“El turismo es una actividad que resulta de la suma de recursos naturales, culturales, sociales y económicos, lo cual hace que su campo de estudio sea amplio y también complejo. Estos factores son causa y efectos mediadores, determinan la actividad turística y cuales no la determinan. Por lo cual organizar estos factores es necesario. Cada componente debe ser adaptable, flexible, de fácil lectura y comprensión, y que al mismo tiempo integre toda esta colosal complejidad y la represente por entero en sus combinaciones” (p. 28).

El mismo Molina (2018), considera que el turismo, visto como un sistema, “está formado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para lograr un objetivo común, que es el turismo sostenible” (pág.25). Cabe desatacar que se considera que el sistema turístico mundial está poco desarrollado; en especial en américa latina.

Otra definición supone que el Sistema Turístico es un conjunto abierto de procedimientos relacionados e integrados al medio ambiente; es un mercado donde interactúan ofertantes, demandantes y operadores de turismo. Se encuentra integrado y se relacionan entre sí, interactuando para llegar a un objetivo común. Siempre está en transición porque este depende de las necesidades y deseos del turista. (Figuerola, 2020)

Acorde a lo mencionado por Boullón (2016), considera que el sistema turístico integra “infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de los turistas” (pág. 30).

Además, Boullón (2016), concluyó que:

“El funcionamiento del sistema se origina en el encuentro de la oferta turística con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector; también señala como parte integrante del sistema a la Superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes”. (pág. 34)

Se entiende por sistema turístico a todo el conjunto de relaciones que surgen a raíz de los viajes de los turistas con el entorno que visitan. El funcionamiento del sistema se origina en el encuentro de la oferta con la demanda. Es importante observar que no existe una versión explicativa del sistema turístico.

Define a la demanda turística como la suma de productos y servicios turísticos consumidos o comprados. Es por eso que se tiene en cuenta para la contabilización de la misma, no sólo la cantidad de turistas que ingresan a un destino sino también los ingresos que generan para la comunidad receptora. La oferta turística es definida como los servicios que son ofrecidos a los turistas a un precio dado. Se integrada por los productos y servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. (Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2020)

El turismo es más que una actividad consistente en viajar a un lugar diferente al del entorno habitual. El turismo es un sistema perteneciente al sector terciario de la economía, también conocido como de servicios. En él se interrelacionan seis

elementos importantes, por lo que es conveniente analizar al turismo desde una visión general, como un sistema en el que se pueden definir sus diferentes partes y especificar vínculos entre todos los que lo conforman. (Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2020)

Los beneficios del turismo son diversos y su buen desarrollo es una herramienta para alcanzar el desarrollo sostenible, la igualdad y el buen vivir. Un sistema turístico con enfoque social debe comprender que existen distintas realidades en cada comunidad que de cierta forma condicionan la capacidad económica, que influyen en el bienestar colectivo. (Carrero, Soriano, Requena y Trinidad, 2012)

### ***Teoría del desarrollo económico y turismo***

Según el Banco Mundial (2006) define el desarrollo económico local como proceso en el que diversos sectores de la sociedad trabajan en conjunto para mejorar condiciones de crecimiento económico y generación de empleo. Una de esas actividades se denomina turismo.

Al ser diverso en su aplicación es necesario tomar como referencia los indicadores sociales y; es en esa evaluación donde nace la teoría de desarrollo y subdesarrollo entre países, que indican las diferentes estructuras económicas, sociales y educacionales, que existen en distintos niveles y que pueden apreciarse en los países que tienen una estructura económica más fuerte en comparación a países subdesarrollados. (Camacho, 2013).

Es evidente la existencia de grandes diferencias entre países desarrollados y emergentes, los resultados económicos, sociales y educacionales son una muestra real de la situación conflictiva del mundo. En búsqueda de mejorar continuamente los organismos internacionales promueven planes de desarrollo que suelen ser una respuesta para alcanzar un desarrollo humano sostenible y económicamente sustentable. (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), 2013)

Según lo expuesto por Perinat, (2014), .se considera que la pobreza y la ausencia de programas educativos son factores que influyen en el desarrollo del

turismo. A partir de este análisis surgen varios modelos de desarrollo y subdesarrollo, entre las cuales está el “desarrollo social y comunitario”

Entonces, se puede considerar que el desarrollo económico se relaciona con la capacidad de una comunidad para generar riquezas monetarias aprovechando al máximo los recursos disponibles. El concepto considera dentro de su definición indicadores como calidad de vida, disminución de la pobreza, pleno empleo y equilibrio ambiental. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2018)

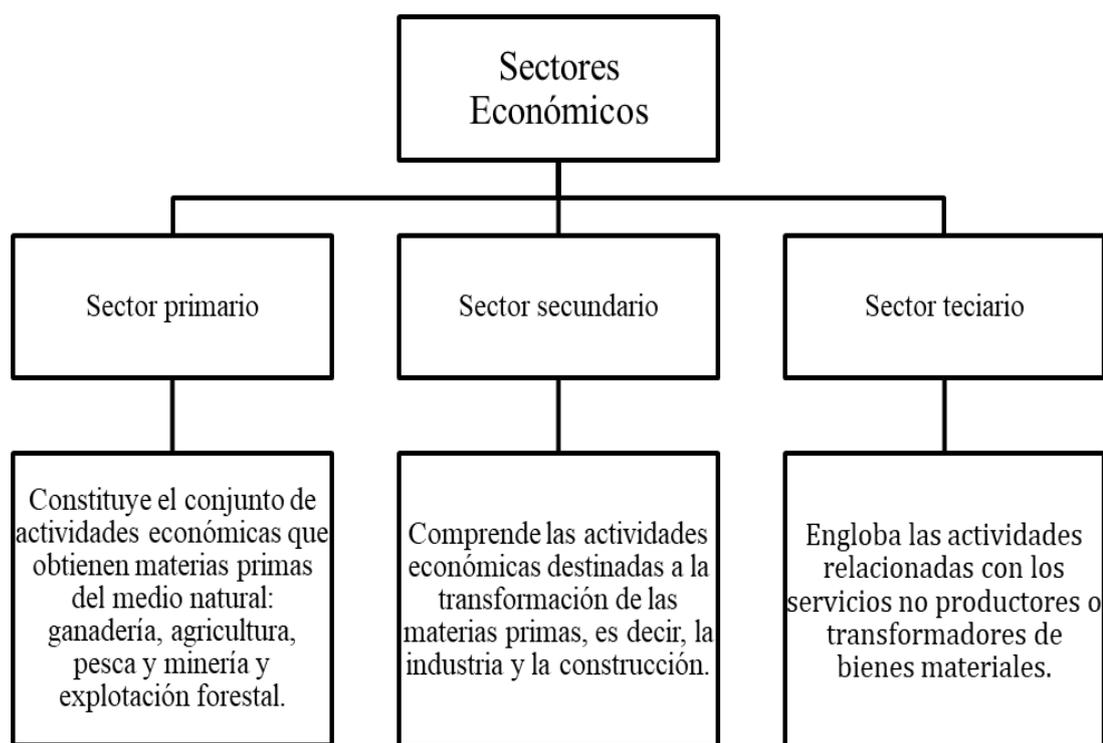


Figura 1. Sectores económicos. Adaptado de: *la economía edificada sobre arena: causas y soluciones de la crisis económica* por Anchuelo y García (2017)

Como se evidencia el turismo forma parte del sector económico terciario y como actividad económica ha permitido generar oportunidades para combatir la pobreza y el desempleo. Se fundamenta en el desarrollo de servicios y utilización de los recursos naturales y patrimoniales para generar divisas en las comunidades receptoras.

La Organización Mundial de Turismo (2020), considera que el sector de turismo es un motor para el desarrollo económico pues permite el intercambio de bienes y servicios, genera divisas para la comunidad receptora, atrae inversiones,

genera fuentes de empleo y beneficia al crecimiento de otros sectores. Aproximadamente representa en promedio un 30% del Producto Interno Bruto total mundial. Hoy se concibe como uno de los sectores económicos más importantes de la economía mundial. Es considerado un factor estratégico para el progreso socioeconómico. Sin embargo, existen factores externos que puede frenar su desarrollo.

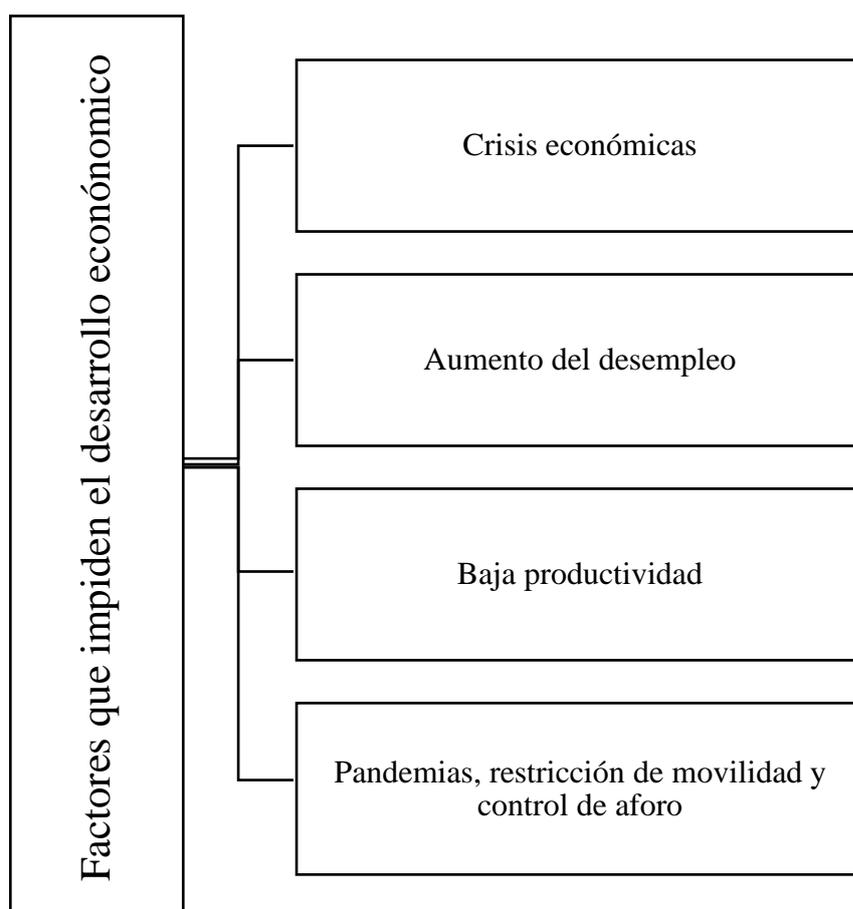


Figura 2. Factores que impiden el desarrollo económico. Adaptado de: *Política monetaria antes y después de la crisis financiera* por Novales (2016)

Los factores que impiden el desarrollo económico suponen una afectación al sistema económico principalmente cuando varios sectores claves de la economía muestran una contracción., disminución de producción, poca capacidad de ahorro e inversión y escasos recursos. Otro de los factores que afectan el desarrollo económico es la presencia de pandemias, restricciones de movilidad y control de aforo. (Ministerio de Turismo, 2020)

Díaz (2017), indicó que el turismo es una actividad económica significativa a nivel mundial, aportando alrededor de 25% del Producto Interno Bruto mundial (p.

333). El desarrollo local comprende el desarrollo económico, el desarrollo humano y desarrollo ambiental.

Por otro lado, Gómez y Nava (2018), indicaron que el crecimiento económico es sólo un elemento del desarrollo, donde éste es visto con una “perspectiva más integral, no sólo económica, sino también humana. Considera el aspecto ambiental sustentable” (p. 55). Por lo cual, hace mención a que se debe tomar en cuenta que la economía debe ir en equilibrio con las necesidades ambientales, puede representar un impacto positivo para el destino turístico. Al integrar el desarrollo sustentable, lo que se busca es minimizar el impacto ecológico que este puede representar cuando no se hacen los correctos controles. Vela por el cuidado del patrimonio natural y cultural.

El fortalecimiento del sector turístico es necesario para combatir problemas económicos como la disminución del crecimiento del PIB total, pues una paralización de esta actividad, significa un impacto negativo en toda la economía, es decir que repercutiría en todos los indicadores económicos. Acorde a lo expuesto por Benites (2017), “el crecimiento y desarrollo no puede alcanzarse sin planificación, no gestionar adecuadamente el desarrollo del turismo puede causar graves consecuencias para la economía mundial” (pág. 18).

La transformación productiva para ganar competitividad busca que se conserven los empleos, mientras que la diversificación de la producción local pretende que se generen nuevos empleos a través de nuevas actividades productivas y el aumento del valor agregado que los trabajadores obtengan mayores ingresos. La contribución del turismo a la economía nacional es directa e indirecta. La primera incluye el comportamiento del gasto en turismo dentro del país, el ingreso de divisas por viajes, el turismo de residentes y no residentes. La segunda supone un efecto beneficioso en otros sectores económicos, pues a mayor consumo se incrementa la producción (Díaz, 2017, p. 335).

### ***Teoría de las Jerarquía de necesidades de Maslow***

Sin necesidad de realizar una investigación exhaustiva acerca de la jerarquía de necesidades planteada por Maslow, se resume de la siguiente manera en la Figura 2, donde se muestra la jerarquía de las necesidades planteada por Maslow en forma de

pirámide. (tomado de Simons, Irwin y Drinnien 1987; Boeree 2006; Feist y Feist 2006)

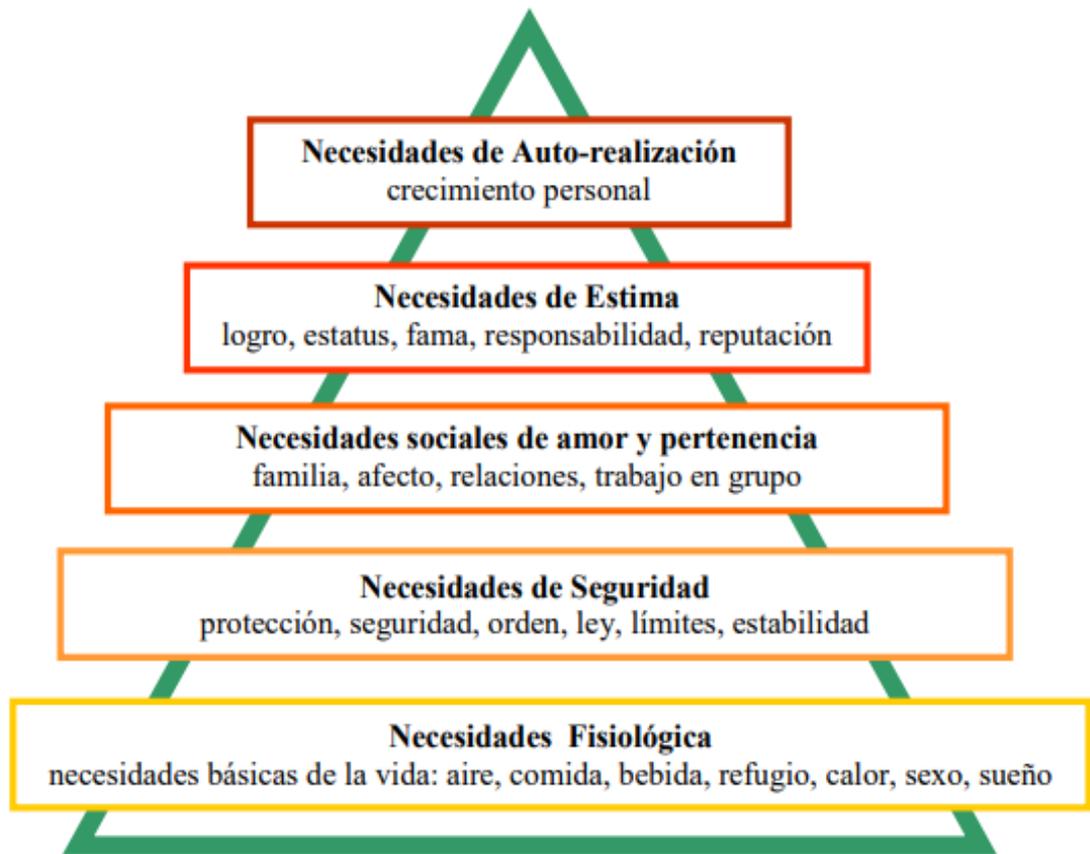


Figura 3. Pirámide de Maslow. Adaptado de: *La Psicología social. Manual para los estudios de turismo* por Petit y Soledad (2016).

#### **Necesidades fisiológicas:**

Son de origen biológico y están orientadas hacia la supervivencia del hombre; se consideran las necesidades básicas e incluyen cosas como: necesidad de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio.

#### **Necesidades de seguridad:**

Cuando las necesidades fisiológicas están en su gran parte satisfechas, surge un segundo escalón de necesidades orientadas hacia la seguridad personal, el orden, la estabilidad y la protección. Dentro de estas necesidades se encuentran cosas como: seguridad física, de empleo, de ingresos y recursos, familiar, de salud y contra el crimen de la propiedad personal.

### **Necesidades de amor, afecto y pertenencia:**

Cuando las necesidades de seguridad y de bienestar fisiológico están medianamente satisfechas, la siguiente clase de necesidades contiene el amor, el afecto y la pertenencia o afiliación a un cierto grupo social y están orientadas, a superar los sentimientos de soledad y alienación. En la vida diaria, estas necesidades se presentan continuamente cuando el ser humano muestra deseos de casarse, de tener una familia, de ser parte de una comunidad, ser miembro de una iglesia o simplemente asistir a un club social.

### **Necesidades de estima:**

Se considera que cuando las tres primeras clases de necesidades están medianamente satisfechas, surgen las llamadas necesidades de estima orientadas hacia la autoestima, el reconocimiento hacia la persona, el logro particular y el respeto hacia los demás; al satisfacer estas necesidades, las personas se sienten seguras de sí misma y valiosas dentro de una sociedad; cuando estas necesidades no son satisfechas, las personas se sienten inferiores y sin valor. En este particular, Maslow señaló dos necesidades de estima: una inferior que incluye el respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, y dignidad; y otra superior, que determina la necesidad de respeto de sí mismo, incluyendo sentimientos como confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad.

### **Necesidades de auto-realización:**

Son las más elevadas y se hallan en la cima de la jerarquía; Maslow describe la auto-realización como la necesidad de una persona para ser y hacer lo que la persona "nació para hacer", es decir, es el cumplimiento del potencial personal a través de una actividad específica; de esta forma una persona que está inspirada para la música debe hacer música, un artista debe pintar, y un poeta debe escribir.

Esta jerarquía se modela identificando cinco categorías de necesidades y se construye considerando un orden jerárquico ascendente de acuerdo a su importancia para la supervivencia y la capacidad de motivación (José Quintero, 2007, p. 1). Según José Quintero (2007) indicó que (tomado de Colvin y Rutland 2008) De acuerdo a este modelo, a medida que el hombre satisface sus necesidades surgen otras que cambian o

modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está “razonablemente” satisfecha, se disparará una nueva necesidad (Colvin y Rutland 2008). José Quintero (2007) hace mención que las cinco categorías de necesidades son: fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima y de auto-realización; siendo las necesidades fisiológicas las de más bajo nivel.

Según Quintero (2007), la Piramide de Maslow distingue estas necesidades en “deficitarias” (fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima) y de “desarrollo del ser” (auto-realización). La diferencia distintiva entre una y otra se debe a que las “deficitarias” se refieren a una carencia, mientras que las de “desarrollo del ser” hacen referencia al quehacer del individuo (p. 2). Ambas juegan un rol importante en el comportamiento de la demanda turística.

### ***Caracterización de los elementos que conforman el diagnóstico del sistema turístico acorde a la Organización Mundial de Turismo***

El diagnóstico turístico es una herramienta primordial para la planificación de reactivación de turismo, pues a partir de los resultados y evidencias se puede convertir las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades. Para el presente estudio es necesario caracterizar la situación actual del sistema turístico en la parroquia Huigra. (Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2020).

Constituye el punto de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística. El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino turístico en un momento determinado. Es fuente directa de información que permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias. El diagnóstico turístico es una herramienta que permite evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos, dado que constituye un punto de partida. (Laniado, 2020)

Se debe considerar que un buen funcionamiento supone que el sistema turístico funciona para satisfacer los intereses de la comunidad receptora y los de la demanda. Para ello es necesario varios actores que estimulan el comportamiento de mercado entre compradores y vendedores, entre los cuales se encuentran el órgano rector y los operadores turísticos, quienes desempeñan sus funciones en un espacio geográfico. Todos los factores deben estar en equilibrio e interrelacionados. En el caso

de que no se cumpla es necesario reorientar el funcionamiento del sistema, es decir, hacer planificación o aplicar nuevas estrategias. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

El presente trabajo de titulación se realiza tomando como base el modelo del Sistema Turístico propuesto por la Organización Mundial de Turismo, institución que define los componentes y las estrategias de desarrollo de esta actividad económica. Se aplicaron herramientas de investigación que permiten recolectar información cualitativa y cuantitativa, dando una orientación de la situación actual del funcionamiento del sistema turístico de la parroquia rural Huigra.

### ***Caracterización del órgano rector del sistema turístico***

Para desarrollar el diagnóstico situacional del elemento denominado como Órgano rector del sistema turístico, componente que forma parte del sistema turístico, se empleó una hoja de chequeo cuya finalidad es identificar el nivel de interrelación que existe entre la comunidad receptora y el órgano rector. Con ello se puede predecir el comportamiento y los elementos que pueden influir en su buen funcionamiento. (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Se debe identificar la participación del órgano rector en la actividad turística dado que incide en el desarrollo turístico. La evaluación incluye las regulaciones, planes y proyectos planificados y empleados. El enfoque es potencializar el desarrollo de turismo sostenible. Deben incorporarse leyes que fomenten el acceso a mejores condiciones de vida (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

Es necesario que el órgano rector incida en el desarrollo comunal, el cual debe generar programas que fomenten una estructura socioeconómica activa y sostenible, fundamentada en el respeto de los derechos constitucionales (una vida digna y equilibrada).

### ***Caracterización del espacio geográfico para turismo en la parroquia Huigra***

A este componente se lo considera como el origen del sistema turístico debido a que el turismo no podría existir sin territorio. Es decir que el sistema se genera en un lugar físico. Dentro del análisis situacional de este elemento se debe conocer si el

espacio geográfico se utiliza de forma estratégica para el desarrollo del turismo en la parroquia rural Huigra. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

Se considera al espacio geográfico como una base física donde interactúan el órgano rector, la oferta, la demanda y operadores de mercado. Es conceptualizado como un elemento de cohesión dentro de un plan de reactivación turística.

### ***Caracterización de la oferta de servicios y productos turísticos de la parroquia Huigra***

La oferta de servicios y productos turísticos de la parroquia Huigra se compone de aquellos actores que crean servicios y productos turísticos para satisfacer y crear nuevas experiencias en los turistas nacionales e internacionales. Dentro del diagnóstico es necesario conocer el nivel de participación de la comunidad receptora de Huigra en la dirección del sistema o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos. De acuerdo con la modalidad de gestión turística podría calificarse como mayor o menor participación en el desarrollo.

La oferta se conforma de los servicios y productos que se promocionan en Huigra, es decir los establecimientos que ofrecen alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros, con la finalidad de satisfacer y mejorar la experiencia de los turistas. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros dentro de la zona de estudio. La oferta incluye (Organización Mundial del Turismo, 2020):

- Servicios básicos y alcantarillado.
- Servicios de salud y autoservicios.
- Servicios de transporte, vías y terminales.
- Servicios y productos turísticos.

La oferta turística existe porque se demandan los productos y servicios turísticos, es decir que puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística. Es decir que cada destino turístico debe tener una finalidad que cumpla con las expectativas de la demanda. Se compone por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.

### ***Caracterización de los operadores del mercado***

Se considera que los operadores del mercado son el conjunto de organismos y empresas cuyo rol es crear vínculos comerciales entre la demanda y la oferta, entre ellas se encuentran las agencias, las compañías de transporte y otras que puedan ser artífices de la ordenación y/o promoción del turismo. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

Se puede clasificar a los operadores de mercado turístico como:

- Operadores o agencias de viajes.
- Compañías de transporte regular
- Promotores de turismo

### ***Caracterización de la demanda real y potencial de servicios y productos turísticos de la parroquia Huigra***

La demanda de servicios y productos turísticos de la parroquia Huigra se compone de turistas nacionales y extranjeros. Es necesario conocer qué tipo de espacios, servicios y atracciones desean conocer o adquirir. En el sistema turístico son los turistas quienes inyectan divisas a la comunidad receptora, lo cual permite la dinámica de mercado al caracterizar a un destino. (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Ecuador es un país que ha demostrado tener destinos turísticos de gran prestigio, lo cual motiva el turismo interno e internacional. Es necesario que cada comunidad receptora logre conocer las necesidades y deseos de los turistas o viajeros, pues les permitiría alcanzar un mejor funcionamiento del sistema turístico.

### **Marco conceptual**

#### ***Diagnóstico económico:***

Evaluación situacional de la economía y sus componentes, incluye el estudio de los distintos sectores de la economía y la sociedad. (Durán, 2011).

***Diagnóstico social:***

Estudio que permite identificar situación social dentro de un país o localidad en un periodo determinado (desigualdad, cultura, actitudes, problemas, necesidades) (Anchuelo & García, 2017).

***Diagnóstico educacional:***

Se ejecuta con la finalidad de conocer el nivel de capacidades referente a la educación de una población (nivel de instrucción, competencias, capacidades, nivel de preparación) (Durán, 2011).

***Estado:***

Hace referencia a un país o nación, se conforma de regiones, provincias, cantones y parroquias urbanas y rurales. Tiene una estructura institucional. (Asamblea Nacional, 2010)

***Provincia:***

Es una dependencia territorial que se conforma de cantones. (Asamblea Nacional, 2010)

***Cantones:***

Se conforman por cabecera cantonal y parroquias urbanas y rurales. (Moeller, 2018)

***Parroquias rurales:***

Son comunidades rurales integradas a un cantón. (Asamblea Nacional, 2010).

***Turismo:***

El turismo como concepto puede definirse como un fenómeno económico, cultural y social, estudia el desplazamiento de persona de un lugar de origen a otros fuera de su entorno habitual, con una estancia menor a 365 días. Existen normas internacionales y locales que regulan el turismo, las cuales promueven políticas de

protección de recursos ambientales, el respeto a autenticidad sociocultural de las comunidades receptoras y el cuidado y promoción de los patrimonios tangibles e intangibles. Por tal motivo se considera que es una industria o mercado en el cual interactúan los operadores y los turistas, quienes ejecutan compra y venta de productos turísticos. (Ministerio de Turismo, 2015).

### ***Turismo sostenible:***

El turismo sostenible es una nueva visión del turismo y forma parte de los principios rectores para el presente y futuro; busca un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, como eje fundamental del desarrollo económico y de las actividades turísticas. Existen directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible, las cuales deben aplicarse a todas las formas de turismo, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. (Benites, 2017)

### ***El turismo de descanso:***

Es el turismo tradicional o de paseo, se podría categorizar como el más convencional en turismo interno. Se caracteriza por orientar al turista a disfrutar de los recursos naturales de cada zona. En Huigra puede direccionarse a la visita de piscinas termales, fincas de pesca y caminatas en espacios naturales. (World Tourism Organization, 2021)

### ***Turismo Científico:***

Existen lugares que destacan por su valor científico pues representan la historia y su desarrollo. Son viajes de aprendizaje y conocimiento con evidencias. Por ejemplo, en la parroquia Huigra existen especies de flora con gran potencial de investigación para la comunidad científica. (Ministerio de Turismo, 2014)

### ***Turismo de Aventura:***

Este tipo de turismo se caracteriza por presentar productos alternativos en el ámbito de aventura, deporte y exploración. Es un tipo de turismo en desarrollo pues es un concepto que se ha fortalecido en los últimos años. En la parroquia Huigra existen quebradas para deportes extremos, se realizan ferias deportivas y eventos que ayuden

a fomentar el deporte en la zona según la planificación de desarrollo territorial 2019 – 2021, presentada por el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD). Es considerado uno de los turismos más importantes en las comunidades cercanas a cabeceras cantonales que cuentan con recursos óptimos para la práctica de algún tipo de deporte. (Laniado, 2020)

### ***Turismo Cultural:***

Se desarrolla con el fin de poner en contacto directo a los turistas con otras culturas y conocer más de su identidad sociocultural. Pueden existir productos que abarcan recorridos explicativos y vivenciales. Por ejemplo, en Huigra sus ciudadanos se identifican como mestizos de la población Huigreña, quienes tienen una rica cultura de conocimiento agrícola. Existe un gran patrimonio cultural tangible en el Centro histórico de Huigra (Piramide Escalonada Puñay y el centro histórico). Dentro del patrimonio cultural intangible se encuentra el conocimiento ferroviario, las fiestas en honor a la santísima virgen La Inmaculada Concepción y gastronomía típica. (World Tourism Organization, 2021)

### ***Turismo gastronómico:***

Es un tipo de turismo que se encuentra en constante desarrollo en Ecuador. Con el pasar de los años se han creado rutas gastronómicas que buscan promocionar los alimentos únicos o autóctonos de cada región o lugar. En el caso de la parroquia Huigra conocida por la fritada, el Llapingacho y caldo de gallina criolla. (World Tourism Organization, 2021)

### ***Ecoturismo:***

Es un tipo de turismo que busca dar a conocer los entornos naturales de una localidad y de esa manera compartir información acerca de los riesgos y motiva a crear movimientos conservativos. Es un concepto basado en la industria turística de Jones propuesto en el año 1992. Un claro ejemplo en Ecuador son las Islas Galápagos. Con relación a la parroquia Huigra sí existen planes de desarrollo del ecoturismo aprovechando las cascadas y ríos tales como Angas, Panamá y Santa Marta. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

### ***Turismo Agrícola (Agroturismo):***

Es aquel que fomenta la promoción de la producción local, permitiendo que muchos agricultores puedan generar ingresos y aperturar su cartera de clientes. En Huigra existe un clima templado - subtropical que beneficia al desarrollo de los cultivos agrícolas y este tipo de turismo. (Organización Mundial del Turismo, 2020)

### ***Crecimiento económico:***

Se considera el crecimiento económico como un incremento del producto nacional sin que implique necesariamente mejoría en el nivel de vida de la población, expresándose en la expansión del empleo, del capital, volumen comercial y consumo en la economía nacional. (Cárdenas y Navas 2018)

### ***Subdesarrollo:***

El subdesarrollo se relaciona con pobreza, estancamiento, atraso o falta de crecimiento. Se considera el subdesarrollo también, como la etapa inicial por la cual atraviesan todos los países en su progreso inicial de desarrollo. (Benites, 2017)

### ***Región:***

Para efecto de este estudio se entiende como región, el espacio geográfico que forma parte de la economía de un país en estudio (Cárdenas y Navas 2018).

### ***Desarrollo económico regional o local:***

El desarrollo regional o local es el nuevo enfoque utilizado para promover el crecimiento de regiones poco desarrolladas, dentro de la visión de “aldea global” (según la teoría de la globalización), donde al quedar expuestas estas regiones al mundo, sobresale el desarrollo regional desigual existente y característico del sistema capitalista actual, que es más marcado en países poco desarrollados como África, América Latina y el Caribe. (Laniado, 2020)

### ***Desarrollo desigual:***

El concepto a utilizar de desarrollo regional desigual se refiere a la falta de equidad e igualdad de oportunidades y nivel de vida de los habitantes de una región

(incluyendo el aspecto económico y social), cuyo estudio puede llevarse a cabo tanto a nivel país, región o localidad. (Cárdenas y Navas 2018)

***Los recursos y atractivos turísticos:***

Hace referencia al conjunto de elementos naturales y culturales que motivan al turista a desplazarse desde su lugar de residencia a un destino turístico. Los recursos son atractivos potenciales y los atractivos son elementos que mantienen un valor agregado. (Boullon, 2016)

***La planta turística:***

Se refiere a las personas naturales o jurídica que facilitan la estancia del turista en el destino turístico. Por ejemplo, servicios de alojamiento, comidas y bebidas, transporte. (Benites, 2017)

***La infraestructura:***

Se refiere a los elementos que facilitan el turismo como carreteras, terminales de transporte, servicios básicos, hospitales y otros. (Naciones Unidas, 2020)

**Marco referencial**

A continuación, se presentan las conclusiones de varios estudios relacionados al desarrollo del sector turístico:

Un estudio elaborado por Petit y Soledad (2016), establece que desde los años noventa el turismo comenzo a formar parte de los ejes estrategicos en los distintos gobiernos mundiales; es decir que se comenzó a buscar una mayor participación colectiva en pro de fortalecer esta actividad económica. Se consideró que son las comunidades las encargadas de participar en el diseño de planes de desarrollo, pues son los principales concedores de las condiciones sociales y culturales existentes en cada localidad. Se conoce que en países emergentes los gobiernos no alcanzan a satisfacer todas las necesidades de empleo, salud, seguridad y bienestar.

Un estudio ejecutado por la Organización Mundial de Turismo (2021), establece que la reactivación del turismo a partir del año 2019 tiene grandes retos debido a los precedentes existentes a partir de la situación económica mundial y los

efectos de la pandemia del Covid -19. Se considera que la caída del turismo afecta considerablemente al comportamiento del PIB total, pues disminuyen las rentas, la producción y las inversiones.

Los datos existentes establecen que durante el periodo 2019 – 2021, el turismo mostró un freno temporal, la generación de divisas por turismo ha sido una de las más bajas en los últimos 50 años. Uno de los principales factores causantes de este fenómeno fue la pandemia por coronavirus (COVID-19). Las estadísticas reflejan una disminución grave de las transacciones turísticas y el empleo. En muchas comunidades de América Latina la situación ha sido crítica, pues dependían del turismo como principal promotor de rentas. Se concluye que una desaceleración del turismo significa una disminución del crecimiento del PIB total. Es necesaria la preparación del sector para la recuperación económica y, al mismo tiempo, fomentar la diversificación y la sostenibilidad ambiental y social. (Minsiterio de Turismo, 2021).

En el año 2020, el Ministerio de Turismo de Ecuador (2021), en su informe anual de planificación, expuso que “las necesidades y tendencias actuales del turismo apuntan a que los viajeros buscarán vivir nuevas experiencias seguras”. (pág. 12) Los hallazgos existentes e informados por la entidad consideran que la situación actual no tiene precedentes (pandemia), por lo cual es prioritario recuperar la confianza de los viajeros para que se movilicen, crear productos turísticos que permitan el bienestar y la personalización de la experiencia y el fortalecimiento financiero del sector turístico. A ese proceso de transformación se le denomina reactivación.

Acorde a la Propuesta para la Reactivación y Desarrollo del Turismo en Ecuador emitida por Prado (2021), se puede destacar que quienes ejerzan el turismo deben aplicar estrategias de reactivación que incluyen la transformación de los productos turísticos, la consolidación de destinos, la digitalización de servicios y destinos, el desarrollo de campañas nacionales de turismo interno y turismo rural, el plan de conectividad, los convenios de cooperación y la implementación de protocolos de bioseguridad en establecimientos bajo el control del Ministerio de Turismo.

Un estudio consultado se titula “Propuesta de reactivación: diseño de producto turístico para la Parroquia de Salinas de Tomabelas, Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar”, el objetivo del estudio fue diseñar productos turísticos para la Parroquia de

Salinas de Tomabelas, del Cantón Guaranda, basados en principios de turismo sostenible. Los resultados obtenidos confirman que es necesario que las comunidades que viven del turismo apliquen acciones para generar nuevas y mejores experiencias a los turistas que visitaban la parroquia Salinas. También se conoció que el turismo comunitario es una vía directa para lograr mejores condiciones sociales, económicas y ambientales, lo cual fue confirmado por los habitantes de dicha comunidad. Finalmente, la reactivación requiere de estrategias que permitan corregir aquellos factores negativos que afecten el desempeño de buenas prácticas de turismo. (Ruiz, 2019)

Ruiz (2019) recalca que “la buena relación de parte de la comunidad involucrada se ve reflejada directamente en la calidad de los servicios prestados, es decir, mayor aceptación habrá de parte de los grupos económicos y sociales que se encuentren relacionados al turismo” (p. 25).

Los estudios consultados relacionados al plan de reactivación de turismo permitieron reconocer que es necesario fortalecer las alianzas entre los usuarios que participan de la cadena de valor de esta industria. Es necesario que las comunidades trabajen en conjunto con las agencias de viajes y operadoras. Ecuador necesita de la unión y trabajo de todos los ecuatorianos para una adecuada recuperación, pues la falta de cooperación e integración participativa de las comunidades atrasan mucho más el tiempo de implementación de las propuestas de mejora. (Cruz, 2019)

Finalmente se puede citar el estudio realizado por el Ministerio de Turismo (2020), “Plan de Reactivación Turismo Ecuador” que recomienda que las comunidades ejerzan acciones que brinden seguridad, bienestar y experiencia al turista y que se creen protocolos para cumplir con buenas prácticas turísticas.

## Capítulo II

### Diagnóstico del Sistema Turístico

#### Lineamientos de la situación diagnóstica

Para el diagnóstico del sistema turístico de la parroquia Huigra se ha tomado como referencia los lineamientos y recomendaciones establecidas por la Organización Mundial de Turismo; dicho organismo rector propone que es necesaria la recopilación de información acerca de la oferta y demanda de servicios o productos turísticos que se desarrollan dentro de la zona de estudio.

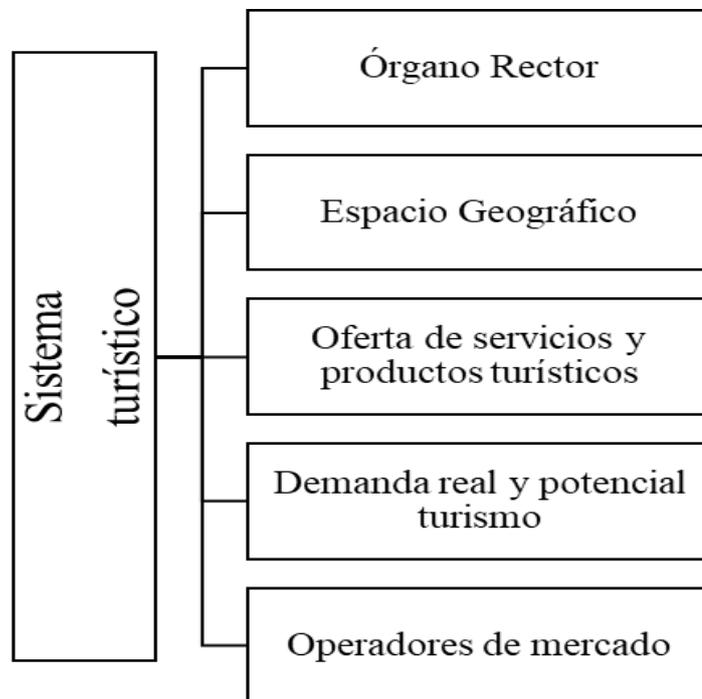


Figura 4. Componentes para diagnóstico del Sistema Turístico de Huigra. Adaptado de: *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Huigra* por Moeller (2019).

El presente estudio propone una evaluación de los elementos básicos que conforman el sistema turístico, los cuales son el órgano rector del sistema turístico, los operadores de mercado, la demanda real y potencial, el espacio geográfico y la oferta (Organización Mundial del Turismo, 2020). El diagnóstico del sistema turístico busca los siguientes objetivos:

1. Definir la situación actual del turismo en la parroquia Huigra para conocer las oportunidades y limitaciones existentes.

2. Recopilar datos que permitan fundamentar las soluciones, propuestas y estrategias de desarrollo para la parroquia Huigra.

### **Análisis de la situación actual del Sistema Turístico de la parroquia rural Huigra.**

Como se expuso en el apartado anterior el presente estudio busca ejecutar un diagnóstico situacional del sistema turístico de la parroquia rural Huigra, a continuación, se evalúan cada uno de los componentes para identificar cuál es la situación actual y a partir de los resultados, generar estrategias de reactivación.

#### ***Diagnóstico Situacional del Órgano rector del sistema turístico***

El Plan para la reactivación turística se enfoca en instrumentar y coordinar el desarrollo de políticas, planes, programas, proyectos, productos, acciones y actividades integrales, con el fin de promover un turismo competitivo, sostenible, accesible e inclusivo. Es por ello que es necesaria la participación activa del órgano rector, como eje dinamizador y de interrelación.

El Ministerio de Turismo cuenta con una participación activa e importante a fin de transformar al turismo en una fuente de ingresos relevante para el país. Se generan constantemente acciones estratégicas que permiten fortalecer la actividad turística nacional. Se debe tener presente que son los Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales y Parroquiales, quienes deben vincular las acciones particulares de cada zona del Ecuador con los ejes estratégicos nacionales. Para ello es necesario que trabajen conjuntamente con la comunidad.

Es decir que una forma directa de interrelacionar los componentes del Sistema Turístico de la parroquia rural Huigra con el órgano rector, es la vinculación de instituciones que representan a la comunidad receptora al sistema. Es un modelo que permite vincular apoyo direccionado y especializado, pero que necesita una gestión constante de los representantes políticos para alcanzar mejores resultados en pro de formalizar la actividad turística en Huigra. Actualmente los vínculos existentes se pueden visualizar en el PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL 2019-2023, emitido y aprobado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra.

Para el desarrollo del diagnóstico situacional del órgano rector del sistema turístico se evaluaron diez aspectos que buscan identificar si el funcionamiento de este elemento cumple o no con lo recomendado por la Organización Mundial de Turismo.

*Tabla 1.*

*Lista de cumplimiento de interrelación del órgano rector para turismo Huigra*

No.	Elementos	Sí	No	Sin confirmar
1	En Huigra existen ordenanzas que permitan regular y promover el desarrollo de las actividades turísticas bajo buenas prácticas de turismo sostenible.		X	
2	Huigra cuenta con Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible aprobado por órgano rector.		X	
3	En Huigra es obligatorio aplicar normas técnicas y de calidad para la gestión turística. Existen protocolos recomendados por órgano rector.		X	
4	En Huigra se aplican Buenas Prácticas de Turismo en los establecimientos.		X	
5	Huigra recibe apoyo técnico y financiero del órgano rector.		X	
6	En Huigra existe programas y proyectos turísticos financiados por instituciones públicas.	X		
7	En Huigra existen programas de fortalecimiento de la actividad turística en conformidad con las normas pertinentes.	X		
8	Huigra cuenta con inventario de áreas o sitios de interés turístico formal es decir reconocidos por el órgano rector.	X		
9	Huigra participa de campañas de promoción internacional financiadas por el órgano rector.		X	
10	En Huigra existen proyectos turísticos en desarrollo que incluyan la participación del órgano rector.	X		

Nota: se consideran lineamientos de la World Tourism Organization, 2021. Sistema Turístico Tomado de: Organización Mundial de Turismo (2021)

Como se ha mencionado, en Ecuador el Ministerio de Turismo (MINTUR) es el organismo rector de la actividad turística. El MINTUR como entidad especializada debe fomentar la reactivación del sistema turístico ecuatoriano, destacando las directrices estratégicas para que la oferta pueda comprender los comportamientos, expectativas y tendencias de la demanda real y potencial. Pues se comprende que es la única manera de crear experiencias positivas para el viajero. Tiene el rol de mantener una retroalimentación constante para mejorar los productos turísticos.

El MINTUR desarrollo un plan para la reactivación turística a nivel nacional con un enfoque de igualdad, procurando que el beneficio aplique para los ecuatorianos. Es por ello que se vincula con el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 para “garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

En la parroquia Huigra, es el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra por medio de la Comisión de turismo y desarrollo, quienes diseñan e implementan estrategias con la finalidad de: 1. Gestionar proyectos de interés turístico, 2. Implementar proyectos de turismo y representar a la comunidad de Huigra en temas vinculados a turismo con instituciones públicas y, 3. Mantener relaciones entre actores sociales y las instituciones que actúan en la Parroquia.

Otra organización de importancia para el desarrollo y fortalecimiento del turismo es la Junta Parroquial de Huigra, quienes articulan las distintas actividades de mejora en la comunidad. Debe incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, proteger la biodiversidad y cuidado del medio ambiente. También promueve la organización social por medio de la participación activa de los habitantes de Huigra.

Como se puede observar, la parroquia Huigra cumple con cuatro de los diez elementos estudiados del órgano rector del sistema turístico. Existen los siguientes puntos a mejorar:

1. Elaborar e implementar las ordenanzas que permitan regular y promover el desarrollo de las actividades turísticas bajo buenas prácticas de turismo sostenible.
2. Es necesario diseñar e implementar un Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para que todos los actores y operadores puedan crear acciones vinculadas a desarrollar el turismo en Huigra. La participación activa de la comunidad es esencial para trabajar en función a las necesidades reales de la parroquia.
3. En Huigra aún no es obligatorio aplicar normas técnicas y de calidad para la gestión turística, lo cual afecta a la calidad de los productos y servicios que recibe el turista, eso influye en la experiencia de viaje.

4. En Huigra no se aplican Buenas Prácticas de Turismo en los establecimientos que ofertan servicios y productos turísticos, lo cual es un factor que debe cambiar de forma inmediata.
5. Huigra no recibe apoyo técnico y financiero del Ministerio de Turismo, los dirigentes y representantes de la parroquia Huigra deberían crear alianzas estratégicas para recibir acompañamiento en el desarrollo del turismo de la parroquia rural.
6. Huigra actualmente no participa de campañas de promoción internacional del MINTUR, lo cual es un factor que debe cambiar y ser considerado dentro del Plan de Reactivación Turística.

Se puede concluir que en la parroquia rural Huigra no existe un sistema de turismo consolidado, no obstante, es necesario aprovechar el alto potencial del lugar. Actualmente, existen proyectos de vinculación que se trabaja de manera articulada con las entidades público y privadas para alcanzar objetivos comunes y para mejorar la calidad de vida de la población y fortalecer el turismo.

Es por ello que con relación al mapeo de actores sociales, organizaciones sociales, instituciones públicas, empresas privadas y negocios comunitarios de turismo existentes en la parroquia Huigra, se puede indicar que la comunidad receptora necesita fortalecer los lazos con el órgano rector y se recomienda una actuación activa de las siguientes dependencias:

**Ministerio de Turismo:**

La institución pública tiene como finalidad contribuir a la reactivación del turismo en Huigra y prestar apoyo para la solución de problemas que afecten en la mejora de los servicios turísticos.

**Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG):**

Debido a que Huigra es una zona agrícola y agropecuaria es necesaria la intervención activa de MAG para que estas actividades puedan contribuir al desarrollo del turismo.

### **Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Alausí:**

Planifica y coordina estrategias y acciones en distintos ámbitos de desarrollo territorial, económico y social, dentro de los cuales se encuentra el turismo del cantón y sus parroquias.

### **Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra:**

Debe generar estrategias que permitan cubrir las necesidades que presenta la población y generar programas que permitan vincular acciones para fortalecer el turismo. Presta asistencia como órgano rector y es el representante de Huigra frente a otras instituciones públicas.

### **Junta Parroquial de Huigra:**

Se encarga de direccionar las acciones para coordinar con el Gobierno cantonal y provincial planes de desarrollo y ordenamiento territorial. También promueve la organización de Huigra e incentiva la preservación de los recursos de la parroquia, lo cual beneficia al turismo.

### **Comité Cívico de Huigra:**

Es un comité social que se conforma por ciudadanos de Huigra. Coordina acciones con la junta parroquial en distintos ámbitos, que integran el turismo.

### **Comité de Control y Participación Ciudadana:**

Es una organización que fomenta la transparencia y la ética dentro de Huigra. Protege el ejercicio de los derechos relativos a la Participación Ciudadana y Control Social, muy importante para el fortalecimiento del turismo en la parroquia.

### **Directiva de Hoteles, Hosterías y Piscinas:**

Es un grupo social que se conforma por dueños de establecimientos turísticos vinculados al alojamientos y recreación. Es un grupo importante dentro de la toma de decisiones gubernamentales relacionadas al turismo. Es un sector que se encuentra afectado gravemente hasta finales del año 2021.

### **Empresa del Ferrocarril:**

Sin duda uno de los organismos con mayor influencia en el turismo de Huigra fue la empresa del Ferrocarril. En el año 2021 se encuentra cerrada y la población busca su reactivación dado que su funcionamiento es un motivador para que los turistas lleguen a Huigra.

### **Asociación de servicios turísticos de Huigra (ASOTURHUIG):**

Dicha asociación oferta servicios turísticos y es una de las instituciones activas en la parroquia. Existe desde el año 2015.

### **Asociación de producción artesanal "somos. Huigra":**

La asociación trabaja directamente con el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra en programas de capacitación para mejorar las condiciones socioeconómicas de los integrantes. El desarrollo de varias actividades contribuye a que los integrantes de esta asociación apliquen estrategias para vender sus creaciones en mejores condiciones.

### **Asociación de Emprendedores para el Desarrollo Integral Huigra:**

Es una organización que busca fortalecer los emprendimientos de Huigra con la finalidad de que puedan mejorar sus negocios y brindar una mejor experiencia a los visitantes.

### **Asociación de Transportistas de Huigra:**

Es una asociación que busca mejorar el servicio de transporte en la zona debido a la limitada cobertura de líneas de transporte público. Cumplen un rol importante para la transportación de personas y bienes, atendiendo a los pobladores de Huigra y sus visitantes.

### **Junta comunal de agua de Huigra:**

Entre los problemas que tiene Huigra se encuentra la disponibilidad de agua potable; por tal motivo, se creó una junta comunal para vigilar que se cumpla con el abastecimiento de este suministro. La finalidad es garantizar y regular el servicio de

agua y alcantarillado. Este punto es importante debido a que frente a un aumento de los turistas podría ocasionar que desabastecimiento de agua en Huigra.

#### **Directiva de Kioscos:**

Uno de los puntos de desarrollo del turismo en Huigra fue controlar el comercio informal, por lo cual se creó una directiva de Kioscos que busca crear espacios para que los habitantes de Huigra puedan comercializar sus productos.

#### ***Diagnóstico Situacional del Espacio Geográfico para turismo en la parroquia Huigra***

Para el desarrollo del diagnóstico situacional del espacio geográfico existente para el turismo en la parroquia rural Huigra, se aplicó una investigación de tipo documental. Huigra o la tierra de la eterna primavera puede caracterizarse por ser una zona agroecológica. Los cerros Puñay, Piñancay, Sarayunga y las elevaciones de Pazán son lugares únicos con un gran potencial para desarrollar distintas modalidades de turismo. El río que atraviesa estas zonas es el Chanchán (atraviesa todo Huigra). En el noroeste de la parroquia se encuentran las montañas de Línge, San Nicolás, Sigsipamba, Chasmáy. También se encuentran las estribaciones de San Roque.

Al norte se encuentra el Cantón Cumandá y zonas de gran valor medioambiental. Por el lado oeste limita poblaciones del Cantón Cañar, en la unión de la quebrada Huagalyacu, sitio con gran potencial turístico. Al este limita con la parroquia Sibambe, sitio con grandes recursos naturales. Una característica es que pertenece a la Cordillera de los Andes, lo cual lo dota de grandes paisajes. Tiene buen clima y diversidad debido a su ubicación geográfica. Cuenta con dos vías de acceso que son la carretera y el ferrocarril. Sin embargo, el último cerró sus operaciones en el año 2019 y se desconoce si volverá a funcionar.

Los límites de la parroquia rural Huigra son

- Sur: Parroquia Rural Llagos.
- Oeste: Parroquia Rural General Morales y Ventura.
- Norte: Parroquia Rural Cumandá
- Noreste: Parroquia Rural Sibambe

- Este: Parroquia Rural Capsol
- Sureste: Parroquia Rural Compud

La información recolectada establece que la ubicación geo referencial es 9746764N y a 0724307E, la altitud va desde los 500 metros del nivel del mar y alcanza alturas superiores a los 2.800 metros del nivel del mar. Tiene una superficie total de 12, 072,2 hectáreas. A continuación, se presenta la caracterización del paisaje natural – rural.

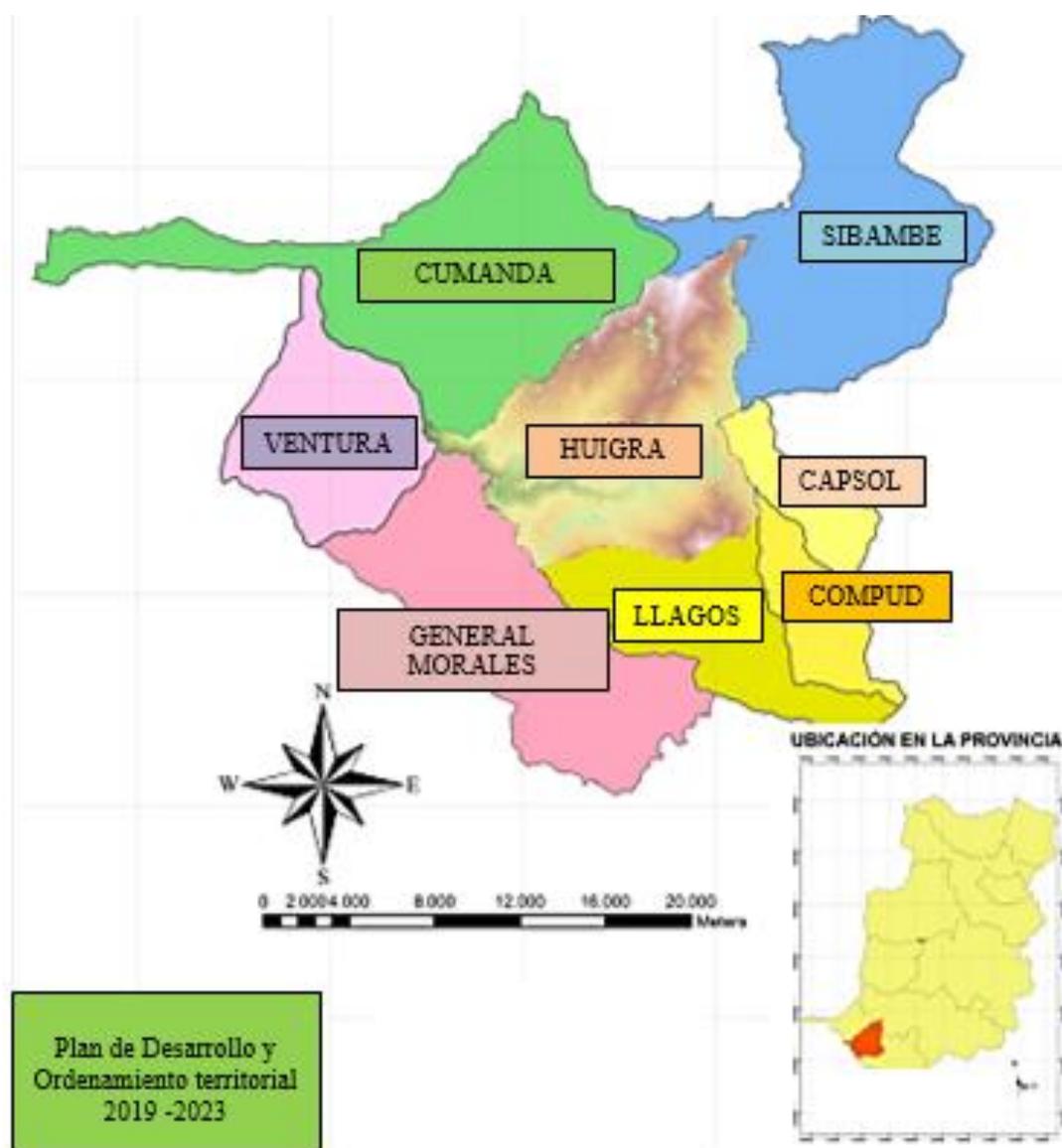
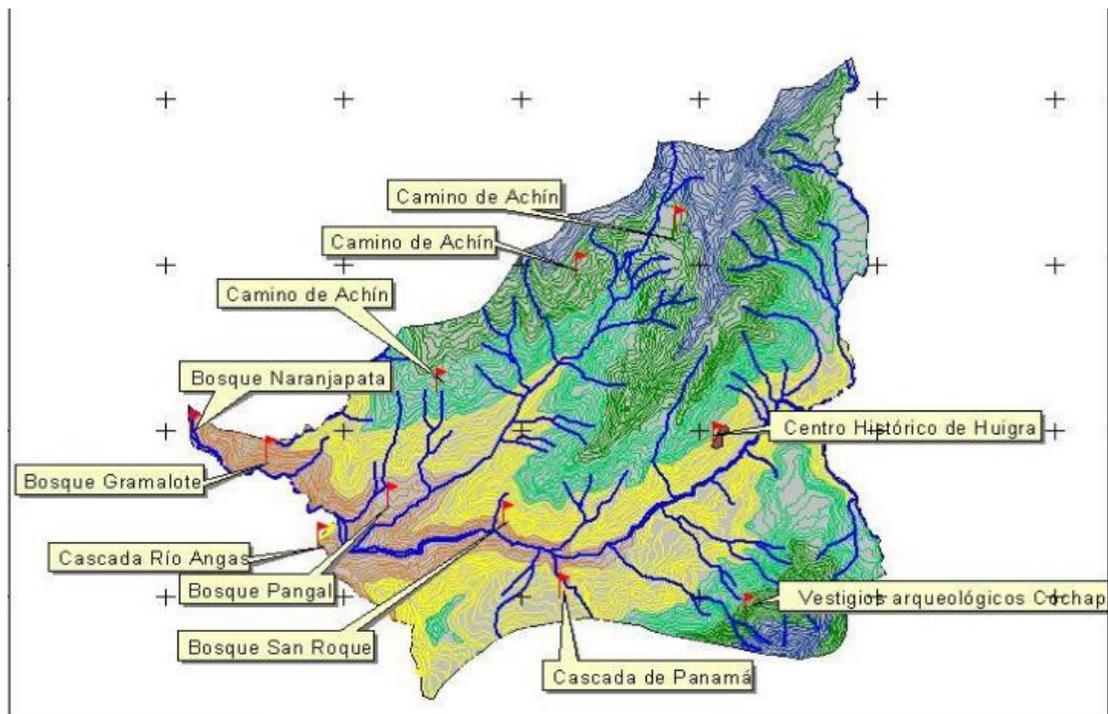


Figura 5. Espacio geográfico para turismo en Huigra. Adaptado de: *Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Huigra* por Moeller (2019).

Existen espacios geográficos ideales para desarrollar el turismo dentro de Huigra. La cabeza parroquial se encuentra ubicada en un valle a aproximadamente a

1.200 metros sobre el nivel del mar, con un clima subtropical templado. Su ubicación geográfica le otorga grandes recursos naturales, lo cual es positivo debido a que mantiene un bondadoso inventario de atractivos turísticos. En la zona destacan las montañas, los cerros, las cascadas, los ríos, los senderos y los bosques. A continuación, se presenta una ilustración de la geografía de Huigra y la identificación de los atractivos turísticos consolidados en la parroquia rural.



*Figura 6. Atractivos turísticos consolidados de la parroquia Huigra. Adaptado de: Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Huigra por Moeller (2019).*

Los atractivos turísticos pueden ser naturales o culturales, son jerarquizados de acuerdo a su capacidad de atender una la demanda turística o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo. Es necesario considerar para el plan de reactivación la extensión total de Huigra es de aproximadamente 130 kilómetros cuadrados. En cuanto a las bellezas naturales que posee la parroquia de Huigra están las cascadas de los ríos Angas y Panamá.

El río Angas baja desde lo alto de la cordillera formando un impresionante salto de agua en una quebrada natural. Se encuentra a 20 minutos del Centro Histórico de Huigra y entre las actividades que se pueden realizar están caminatas de descenso hasta el lugar donde se puede observar a plenitud y tomar fotografías de la cascada. No obstante, dentro de la parroquia Huigra los atractivos turísticos más visitados son:

### **El camino de Achín:**

Se caracteriza por ser una vía de tránsito en la época republicana. Es un camino de herradura. La ruta comprende una distancia desde Sibambe hasta Cumandá. Existe una particularidad que son los cambios de clima y el paisaje de la zona.

### **Bosque primario y secundario Pangal – Gramalote - Naranjapata:**

Son bosques primarios y secundarios que cuenta con vegetación y cultivos nativos. También mamíferos, aves, reptiles, e insectos. Sus paisajes son una de sus principales características. Tienen gran diversidad de flora y fauna.

### **Bosque San Roque:**

Dentro de la comunidad de San Roque es un bosque primario y secundario con gran diversidad de flora y fauna. Tiene paisajes naturales muy atractivos.

### **Cascada de Angas:**

Se origina gracias al agua de los páramos de la provincia del Cañar, por el fluvial del río Angas, ubicado dentro del bosque húmedo montano bajo occidental existente en la comunidad de Angas.

### **Cascada de Panamá:**

Se compone de dos caídas de agua, se ubica a 3 km de la parroquia de Huigra, en dirección a la vía a Huigra-El Triunfo, sobre el río Panamá.

**Vestigios arqueológicos Cochapamba:** existen vestigios arqueológicos de gran riqueza histórica.

### **Centro histórico de Huigra:**

Existen lugares con gran valor para el turismo. Históricamente ha sido un lugar de grandes sucesos pues se convirtió en una vía de comunicación directa entre la sierra y la costa.

Se pudo notar que el espacio geográfico para turismo en la parroquia Huigra da la posibilidad de aplicar varias modalidades de turismo y actividades turísticas:

Tabla 2.  
Espacio geográfico para turismo Huigra

MODALIDAD	ESPACIO	ACTIVIDADES
Turismo Cultural	Zonas arqueológicas, centro histórico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita a las construcciones ferroviarias.</li> <li>• Visita a sitios arqueológicos</li> </ul>
Turismo Educativo Científico	Áreas naturales, ecosistemas y hábitats de importancia biológica y ecológica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prácticas de campo</li> <li>• Investigación en bosques.</li> <li>• Visitas educativas</li> <li>• Actividades académicas <i>in situ</i></li> </ul>
Turismo de Aventura	Áreas naturales, rutas naturales e históricas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senderismo</li> <li>• Camping</li> <li>• Trekking</li> <li>• Observación flora y fauna</li> <li>• Bird watching</li> <li>• Paseos en caballo</li> </ul>
Turismo Deportivo	Áreas naturales, accidentes y elementos geográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclismo</li> <li>• Kayaking</li> <li>• Escalada y descenso en roca</li> <li>• Rapel</li> </ul>
Turismo Tradicional	Centros urbanos y Rurales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piscinas.</li> <li>• Fiesta y feriados</li> </ul>
Ecoturismo	Áreas naturales protegidas, zonas de reserva natural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas guiadas</li> <li>• Interpretación ambiental en ecosistemas y hábitats naturales</li> <li>• Observación de especies de fauna y flora</li> <li>• Fotografía</li> </ul>

Nota: categorías definidas acorde a espacio geográfico. Tomado de: *Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Huigra* por Moeller (2019).

Entre los elementos de infraestructura que presentan riesgos para el desarrollo del turismo en la parroquia rural Huigra se encuentra la insuficiencia de agua potable para abastecer una alta demanda turística. Existen riesgos por cambio climático. Se presencia problemas en vías de acceso. Existe un sistema de transporte que podría satisfacer la necesidad de movilidad a turistas dentro de la parroquia Huigra. (Moeller, 2018).

Se debe tener presente que existen planes de reactivación fomentados por la comunidad de Huigra que incluyen para los próximos años la ejecución de ferias agropecuarias, estudios científicos de producción de alevines de tilapia y procesamiento de lácteos que garantice la soberanía alimentaria de la población.

Se puede exponer que un factor negativo en la parroquia Huigra es la existencia de asentamientos humanos irregulares con altos riesgos que atentan la calidad de vida. No cuentan con todos los servicios básicos. Por otra parte, un factor positivo es que tiene paisajes únicos y sitios con gran valor patrimonial.

Existen habitantes de nacionalidad Puruhá con grandes valores culturales que son parte de los pueblos y nacionalidades indígenas (Nacionalidad Kichwa) y que pueden participar de programas o proyectos turísticos sostenibles y sustentables en toda la parroquia. (Prado, 2021)

El diagnóstico concluye que el espacio geográfico de la parroquia rural de Huigra presenta varias fortalezas naturales, sin embargo, el uso del suelo dentro de la población es desordenado y no favorece al fortalecimiento del turismo. Actualmente, las principales actividades económicas son la producción agrícola, ganadera e industrial. Es necesario que las actividades turísticas logren acoplarse a las manifestaciones productivas de la zona.

### ***Diagnóstico Situacional de la oferta de servicios y productos turísticos de la parroquia Huigra***

Para determinar la situación actual referente a la identificación, categorización, valoración y jerarquización de la oferta de servicios y productos turísticos en la parroquia rural Huigra, se aplicó una revisión documental del inventario de recursos y atractivos turísticos planteado por el GAD parroquial rural de Huigra, dentro del “Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Huigra para el periodo 2019 – 2023”. También se visitó presencialmente cada uno de los atractivos existentes.

Se utilizó la metodología del Ministerio de Turismo propuesta en la Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador para realizar el inventario de los atractivos turísticos, de productos turísticos y de la planta turística habilitada. Se clasifica los atractivos en dos categorías que son sitios naturales y manifestaciones culturales; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos acorde a una tabla de clasificación. (Ver apéndice 1 y 2). Además, se aplicó para la jerarquización del atractivo turístico los criterios relacionados con el Índice de Competitividad Turística y Criterios relacionados con la demanda propuestos también

dentro de la Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador. (Ver apéndice 3).

Tabla 3.

*Montañas. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales*

N°	Oferta Turística	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Descripción	Jerarquía
1	Montaña Chasmay	Atractivos Naturales	Montaña	Baja Montaña	Son pequeñas y suaves elevaciones de la Tierra con una altura inferior a 4000 msnm.	Jerarquía I
2	Montaña Puñay	Atractivos Naturales	Montaña	Baja Montaña	Son pequeñas y suaves elevaciones de la Tierra con una altura inferior a 4000 msnm.	Jerarquía I
3	Montaña Sarayunga	Atractivos Naturales	Montaña	Baja Montaña	Son pequeñas y suaves elevaciones de la Tierra con una altura inferior a 4000 msnm.	Jerarquía I
4	Montaña Limbote	Atractivos Naturales	Montaña	Baja Montaña	Son pequeñas y suaves elevaciones de la Tierra con una altura inferior a 4000 msnm.	Jerarquía I

Nota: categorías definidas acorde a clasificación de atractivos turísticos. Tomado de: *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* por Ministerio de Turismo (2019).

Se identifican cuatro atractivos naturales de tipo montaña y subtipo baja montaña. Son de jerarquía I acorde a la ponderación definida en Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos.

Tabla 4.

*Bosque. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales*

N°	Oferta Turística	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Descripción	Jerarquía
5	Bosque Primario y Secundario "San Roque"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Jerarquía I
6	Bosque Primario y Secundario "Angas"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Jerarquía I
7	Bosque Secundario "La Ninfa-Pazán-Namza Chico"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Jerarquía I
8	Bosque Primario y Secundario "Gamalote- Pangal Naranjapata"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Jerarquía I
9	Bosque secundario "Linge-Huarúmo-Palma Sola"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Jerarquía I
10	Bosque secundario montano "Remijón"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Recurso
11	Bosque primario y secundario "Ramos Urco"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Recurso
12	Bosque secundario "Suchán, Cochapamba"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Recurso
13	Bosque secundario "Pintohuayco"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Recurso
14	Bosque primario y secundario "Tilange"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Recurso
15	Bosque secundario "la Rosita"	Atractivos Naturales	Bosque	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500msnm.	Recurso

Nota: categorías definidas acorde a clasificación de atractivos turísticos. Tomado de: *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* por Ministerio de Turismo (2019).

Existen 10 bosques disponibles para uso turístico, de los cuales cinco son de jerarquía uno y cinco son reconocidos como recuro.

Tabla 5.  
*Cascadas. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales*

N°	Oferta Turística	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Descripción	Jerarquía
16	Cascada de Panamá	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	Caída desde cierta altura del agua de un río u otra corriente por brusco desnivel del cauce.	Jerarquia II
17	Cascada de Angas	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	Caída desde cierta altura del agua de un río u otra corriente por brusco desnivel del cauce.	Jerarquia II
18	Cascada Pailhuaico	Atractivos Naturales	Ríos	Cascada	Caída desde cierta altura del agua de un río u otra corriente por brusco desnivel del cauce.	Jerarquia I

Nota: categorías definidas acorde a clasificación de atractivos turísticos. Tomado de: *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* por Ministerio de Turismo (2019).

Se identifican tres cascadas, de las cuales dos son de jerarquía dos.

Tabla 6.  
*Río. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales*

N°	Oferta Turística	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Descripción	Jerarquía
19	Río Chanchán	Atractivos Naturales	Ríos	Río	Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra, en un lago o en el mar	Recurso
20	Río Blanco	Atractivos Naturales	Ríos	Río	Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra, en un lago o en el mar	Recurso
21	Río Chiguancay	Atractivos Naturales	Ríos	Río	Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra, en un lago o en el mar	Recurso
22	Río Guabalcón	Atractivos Naturales	Ríos	Río	Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra, en un lago o en el mar	Recurso
23	Río Guagalyacu	Atractivos Naturales	Ríos	Río	Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra, en un lago o en el mar	Recurso
24	Río Santa Marta	Atractivos Naturales	Ríos	Río	Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra, en un lago o en el mar	Recurso
25	Río Panamá	Atractivos Naturales	Ríos	Río	Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra, en un lago o en el mar	Jerarquia I
26	Río Angas	Atractivos Naturales	Ríos	Río	Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra, en un lago o en el mar	Jerarquia I

Nota: categorías definidas acorde a clasificación de atractivos turísticos. Tomado de: *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* por Ministerio de Turismo (2019).

Se registraron ocho ríos que pueden ser utilizados para desarrollar distintas modalidades de turismo. De ellos dos son considerados de jerarquía uno y seis se consideran recursos.

Tabla 7.  
*Edificios. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales*

N°	Oferta Turística	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Descripción	Jerarquía
1	Gruta de la Santísima Virgen de Lourdes la Inmaculada Concepción	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica	Edificaciones, Complejo Histórico, Barrios, Campo Santo, Obras de ingeniería	Jerarquia II
2	Iglesia Santa María	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica	Edificaciones, Complejo Histórico, Barrios, Campo Santo, Obras de ingeniería	Jerarquia I
3	Capilla del ex Colegio “Fray Vicente Solano”	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica	Edificaciones, Complejo Histórico, Barrios, Campo Santo, Obras de ingeniería	Jerarquia I
4	Antigua Gerencia de Ferrocarriles	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica	Edificaciones, Complejo Histórico, Barrios, Campo Santo, Obras de ingeniería	Jerarquia II
5	Ferrocarril	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica	Edificaciones, Complejo Histórico, Barrios, Campo Santo, Obras de ingeniería	Jerarquia IV

Nota: categorías definidas acorde a clasificación de atractivos turísticos. Tomado de: *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* por Ministerio de Turismo (2019).

Dentro de esta categoría se encuentra el ferrocarril el cual es considerada de jerarquía cuatro debido a su importancia.

Tabla 8.  
*Parque. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales*

N°	Oferta Turística	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Descripción	Jerarquía
6	Parque “Eloy Alfaro” Monumento	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacio Público	Lugar destinado al uso social típico de la vida de dominio estatal	Jerarquia II
7	Parque “Tiwintza”	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacio Público	Lugar destinado al uso social típico de la vida de dominio estatal	Recurso
8	Parque “Daniel Paredes”	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacio Público	Lugar destinado al uso social típico de la vida de dominio estatal	Recurso
9	Parque “El primer puente”	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacio Público	Lugar destinado al uso social típico de la vida de dominio estatal	Recurso

Nota: categorías definidas acorde a clasificación de atractivos turísticos. Tomado de: *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* por Ministerio de Turismo (2019).

Existen cuatro parques, de los cuales uno se considera de categoría dos y los tres restantes son categorizados como recurso. Los parques antes mencionados sirven para la recreación de la comunidad y para los turistas que visitan la parroquia rural Huigra.

Tabla 9.

*Espacios recreativos. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales*

N°	Oferta Turística	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Descripción	Jerarquía
10	Piscinas “Mándala Azul”	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	Parques recreativos temáticos.	Jerarquia II
11	Piscinas “Las Violetas”	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	Parques recreativos temáticos.	Jerarquia II
12	Coliseo de deportes	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	Parques recreativos temáticos.	Recurso
13	Canchas de Ecuavolley	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	Parques recreativos temáticos.	Recurso
14	Billares “Don Peñita”	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura recreativa	Parques recreativos temáticos.	Recurso
15	Dispensario médico y Casa de Ingenieros	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Otras Infraestructuras sociales	Edificaciones deportivas, educativas, de salud, de gestión, de culto, campo santo, etc. como: escuelas, centros hospitalarios, bibliotecas, estaciones de tren o autobuses, bibliotecas.	Jerarquia I

Nota: categorías definidas acorde a clasificación de atractivos turísticos. Tomado de: *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* por Ministerio de Turismo (2019).

Existen dos atractivos de jerarquía dos, uno de jerarquía uno y tres categorizados como recurso.

Tabla 10.

*Vestigios arqueológicos. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales*

N°	Oferta Turística	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Descripción	Jerarquía
16	Monolitos y petroglifos de la comunidad Cochapamba	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área Arqueológica	Espacio que contiene vestigios de estatuas, piedras con pictografías, petroglifos, cerámica, orfebrería, y otras manifestaciones aborígenes.	Jerarquia II
17	Vestigios arqueológicos Cochapamba	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área Arqueológica	Espacio que contiene vestigios de estatuas, piedras con pictografías, petroglifos, cerámica, orfebrería, y otras manifestaciones aborígenes.	Jerarquia II
18	Vestigios arqueológicos Monolito Lice	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área Arqueológica	Espacio que contiene vestigios de estatuas, piedras con pictografías, petroglifos, cerámica, orfebrería, y otras manifestaciones aborígenes.	Jerarquia II
19	Pucará de Namza Chico	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área Arqueológica	Espacio que contiene vestigios de estatuas, piedras con pictografías, petroglifos, cerámica, orfebrería, y otras manifestaciones aborígenes.	Jerarquia II
20	Vestigios arqueológicos Ayashipa	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área Arqueológica	Espacio que contiene vestigios de estatuas, piedras con pictografías, petroglifos, cerámica, orfebrería, y otras manifestaciones aborígenes.	Jerarquia II
21	Pirámide escalonada Puñay	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Área Arqueológica	Espacio que contiene vestigios de estatuas, piedras con pictografías, petroglifos, cerámica, orfebrería, y otras manifestaciones aborígenes.	Jerarquia III

Nota: categorías definidas acorde a clasificación de atractivos turísticos. Tomado de: *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* por Ministerio de Turismo (2019).

Se identificaron seis lugares consideradas como área arqueológica, de los cuales uno es de jerarquía tres y los cinco restantes de jerarquía dos.

Tabla 11.  
*Espacios históricos. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales*

N°	Oferta Turística	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Descripción	Jerarquía
22	Centro histórico de Huigra	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Espacio Público/Historia/ Monumento	Se compone de varias manifestaciones culturales. Monumento Eloy Alfaro, Parque Central, Centro Histórico.	Jerarquia III
23	Cementerio de los Gringos	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Histórica / Vernácula	Corresponden todas las obras arquitectónicas de carácter histórico	Recurso
24	Camino de Achín	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Sitio Histórico	Espacio que conserva su coherencia arquitectónica con determinado período histórico	Jerarquia III

Nota: categorías definidas acorde a clasificación de atractivos turísticos. Tomado de: *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* por Ministerio de Turismo (2019).

Existen dos sitios con jerarquía III y un recurso con relación a los espacios históricos identificados.

Tabla 12.  
*Establecimientos. Inventario, clasificación y jerarquía de Atractivos Turísticos Naturales*

N°	Oferta Turística	Categoría	Tipo	Sub Tipo	Descripción	Jerarquía
25	Establecimiento Azucena	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Alimentos propios de cada región preparados con fórmulas originales tradicionales utilizando ingredientes del lugar.	Recurso
26	Establecimiento El Tren	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Alimentos propios de cada región preparados con fórmulas originales tradicionales utilizando ingredientes del lugar.	Recurso
27	Establecimiento Maribel	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Alimentos propios de cada región preparados con fórmulas originales tradicionales utilizando ingredientes del lugar.	Recurso
28	Establecimiento Patil	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Alimentos propios de cada región preparados con fórmulas originales tradicionales utilizando ingredientes del lugar.	Recurso
29	Establecimiento Isabelita	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Alimentos propios de cada región preparados con fórmulas originales tradicionales utilizando ingredientes del lugar.	Recurso
30	Establecimiento Mónica	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Alimentos propios de cada región preparados con fórmulas originales tradicionales utilizando ingredientes del lugar.	Recurso
31	Establecimiento Marianita (Sábados)	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Gastronomía	Alimentos propios de cada región preparados con fórmulas originales tradicionales utilizando ingredientes del lugar.	Recurso

Nota: categorías definidas acorde a clasificación de atractivos turísticos. Tomado de: *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos* por Ministerio de Turismo (2019).

Se identificaron siete establecimientos considerados como manifestaciones culturales, todos alcanzan una jerarquía que los define como recurso. Se totalizan 26 sitios naturales y 31 manifestaciones culturales que pueden ser útiles para el desarrollo

del turismo en la parroquia rural Huigra. Con ellos se busca satisfacer las necesidades y expectativas de los viajeros. Cabe señalar que la descripción existente dentro de la información emitida por el órgano rector no menciona todos los atractivos indicado anteriormente, pero existen y son promocionados por los distintos operadores de turismo. Los atractivos inventariados se encuentran en parroquia rural Huigra dentro de 18 comunidades que son Pajón, Urco, Remijón, Guabalcón, Namza Grande, Namza Chico, Línge, Gramalote, Nueva Esperanza, Palma Sola, Huarúmo, Ramos, San Roque, Tilange, Angas, Lúgmas, Llimancáy, Pangal, Cochapamba.

Cabe señalar que para el estudio de la oferta de servicios y productos turísticos se aplicó un levantamiento de información de los elementos de interés turístico de Huigra con la finalidad de fortalecer la corriente turística. Se debe mencionar que también existen las siguientes organizaciones que contribuyen al desarrollo de Huigra y; por ende, al fortalecimiento del sistema turístico de la parroquia:

Tabla 13.

*Servicios complementarios para turismo parroquia rural Huigra*

<b>Servicios turísticos</b>	<b>Proveedor</b>
Guía turístico	Existe un grupo de 20 a 50 guías comunitarios capacitados para atender a los visitantes
Manifestaciones culturales - Artesanos comunitarios	Existe un grupo de 80 a 100 artesanos, muchos de ellos no tienen Registro Único Artesanal
Modalidad turística de aventura - Canopy	Proyecto familiar privado en una finca. Promueve los deportes de aventura que tiene como objetivo principal ofrecer una actividad única, y una experiencia ecológica muy diferente.
Actividades Vivenciales y /o Lúdicas - complejos o sitios turísticos	Existen familias de la comunidad que ofertan recorridos vivenciales, es decir que muestran sus procesos de producción, fábricas, fincas. Por ejemplo, recorrido estación ferrocarril, elaboración de queso, platos típicos o recorridos por piscinas de trucha y tilapia.
Prestadores de servicios - Asociación de transporte	Existen más de 50 vehículos que brindan servicio de transporte en la parroquia rural Huigra.

Nota: Inventario físico en visita a Huigra y referencia Adaptado de: *Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Huigra* por Moeller (2019).

La diversidad existente en la localidad refiere a que la oferta de servicios y productos turísticos sea una fortaleza debido a la existencia de varios atributos naturales, culturales y oportunidades propias de la zona. Son varias las oportunidades evidenciadas para la operación turística y reactivación de la parroquia rural.

Acorde a lo mencionado por la Organización Mundial de Turismo (2017), el turismo debe generar cambios profundos y gestionar el desarrollo sostenible como eje de crecimiento comunitario. Eso significa que la participación comunitaria es el motor central y el órgano rector debe conducir y asistir profesionalmente para que cumplan sus objetivos.

Es fundamental crear condiciones que beneficien la calidad de vida de la población de Huigra y la experiencia turística de los turistas al visitar la parroquia rural. La participación de la comunidad en la actividad turística es fundamental para el fortalecimiento del destino turístico.

Es necesario considerar que el inventario de servicios y productos turísticos consideró el grupo de recursos y establecimientos que brindan servicios básicos, gastronomía, alojamiento y actividades que aportan insumos al equipamiento y se relaciona con el turismo y la experiencia turística. Es necesario que los posibles turistas o demanda potencial existente, conozcan y valoren los recursos y atractivos turísticos ofertados en la parroquia Huigra.

Durante el levantamiento de información para determinar el inventario de recursos y atractivos turísticos, se evidencio que muchos de ellos no cumplen con Buenas Prácticas para Turismo Sostenible, pues presentan necesidades y aspectos negativos que deben ser corregidos en beneficio del sistema turístico de la parroquia rural. Se puede precisar que la situación actual requiere de estrategias de fortalecimiento de infraestructura y calidad, lo cual conlleva a que existan necesidades financieras que deben ser solventadas con líneas de créditos públicas y privadas.

Según lo indicado por Castro (2019), una estrategia que han utilizado muchas comunidades a nivel mundial para conseguir fondos que les permitan fortalecer el turismo local es la búsqueda de patrocinadores, alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas y atraer empresas internacionales, entre otras. Recomienda que una

acción proactiva es tratar de utilizar menos recursos públicos y fomentar la atracción del sector privado.

Al 2023 se espera implementar cuatro proyectos de fortalecimiento turístico en la parroquia rural de Huigra con el apoyo del GAD parroquial rural de Huigra, con lo cual se confirma el compromiso de mantener a la comunidad unida, solidaria, organizada, tranquila, segura, con espacios públicos adecuados, que sustenta su actividad económica en emprendimientos agropecuarios y turísticos sostenibles.

La parroquia Huigra cuenta con las siguientes autoridades:

- Junta Parroquial
- Tenencia Política
- Junta de Agua Potable

### ***Diagnóstico Situacional de los operadores del mercado***

La contracción de la demanda evidenciada durante los últimos años ocasionó que muchos operadores turísticos cierren sus operaciones, es decir que dejaron de ofertar los atractivos de la parroquia Huigra dentro de sus planes de viajes. Actualmente las agencias que podrían participar del plan de reactivación turística son:

Tabla 14.

*Lista de operadores de mercado turístico parroquia rural Huigra*

Nº	Operadores de Mercado	Categoría	Tipo	Jurisdicción
1	Alausí Tour	Agencia operadora de turismo	Turismo Receptivo	Alausí - Ecuador
2	Circulo Tours	Agencia operadora de turismo	Agencia de Viajes	Riobamba - Ecuador
3	Expediciones Andinas	Agencia operadora de turismo	Turismo de aventura y de montaña	Chimborazo - Ecuador
4	Julio Verne Cía. Ltda	Agencia operadora de turismo	Agencia de Viajes	Riobamba - Ecuador
5	KachaOptur	Agencia operadora de turismo	Turismo Comunitario Andino	Riobamba - Ecuador

6	Payani	Agencia operadora de turismo	Agencia de Viajes	Riobamba - Ecuador
7	Operadora de Turismo Comunitario Puruha Razurku	Agencia operadora de turismo	Turismo Comunitario	Riobamba - Ecuador
8	Empresa de Ferrocarriles Ecuatorianos	Agencia operadora de turismo	Turismo Ferroviario	Riobamba - Ecuador
9	Orquidea Tour	Agencia operadora de turismo	Turismo vivencial, cultural y ancestral	Alausí - Ecuador
10	Cooperativa de transporte mixto La eterna Primavera	Cooperativas	Servicio de Transporte	Huigra - Ecuador
11	ETERPRI S.A	Cooperativas	Servicio de Transporte	Huigra - Ecuador

Nota: Inventario físico en visita a Huigra y referencia. Adaptado de: *Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Huigra* por Moeller (2019).

La situación actual de Huigra es compleja pues la mayoría de turistas que visitaban la parroquia rural tenían como principal motivador la contratación del servicio del tren; no obstante, desde el año 2020 la estación del ferrocarril de Huigra dejó de funcionar ocasionando una disminución significativa de la demanda turística en la zona. (Banco Interamericano de Desarrollo (BID), 2020).

Lo sucedido podría ser considerado como una dependencia directa de un recurso turístico, es decir que, del total de atractivos y recursos existentes uno de ellos genera más del 70% de las transacciones del mercado. Eso supone que si deja de existir o se ve afectado por una externalidad es probable que también experimente una disminución del número de visitantes a partir del evento. (Cruz, 2019)

Es por ese motivo que el fortalecimiento del sistema turísticos supone el poder involucrar de forma efectiva a todos los factores que lo componen. Huigra necesita la búsqueda colectiva de soluciones. Es fundamental emplear la celebración de mesas de trabajo que ayuden a planificar la respuesta y soluciones a las necesidades actuales.

## **FODA del Sistema Turístico de la parroquia rural Huigra.**

Luego de realizar el estudio del Sistema Turístico de la parroquia rural Huigra, se plantea la fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas detectadas.

### **Fortalezas:**

1. Los recursos naturales, culturales y patrimoniales de la parroquia rural Huigra son factores que suponen sus principales potencialidades para desarrollar turismo sostenible y nuevas modalidades de turismo.
2. Tiene una ubicación privilegiada que brinda paisajes y experiencia únicas para los turistas. Huigra es considerada la tierra de la eterna primavera.
3. Su población originaria es indígena, existe una caracterización cultural muy favorable para proteger el patrimonio tangible e intangible.
4. La comunidad de la parroquia rural Huigra tiene experiencia en el desarrollo de actividades turísticas. El funcionamiento del tren dejó conocimiento a la población con relación al turismo.
5. Existe una planta turística dispuesta a satisfacer las necesidades de los turistas.
6. Existen operadores de mercado que siguen promocionando a la parroquia rural Huigra como destino turístico.
7. Tiene infraestructura necesaria para la reactivación turística. Existe alojamiento, servicio de transporte, guías comunitarios, establecimientos de alimentos, artesanías y otros.
8. Su historia confirma que Huigra es una localidad que puede desarrollar turismo sostenible.

### **Oportunidades:**

1. El órgano rector promociona el desarrollo del turismo comunitario y Huigra se ajusta al perfil de localidades que puede recibir asistencia técnica y financiera de esta entidad.
2. El espacio geográfico disponible para turismo supone que en la parroquia rural Huigra se puede fomentar el desarrollo de distintas modalidades de turismo

3. Aprovechar los operadores de mercado y conseguir que promocionen más atractivos turísticos existentes en Huigra.
4. Existen residentes y personas anexas a Huigra que pueden invertir en el sector para mejorar y aumentar la oferta de productos y servicios turísticos.
5. Se evidencia que existe un nicho de mercado que busca actividades relacionadas a ecoturismo y turismo de aventura.
6. Huigra tiene un reconocimiento basado en su historia e importancia para el comercio debido a su ubicación, es necesario aprovechar dichas situaciones para aumentar la corriente turística.
7. Existe una comunidad dispuesta a colaborar en el desarrollo de turismo sostenible en Huigra.
8. Existen patrocinadores e inversores internacionales que pueden interesarse en destinar fondos para el desarrollo de turismo comunitario.

**Debilidades:**

1. El sistema turístico no se encuentra consolidado en la parroquia rural Huigra.
2. Ausencia de alianzas estratégicas y de cooperación con el órgano rector.
3. El espacio geográfico es mal utilizado y pone en riesgo el desarrollo sostenible del turismo en la parroquia rural Huigra.
4. Los atractivos turísticos necesitan de mayor inversión para asegurar el mantenimiento de patrimonio tangibles e intangibles existentes en Huigra.
5. La parroquia rural Huigra no aplica Buenas Prácticas de Turismo
6. La comunidad de la parroquia rural Huigra no cuenta con un plan que permita garantizar la protección del valor cultural, natural e infraestructura de los atractivos y recursos turísticos existentes
7. La mayoría de ofertantes de productos y servicios turísticos pertenecientes a la parroquia rural Huigra no están operando. Tienen problemas financieros, han disminuido personal y en algunos casos han cerrado operaciones hasta próximo aviso.

8. Un gran porcentaje de personas desconoce de la oferta turística de la parroquia rural Huigra.

**Amenazas:**

1. Situación actual del país en temas de salud, seguridad, economía y social. Existe una campaña internacional desfavorable que recalca la crisis del Ecuador. Imagen desfavorable.
2. Poca intervención y participación del órgano rector en comunidades rurales.
3. Problemas de ordenamiento territorial ocasionan que el espacio geográfico disponible para turismo se encuentre en riesgo.
4. En la mayoría de establecimiento de Huigra no se aplican Buenas Prácticas de Turismo, eso podría afectar al nivel de satisfacción que alcance el turista. Riesgo de mal servicio y fomentar malas experiencias.
5. Cierre de un número importante de operadores de mercado turismo.
6. Situación financiera desfavorable para ofertantes de productos y servicios turísticos en Huigra.
7. Contracción de la demanda de productos y servicios turísticos a causa del Covid-19.
8. Falta de intervención por parte de los gobiernos autónomos descentralizados para la conservación del patrimonio tangible e intangible y los atractivos y recursos turísticos.

Es necesario que la parroquia rural Huigra conduzca sus acciones alcanzar el turismo sostenible, pues se considera que es el eje dinamizador de la economía ecuatoriana. Es importante que pueda contribuir a satisfacer la demanda turística, contribuir a la concreción del ocio, generar divisas y fomentar el buen vivir.

Se necesita crear actividades económicas sostenibles a largo plazo que contribuyan a generar beneficios socioeconómicos, la inclusión económica y social y el respeto al patrimonio cultural y natural. Se debe rescatar el valor cultural y patrimonial de Huigra.

Es recomendable trabajar en:

- Programa incubadora de rutas, corredores y circuitos
- Programa de facilitación turística
- Programa de señalización turística
- Programa de desarrollo turísticos en áreas naturales
- Fomento de la interrelación entre el turista y la comunidad receptora
- Garantía de que los recursos turísticos (naturales, históricos, culturales, etc) se puedan conservar, procurando una planificación y gestión ordenada de los mismos para su uso continuado en el futuro y el beneficio de la comunidad local.

***Diagnóstico Situacional de la demanda real y potencial de servicios y productos turísticos de la parroquia Huigra***

La demanda turística real representa a los viajeros que llegan a Huigra a diario, lo cual según datos del Gad Parroquial de Huigra en el año 2019 recibió hasta 200 turistas diariamente. La demanda potencial es aquella demanda turística que cumple el perfil de compra de productos y servicios turísticos pero que aún no visita el lugar. Se puede indicar que puede llegar hasta 800 turistas diarios acorde a los registros históricos de la comunidad.

El alcance del estudio se caracteriza por los siguientes parámetros:

- Lugar: Parroquia rural Huigra
- Número de Habitantes: Menos de 3.000
- Número de turistas diarios: Menos de 1.000
- Año: 2019 - 2021.
- Área: Turismo
- Sub área: Sostenible, Rural, Comunitario.
- Objetivo: Reactivación de Turismo sostenible

Para el diagnóstico situacional de la demanda real y potencial de servicios y productos turísticos de la parroquia rural Huigra se aplicó la técnica de recolección de datos denominada encuesta, con la finalidad de conocer y caracterizar la demanda turística para que el plan de reactivación propuesto logre satisfacer a plenitud las necesidades y generar buena experiencia de viaje. Es necesario conocer el perfil del visitante y análisis del mercado. El cuestionario se lo puede visualizar en anexos o el siguiente link <https://forms.gle/6nuy47jHs7JG3PX99>.

Se considera que en un año la parroquia rural Huigra puede recibir más de 10.000 personas (datos históricos) tomados de las estadísticas de la Comisión de Turismo (2020), del gobierno autónomo descentralizado de la parroquia rural Huigra. Es por ello que se recomienda aplicar una fórmula para población denominada como desconocida o infinita y es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Donde Z representa el nivel de confianza, el recomendado es un coeficiente de 1,96. La variable e es el nivel de error permitido y es del 5%, es decir que los datos recolectados tienen un 95% de confianza. Con relación a las variables p y q, se establece que la primera representa los casos en favor que en una formula estandarizada representa al 50% y la segunda que son los casos en contra y se valora también con el 50% restante. (Bernal, 2010)

z	1,96
p	0,50
q	0,50
e	0,05
n	384

Para el diagnóstico situacional de la demanda real y potencial de servicios y productos turísticos de la parroquia Huigra se requirió de la tabulación de las

respuestas obtenidas en cada pregunta planteada, en total se recolectaron 384 encuestas aplicadas a ecuatorianos.

Los participantes fueron hombres y mujeres, mayores a 18 años que residen en Ecuador, seleccionados de manera aleatoria. Para la recolección de datos se aplicaron de forma presencial con medidas de bioseguridad y vía internet por medio de la aplicación de formularios de google. En el próximo apartado se presentan los resultados.

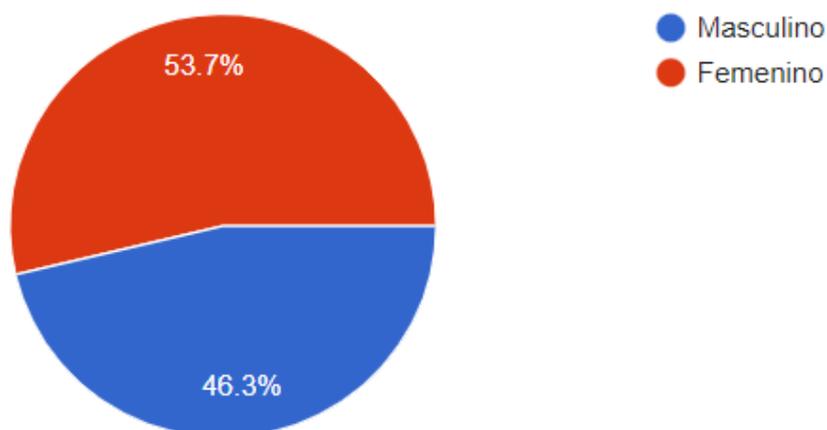
## Capítulo III

### Estudio de la demanda real y potencial

#### Presentación y análisis de los resultados

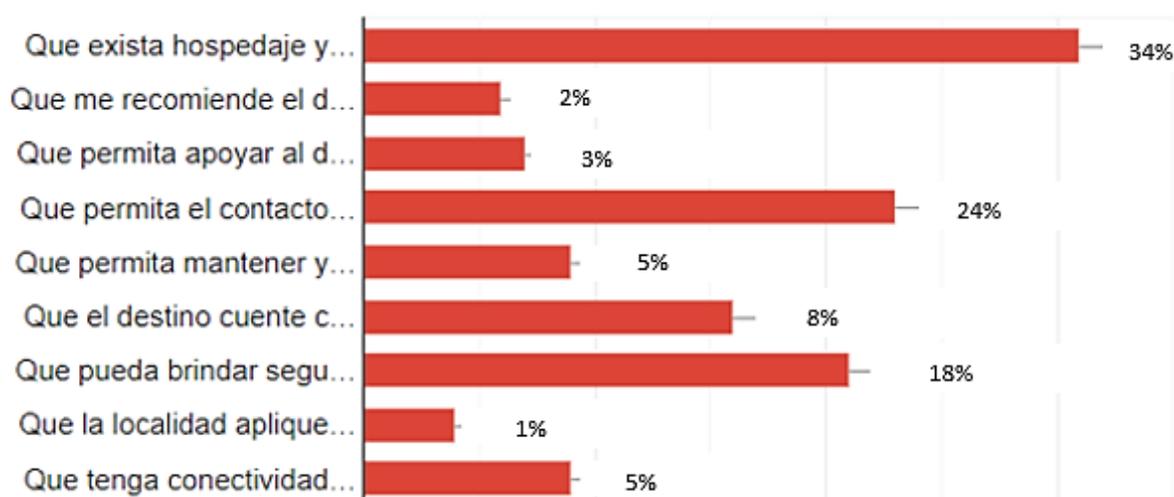
A continuación, se presentan los resultados de cada factor analizado.

#### *Genero de los turistas participantes:*



*Figura 7.* Porcentaje de hombres y mujeres que participaron del estudio. Adaptado de: *Recolección de datos enero 2022, ciudad de Guayaquil y turistas registrados en base de datos de comité de turismo Huigra.*

Con relación al género de los participantes de la encuesta se puede indicar que el 53,7% son femenino y el 46,3% masculino, se considera que los resultados son apropiados debido a la similitud de participación de ambas variables.

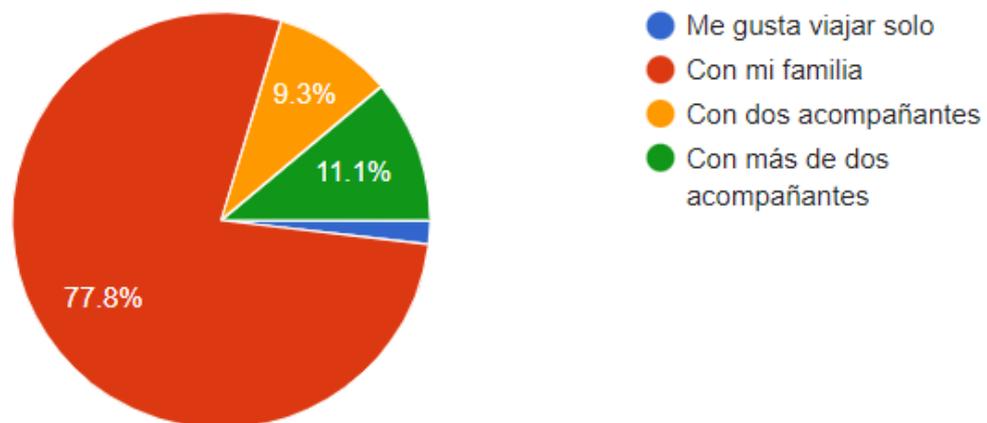


*Figura 8.* ¿Factores que más influyen en la selección de un destino turístico en Ecuador? Seleccione los tres más importantes. Adaptado de: *Recolección de datos enero 2022, ciudad de Guayaquil y turistas registrados en base de datos de comité de turismo Huigra.*

Al analizar los tres factores que más influyen en la selección de un destino turístico en Ecuador, se pudo evidenciar que el 34% de los encuestados consideran que exista hospedaje y servicios turísticos en la localidad receptora de calidad. Se puede indicar que en un radio de 20 kilómetros a la redonda de la parroquia rural Huigra, existen hospedaje y servicios turísticos con buena calificación, por lo cual se cumple con un factor y es favorable.

El segundo factor detectado es que el destino turístico permita el contacto con la naturaleza y biodiversidad, lo cual es muy positivo pues Huigra por sus recursos naturales puede convertirse en un gran sitio para realizar turismo.

Finalmente se pudo identificar que el tercer factor más influyente es que el destino turístico pueda brindar seguridad al turista durante la estadía, lo cual es otro factor positivo pues Huigra es considerada una localidad segura. La propuesta debe considerar la interrelación de estos tres factores para la reactivación.



*Figura 9. ¿Número de personas que acompañan al turista? Adaptado de: Recolección de datos enero 2022, ciudad de Guayaquil y turistas registrados en base de datos de comité de turismo Huigra.*

Acorde a los resultados obtenidos se puede establecer que aproximadamente el 78% de los turistas prefieren viajar con la familia. Le sigue el 11% que consideran que prefieren viajar con dos o más personas y un 9% con uno o dos acompañantes. Solo un 2% de los turistas realiza viajes en solitario. La oferta de productos y servicios turísticos deberían considerar estos datos para innovar o renovar los portafolios.

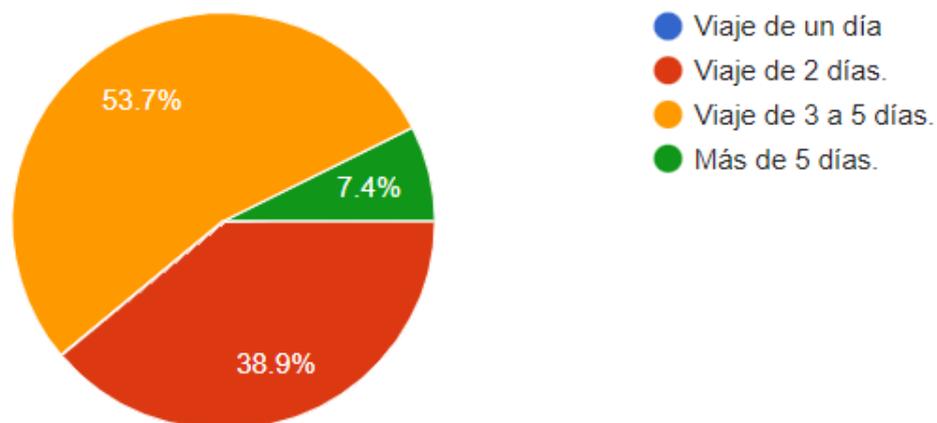


Figura 10. Promedio de días de estancia en el destino turístico. Adaptado de: *Recolección de datos enero 2022, ciudad de Guayaquil y turistas registrados en base de datos de comité de turismo Huigra.*

Se pudo conocer que el 60% de los encuestados prefieren disfrutar de más de 3 días cuando deciden realizar turismo. El 40% restante indicaron que cuando realizan turismo prefieren alojarse menos de tres días (fin de semana).

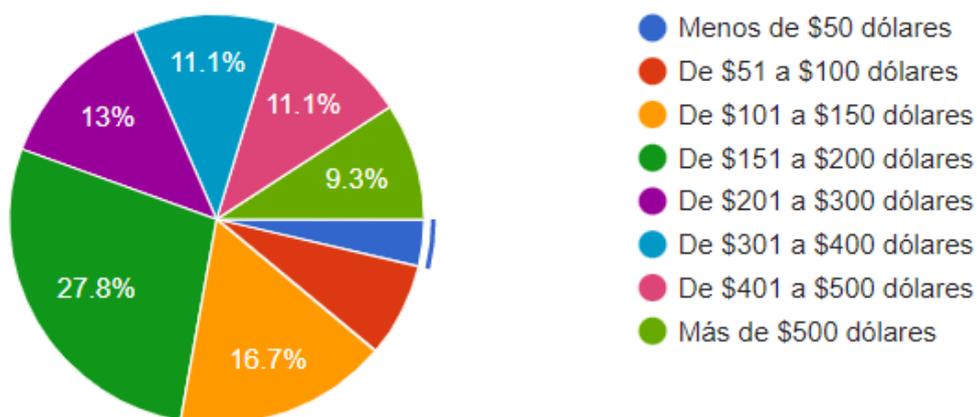
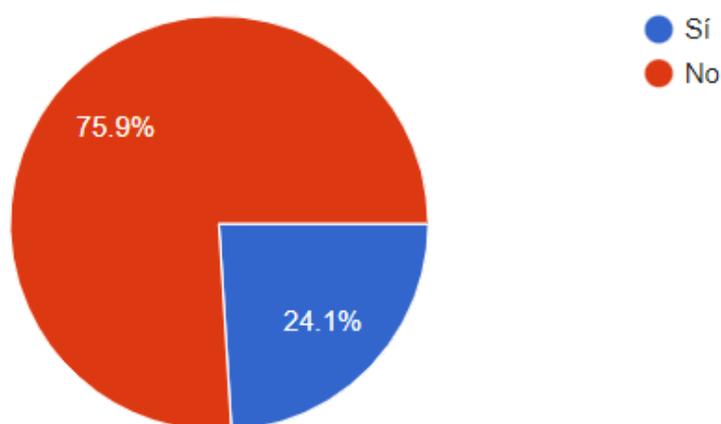


Figura 11. Presupuesto promedio personal de gasto por viaje. Adaptado de: *Recolección de datos enero 2022, ciudad de Guayaquil y turistas registrados en base de datos de comité de turismo Huigra.*

Aproximadamente el 28% de los encuestados tienen un gasto promedio de \$151 a \$200 dólares norteamericanos. Existe un 17% que gasta en promedio de \$101 a \$150 dólares norteamericanos. También se conoció que un 13% de los encuestados destinan por viaje entre \$201 a \$300 dólares norteamericanos. Es decir que el 58% de los encuestados gastan entre \$101 y \$300 dólares norteamericanos por persona en cada viaje.

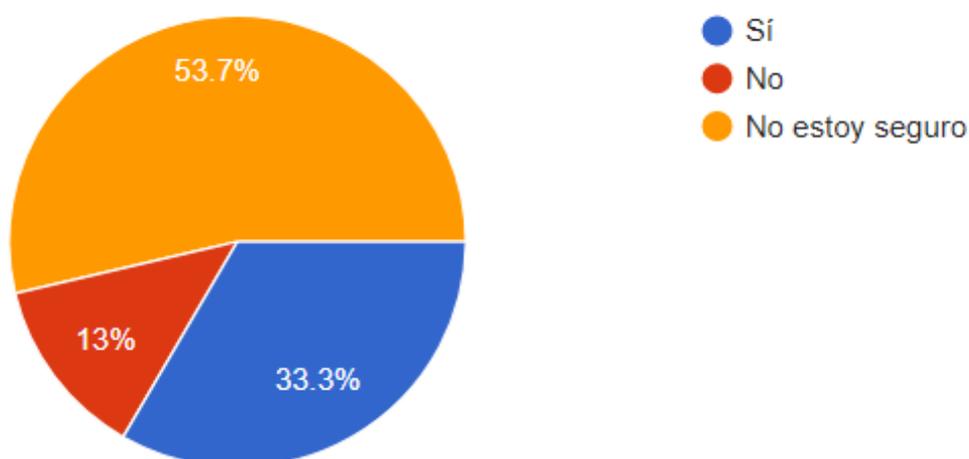
Existe un 10% de los encuestados que indicaron gastar entre \$1 y \$100 dólares norteamericanos por persona en cada viaje. Se conoció que un 45 de los encuestados

destinan menos de \$50 dólares norteamericanos por persona y viaje. Otro grupo con una partición del 22% destinan entre \$300 y \$500 dólares norteamericanos por persona en cada viaje. Finalmente, el 9% de los turistas encuestados indicaron que gastan más de \$500 dólares norteamericanos por persona y viaje.



*Figura 12.* En alguna ocasión ¿ha seleccionado a la parroquia Huigra como destino turístico? Adaptado de: *Recolección de datos enero 2022, ciudad de Guayaquil y turistas registrados en base de datos de comité de turismo Huigra.*

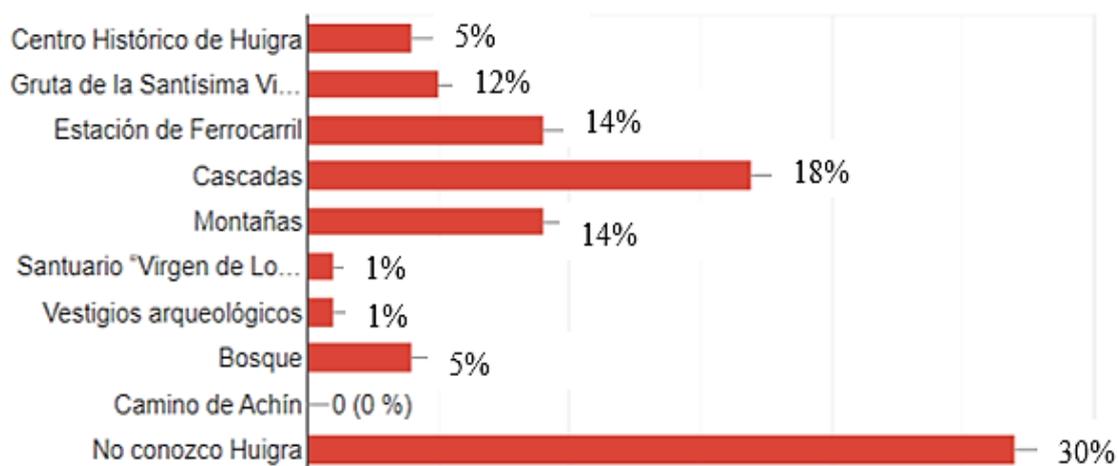
Un dato importante que arrojó el estudio es que el 76% de los turistas encuestados indicaron no conocer la parroquia rural Huigra y solo un 24% indicó que sí la han seleccionado como destino turístico.



*Figura 13.* Considera a la parroquia Huigra como destino turístico a visitar en los próximos 12 meses. Adaptado de: *Recolección de datos enero 2022, ciudad de Guayaquil y turistas registrados en base de datos de comité de turismo Huigra.*

Del 100% de turistas encuestados aproximadamente el 33% indicaron que visitarían la parroquia rural Huigra dentro de los próximos 12 meses. Existe un 54%

que podría visitarlo, pero no está dentro de sus planes actuales, se necesita estimular a la demanda. Finalmente, un 13% que definitivamente no visitarán Huigra.

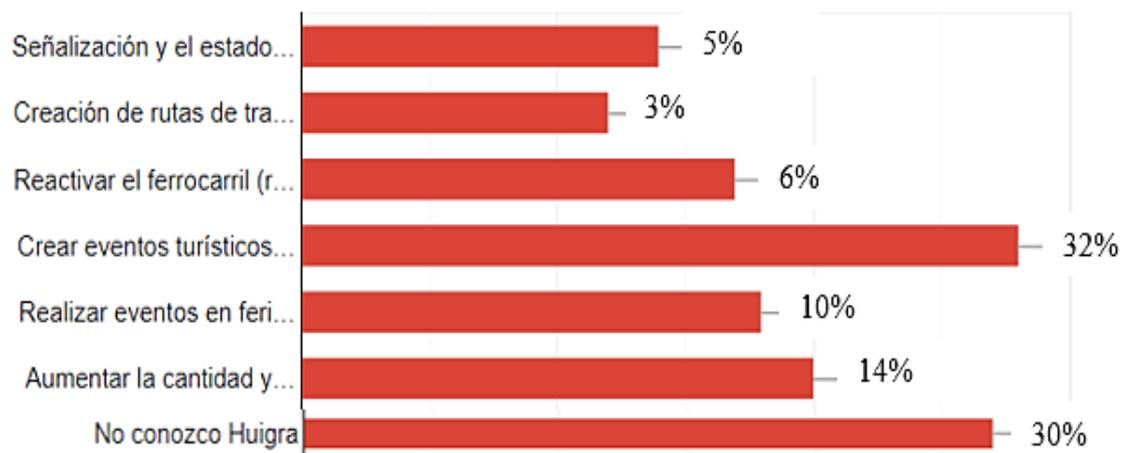


*Figura 14.* Lugar o actividad de mayor reconocimiento en Huigra. Adaptado de: *Recolección de datos enero 2022, ciudad de Guayaquil y turistas registrados en base de datos de comité de turismo Huigra.*

Un 30% de los encuestados aseguro no conocer nada de Huigra, lo cual coincide con los resultados de la ilustración 10. Se podría afirmar que la mayoría de la población desconoce de la existencia de la parroquia. Sin embargo, se identificó que un 18% de los turistas reconocen a las cascadas como uno de los principales atractivos de esta población.

Otro grupo importante, representado por el 14%, coinciden en que las montañas son su principal identificativo. Existe quienes reconocen a este destino por la estación del tren con el 14% de las respuestas. Se puede indicar que también identifican los bosques, la gruta y santuario de la Virgen de la Inmaculada Concepción de Lourdes y el centro histórico, entre otros.

Es necesario que se ejecute un equilibrio dentro del sistema turístico. Existe el deseo de fortalecer el sistema turístico de Huigra para generar cambios a nivel estructural, social, económico y medio ambiental.



*Figura 15. ¿Qué mejoras necesita hacer la parroquia Huigra para el disfrute de sus turistas? tres más importantes. Adaptado de: Recolección de datos enero 2022, ciudad de Guayaquil y turistas registrados en base de datos de comité de turismo Huigra.*

El 32% de los turistas encuestados consideran que la parroquia Huigra para el disfrute de sus turistas debería crear eventos turísticos que puedan convertirse en tradicionales. Un 14% consideró que es necesario que se aumente la cantidad y calidad de los servicios y productos turísticos. Y finalmente con un 10% se recomienda realizar eventos los días de feriado para impulsar más visitas de turistas.

Se puede concluir lo siguiente:

La parroquia rural Huigra es considerada una comunidad limpia; sin embargo, no se observa campañas de reciclaje activas. Muchas casas se encuentran sin pintar y en mal estado. Los espacios naturales son muy agradables, pero no existen comodidades para satisfacer a turistas de placer. En las vías se ven desechos plásticos y residuos domiciliarios.

Con relación a la vía de acceso se podría decir que se encuentra en mal estado, no es adecuada y tampoco brinda seguridad total a los viajeros. Se presencian tramos con huecos y sin señalización. El entorno de Huigra es muy tranquilo y natural y; además, afianza los recursos naturales con las actividades económicas, por ello es necesaria la captación de fondos que permitan mejorar la oferta de servicios y productos turísticos en la parroquia. En cuanto a la señalización se podría indicar que se requiere una intervención urgente del órgano rector, con la finalidad de que presupueste dentro del plan operativo anual la instalación de señalización en cada atractivo turístico de Huigra. Es oportuna una difusión adecuada de los proyectos turísticos existentes.

Actualmente existe muy poco comercio en la zona, para muchas poblaciones ya no es rentable comprar productos agrícolas en Huigra, por la distancia y acceso vial. Por ello se notó que la mayoría de compradores son intermediarios que ya han logrado desarrollar una cadena de distribución. Es necesario fortalecer la cadena de abastecimiento para mejorar el comercio de los productos de la parroquia rural.

Se puede indicar que no se ve mayor movilidad de los proyectos comunitarios, casi nadie del sector trabaja actualmente en los programas turísticos, por lo cual parecen abandonados. No se observa un servicio turístico adecuado y planificado, donde se busque la participación activa de la comunidad. Se debe estimular la participación comunitaria.

También se notó que existe un desorden poblacional, pues las viviendas no se encuentran juntas, es decir que están separadas por varios metros, eso afecta a la planificación turística y aprovechamiento de espacio geográfico para el desarrollo del turismo sostenible. Debe cumplirse con el plan de ordenamiento y desarrollo territorial existente. La infraestructura en cada uno de los atractivos del inventario turístico es mejorable, existen obras inconclusas y sin funcionamiento que se han convertido en basureros o botaderos. Los recursos naturales son los principales atractivos; no obstante, hasta la actualidad parecerían no ser aprovechados de manera adecuada. La promoción de alimentos típicos podría convertirse en un factor importante para la economía doméstica de la parroquia rural Huigra.

Es necesario que se promocióne la parroquia rural Huigra como destino comunitario, planificando su desarrollo como un sitio turístico que se caracterice por aplicar Buenas Prácticas de Turismo Sostenible, pero antes debe estructurar y reactivar el sistema turístico. Es indispensable ejecutar campañas de comunicación por medios no tradicionales y realizar conferencias e invitaciones para que inversionistas y visitantes lleguen a la zona. También se debe buscar patrocinios para poder financiar los proyectos comunitarios y de esa manera poder cumplir con las expectativas de los turistas. Se puede trabajar en el desarrollo de un modelo sostenible a mediano y largo plazos. Fomentar la creación y fortalecimiento de proyectos y programas turísticos (rutas, negocios, eventos), siempre aplicando criterios de mejora continua y buenas prácticas de turismo. Es por ello que es necesario crear mesas de trabajo que permitan generar y vincular acciones para reactivar el turismo en la parroquia.

## **Capítulo IV**

### **Plan de Reactivación Turística**

#### **Descripción del Plan de Reactivación Turística**

Frente a la paralización de las actividades turísticas y el cierre del 90% de los negocios que participan dentro de la cadena de valor turística en la parroquia rural Huigra durante el año 2019, se plantea el presente trabajo de fin de titulación cuyo objetivo general es “elaborar un plan de reactivación turística para la parroquia Huigra del cantón Alausí, provincia de Chimborazo”. La finalidad es contribuir a mejorar las condiciones económicas y de calidad de vida de la comunidad receptora por medio de la aplicación de estrategias que permitan aumentar la corriente turística.

#### ***Desafíos de la propuesta***

Se identificaron varios desafíos dentro del sistema turístico de la parroquia rural Huigra que se convierten en un reto para solucionarlos y satisfacer las necesidades existentes de la comunidad por medio del Plan de Reactivación Turística para la parroquia rural Huigra, el mismo que plantea acciones de mejora para cada uno de los componentes que integran el Sistema Turístico.

Cabe señalar que durante el desarrollo del presente estudio se presentaron dos problemas poco comunes que afectaron a la parroquia rural Huigra y sus deseos de prosperar. Dichos conflictos se relacionan con el cierre de la estación de ferrocarril y la aparición de una enfermedad altamente contagiosa y con niveles de mortalidad altos que categorizaron al suceso como una pandemia mundial, denominada COVID - 19. Ambos problemas afectan directamente al funcionamiento del sistema turístico.

El principal desafío es contribuir a que la comunidad receptora alcance nuevamente los niveles de demanda existentes en el pasado y sobrepasar dicho indicador. Además, otro desafío es mejorar la experiencia del turista que visita la comunidad de la eterna primavera, con la finalidad de generar experiencias únicas y en concordancia con la Buenas Prácticas de Turismo.

La parroquia rural Huigra tiene el desafío de integrar un conjunto de acciones como la promoción efectiva del destino, mejorar la calidad por medio de la

implementación de Buenas Prácticas de Turismo y la capacitación constante a los actores involucrados dentro del sistema turístico.

### ***Objetivo de la propuesta***

Establecer un plan de reactivación que contenga acciones, medidas y protocolos de prevención que permitan la reactivación turística de la parroquia rural Huigra y un óptimo funcionamiento del sistema turístico que permita mejorar la experiencia del turista.

### **Factores de reactivación del Plan de Reactivación Turística**

#### ***Órgano rector:***

Se evidencio durante el estudio de mercado que no existe un trabajo planificado que involucre al órgano rector dentro del sistema turístico de la parroquia rural Huigra. Es necesario mejorar la interrelación entre las instituciones rectoras del turismo en Ecuador y la comunidad.

#### ***Espacio Geográfico:***

El espacio geográfico es una de las principales fortalezas de la parroquia rural Huigra para el desarrollo de un turismo sostenible; no obstante, existen varios problemas a corregir para un adecuado funcionamiento del sistema turístico. Dentro de las evidencias detectadas se notó que los recursos, espacios y atractivos turísticos se encuentran en condiciones mejorables. Por ejemplo, es necesario corregir la señalización, la cobertura de servicios y aprovechar de mejor manera los recursos naturales para evitar su deterioro o pérdida del patrimonio de la localidad.

#### ***Operadores de Mercado:***

Es oportuno planificar e involucrar a los operadores de mercado para la reactivación turística de Huigra, es necesario que promocionen los atractivos turísticos, pues son un elemento importante para captar turistas y aumentar el número de visitantes a la parroquia rural.

### ***Oferta de productos y servicios turísticos:***

Existen ofertantes de servicios y productos turísticos preparados para atender a los turistas que visiten la parroquia Huigra; sin embargo, varios tienen sus negocios cerrados o se han dedicado a otras actividades. Por lo tanto, es necesario generar un plan de participación activa que permita una reactivación de las actividades turísticas de forma segura. Es necesario que todos los ofertantes apliquen de manera obligatoria las medidas de bioseguridad recomendadas para el cuidado de los turistas.

Es necesario el apoyo de la comunidad para el desarrollo del turismo en Huigra, son el motor principal de la actividad turística. Es necesario que los dueños de los establecimientos turísticos estén preparados con medidas de bioseguridad para los turistas, en primera instancia los nacionales para poder en un futuro recibir a los internacionales.

### ***Demanda real y potencial:***

El estudio de la demanda real y potencial priorizó como punto de referencia al turista interno; no obstante, se involucrará al turista internacional de manera paulatina. Es necesario que se identifiquen nichos, temporadas y destinos para cada mes del año. Es importante la implementación de normas y regulaciones que brinden la seguridad en cada destino de forma armónica con el entorno y el medio ambiente, generando una buena experiencia en los turistas.

### **Beneficiarios directos e indirectos de la propuesta**

Los beneficiarios directos de este plan de reactivación turística son los ciudadanos de la parroquia rural de Huigra, dado que son quienes al aplicar las estrategias recomendadas en el presente plan de reactivación lograrán mejorar sus ingresos económicos por medio del turismo, acceder a nuevas plazas de empleo y alcanzar mejores condiciones de seguridad y calidad de vida.

Los beneficiarios indirectos son los turistas que visitan la parroquia rural Huigra debido a que el presente plan de reactivación busca mejorar la experiencia del visitante durante su estancia. También se beneficia el órgano rector y los operadores de mercado debido a que la reactivación del turismo en todas las localidades del

Ecuador es necesaria y este documento puede servir como fundamento para el desarrollo de nuevas investigaciones y planes de reactivación de turismo.

### **Justificación de la propuesta**

La parroquia rural de Huigra enfrenta una situación grave con relación al funcionamiento de su sistema turístico, es así que con el diagnóstico se identificó las debilidades y amenazas existentes para convertirlas en fortalezas que permitan la reactivación turística de la comunidad.

El turismo necesita espacios y recursos naturales y humanos, por lo cual es una actividad que tiene que estar altamente regulada. De acuerdo a su gestión puede fortalecer medios de vida rurales o fomentar exclusión social, explotación de riquezas y alienación de tradiciones culturales.

Un turismo que no aplica buenas prácticas podría afectar de manera negativa en ecosistemas y calidad de vida local. En Huigra se refleja con el deterioro de ecosistemas, exclusión de lugares públicos y conflictos por el agua. Se considera que para los próximos años el sector de turismo se transformará, es decir que muchos de los procesos del sistema turístico cambiarán su funcionamiento. En consecuencia, es necesario que la comunidad y los actores que participan dentro de la cadena de valor logren adaptarse a los nuevos desafíos que trae consigo una nueva modalidad para el desarrollo sostenible de la actividad turística.

Se considera que la participación ciudadana es clave para asegurar la apropiación del modelo de turismo pues estimula iniciativas; si no se canalizada adecuadamente puede desaprovechar oportunidades de crecimiento y desarrollo. La gestión del turismo debe articularse con herramientas de gestión territorial: planes de desarrollo, ordenamiento y ordenanzas para cumplir con el objetivo de regular la actividad turística.

Los planes de desarrollo estratégico incluyen el turismo como un elemento clave; es por ello que este plan de reactivación turística considera las fortalezas y oportunidades para alcanzar la optimización y la eficiencia en la prestación de productos y servicios turísticos, pues son el eje principal de una nueva era del turismo en la parroquia rural Huigra.

## **Propuesta de Plan de Reactivación Turístico**

### ***Filosofía del Plan de Reactivación Turístico***

#### ***Visión del Plan de Reactivación Turístico Huigra***

En los próximos dos años convertir a Huigra en un modelo de desarrollo de turismo sostenible con un adecuado funcionamiento de su sistema turístico.

#### ***Misión del Plan de Reactivación Turístico Huigra***

Establecer un sistema turístico en la parroquia rural Huigra que contribuya a mejorar la experiencia del turista durante su estancia y aumentar los ingresos de la comunidad receptora, en equilibrio con el medio ambiente.

#### ***Valores del Plan de Reactivación Turístico Huigra***

- Eficiencia y optimización
- Seguridad Sanitaria
- Visión ambiental
- Compromiso con la comunidad
- Buenas prácticas de turismo

#### ***Logo del Plan de Reactivación Turístico Huigra***

Es necesario crear una identidad para el plan de reactivación turística, por lo cual se propone un logo que permite una asociación directa del turista con las fortalezas de la parroquia rural Huigra. Las características del logo son las siguientes:

1.- Tiene forma circular que representa las alianzas y equilibrio del sistema turístico de la parroquia rural Huigra. Es de color verde y azul debido a las montañas y ríos existentes en la zona, lo cual resalta una de sus principales fortalezas que es el espacio geográfico y sus recursos naturales.

2.- El interior del logo contiene elementos importantes que representan el potencial turístico de la parroquia rural Huigra. En la parte superior una rama que representa los bosques primarios y secundarios, el sol y la cordillera. En la parte

inferior se sitúan dos cascadas que representan uno de los recursos naturales más importantes de la comunidad. Resalta el color verde, amarillo y tono azulado, que acorde a la teoría del color se asocian con:

VERDE: armonía, naturaleza y seguridad.

AZUL: Confianza y tranquilidad.

AMARILLO - NARANJA: optimismo, buenas experiencias, energía y felicidad.



**LA ETERNA PRIMAVERA  
REACTIVACIÓN TURÍSTICA HUIGRA**

*Figura 16.* Logo de plan de reactivación.

El logo debe acompañar todo tipo de campaña que se realice acorde a las estrategias que recomienda el presente Plan de Reactivación Turística para la parroquia rural Huigra.

***Estrategias del Plan de Reactivación Turístico Huigra***

Se plantean las siguientes estrategias claves fundamentales del Plan de Reactivación Turístico Huigra cuya finalidad es impulsar el funcionamiento del sistema turístico de la parroquia rural. Se puntualiza el eje del sistema turístico, el objetivo de reactivación, los indicadores de medición, los resultados esperados, el responsable de cumplimiento y las estrategias a implementarse para alcanzar el objetivo.

## ***Eje Órgano Rector***

### **Objetivo:**

Crear alianzas con el órgano rector para promover los procesos para la ejecución de proyectos, la reactivación y de la actividad turística, incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades de la parroquia rural de Huigra.

### **Indicadores, resultados esperados y responsables:**

Tabla 15.

*Órgano rector Indicadores, resultados esperados y responsables parroquia rural Huigra*

Indicador	Resultado esperado	Responsable
Número de asistencias técnicas	Mínimo 6 asistencias técnicas al año y más de 100 beneficiarios.	Gad parroquial rural de Huigra y Ministerio de Turismo
Número de asistencia financiera recibidas por canales virtuales	Mínimo 100 asistencia financiera al año	Gad parroquial rural de Huigra y Ministerio de Turismo
Número de asistencia en difusión turística de Huigra	Mínimo 3 millones de personas alcanzadas al año	Gad parroquial rural de Huigra y Ministerio de Turismo

Nota: se proponen indicadores, resultados esperados y responsables. Plan de reactivación turística.

### **Estrategias:**

1. Realizar mesas de trabajo con representantes del Ministerio de Turismo con la finalidad de que forme parte del sistema turístico e incluyan a Huigra dentro de sus planes de apoyo como el Plan Integral de Asistencia Turística al Gad parroquial rural de Huigra
2. Establecer alianzas de apoyo con el Ministerio de Turismo para que Huigra sea considerada dentro de las campañas de asistencia técnica, financiera y de difusión del destino turístico.
3. Gestionar los requerimientos que presenten los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Huigra previo al inicio de la emergencia sanitaria, en temas de crédito, tributación y apoyo especializado.

### ***Eje: Espacio Geográfico***

#### ***Objetivo:***

Proteger el uso turístico del suelo y estimular una inversión turística compatible con el medio ambiente en la parroquia rural de Huigra.

#### ***Indicadores, resultados esperados y responsables:***

Tabla 16.

*Espacio Geográfico turismo Indicadores, resultados esperados y responsables parroquia rural Huigra*

Indicador	Resultado esperado	Responsable
Número de proyectos que accedieron a la línea de crédito para el desarrollo de facilidades turísticas.	Captar un millón de dólares en líneas de crédito para mejorar la infraestructura existente.	Gad parroquial rural de Huigra y empresa privada.
Número de establecimientos que cumplen con buenas prácticas de turismo.	Que el 50% de los establecimientos operativos cumplan con buenas prácticas de turismo	Comité de Turismo del Gad parroquial rural de Huigra y Ministerio de Turismo
Número de atractivos turísticos que cumplen con requerimientos de seguridad turística	Que el 100% de los atractivos turísticos brinden seguridad turística	Gad parroquial rural de Huigra, Ministerio de Turismo y Empresa Privada

Nota: se proponen indicadores, resultados esperados y responsables. Plan de reactivación turística.

#### ***Estrategias:***

1. Crear mesas de trabajo para planificar la apertura de líneas de crédito para el desarrollo de facilidades turísticas.
2. Brindar capacitaciones sobre Buenas Prácticas de Turismo Sostenible a los ofertantes de productos y servicios turísticos.
3. Crear un programa que involucre a la comunidad de Huigra con la seguridad turística, se deben crear ordenanzas guiadas por el órgano rector.

## ***Eje: Operadores de Mercado***

### ***Objetivo:***

Capacitar a los Operadores de Mercado sobre los productos y servicios turísticos existentes en la parroquia rural Huigra, para que los incluyan dentro de sus ofertas.

### ***Indicadores, resultados esperados y responsables:***

Tabla 17.

*Operadores de Mercado Turismo Indicadores, resultados esperados y responsables parroquia rural Huigra*

Indicador	Resultado esperado	Responsable
Número de capacitaciones ejecutadas sobre los productos y servicios turísticos	Más de 100 Operadores de Mercado capacitados al año.	Comité de Turismo del Gad parroquial rural de Huigra y Ministerio de Turismo
Número de operadores que ofertan los productos y servicios turísticos de Huigra	Más de 30 operadores de mercado que oferten productos y servicios turísticos de Huigra	Comité de Turismo del Gad parroquial rural de Huigra y Ministerio de Turismo
Cantidad de mesas de trabajo ejecutadas para consolidar los recursos y atractivos turísticos de Huigra	Mínimo 6 mesas de trabajo al año	Comité de Turismo del Gad parroquial rural de Huigra, Ministerio de Turismo, Operadores de Mercado y Ofertantes

Nota: se proponen indicadores, resultados esperados y responsables. Plan de reactivación turística.

### ***Estrategias***

1. Solicitar por medio del comité de turismo del Gad parroquial rural de Huigra al Ministerio de Turismo que se incluya dentro de los programas de capacitación de operadores de mercado información sobre la parroquia rural Huigra.
2. Consolidar los atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales inventariados de la parroquia rural Huigra, con la finalidad de que puedan motivar una mayor corriente turística.
3. Crear mesas de trabajo entre los ofertantes de productos y servicios turísticos de la parroquia rural Huigra, el comité de turismo y los operadores de mercado para interrelacionar los esfuerzos de cada uno de estos actores.

### ***Eje: Oferta de productos y servicios turísticos***

#### ***Objetivo:***

Motivar a que la oferta de productos y servicios turísticos desarrollen un turismo basado en buenas prácticas y seguridad turística.

#### ***Indicadores, resultados esperados y responsables:***

Tabla 18.

*Oferta de productos y servicios turísticos Indicadores, resultados esperados y responsables parroquia rural Huigra*

Indicador	Resultado esperado	Responsable
Número de ofertantes capacitaciones en buenas prácticas de turismo	Más de 100 ofertantes capacitaciones en buenas prácticas de turismo	Comité de Turismo del Gad parroquial rural de Huigra y Ministerio de Turismo, Ofertantes Huigra
Número de ofertantes capacitaciones en seguridad turística	Más de 100 ofertantes y otros actores de la cadena capacitados en Seguridad Turística	Comité de Turismo del Gad parroquial rural de Huigra y Ministerio de Turismo, Ofertantes y otros actores de la cadena turística Huigra
Cantidad de mesas de trabajo ejecutadas para fortalecer la oferta de Huigra	Mínimo 6 mesas de trabajo al año	Comité de Turismo del Gad parroquial rural de Huigra, Ministerio de Turismo, Ofertantes y otros actores de la cadena turística Huigra

Nota: se proponen indicadores, resultados esperados y responsables. Plan de reactivación turística.

#### ***Estrategias:***

1. Aplicar programas de capacitación de Buenas Prácticas de Turismo a los ofertantes de productos y servicios de Huigra.
2. Desarrollar programas de capacitación de Seguridad Turística a los ofertantes de productos y servicios y otros actores de la cadena de valor turística de Huigra.
3. Ejecutar mesas de trabajo para fortalecer la oferta de productos y servicios turísticos en Huigra.

### ***Eje: Demanda real y potencial***

#### ***Objetivo:***

Asegurar una linda experiencia para los turistas que visiten Huigra, tierra de la primavera eterna.

#### ***Indicadores, resultados esperados y responsables:***

Tabla 19.

*Demanda real y potencial Indicadores, resultados esperados y responsables parroquia rural Huigra*

Indicador	Resultado esperado	Responsable
Número de turistas satisfechos	No superar el 5% de turistas insatisfechos	Comité de Turismo del Gad parroquial rural de Huigra, Ministerio de Turismo, Ofertantes y otros actores de la cadena turística Huigra
Número de turistas que recomendarías amigos y familiares para que visiten Huigra	Más de 95% de turistas encuestados que aseguren que recomendaran Huigra	Comité de Turismo del Gad parroquial rural de Huigra y Ministerio de Turismo, Ofertantes y otros actores de la cadena turística Huigra
Cantidad de mesas de trabajo ejecutadas para fortalecer la oferta de Huigra	Mínimo 6 mesas de trabajo al año	Comité de Turismo del Gad parroquial rural de Huigra, Ministerio de Turismo, Ofertantes y otros actores de la cadena turística Huigra

Nota: se proponen indicadores, resultados esperados y responsables. Plan de reactivación turística.

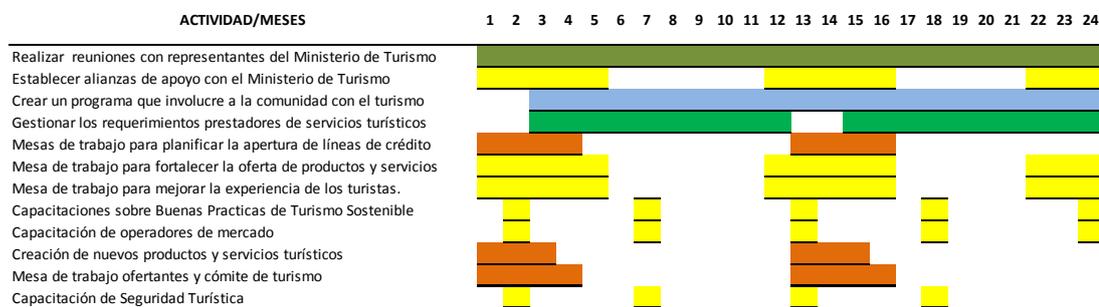
#### ***Estrategias:***

1. Aplicar cuestionarios de satisfacción y sugerencias a los turistas.
2. Gestionar redes sociales desde el Comité de Turismo que permitan que los turistas recomienden a Huigra como destino turístico.
3. Ejecutar mesas de trabajo para identificar nuevas formas que permitan mejorar la experiencia de los turistas.

## Cronograma de aplicación del Plan de Reactivación Turístico Huigra

Tabla 20.

*Cronograma de aplicación del Plan de Reactivación Turístico Huigra mensual. 24 meses.*



Nota: propuesta de cronograma por meses y actividades a cumplir.

El cronograma de actividades no pretende ser una camisa de fuerza, más bien propone meses apropiados en los cuales es recomendable ejecutar cada estrategia. Se consideran varios aspectos como el inicio de cada ciclo turístico, temporadas vacacionales y otros componentes necesarios para la reactivación.

## Conclusiones

Como conclusión general es necesario indicar que para la parroquia rural Huigra es necesario el contar con un Plan de Reactivación Turística que fomente la aplicación de Buenas Prácticas de Turismo y centre su funcionamiento en la generación de experiencias agradables para el turista que visite la parroquia de la eterna primavera. La propuesta diseñada en el presente documento tiene la finalidad de contribuir a consolidar un sistema turístico que sea compatible con el medio ambiente y plan de desarrollo económico y territorial vigente hasta el año 2023.

Como se pudo evidenciar en el diagnóstico situacional del sistema turístico de la parroquia Huigra del cantón Alausí, uno de los grandes atributos de la comunidad son sus recursos naturales, los cuales tienen una alta potencialidad para el desarrollo de distintas modalidades de turismo. No existe un trabajo interrelacionado entre el órgano rector y la comunidad receptora, denotando falencias que perjudican al turismo sostenible.

El estudio de mercado permitió establecer que un gran porcentaje de la población desconoce de la existencia de la parroquia rural Huigra. Sin embargo, el destino turístico cumple con las expectativas de los turistas al permitirles un contacto único con la naturaleza. Tiene muchos recursos por explotar y que pueden favorecer de gran manera para consolidar a Huigra como un destino turístico rural reconocido.

Es necesario ejecutar las estrategias recomendadas en el presente plan de reactivación, donde se considera la implementación de acciones en los ejes de órgano rector, espacio geográfico para turismo, operadores de mercado, ofertantes de productos y servicios turísticos y demandantes o turistas que esperan visitar Huigra en los próximos meses. Se plantean la ejecución de mesas ejecutivas para tratar temas específicos tales como: cuantificación económica, temas laborales, tributarios y financieros, competitividad, promoción, cooperación y temas territoriales.

## **Recomendaciones**

Es recomendable se ejecuten programas de capacitación desde el Órgano Rector del sistema turístico de Huigra, con la finalidad de fortalecer el talento humano y elevar las capacidades para brindar una adecuada atención a los turistas.

Se recomienda que el Órgano Rector sea quien preste apoyo especializado en la consolidación de la parroquia rural Huigra como destino turístico. Es necesario que los esfuerzos de los actores del sistema turístico logren interrelacionar todas las acciones posibles para que se cumplan con las Buenas Prácticas de Turismo.

Es oportuno que la parroquia rural Huigra puede mejorar la infraestructura turística existente dentro del espacio geográfico; es necesario cumplir con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial recomendado por el Gobierno Central de Ecuador. Se deben respetar los recursos y atractivos turístico; así como también la extensión de terreno virgen, evitando la contaminación y deterioro de los espacios existentes para el desarrollo de distintas modalidades de turismo.

Se debe impulsar en la parroquia rural Huigra el acercamiento de instituciones financieras con la oferta de productos y servicios turísticos, de tal manera que puedan acceder a líneas de crédito que permitan potencializar las empresas, programas y proyectos planificados. Es necesario impulsar la promoción turística de los espacios culturales, patrimoniales y naturales por distintos medios, incluyendo redes sociales.

En resumen, es necesario estructurar e integrar a la gestión actual la promoción, la capacitación y la calidad del destino turístico, pues son elementos fundamentales para la reactivación del sector. Se recomienda la aplicación del plan de reactivación turística para fortalecer y consolidar el sistema turístico de la parroquia rural de Huigra y; posteriormente, actualizar los objetivos en busca de una consolidación apropiada como destino turístico reconocido.

## Referencias

- Abad, C. (2021). Ministerio de Turismo proyectaba una pérdida de no menos de \$42,7 millones. (Primera ed.). Salinas, Ecuador: Cámara de Turismo de Santa Elena.
- Anchuelo, Á., & García, M. Á. (2017). *La economía edificada sobre arena: Causas y soluciones de la crisis económica* (1 ed.). (L. P. Empresa, Ed.) Madrid, España: ESIC Editorial.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización* (Registro Oficial Suplemento 303 ed., Vols. Última modificación: 16-ene.-2015). (B. H. del Pozo, Ed.) Quito, Ecuador: Correa, Rafael.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador* (Registro Oficial 449 ed.). Quito: Asamblea Nacional Constituyente.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2020). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible* (Primera ed., Vols. Cooperación Técnica nº ATN/FG-9903-EC). Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Benites, M. (2017). *Factores del Turismo* (Primera ed., Vols. Vol 5, Nº 12). Habana, Cuba: TURYDES. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/12/mbc2.html>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera edición ed.). Bogotá, Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Boullon, R. (2016). *Calidad turística: en la pequeña y mediana empresa* (9879473221, 9789879473221 ed.). México DF, México: Ediciones Turísticas.
- Castro, M. (2019). *Estudio sobre turismo rural sostenible y su aplicación docente* (Primera ed., Vol. Volumen 298 de Tesis Doctorales). Almería, España: Universidad de Almería.
- Comuna de Puerto Engabao. (2018). *Turismo en Comuna Engabao* (Primera ed.). Playas, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Congreso Nacional del Ecuador. (2002). *Ley de Turismo* (Vols. Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002). Quito, Ecuador: Gobierno de la República del Ecuador. Recuperado el <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

- Cruz, E. d. (2019). *Gestión de Destinos turísticos* (Tercera ed.). Madrid, España: Elerning S.L.
- Durán, J. (2011). *Diccionario de Finanzas* (Primera ed., Vol. 4). Madrid, España: ECOBOOK.
- Empresa de Ferrocarriles del Ecuador. (2021). *¿La rehabilitación del tren podría reactivar la economía de Chimborazo?* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Empresa de Ferrocarriles del Ecuador. Obtenido de <https://www.laprensa.com.ec/rehabilitacion-del-tren-chimborazo/>
- FAO Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (s.f.). *FAOSTAT Datos estadísticos de FAO*. Recuperado el 10 de 2014, de <http://www.fao.org/statistics/es/>
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE). (2013). *Estudios de Caso de la Iniciativa Ecuatorial* (Tercera ed.). New York, Estados Unidos: Naciones Unidas. Obtenido de [https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case\\_1\\_1363900152.pdf](https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf)
- Figuerola, M. (2020). *La eficiencia del modelo turístico español* (Tercera ed.). Barcelona, España: EOI Escuela de Organización Industrial. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=1KhXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbg\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=1KhXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Fundación Eroski. (2015). *Trabajo y Alimentación* (Primera ed.). Madrid, España: Eroski.
- Guerrero, V. (2014). *Análisis estadístico de series de tiempo económicas* (1 ed., Vol. I). Ciudad de México, México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de México.
- Hostería ojo de Agua Loreto Ecuador. (2021). *Hotel Container de la Amazonía del Ecuador* (Primera ed.). Orellana, Ecuador: Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://hosteriaojodeagua.com/>
- Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá. (2018). *Contenidos Actualizados de Salud y Nutrición* (Tercera ed., Vol. IV). Quito, Ecuador: ONU .
- Laniado, M. (2020). *Propuestas para la Reactivación y Desarrollo del Turismo* (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: amcham guayaquil.
- Lázaro, J. (2018). *Sostenibilidad sociocultural del turismo: propuestas para el cantón Playas. Provincia del Guayas, Ecuador* (Primera ed., Vols. Revista Espiga, vol. 15, núm. 31). Guayaquil, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.

- Maldonado, I. (2017). *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas* (vol.36 no.2 Ciudad de la Habana abr.-jun. 2017 ed.). La Habana, Cuba: Rev Cubana Invest Bioméd .
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2018). *Guayaquil, gran impulsor del desarrollo económico del Ecuador* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Gobierno Nacional del Ecuador. Obtenido de <https://www.finanzas.gob.ec/guayaquil-gran-impulsor-del-desarrollo-economico-del-ecuador/>
- Ministerio de Turismo. (2014). *Turismo comunitario, un modelo de gestión y de oportunidades de inversión* (Primera ed.). Quito, Ecuador: MINTUR ed. Recuperado el <https://www.turismo.gob.ec/turismo-comunitario-un-modelo-de-gestion-y-de-oportunidades-de-inversion/>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico* (Registro Oficial Suplemento 465 de 24-mar.-2015 ed.). Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/reglamento-de-alojamiento-turistico.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento de Alojamiento Turístico* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Gobierno del Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/reglamento-de-alojamiento-turistico.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Plan de Reactivación Turística* (Primera ed.). Quito, Ecuador: MINTUR ED. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red_compressed.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2021). *Establecimientos Registrados* (Primera ed.). Quito, Ecuador: El Gobierno de Todos. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2021). *Plan de Reactivación Turística* (Primera ed.). Quito, Ecuador: MINTUR. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Plan-Reactivacion-Turistica-Red_compressed.pdf)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Plan nacional de Turismo 2030* (Primera ed.). Quito, Ecuador: MINTUR .
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Protocolo para Operadores Turísticos para Posibles Casos Sospechosos de COVID - 19* (Primera ed.). Quito, Ecuador: MinTur ed.

Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/protocolo\\_para\\_operadores\\_tur%CC%81sticos\\_covid\\_19.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/protocolo_para_operadores_tur%CC%81sticos_covid_19.pdf)

Minsiterio de Turismo. (2021). *Sector Turismo en Ecuador Retos Después del COVID-19* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Editores Grupo FARO. Obtenido de <https://grupofaro.org/sector-turismo-en-ecuador-retos-despues-del-covid-19/>

Moeller, E. (2018). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Huigra* (Primero ed.). Huigra, Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Huigra. Obtenido de <http://www.gadhuigra.gob.ec/wp-content/uploads/2021/01/PDOT-PARROQUIA-HUIGRA-2019-2023.pdf>

Moeller, E. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural Huigra* (Primera ed.). Huigra, Ecuador: GAD parroquial rural de Huigra. Obtenido de <http://www.gadhuigra.gob.ec/wp-content/uploads/2021/01/PDOT-PARROQUIA-HUIGRA-2019-2023.pdf>

Muñetón, H. (2020). *Con solo el 9 % de ocupación, hoteles ya consideran perdidos el 2020 y el 2021* (Primera ed.). (Universo, Ed.) Guayaquil, Quito: Federación de Cámaras de Turismo del Ecuador y de la Cámara de Turismo del Guayas.

Naciones Unidas. (2018). *Perspectivas de la población mundial 2019* (Primera ed.). Nueva York, Estados Unidos: United Nations Department of Public Information .

Naciones Unidas. (2019). *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (Primera ed., Vol. 1). Ginebra, Suiza: ONU ed.

Naciones Unidas. (2020). *La COVID-19 y la transformación del Turismo* (Primera ed.). Naciones Unidas: ONU. Obtenido de [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy\\_brief\\_covid-19\\_and\\_transforming\\_tourism\\_spanish.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf)

Novales, A. (2016). *Política monetaria antes y después de la crisis financiera* (Segunda ed., Vol. Departamento de Economía Cuantitativa). (U. Complutense, Ed.) Madrid, España: Springer.

- Oficina Internacional del Trabajo. (2015). *Pequeñas y medianas empresas y creación de empleo decente y productivo* (Informe IV ed., Vols. Confrep-ILC104(2015)-IV[ENTER-150121-1]). Ginebra, Suiza: Primera.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2020). *Datos estadísticos de FAO*. Ginebra, Suiza: FAOSTAT. Recuperado el 10 de 2014, de <http://www.fao.org/statistics/es/>
- Organización Mundial de la Salud. (2017). *Salud y derechos humanos* (Primera ed.). Ginebra, Suiza: OMS - Naciones Unidas.
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Documentos básicos OMS* (51ª Asamblea Mundial de la Salud ed.). Ginebra, Suiza: OMS.
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19)* (Primera ed.). Nueva York, Estados Unidos: OMS.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2018). *Panorama OMT del Turismo Mundial* (Primera ed., Vols. (OMT-UNWTO) ©). Barcelona, España: OMT Ed. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *COVID-19 y la transformación del turismo* (Primera ed.). (Z. Pololikashvili, Ed.) New York: OMT ed. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/informe-de-politicas-sobre-el-turismo-y-la-covid-19>
- Organizacion Mundial Turismo. (2017). *Turismo más sostenible: guía para responsables políticos* (Primera ed.). Ginebra, Suiza: UNEP/Earthprint.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2017). *Health at a Glance 2017: OECD Indicators* (Tercera ed.). Santiago de Chile, Chile: OCDE.
- Pereyra, M. (2008). *Valoración de empresas: una revisión de los metodos actuales* (Primera ed., Vol. 1). Uruguay: Universidad ORT Uruguay.
- Petit, C., & Soledad, G. (2016). *Introducción a la Psicología social. Manual para los estudios de turismo* (Primera ed.). Nueva Córdoba, Argentina: La Burbuja. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=jTGnDH1hRU4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=jTGnDH1hRU4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

- Prado, R. (2021). *Plan de Reactivación de turismo en Ecuador* (Primera ed.). Quito, Ecuador: AMCHAM . Obtenido de <https://amchamgye.org.ec/propuestas-para-la-reactivacion-y-desarrollo-del-turismo-en-ecuador/>
- Prado, R. (2021). *Restricciones de última hora alteran los planes del sector productivo* (Primero ed.). Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Rice, P. (1997). *Desarrollo humano: estudio del ciclo vital* (Segunda ed.). México DF, México: Pearson Educación. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=ZnHbCKUctSUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=ZnHbCKUctSUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Ruiz, C. S. (2018). *Propuesta de diseño de producto turístico para la parroquia de Salinas de Tomabelas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar*. (Primera ed.). Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/11362>
- Sampieri, R. (2013). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- World Tourism Organization. (2021). *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (Primera ed.). Madrid, España: OMT. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

## Apéndices

### Apéndice 1. Clasificación de Atractivos Turísticos Naturales

CLASIFICACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS				
CATEGORÍA: ATRACTIVOS NATURALES				COD: AN
COD	TIPO	COD	SUBTIPO	DESCRIPCIÓN
1	MONTAÑAS	1	Alta montaña	Son todas las elevaciones de la tierra con alturas superiores a 4800 msnm Ejemplo: Volcán Chimborazo 6.268 m.
		2	Media montaña	Son todas las elevaciones de la tierra con alturas superiores a 4000 msnm y menores a 4800 msnm. Ejemplo: Volcán Rumiñahui 4.721 m.
		3	Baja montaña	Son pequeñas y suaves elevaciones de la tierra con una altura inferior a 4000 msnm, que pueden presentarse aisladas o agrupadas. Ejemplo: Cero Ilaló 3.188 m.
2	DESIERTOS	1	Costero	Próximos a la Costa, con o sin dunas.
		2	Del interior	En el interior del país, especialmente entre las cadenas montañosas de los Andes con o sin dunas.
3	AMBIENTES LACUSTRES	1	Lago	Gran masa de agua en extensas hondonadas de terreno. <b>Ejemplo:</b> Lago San Pablo
		2	Laguna	Extensión de agua de menores dimensiones que el lago. <b>Ejemplo:</b> Laguna de Cuicocha
		3	Pantano	Grandes extensiones de tierra pantanosa o inundada pero parcialmente con vegetación.
		4	Poza	Concavidad en la que hay agua detenida. Sitio o lugar donde el río es más profundo.
		5	Humedal	Tierras, generalmente planas, cuya superficie se inunda de manera permanente o intermitentemente.
		6	Vado	Lugar de un río con fondo firme, llano y poco profundo por donde se puede pasar andando, cabalgando o en algún vehículo.
		7	Playa de laguna	Ribera grande formada de arenales en superficie casi plana.
4	RIOS	1	Río	Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra en un lago o en el mar.
		2	Riachuelo	Río pequeño de escaso caudal y profundidad que puede secarse.
		3	Rápido	Sector del curso de un río en donde al ser mayor la pendiente o menor el ancho se acelera la velocidad de sus aguas.
		4	Cascada	Caída desde cierta altura del agua de un río u otra corriente por brusco desnivel del cauce.
		5	Ribera	Margen y orillas del río. Tierra cercana a los ríos aunque no estén en su orilla.
		6	Playa de Río	Ribera grande del río formada de arenales en superficie casi plana.
		7	Delta	Depósito de aluviones fluviales formado en la desembocadura de ríos en el mar. Terreno comprendido entre los brazos de los ríos en su desembocadura.

5	BOSQUES	1	Páramo	Ecosistema propio de alta montaña entre los 3400msnm a 4500 msnm. Puede estar presente desde altitudes tan bajas como 2.800 m, especialmente en el sur del país.
		2	Ceja de Selva	Bosque prominente del borde de la cordillera oriental u occidental; entre el páramo y el bosque nublado.
		3	Nublado	Bosque nuboso de la cordillera oriental u occidental ubicado entre 2500 y 3400msnm.
		4	Montano bajo	Bosque montañoso de la cordillera oriental u occidental situado entre los 600-800 y 2500 msnm.
		5	Húmedo Tropical	Bosque húmedo situado en la región amazónica u occidental ecuatoriana, hasta los 600 msnm.
		6	Manglar	Formaciones vegetales de plantas leñosas litorales, ubicadas en las zonas sometidas a la acción de la marea pero en la desembocadura de ríos.
		7	Seco	Bosque que recibe poca precipitación y se caracteriza por baja humedad relativa; localizado en el trópico al occidente del país (Guayas y Manabí) y en la región interandina
		8	Petrificado	Bosque en el cual algunos de los árboles se han convertido en piedra por acción de presión de temperatura y reposición de minerales dentro de la tierra
		9	Inundable / Inundado	Son los bosques generalmente de la amazonia, se caracterizan por poseer grandes extensiones de árboles como el ceibo, el sande y la caoba que pueden fácilmente alcanzar más de 50 metros de altura y donde el agua reemplaza al suelo firme, los ríos se convierten de pronto en angostos canales formándose lagunas
6	AGUAS SUBTERRÁNEAS	1	Manantial de Agua Mineral	Son fuentes de agua que contienen minerales en disolución.
		2	Manantial de Agua Termal	Fuentes de agua caliente de más de 29°C y que contienen minerales en disolución.
7	FENÓMENOS ESPELEOLÓGICOS	1	Cueva o Caverna	Cavidades naturales o artificiales de escasa o gran dimensión. Especialmente las cásidas, se extienden por una gran superficie y a menudo se ramifican, formando sistemas de caverna. La filtración lenta de las aguas a través del carbonato de calcio forma estalactitas y estalagmitas.
		2	Río Subterráneo	Corrientes de agua subterránea.
8	FENÓMENOS GEOLÓGICOS	1	Flujo de lava	Lugar por donde baja o ha bajado un río o colada de lava de un volcán.
		2	Tubo de lava	Lugar por donde ha bajado un río de lava y luego ha sido cubierto por cenizas de la erupción quedando bajo tierra, dejando un túnel al enfriarse la lava. Túnel formado por el corrimiento de lava caliente dentro de una corteza de fría.
		3	Escarpa de falla (Pliege)	Declive o barranco originado por un movimiento de la corteza terrestre.
		4	Cañón	Paso estrecho o garganta profunda entre dos altas montañas, por donde suelen correr los ríos.
		5	Quebrada	Arroyo o riachuelo que corre por una quebrada tienen poca y casi nula profundidad, muy poco caudal y sirven como bañaderos y lugares campestres para camping y se pueden vadear y cruzar caminando. Suelen ser muy apetecidas para vacacionar y hacer turismo ecológico o de aventura.
		6	Grieta	Hendidura alargada que se hace en la tierra o en cualquier cuerpo sólido

9	COSTAS O LITORALES	1	Playa	Ribera del mar formada de arenales en superficie casi plana
		2	Acantilado	Pendiente escarpada de una costa que retrocede continuamente bajo los embates del rompiente. Costa cortada verticalmente o a plomo.
		3	Golfo	Gran porción de mar que se adentra en tierra entre 2 cabos.
		4	Bahía	Entrada natural de mar en la costa de extensión considerable pero generalmente menor que la de un golfo.
		5	Ensenada	Parte de mar que se adentra en tierra de dimensión menor que una bahía.
		6	Canal	Cauce natural o artificial por donde pasa o se conduce el agua de mar. Puede ser o no navegable.
		7	Estuario	Desembocadura de un río caudaloso en el mar caracterizado por tener una forma semejante al corte longitudinal de un embudo cuyos lados van apartándose en el sentido de la corriente y por la influencia de las mareas en la unión de las aguas fluviales con las marítimas.
		8	Estero	Terreno bajo pantanoso, intransitable, que suele llenarse de agua por la lluvia o por la filtración de un río o laguna cercana, y que abunda en plantas acuáticas.
10	AMBIENTES MARINOS	1	Arrecife de coral	Banco o bajo formado en el mar por piedras, puntas de roca o políperos casi a flor de agua. Son depósitos calcáreos producidos por los pólipos de una misma colonia de antozoos y en los cuales estos están implantados.
		2	Cueva	Gruta o concavidad producto de la erosión marina.
		3	Cráter	Desfogue volcánico marino.
		4	Acantilado	Escalones o cantiles en el fondo del mar.
11	TIERRAS INSULARES	1	Isla Continental	Tierras cercanas a los continentes y que emergen sobre la plataforma submarina en su mayoría estuvieron anteriormente unidas a tierra firme por lo que sus características son similares a las de las tierras continentales.
		2	Isla oceánica	Tierras en su mayoría alejadas del continente o de tierra firme. Son de origen volcánico o coralinas y en su mayoría poseen flora y fauna propia. Los grupos se denominan archipiélagos.
		3	Islote	Isla pequeña, estéril; peñasco grande rodeado de mar.
		4	Roca	Peñasco que se levanta en la tierra o en el mar.

## Apéndice 2. Clasificación de Atractivos Turísticos Culturales

CATEGORÍA : MANIFESTACIONES CULTURALES				COD: MC
COD	TIPO	COD	SUBTIPO	DESCRIPCIÓN
1	ARQUITECTURA	1	Histórica / Vernácula	Corresponden todas las obras arquitectónicas de carácter histórico y/o vernáculo tales como: Iglesias, monasterios y conventos, edificaciones, estación ferroviaria. (civil, religiosa, militar)
		2	Infraestructura Cultural	Museos, casas de música, centros culturales, teatros, cines, etc. (fuera de centros comerciales).
		3	Infraestructura recreativa	Parques recreativos temáticos.
		4	Otras Infraestructuras sociales	Edificaciones deportivas, educativas, de salud, de gestión, de culto, campo santo, etc. como: escuelas, centros hospitalarios, bibliotecas, estaciones de tren o autobuses, bibliotecas.
		5	Sitio Histórico	Espacio que conserva su coherencia arquitectónica con determinado período histórico donde aún subsiste la escala del predio y la unidad arquitectónica y dimensional.
		6	Área Arqueológica	Espacio que contiene vestigios de estatuas, tumbas, piedras con pictografías, petroglifos, cerámica, orfebrería, y otras manifestaciones aborígenes. Puede mostrar parte de una civilización o apenas son un ejemplo aislado de una cultura.
		7	Monumentos	Construcción arquitectónica o escultórica, generalmente de grandes dimensiones, que se erige en recuerdo de una persona o hechos memorables.
		8	Espacio Público	Hace referencia a espacios de dominio de uso público o de la población en general (todo aquel espacio que no es privado), donde cualquier persona puede circular, más allá de las limitaciones obvias que impone la ley; en concreto, entre los muchos tipos de espacios públicos que existen destacarían las calles (calzadas y veredas), las plazas, plazoletas, bulevares, parques, plano de fachadas de las viviendas.
2	ACERVO CULTURAL Y POPULAR	1	Pueblo y/o nacionalidad (Etnografía)	Hace referencia a los asentamientos que conservan rasgos relevantes propios de su cultura.
		2	Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	Hace referencia a las festividades de carácter religioso además de creencias, leyendas y mitos que forman parte de las características sociales de un asentamiento y que por tradición generalmente verbal subsisten en poblaciones menores del país.
		3	Artesanías y artes	Está conformada por los objetos que los moradores de una región elaboran en gran proporción manualmente utilizando materiales locales.
		4	Medicina ancestral	Hace referencia a la práctica de medicina natural aborígen realizada por un Shamán perteneciente a una comunidad.
		5	Ferias y mercados	Son lugares de encuentro en aquellos pueblos donde campesinos o indígenas del área exponen periódicamente sus productos (agrícolas, animales o artesanales) para su comercialización.
		6	Música y danza	En la música y danza generalmente se utilizan instrumentos propios y trajes típicos de un asentamiento, pueden ser heredadas parcial o totalmente de los antepasados o colonizadores.
		7	Gastronomía	Alimentos propios de cada región preparados con fórmulas originales tradicionales utilizando ingredientes del lugar. Pueden o no tener eventos para su presentación.

3	REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS	1	Obras de Ingeniería	Comprende obras propias del diseño de ingenierías. Entre las más relevantes podemos encontrar: puentes, hidroeléctricas, represas, acueductos, túneles, refinerías, minas, etc. Para el caso de vías o líneas férreas se considerará las condiciones particulares de su ejecución.
		2	Centros astronómicos	Se refiere a las infraestructuras destinadas a la observación de astros.
		3	Centros de exhibición de flora y fauna	Centros e instalaciones donde se observan las formas de vida y comportamiento de especies botánicas y animales.
		4	Centros de rescate de fauna silvestre	Hace referencia a todos los centros especializados en el rescate de flora y fauna silvestre.
		5	Centros Agropecuarios y pesqueros	Se refiere a campos o complejos de producción agrícola, ganadera o piscícola con características notables que generan visitación.
		6	Centros industriales	Fábricas, factorías y complejos donde se transforma la materia prima en maquinaria, equipos, vestimenta, medicinas, vehículos, armamento, etc.
4	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	1	Eventos Artísticos	Eventos relacionados con la música, teatro, cine, pintura y danza.
		2	Convenciones, Ferias(no artesanales) y Congresos	Ferias donde se exponen y/o venden productos según su especialidad, sector de la economía al que promocionan o área geográfica que tengan cobertura.
		3	Eventos deportivos	Competencias, campeonatos, encuentros, entre equipos o países u olimpiadas donde juegan o compiten diferentes disciplinas deportivas.
		4	Eventos Gastronómicos	Competencias, campeonatos, encuentros de tipo gastronómico.

### Apéndice 3. Criterios de ponderación de Atractivos Naturales y Culturales

CRITERIOS DE VALORACIÓN		DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
A	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Hace referencia a las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
B	PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS	Hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	18
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno.	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales.	9
G	DIFUSIÓN, MEDIOS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO	Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.	7
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Hace referencia al registro visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes.	5
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al número de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo.	5
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>

RANGOS	JERARQUÍA
86 – 100	IV
61 – 85	III
36 – 60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
<b>Jerarquía IV</b>	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado internacional.
<b>Jerarquía III</b>	Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros. y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado nacional e internacionales.
<b>Jerarquía II</b>	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.
<b>Jerarquía I</b>	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
<b>Recurso</b>	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

#### **Apéndice 4.** Encuesta aplicada

El cuestionario se lo puede visualizar en el siguiente link <https://forms.gle/6nuy47jHs7JG3PX99>

Las preguntas que componen el formulario son:

1. Genero
2. ¿Cuál es el factor que más influye en su decisión al momento de elegir un destino turístico en Ecuador? Seleccione los tres más importantes
3. ¿Con cuántas personas generalmente hace turismo?
4. Cuando hace turismo en Ecuador ¿cuál es el promedio de días que prefiere quedarse en el destino turístico seleccionado?
5. Cuando hace turismo en Ecuador ¿cuál es su presupuesto promedio personal de gasto por viaje?
6. En alguna ocasión ¿Usted ha seleccionado a la parroquia Huigra como destino turístico?
7. ¿Considera a la parroquia Huigra como destino turístico a visitar en los próximos 12 meses?
8. ¿Cuál es en su criterio el lugar o actividad más atractivo de Huigra?
9. ¿Qué mejoras necesita hacer la parroquia Huigra para el disfrute de sus turistas? Seleccione las tres más importantes



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Torres Pizarro, Julio César**, con C.C: # 0704876325 autor/a/es del trabajo de titulación: **Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo** previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 24 días del mes de febrero del año 2022

---

**Torres Pizarro, Julio César**

C.C: **0704876325**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo</b>	
<b>AUTOR(ES)</b>	<b>Torres Pizarro, Julio César</b>	
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Lcda. Gutiérrez Northía, Aline Mgs Ing. Knezevich Pilay, Teresa PhD.</b>	
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales	
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	24 de febrero del 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b> 87
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	<b>Turismo, Plan de Reactivación, Sistema Turístico</b>	
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	<b>Sistema Turístico; Turismo sostenible; Plan de Reactivación; Atractivos y Recursos Turísticos, Parroquia Rural Huigra</b>	
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>		
<p>En Ecuador el turismo se concibe como una de las industrias más importantes de la economía doméstica, es considerada un medio de subsistencia, de prosperidad y de oportunidades para los ecuatorianos. Sin embargo, en el año 2019 la situación mundial mostraba rasgos de carencias económicas, sociales y ambientales, que afectaron gravemente al turismo mundial y nacional, con una disminución evidente de ingreso de extranjeros a territorio ecuatoriano. Posteriormente durante el desarrollo de la investigación se presentó una de las peores crisis sanitarias en el mundo que desató una pandemia debido a la presencia de un virus letal llamada Covid – 19, que es una nueva clase de coronavirus. La gravedad de estos sucesos obligó a los gobiernos a decretar el cierre de las zonas fronterizas, la prohibición de ingreso de extranjeros, medidas de movilidad interna, restricciones de afuera para establecimientos públicos y privados y; por consiguiente, la paralización de la actividad turística. Los sucesos antes mencionados impactaron gravemente al flujo de turistas nacionales y extranjeros que llegaban a la parroquia rural Huigra. Es así que el año 2020 y 2021 se conciben como periodos de contracción y de impacto negativo al sector turismo a nivel nacional. El año 2022 se visiona como un año de reactivación económica, con el pasar de los meses se eliminarán las restricciones aplicadas durante la pandemia, lo cual justifica la necesidad de proponer un Plan de Reactivación del sector turístico en la parroquia rural Huigra, provincia de Chimborazo. Durante la investigación se ejecutó un diagnóstico del sistema turístico y se pudo concluir que no se encuentra en operación y que es necesario aplicar el plan de reactivación turística recomendado, el cual integra estrategias en los ejes fundamentales para el adecuado funcionamiento de la actividad turística en la parroquia rural como son la estrategias recomendadas para los factores de Órgano Rector, Espacio Geográfico disponible para turismo, operadores de mercado turístico, ofertantes de productos y servicios turísticos y; finalmente, la demanda real y potencial existentes..</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 042393615	<b>E-mail:</b> julio_torres87@hotmail.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana</b>	
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049	
	<b>E-mail:</b> teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec	
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>		
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>		
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>		
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		