



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

TEMA:

**Plan de reactivación turística para el Cantón Alausí, provincia de
Chimborazo.**

AUTORAS:

**Coello Benites María Alejandra
Novoa Fonseca Allison Lissette**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo**

TUTOR:

Ing. Salazar Raymond, María Belén, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

19 de septiembre del 2022



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

CARRERA DE TURISMO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Coello Benites María Alejandra, Novoa Fonseca Allison Lissette como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Turismo.

TUTORA

▸ **Ing. Salazar Raymond, María Belén Mgs.**

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana Ph.D.

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Coello Benites, María Alejandra**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Plan de Reactivación Turística para el Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo**, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, 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 19 días del mes de septiembre del año 2022

LA AUTORA

Coello Benites María Alejandra



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

CARRERA DE TURISMO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Novoa Fonseca, Allison Lissette

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Plan de Reactivación Turística para el Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo**, previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, 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 19 días del mes de septiembre del año 2022

LA AUTORA

Novoa Fonseca Allison Lissette



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Coello Benites, María Alejandra

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 turística para el cantón Alausí, provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del año 2022

LA AUTORA:

Coello Benites, María Alejandra



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**

CARRERA DE TURISMO

AUTORIZACIÓN

Yo, Novoa Fonseca, Allison Lissette

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 turística para el cantón Alausí, provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 días del mes de septiembre del año 2022

LA AUTORA:

Novoa Fonseca, Allison Lissette



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado: **Plan de Reactivación Turística para el Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo**, presentado por las estudiantes Coello Benites María Alejandra, Novoa Fonseca Allison Lissette, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	Plan de Reactivación Turística en el Cantón Alausí, provincia del Chimborazo Coello Benites Novoa Fonseca.docx
Presentado	2022-09-03 21:43 (-05:00)
Presentado por	maria.coello05@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	maria.salazar02.ucsg@analysis.arkund.com
Mensaje	Mostrar el mensaje completo
	0% de estas 317 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

TUTOR

Agradecimiento

Agradezco a Dios por haberme dado la sabiduría necesaria, además de la bendición de contar con una gran familia como lo son mis padres y mis hermanas, los cuales me han apoyado desde el inicio de mi carrera profesional, y me han dado la fuerza para no rendirme a lo largo del trayecto.

Gracias a mi amigo de 4 patas el cual se ha desvelado junto a mí para concluir este proyecto.

Agradezco a mi compañera de tesis quien fue un pilar fundamental para el desarrollo de este trabajo además de ser una gran amiga.

Agradezco a la universidad por haberme regalado grandes compañeros y futuros colegas.

Especial agradecimiento a mis formadores académicos que fueron parte de este impulsó por apasionarme a mi carrera y llenar de conocimientos.

MARÍA ALEJANDRA COELLO BENITES

Agradecimiento

Agradezco primero a Dios por haberme bendecido con una familia que me ha ido guiando a lo largo de mi vida, a mis padres por apoyarme desde el inicio de mi carrera profesional, por estar ahí en cada lección que me ha dado la vida, gracias a ellos soy la persona que soy hoy día, llena de valores y con ganas de superarme cada día. A mi hermana por ser un pilar esencial en la formación de mi vida profesional y ser un gran ejemplo de superación.

Agradezco a mis compañeros y futuros colegas, por regalarme gratos recuerdos que llevare siempre conmigo, especialmente a mi compañera de tesis, con la que he compartido desde el inicio de nuestra formación profesional, y con la que he forjado una valiosa y gran amistad durante estos años. Así mismo a mis amigos más cercanos y a todas las personas que han formado parte de mi vida académica, que gracias a sus consejos y apoyo incondicional me han motivado a no darme por vencida.

Un agradecimiento especial a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, por otorgarme maestros que me han brindado su valioso conocimiento que me será de ayuda a lo largo de mi vida profesional.

ALLISON LISSETTE NOVOA FONSECA

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres Xavier y Carmen, quienes son las personas más importantes esta vida para mí, además que día a día se esforzaron por darme una educación de calidad y se dedicaron a trabajar duro, para que pueda graduarme en una buena universidad.

Dedico este trabajo a mis abuelos quienes ya no se encuentran a mi lado pero que los llevo presente en mi corazón quienes me vieron crecer.

Y a toda mi familia quienes siempre tuvieron fe en mi en alcanzar un logro más.

MARÍA ALEJANDRA COELLO BENITES

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, por ser mis guías a lo largo de mi vida y que con tanto esfuerzo me han ayudado a culminar una etapa más en la vida.

A toda mi familia por estar ahí para aconsejarme y que con su apoyo incondicional me han ayudado a seguir adelante.

ALLISON LISSETTE NOVOA FONSECA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.
TUTOR

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Ing. Alexandra Murillo Paladines, Mgs
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Coello Benites María Alejandra	
Novoa Fonseca Allison Lissette	

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

TUTOR

Tabla de Contenidos

Resumen.....	XXII
Abstract	XXIII
Introducción	2
Antecedentes	3
Problema de Investigación	4
Formulación del problema	5
Justificación.....	5
Objetivo General:	6
Objetivos Específicos:.....	6
Capítulo 1. Marco de investigación	7
Marco Teórico	7
Tipologías del Turismo	7
Turismo Tradicional.....	7
Turismo Alternativo	7
Teoría del Sistema Turístico	7
Modelo del ciclo de vida de los Destinos Turísticos.....	8
Pirámide de Maslow.....	9
Marco Conceptual	10
Turismo	10
Turismo Cultural	10
Turismo rural.....	10
Turismo Comunitario	10
Ecoturismo	10
Servicio Turístico	11
Establecimiento Turístico.....	11
Atractivos Turísticos	11
Superestructura.....	11
Infraestructura	11
Servicio	12
Demanda Turística	12
Comunidad receptora	12

Equipamiento Turístico	12
Pueblitos Mágicos	12
Bioseguridad	13
Video Mapping	13
Pandemia	13
COVID-19	13
Cultura	13
Producto Turístico	13
Destino Turístico	14
Marco Referencial	14
Marco Legal	16
Ley del Turismo	16
Reglamento de la Dirección de Aviación Civil 101 (RDAC).....	19
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Alausí.....	23
La constitución de la república del ecuador	23
Medidas de Bioseguridad en los Atractivos Turísticos.....	24
Capítulo 2. Diagnóstico Actual del Cantón Alausí	25
Ubicación	25
Clima.....	26
Gastronomía	26
Diagnóstico del cantón Alausí basado en el Sistema Turístico de Molina	26
Demanda	29
Superestructura.....	29
Equipamiento e Instalaciones.....	30
Atractivos Turísticos en el Cantón Alausí	31
Comunidad receptora	39
Análisis PESTEL	40
Político	40
Económico.....	40
Social.....	41
Tecnológico.....	41
Ecológico.....	42
Legal.....	42
Análisis FODA.....	43

Capítulo 3. Metodología	46
Método de Investigación	46
Metodología Cualitativa.....	46
Metodología Cuantitativa.....	46
Enfoque de la Investigación	46
Tipo de Investigación	47
Técnicas e Instrumentos de la investigación	47
Encuesta	47
Población y Muestra.....	47
Análisis de las encuestas	49
Principales hallazgos	58
Capítulo 4. Propuesta	59
Referencias	67
Apéndice	71
Apéndice 1. Encuesta.....	71
Apéndice 2. Ficha de propuesta.	75

Índice de Tablas

Tabla 1.	
Parroquias del Cantón Alausí.....	25
Tabla 2.	
Características de las vías de acceso en el cantón Alausí	28
Tabla 3.	
Plantas Turísticas del cantón Alausí	31
Tabla 4.	
Listado de atractivos turísticos del cantón Alausí.....	32
Tabla 5.	
Matriz FODA	44
Tabla 6	
Número de visitantes en los feriados	48
Tabla 7.	
Itinerario programado del día 1	61
Tabla 8.	
Itinerario programado del día 2.....	62
Tabla 9.	
Itinerario programado del día 3.....	62
Tabla 10.	
Estrategia #1 Promoción de los atractivos turísticos por medio de la página web...	63
Tabla 11.	
Estrategia #2 Realizar capacitaciones a la comunidad receptora	64
Tabla 12.	
Estrategia #3 Festivales de música en conjunto con video mapping	65
Tabla 13.	
Estrategia #4 Concurso: video y slogan.....	65
Tabla 14.	
Estrategia #5 Trabajar con influencers.....	66

Índice de Figuras

Figura 1	
Sistema turístico de Molina.....	8
Figura 2	
Representación del ciclo de evolución de un área turística.....	9
Figura 3	
Teoría de Maslow.....	9
Figura 4.	
Ubicación de Alausí en la Zona 3 de SENPLADES.....	25
Figura 5.	
Estacionalidad Turísticas del cantón Alauí.....	29
Figura 6.	
Organigrama del GAD Municipal del cantón Alausí 2022.....	30
Figura 7.	
Cascada de Angas.....	33
Figura 8.	
Sendero del rio Blanco.....	33
Figura 9.	
Río Chanchán.....	34
Figura 10.	
Cascada de Panamá.....	34
Figura 11.	
Lagunas de Ozogoche.....	35
Figura 12.	
Carriles del tren nariz del diablo.....	35
Figura 13.	
Conchas fosilizadas.....	36
Figura 14.	
Camino Inca en Ecuador.....	37
Figura 15.	
Turismo comunitario Tolte.....	37
Figura 16.	
Turismo comunitario Nizag.....	38

Figura 17.	
Centro Histórico de Alausí.....	39
Figura 18.	
Calles pintorescas del centro Histórico	39
Figura 19.	
Cuadro de Pernoctación del Cantón Alausí, Provincia del Chimborazo	48
Figura 20.	
Porcentaje del género de los participantes que forman parte del estudio de mercado	49
Figura 21.	
Edad de los participantes que forman parte del estudio de mercado.	50
Figura 22.	
Estado civil de los participantes que forman parte del estudio de mercado.....	50
Figura 23.	
Ocupación de los participantes que forman parte del estudio de mercado.	51
Figura 24.	
Ciudad de los participantes que forman parte del estudio de mercado.	51
Figura 25.	
Factores que influyen al momento de escoger un destino turístico en Ecuador.	52
Figura 26.	
Compañero ideal de viaje.....	52
Figura 27.	
Tiempo máximo de estadía en el destino.	53
Figura 28.	
Presupuesto que destina para realizar su viaje.	53
Figura 29.	
Región a la que prefiere viajar el visitante.....	54
Figura 30.	
¿Alguna vez ha escuchado sobre el cantón Alausí?.....	54
Figura 31.	
¿Consideraría al cantón Alausí como destino turístico a visitar en los próximos 12 meses?	55
Figura 32.	
¿Ha escuchado sobre el Tren de la Nariz del Diablo?	55

Figura 33.	
¿Sabía usted que actualmente se encuentra cerrado?.....	56
Figura 34.	
¿Le gustaría que la atracción anteriormente mencionada vuelva a reactivarse?.....	56
Figura 35	
A parte de él Tren de la Nariz del diablo, ¿le gustaría que existieran nuevas atracciones en el cantón Alausí	57
Figura 36.	
Atracciones que le llamen mayormente la atención.....	57

Índice de Apéndice

Apéndice 1. Encuesta.....	71
Apéndice 2. Ficha de propuesta.....	75

Resumen

El siguiente proyecto tiene como objetivo general desarrollar un plan turístico para la reactivación turística del cantón Alausí, provincia del Chimborazo, dado que las respectivas autoridades solo se enfocan en un solo atractivo que es el Tren Nariz del Diablo. Dentro del desarrollo de este proyecto se realizó un diagnóstico al cantón con la finalidad de identificar el estado actual de cada uno de los elementos de sistema turístico. Se aplicaron metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa con un enfoque investigativo, y un instrumento de encuestas para la recolección de datos cuyos resultados arrojaron que nuestro mercado potencial desconocía del estado actual de servicio del tren, y además, se encuentra interesado en la implementación de nuevas actividades turísticas de carácter cultural en el destino. Finalmente, se brinda una propuesta que reactive la actividad turística en el cantón Alausí, complementando los atractivos ya existentes con nuevas actividades a realizar, dándole una mejor motivación al turista para visitar el cantón.

Palabras Clave: Pueblito mágico, Turismo comunitario, sistema turístico, reactivación turística, COVID -19, Tren nariz del diablo.

Abstract

The following project has the general objective of developing a tourist plan for the tourist reactivation of the Alausí canton, Chimborazo province, given that the respective authorities only focus on a single attraction, which is the Devil's Nose Train. Within the development of this project, a diagnosis was made to the canton in order to identify the current state of each of the elements of the tourism system. Qualitative and quantitative research methodologies were applied with an investigative approach, and a survey instrument for data collection whose results showed that our potential market was unaware of the current state of train service and is also interested in the implementation of new tourist activities of a cultural nature in the destination. Finally, a proposal is provided that reactivates the tourist activity in the Alausí canton, complementing the existing attractions with new activities to be carried out, giving tourists a better motivation to visit the canton.

Keywords: Magic town, Community tourism, tourism system, tourism reactivation, COVID -19, Devil's Nose Train

Introducción

El turismo se considera un método eficaz para reducir la pobreza en algunas comunidades indígenas y rurales (Croes, 2014; Leo, 2019), proporciona empleos en sus diversas actividades, así como oportunidades para vender productos locales (Carter, Schmidt, & Hirons, 2015; Lee, 2013). El turismo basado en la comunidad ha sido ampliamente identificado por su capacidad para mejorar las economías locales, y se ha introducido en diversos países (Dodds, Ali, & Galaski, 2018).

Alausí es un cantón que se caracteriza por su turismo comunitario, este permite prestar servicios turísticos a los extranjeros y locales; el turismo comunitario, según Cañada (2012), es un tipo de turismo en el que la población rural, principalmente pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus diversas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. (p. 98)

A causa de la pandemia el sector turístico se vio paralizado en todo el mundo, dejando como resultado un alto índice de desempleo en el país, puesto que, en el año 2019, el turismo se ubicaba en el tercer puesto como uno de los principales ingresos económicos a nivel nacional, después del banano y el camarón; para este año se estima que el sector turístico se encuentra ubicado en el sexto lugar, dejando de ser una de las principales fuentes de ingresos y empleos en el país.

Actualmente se puede observar un incremento en el sector turístico gracias a los feriados y a la disminución en las restricciones de las medidas sanitarias, y a esto se le suma también el turismo local que ha ido generando una ganancia de aproximadamente 217 millones de dólares, superando los datos antes de la crisis sanitaria, aunque son datos alentadores no se puede decir que el sector turístico se reactivado al cien por ciento.

Con el presente trabajo se busca implementar un plan de reactivación turística en el cantón Alausí, provincia del Chimborazo, y de esta forma disminuir la tasa de desempleos en el país, reactivando el sector turístico e incrementando la economía en la población.

Antecedentes

En el lenguaje jibaro Alausí se traduce como ‘Cosa de gran estima y querida’, cuenta con 10 parroquias; una urbano y nueve rurales, con un total de 189 comunidades, fue una de las primeras poblaciones que los españoles fundaron en esta región. Y gracias a la independencia en el año de 1820, Alausí proclamó su libertad política.

Actualmente, en el 2004 fue condecorada como Patrimonio Nacional, por ser poseedora de los cinco patrimonios del Ecuador, entre estos el turismo ferroviario, cultural, natural, arqueológico y arquitectónico. El cantón Alausí se caracteriza por mantener una importante cultura ancestral, puesto que la mayoría de sus pobladores aún conservan la lengua Quichua y sus habitantes continúan con la tradición de la confección de shigras; estas artesanías son hilos de fibra de cabuya el cual es una planta que se siembra en la misma comunidad y para ser cosechada se debe esperar aproximadamente de 10 a 15 años una vez culminado su ciclo son cortadas y finalmente procesadas para llevar a cabo la elaboración de bolsos de diferentes tamaños y con colores intensos.

Cuenta con uno de los pisos climáticos más diversos ya que es el punto exacto en donde se une el clima cálido de la costa y el frío de la sierra; esto lo vuelve único y especial en comparación a los demás cantones.

La arquitectura de la Alausí la hace especial por su estilo colonial y republicano donde sus calles estrellas llenas de adoquines y balcones decorados con flores le da una vibra de mucha tranquilidad y paz. Su paisaje lleno de naturaleza ya que cuenta con una amplia variedad de flora y fauna, así como cascadas que hacen que te pierdas en él; siendo así un pueblito mágico; Según secretaria de turismo ‘Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que te emanan en cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.’

La urbe ferroviaria se encuentra en el corazón de Alausí, la construcción del ferrocarril inició en 1873 en el periodo del ex presidente Gabriel García Moreno con la ruta Yaguachi-Milagro en la Costa; en 1902 en el mandato de Eloy Alfaro Delgado se retomó la construcción de la obra en lo que hoy conocemos como la nariz del diablo, el cual se le conoce como el tren más difícil del mundo, se le atribuye así debido a la

cantidad de obreros que murieron durante la construcción; en junio de 1908 concluye su construcción.

Antes de la crisis sanitaria, la empresa ferrocarriles del Ecuador tenía el 60% de los ingresos económicos del cantón ya que estos eran generados por los turistas locales y en que su gran mayoría eran extranjeros, el cual su principal motivación era ir a la atracción turística la nariz del diablo, actualmente esto ya no es posible, debido a la pandemia del COVID 19, en el año 2020 la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador tuvo que cerrar sus puertas; por otro lado según datos de Ministerio de Turismo hay un registro de 456.634 llegadas de extranjeros, demostrando un decremento del - 70,25% con respecto al año anterior 2019.

Por eso es necesario crear un plan de reactivación turística del cantón Alausí, para que de esta manera incrementar la economía en esta localidad.

Problema de Investigación

El cantón Alausí se vio afectado por la pandemia de COVID-19 en el año 2020, en donde se registró el primer contagio en la ciudad de Guayaquil de una mujer de 71 años que arribo desde Madrid, España al territorio ecuatoriano el 14 de febrero del 2020, pero no fue hasta el 29 de febrero que el Ministerio de Salud Pública del Ecuador realizó el anuncio oficial del primer caso confirmado en el país.

El 22 de marzo del 2020 se presentaron los primeros casos de COVID-19 en el cantón, debido al contagio al que se expuso el personal de salud de la parroquia de Sevilla y del hospital móvil de la parroquia Matriz-Alausí; por consecuente el 6 de abril del 2020 se declaró en emergencia sanitaria toda la población alauseña por un lapso de 60 días, el cual se fue prolongando debido al aumento de casos en el cantón.

Dentro de las recomendaciones de los organismos rectores de Salud y resoluciones del COE nacional y COE cantonal, a ser aplicadas en el territorio del cantón Alausí, como medidas preventivas frente a la pandemia por COVID-19, están relacionadas al confinamiento, restricción de la movilización de personas y uso estricto de las medidas de bioseguridad, lo que origina que muchas personas que viven de su trabajo diario en los diferente emprendimientos, se vean totalmente inhabilitadas para generar recursos, así como también muchos artesanos, emprendimientos de la cadena de turismo y productores agropecuarios, paralicen sus actividades por seguridad para no ser contagiados por el virus, lo que conlleva a serios problemas socioeconómicos y

los vuelve sumamente vulnerables ya que al no poder generar los recursos mínimos para sobrevivir se convierte en un destino vulnerable (Carrión, 2020).

Gracias a la implementación ferroviaria en el cantón, se estima que llegaban 200 visitantes diarios, entre turistas nacionales e internacionales, esto incentivaba a los pobladores a poner negocios de artesanías, restaurantes, comercio y alojamientos turísticos. Sin embargo, por la paralización que hubo en el país por la pandemia, trajo como resultado el cierre de la ruta Nariz del Diablo, lo que ocasionó un gran declive en la economía del cantón Alausí, ya que una gran parte de su economía era impulsada por el turismo.

Actualmente el gobierno ha tratado de reactivar este atractivo turístico que se vio afectado por la pandemia, pero sus esfuerzos por reactivarlo han sido en vano, puesto que la propuesta que debían ponerla en marcha a mitad del año del 2022 se vio pospuesta para principios del 2023.

Formulación del problema

¿Cuáles son las estrategias que deben aplicarse al cantón Alausí para su reactivación turística?

Justificación

Alausí, es uno de los cantones con más extensión territorial de la provincia del Chimborazo, este cantón ha sido caracterizado por su cultura e historia, y fue declarado en el 2019, como Pueblito Mágico; esta categorización se otorga a las localidades que preservan su valor y herencia cultural intacta a través de los tiempos, al obtener esta categoría en el destino no solo se volvió uno de los sitios más visitados en el país por los locales, sino que también por los extranjeros.

En los tiempos antes de pandemia, el ferrocarril de Alausí fue de gran importancia ya que se estima que 60% de los ingresos económicos del cantón eran generados por los turistas que se transportaban en el tren, actualmente esto ya no es posible, debido a la pandemia del COVID 19, en el año 2020, la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador tuvo que cerrar sus puertas. La paralización de la actividad Turística en el cantón no solo afectó al sector Hotelero sino también a los negocios locales que se beneficiaban de esta. En el presente los habitantes de la localidad siguen esperando la reactivación tanto turística como hotelera.

Por lo tanto, es necesario crear un plan de reactivación Turística para el cantón de Alausí, de la cual la comunidad local se verá beneficiada con la afluencia de turistas tanto locales como extranjeros.

Objetivos

Objetivo General:

- Desarrollar un plan turístico para la reactivación de los atractivos del cantón Alausí, provincia de Chimborazo.

Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico de la oferta de atractivos turísticos del cantón Alausí para su reactivación.
- Determinar el mercado potencial y preferencias de los turistas en los atractivos del cantón Alausí.
- Elaborar una propuesta para potenciar al cantón Alausí como un pueblito mágico.

Capítulo 1. Marco de investigación

Marco Teórico

Para una mejor comprensión del presente trabajo, se ha desarrollado una búsqueda exhaustiva de diferentes teorías, basadas en la investigación a desarrollar; que serán mencionadas a continuación.

Tipologías del Turismo

Según Ivanova y Ibáñez (2012), “toda actividad turística se debe clasificar en relación con el componente espacial, temporal o incluso de acuerdo con el propósito del viaje. Cada modalidad turística engloba un grupo amplio de actividades”

Turismo Tradicional

Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicio sofisticados. Las actividades que mayormente lo caracterizan son la visita a playas y grandes destinos turísticos o bien, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades (Ibáñez & Ivanova, 2012).

Turismo Alternativo

Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Esta modalidad de turismo está conformada por actividades que en su nombre indican su característica principal; turismo cultural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cinegético, entre otros (Ibáñez & Ivanova, 2012).

Teoría del Sistema Turístico

El sistema turístico tiene algunas teorías desarrolladas como por ejemplo la teoría de Boullón en donde el sistema turístico *“se inicia en el encuentro de la oferta con la demanda a través de un proceso de venta del producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector”* (Boullón, 2006: 32)

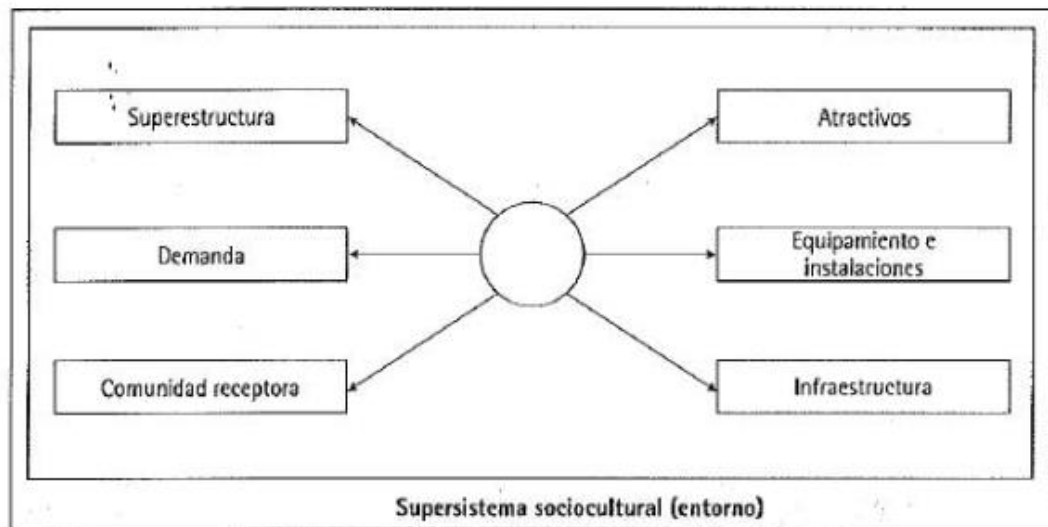
Además, se puede encontrar el sistema turístico de Beni que es uno de los más conocido en Brasil. Según Beni (2000), la configuración del sistema turístico surgió

de la necesidad de explicar a los alumnos las relaciones existentes entre el turismo y las otras disciplinas y actividades humanas.

De acuerdo con Molina (1991) 'El turismo esta poco desarrollado, en especial en América Latina'. Este sistema se conforma por un conjunto de partes o subsistemas, que se relacionan para lograr un objetivo en común; también cabe destacar que Molina el único que toma en cuenta a la comunidad receptora como parte fundamental del desarrollo de la actividad en el destino.

Figura 1

Sistema turístico de Molina.



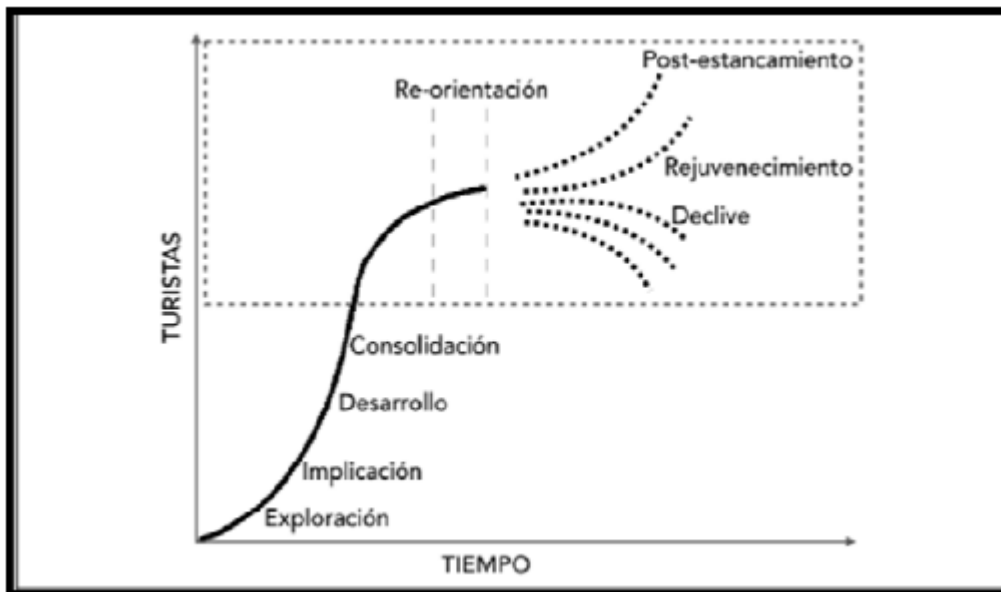
Nota. Tomado del sistema turístico de Molina (1991)

Modelo del ciclo de vida de los Destinos Turísticos

El ciclo inicia con una fase de exploración en la que aparecen los primeros viajeros, que son aquellos pioneros atraídos por la belleza del destino. A esta etapa le sigue una fase de implicación en la que el sector privado y los agentes administradores del destino reaccionan ante la llegada de estos visitantes y empiezan a desarrollar una incipiente infraestructura turística. Consecuentemente aparece la fase de desarrollo, el destino ya es reconocido, la oferta está plenamente desarrollada y se observa una intervención clara de la administración. En la fase de consolidación, el destino alcanza niveles récord de demanda, disminuye el ritmo de crecimiento y termina por estancarse. Es a partir de esta etapa cuando se pueden suceder diferentes trayectorias, lo cual dependerá de la gestión que realicen los agentes locales ya sean públicos o privados (Castillo, Sánchez, & Vargas, 2017).

Figura 2

Representación del ciclo de evolución de un área turística.



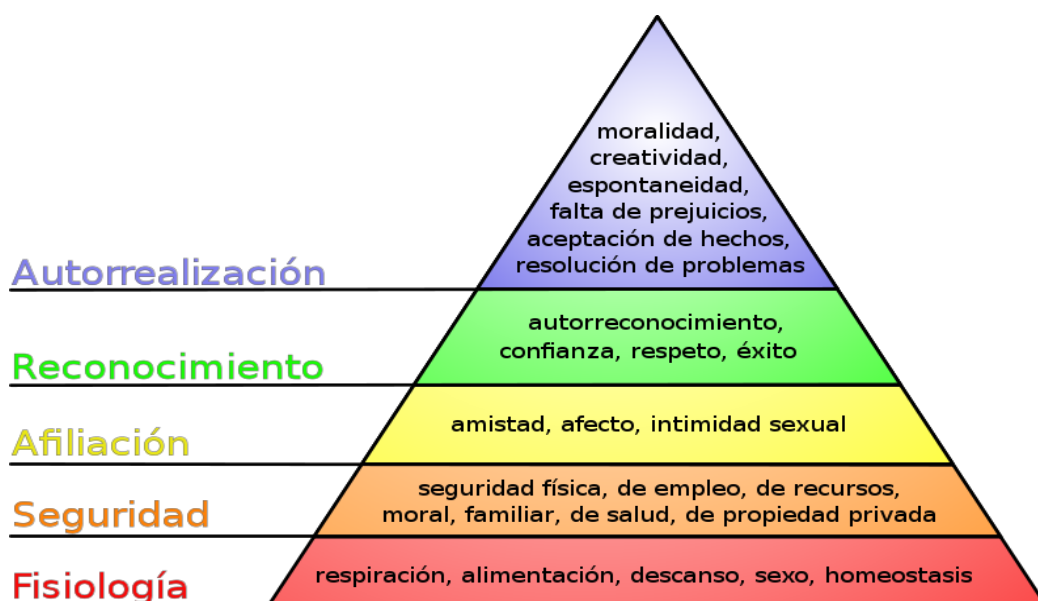
Nota. Es un modelo evolutivo y dinámico debido a los cambios que de manera conjunta generan la oferta y demanda. Tomado de Butler (1980)

Pirámide de Maslow

Esta pirámide presentada en el año de 1943 por el psicólogo Abram Maslow en su libro 'A theory of Human Motivation' que cubre previamente las necesidades que debe tener un proyecto antes de su realización para que este tenga éxito.

Figura 3

Teoría de Maslow



Nota. Tomado de teoría de Maslow (1943)

Marco Conceptual

Turismo

Según la OMT (1990) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”.

Turismo Cultural

Según Santana (2003) en su definición de turismo cultural indica lo siguiente:

El turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura ya que se pueden escoger elementos de cualquier cultura y pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico. (p. 31)

Turismo rural

El turismo rural es una alternativa de desarrollo que, por su condición de artesanal, no es masificado y genera empleo a los campesinos en su propia comunidad, diversifica la oferta turística de un país, colaborando en la conservación del patrimonio natural y cultural de las regiones desfavorecidas económicamente en función de ingresos a partir de acciones productivas (Garduño, Guzmán, & Zizumbo, 2009, p. 26).

Turismo Comunitario

Es un tipo de turismo que se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales, como alternativa económica de las comunidades, pueblos o nacionalidades indígenas, pueblos afroecuatorianos, pueblos montubios o comunas, propias de un territorio, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales (Rojas & León, 2020).

Ecoturismo

El ecoturismo es una actividad que combina la pasión por el viaje con la preocupación por el ambiente. Los expertos que han tratado el tema sugieren como objetivos del ecoturismo la sostenibilidad, la conservación y la participación de la comunidad local. Además, le atribuyen la capacidad de permitir alcanzar los objetivos

del desarrollo sostenible en las regiones con potencialidades ecoturísticas (Vanegas, 2006).

Servicio Turístico

El servicio turístico está directamente mandado a satisfacer la corriente turística, cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a la rutina, para así satisfacer la demanda turística en cualquier ámbito hotelero o no hotelero (Antonietti, 2017).

Establecimiento Turístico

Se consideran establecimientos turísticos a las instalaciones abiertas al público en general, que prestan servicios y actividades turísticas y están acondicionados de conformidad con la normativa según el caso que corresponda, ofreciendo diversos servicios al turista (Rojas & León, 2020).

Atractivos Turísticos

Según Navarro (2015), los atractivos turísticos son representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos en contemplación, interpretación, participación para facilitar la experiencia turística.

Superestructura

Está integrada por organismos públicos, privados y del tercer sector que tienen por objeto planificar y coordinar el funcionamiento del sistema turístico. El sector público incluye organismos gubernamentales vinculados de manera directa con la actividad como los Organismos Municipales de Turismo y demás organizaciones públicas de jurisdicciones provinciales y nacionales, y también organismos vinculados de manera indirecta como Secretarías de Cultura, Deportes o Producción (Varisco, 2013).

Infraestructura

La infraestructura general es la base para que un destino se encuentre en condiciones que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa. Por su parte la infraestructura turística como se mencionó permite el desarrollo turístico, es por ello por lo que deben existir planes estratégicos y gestiones para que cada destino mantenga dicha infraestructura de modo que el turista disfrute y se sienta cómodo de acuerdo con las instalaciones o servicios que este requiera (Ramírez, 2015).

Servicio

Según Lohmann; Panosso (2012) ‘Son aquellos inmuebles que necesita un turista de manera fundamental al momento de viajar; y los servicios complementarios, que no intervienen directamente con el turista, pero son necesarios.’

Demanda Turística

Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. Está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios (Socatelli, 2013, p. 7).

Comunidad receptora

Se trata de los residentes locales que de manera directa (como los prestadores de servicios turísticos) o de manera indirecta (población en general o recurso humano de diversas empresas) tienen contacto con la comunidad turística (Lohmann & Panosso, 2012).

Equipamiento Turístico

Según Albornoz (2017), el equipamiento turístico básico está compuesto por alojamiento, restaurantes y las actividades complementarias se evaluará si están en condiciones necesarias para el servicio turístico.

Pueblitos Mágicos

El Programa de Desarrollo de Localidades Pueblos Mágicos Ecuador -4 Mundos, es el resultado de una alianza con SECTUR de México que bajo los lineamientos del programa inicial mexicano, se orienta de manera específica a la identificación y puesta en valor de las poblaciones que cuentan con potencial turístico, es decir que cumplen las condiciones necesarias básicas para el desarrollo de esta actividad, por tal razón se convierte en un programa que fomenta la competitividad y facilita la implementación de acciones de fortalecimiento en el ámbito turístico, considerando que el cumplimiento de estas condiciones básicas afianzan las iniciativas de inversión pública y privada (MINTUR, 2021).

Bioseguridad

La bioseguridad es un conjunto de normas y medidas para proteger la salud del personal, frente a riesgos biológicos, químicos y físicos a los que está expuesto en el desempeño de sus funciones, también a los pacientes y al medio ambiente (OMS, 2005).

Video Mapping

El video mapping utiliza a la ciudad como superficie de proyección. Se desarrolla sobre las fachadas de edificios o en espacios urbanos públicos, con fin de convertir estos espacios arquitectónicos en superficies dinámicas. De esta manera, el arte digital comienza a irrumpir y modificar la ciudad, que ya no es simplemente el lugar físico donde se desarrolla el arte, sino que comienza a ser parte de este (Piantanida, 2014).

Pandemia

Una pandemia es la afectación de una enfermedad infecciosa de los humanos a lo largo de un área geográficamente extensa, es decir, que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región. El vocablo que procede del griego pan, todo y demos, pueblo, expresión que significa reunión de todo un pueblo (Avila, 2020).

COVID-19

Según el informe The American Thoracic Society (2020), el COVID-19 es una nueva forma de la enfermedad del Coronavirus, la cual se debe al nuevo virus SARS-CoV2 que causa una infección aguda con síntomas respiratorios

Cultura

De acuerdo con el autor Jose Ron (1977) "la cultura es todo complejo que comprende el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, la ley, la costumbre y otras facultades y hábitos adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad"p.13.

Producto Turístico

Un producto turístico es "una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales

de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital" (World Tourism Organization, 2022)

Destino Turístico

Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado (World Tourism Organization, 2022)

Marco Referencial

Para el marco referencial se ha realizado una investigación de casos similares de acuerdo con el tema en referencia.

De acuerdo con la investigación realizada por Armanza (2019), en el diseño de un plan de marketing turístico digital para la parroquia Huigra, cantón Alausí, provincia de Chimborazo, se concluyó que la correcta aplicación de herramientas del marketing digital planteadas, junto a una buena cultura de turismo fomentado en la población huigreña, permitiría el incremento de turistas en la parroquia, y con ello contribuiría enormemente a dinamizar la economía de Huigra y sus alrededores. Aquello será un ciclo cerrado puesto que, al ingresar un mayor flujo de dinero, la parroquia podrá tener un presupuesto más elevado que se destine al desarrollo turístico de Huigra.

Por otro lado, según la investigación desarrollada por Rodas (2021), era importante conocer el estado actual de la actividad turística del cantón Alausí, así como la gestión estratégica que realiza el GAD Municipal de Alausí en lo referente al turismo, para posteriormente desarrollar una propuesta estratégica que impulse y mejore la actividad turística y económica del cantón, concluyó que el marketing es eficaz para promocionar un producto y servicio turístico, empresarial e industrial. También que los turistas potenciales del cantón Alausí están dispuestos a visitar los lugares turísticos naturales: la nariz del Diablo, la laguna de Ozogoché, la iglesia matriz y la loma de Lluglly, en compañía de amigos y familiares siempre y cuando estos cuenten con las medidas de bioseguridad.

De la misma forma, en la investigación efectuada por Rosmery (2020) cuyo objetivo general era determinar la relación entre la reactivación del turismo y el bienestar económico de las empresas del centro artesanal Cusco, concluyó que la reactivación del turismo en las empresas del centro artesanal Cusco correspondiente al año 2020 era buena, esto de acuerdo al cuestionario aplicado durante la investigación, es decir que la percepción de los empresarios del centro artesanal del Cusco, es buena en relación a la reactivación económica, ya que esta reactivación ha sido positiva, pero no de la manera establecida, los empresarios manifestaron que si bien es cierto la reactivación del turismo ha generado que tengan la visita de turistas , ya no es la misma en vista que solo son nacionales y por ende las ventas no son las mismas.

No obstante, en el proyecto realizado por León & Salinas (2016), su objetivo principal era determinar las causas que impiden el desarrollo del cantón Santa Isabel; puesto que posee grandes paisajes y atractivos turísticos que no han sido descubiertos por el turista ya que no cuenta con la promoción correcta para que este lugar se convierta en un destino altamente potencial, obtuvo como resultado que Santa Isabel es conocido por la mayoría de los encuestados los cuales habitan en la Ciudad de Cuenca pero no cuentan con mayor información sobre la misma. Se deben accionar campañas publicitarias utilizando diferentes medios de comunicación para llegar con un mensaje claro sobre todos los atractivos que se pueden encontrar, los resultados obtenidos nos indican que gran parte de los encuestados están dispuestos a invertir tiempo y dinero para conocer este cantón, que tienen toda la predisposición del caso y que quizás no lo han hecho antes por la ya citada falta de información turística, los índices que se determinaron en el estudio de mercado pueden ser incrementados notablemente con el trabajo diario en materia turística .

Conforme a la investigación efectuada por Peralvo (2021), tiene como objetivo principal, la reactivación del sistema turístico de la provincia de Tungurahua y específicamente del cantón Quero, en base a un planeamiento de Marketing Digital, todo esto debido a la pandemia del COVID-19 que daño los sistemas y bases del turismo en cada uno de los cantones, que se dio con el cierre de una gran parte de establecimientos turísticos, y por consiguiente la pérdida de turistas y la economía. Busca crear estrategias que permitan la promoción correcta de los establecimientos en los cantones de la provincia de Tungurahua y del cantón Quero, por medio de las redes que serán el medio por el cual los atractivos tanto, naturales, culturales, gastronómicos y sociales, puedan llegar a las personas, que finalmente se espera que busquen y

disfruten de cada destino. Se llegó a la conclusión de que hoy en la actualidad es evidente el uso de las redes sociales para gestionar un producto, este caso, un servicio turístico, es obligatoriamente necesario, es decir, que se crea un plan de marketing digital para la promoción correcta y directa hacia los turistas. Un plan de marketing esta generado por medios tecnológicos usando herramientas como lo son las 55 redes sociales como “Facebook”, “Instagram”, y “Tiktok”, que tienen millones de usuarios a nivel mundial y son redes que generan altísimos grados de popularidad en el mundo, estas redes permiten las publicaciones de imágenes videos, etc. Esto puedo ser visualizado por millones de personas que pueden revisar la información posteada e interesarse por este tipo de contenido, y así poder llegar rápidamente a más turistas que quieran conocer los destinos del Ecuador y sobre los destinos de la provincia de Tungurahua.

Marco Legal

Para la reactivación turística del cantón Alausí es necesario tomar en cuenta los diferentes reglamentos y leyes que se sustentan el presente trabajo, a continuación, se mencionará las siguientes:

Ley del Turismo

Según la Ley de Turismo, determinada por el (Ministerio del Turismo, 2014) se establece lo siguiente:

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios (p. 1).

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización (p. 1).

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno (p. 1).

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país (p. 2).

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de

actividades y por una sola vez en el Ministerio de turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley (p. 2).

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos (p. 3)

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría (p. 4)

Según la Ley de Turismo, determinada por el (Ministerio del Turismo , 2015), se establece lo siguiente:

Art. 6.- De la planificación. - Le corresponde exclusivamente al Ministerio de Turismo planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo. La planificación en materia turística a nivel nacional es de cumplimiento obligatorio para los organismos públicos y referencial para los privados. La formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos podrá realizarse a través de la descentralización (de competencias) y desconcentración (de funciones) o contratación con la iniciativa privada de las actividades materiales (p. 4)

Art. 8.- Del control. - A través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos (p. 4)

Art. 14.- Actividades específicas cuyo ejercicio puede ser contratado con la iniciativa privada. - De acuerdo con lo establecido en el artículo 18 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo podrá contratar con la iniciativa privada la prestación de los siguientes servicios técnicos y administrativos:

- a) La determinación de la clasificación y categoría que le corresponde a cada establecimiento;
- b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;
- c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;
- d) Los centros de información turística;
- e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios;
- f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias (p. 5)

Reglamento de la Dirección de Aviación Civil 101 (RDAC).

De acuerdo con (Dirección General de aviación Civil, 2019), se consideran los siguientes reglamentos:

101.3 Permisos Ninguna persona puede efectuar operaciones que requieran una desviación de esta Sección excepto que cuente con un permiso emitido por la Autoridad Aeronáutica competente (p. 2)

101.5 Operaciones en áreas prohibidas, restringidas o peligrosas Ninguna persona puede operar un globo fijo, una cometa, un cohete no tripulado, o un globo libre no tripulado, en un área prohibida, restringida o peligrosa, excepto que cuente con un permiso de la Autoridad Aeronáutica competente (p. 2).

101.15 Requisitos de Notificación Ninguna persona puede operar un globo fijo o cometa sin la debida protección a más de 45,72m (150 pies) sobre la superficie de la tierra, salvo que, con una anticipación no menor a 72 horas del comienzo de la operación, se obtenga el permiso de la Autoridad Aeronáutica competente, cuya solicitud incluirá la siguiente información:

- a) El nombre y dirección de los propietarios y operadores.
- b) El tamaño del globo o el tamaño y peso de la cometa. 33
- c) La localización de la operación.
- d) La altura sobre la superficie de la tierra en la cual el globo o la cometa va a ser operado.
- e) La fecha, hora y duración de la operación. (p. 2)

101.17 Requisitos de Iluminación y Marcas

a) Ninguna persona puede operar un globo fijo o cometa entre la puesta y la salida del sol, salvo que el globo o cometa y sus líneas de amarre estén

iluminadas, para brindar una advertencia visual similar a la requerida en estas Regulaciones; y,

b) Ninguna persona puede operar un globo fijo o cometa entre la salida y puesta del sol, salvo que las líneas de amarre tengan banderines de colores sujetos a la misma, a un intervalo de no mayor de 15,24 m (50 pies) comenzando a los 45,72 m (150 pies) sobre la superficie de la tierra y que puedan observar por lo menos a 1852 m (1 nm de distancia) (p. 3)

101.19 Dispositivo de Desinflado Rápido Ninguna persona puede operar un globo fijo salvo que tenga un dispositivo que lo desinflen rápida y automáticamente si se suelta de su amarre. Si el dispositivo no funciona adecuadamente el operador notificará inmediatamente a la estación de ATC más próxima, la ubicación, la hora de escape y la trayectoria estimada de vuelo del globo. (p. 2)

101.29 Aplicabilidad Esta Sección se aplica a la operación de los globos libres no tripulados. Sin embargo, una persona que opera un globo libre no tripulado dentro de un área determinada debe cumplir solamente con la Sección 101.33 literales (d) y (e) y con las limitaciones adicionales que sean impuestas por la Autoridad Aeronáutica competente (p. 1).

101.33 Limitaciones de Operación Ninguna persona puede operar un globo libre no tripulado:

a) Por debajo de los 609,60 m (2000 pies), sobre la superficie de la tierra y dentro de los límites de las áreas de clase B, clase C o clase E designadas para un aeropuerto, salvo que cuenten con una autorización de la Autoridad Aeronáutica competente.

b) A cualquier altitud donde las nubes o los fenómenos de oscurecimiento imperantes tengan más de 5 / 10 de cobertura.

c) A cualquier altitud debajo de los 18,288 m (60.000) pies de presión altitud estándar, cuando la visibilidad horizontal sea inferior a 8000m (4.32 nm).

d) Durante los primeros 304,8 m (1000 pies) de ascenso, sobre un área congestionada de la ciudad, pueblo, o fincas o sobre una reunión de personas al aire libre no asociadas con la operación.

e) De una manera tal que el impacto de los globos o las partes allí citadas, incluyendo su carga de paga, con las superficies, origine un peligro para las personas o la propiedad no asociadas con la operación. (p. 4)

101.35 Requisitos de Equipos y Marcaciones

a) Ninguna persona puede operar un globo libre no tripulado salvo que:

1. Esté equipado por lo menos con dos sistemas de corte de carga de paga o dispositivos que operan independientemente uno de otro. 35

2. Por lo menos dos métodos, sistemas o dispositivos o una combinación de los allí citados, que funcionen independientemente uno de otro, son empleados para demarcar el vuelo del velamen del globo.

3. El velamen del globo esté equipado con un dispositivo o material refractario al radar que presente un eco en la superficie del radar cuando éste opere en un rango de frecuencia de 200 hasta 2700 Mhz.

b) El operador activará los dispositivos adecuados requeridos por los párrafos (a) (1) y (2) de esta Sección cuando las condiciones meteorológicas sean inferiores a las prescritas para la operación de acuerdo con esta Parte, o si por un mal funcionamiento o por cualquier otra razón se transforma en una situación peligrosa para el tráfico aéreo o para las personas y propiedades sobre la superficie

c) Ninguna persona puede operar un globo libre no tripulado debajo de los 18,288 m (60.000 pies) de altitud de presión estándar entre la puesta y la salida del sol. Salvo que el globo y sus sujeciones y carga de paga, ya sea que se separen o no durante la operación, estén equipadas con luces que sean visibles por lo menos a 8000 (4.32 nm) y tenga una frecuencia de destello de por lo menos 40 y no más de 100 ciclos por minuto.

d) Ninguna persona puede operar un globo libre no tripulado que esté equipado con una antena colgante y que requiera una fuerza de impacto de más de 22,68 Kg (50 libras) para romperla en cualquier punto, salvo que la antena tenga banderines y que estén colocados a no más de 15,24 m (50 pies) y que se observen por lo menos a 1852 m (1 nm de distancia). 36

e) Ninguna persona puede operar entre la salida y puesta del sol, un globo libre no tripulado que esté equipado con un dispositivo en suspensión (distinto a un paracaídas abierto y coloreado, con más de 15,24 m (50 pies de longitud), a menos que el artefacto suspendido esté coloreado con bandas alternadas o con colores resaltantes (rojo o anaranjado) o tenga colocados banderines de tela, que puedan ser observados por lo menos a 1852 m (1 nm). (p. 1)

101.37 Requisitos de Información a) Notificación de prelanzamiento: Excepto como se dispone en el párrafo (b) de esta Sección, ninguna persona puede operar un globo libre no tripulado salvo que haya obtenido el permiso de la Autoridad Aeronáutica y que dentro de las 12 horas antes de comenzar la operación, se proporcione la siguiente información al ATC que este más cercana al lugar en el cual se intenta operar.

1. La identificación del balón.
2. La fecha y tiempo estimado de lanzamiento, corregida cuando sea necesario para que permanezca acotada en un intervalo de 30 minutos.
3. La ubicación del lugar de lanzamiento.
4. La altitud de crucero.
5. La trayectoria programada y el tiempo estimado para alcanzar la altitud de crucero o 60000 pies de presión altitud estándar, cualquiera que sea menor.
6. La longitud y el diámetro del globo, la longitud del dispositivo en suspensión, del peso de la carga de paga, y la longitud de la antena colgante.
7. La duración prevista del vuelo. 37
8. El tiempo pronosticado y la ubicación del lugar de impacto con la superficie de la tierra

b) Para las investigaciones de perturbaciones cósmicas o solares que involucran un elemento como tiempo crítico, la información en el párrafo (a) de esta Sección será dada dentro de los 30 minutos hasta las 24 horas antes de comenzar la operación.

c) Aviso de cancelación: Si se cancela la operación, los operadores que tienen el propósito de efectuar la operación, notificarán inmediatamente al ATC que haya sido notificado; y,

d) Aviso de lanzamiento: Cada persona que opere un globo libre no tripulado notificará al ATC más cercano la hora de lanzamiento inmediatamente después de que el globo haya sido lanzado. (p. 5)

101.39 Informe de la Posición de los Globos

a) Cada persona que opera un globo libre no tripulado deberá:

1. Salvo que el ATC lo requiera de otra manera, monitorear el curso del globo y registrar su posición por lo menos cada 2 horas.
2. Proporcionar oportunamente la posición del globo solicitada por el ATC.

b) Una hora antes de comenzar el descenso, cada persona que opera un globo libre no tripulado dará a la estación de ATC más próxima la siguiente información relacionada con el globo:

1. La posición geográfica actual.
2. La altitud.
3. La hora estimada de penetración a 18,288 m (60.000 pies) de presión altitud estándar (si corresponde).
4. La trayectoria prevista del vuelo.
5. La hora y ubicación prevista del impacto con la superficie de la tierra.

c) Si el informe de la posición no es registrado durante un período de 2 horas de vuelo, las personas que operan un globo libre no tripulado notificarán inmediatamente al ATC más próxima. El informe contendrá la última posición registrada y cualquier posición de la trayectoria prevista. El ATC notificará inmediatamente cuando se restablezca el seguimiento del globo.

d) Cada persona que opere un globo libre no tripulado notificará al ATC más próximo cuando finalice la operación. (p. 1)

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Alausí

De acuerdo con el Art. 6, de las Paradas, literal m) de las operadoras de turismo, se establece:

lunes a domingo las operadoras de turismo para dejar y recoger a los señores turistas lo realizaran en la avenida 5 de junio, a partir del BANECUADOR, sentido sur hacia el parque Eloy Alfaro. En el caso de existir una sobredemanda que no pueda ser abastecida en este sector, las operadoras deberán estacionarse en la calle Colombia. (p. 6)

La constitución de la república del ecuador

Del **Art. 66.-** Literal 2. “el derecho a una vida digna que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido seguridad y otros servicios sociales necesarios” (Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, 2013).

Del **Art. 383.-** Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de

la personalidad (Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, 2013).

Medidas de Bioseguridad en los Atractivos Turísticos

A causa de la reciente pandemia los turistas buscan opciones de atractivos que cumpla con las correctas medidas de bioseguridad, debido a que luego de casi dos años de pandemia y de estar en confinamiento el turista se vio en la necesidad de querer salir de sus hogares, y a medida que los gobiernos disminuían las restricciones en los destinos, estos se vieron en la necesidad de imponer estas medidas de bioseguridad, para cuidar la salud y evitar la propagación del virus.

Es por esto por lo que el personal del Centro de Turismo Comunitario registra un compromiso escrito, verbal o de mutuo acuerdo con los directivos o encargados del emprendimiento de turismo previo al ingreso, en donde se compromete a informar en caso de presentar síntomas él/ella o su núcleo familiar cercano sospechosos o prueba confirmatoria de COVID'19 (Rojas & León, 2020, p. 9).

El emprendimiento de turismo comunitario proporcionará información de manera visible las medidas preventivas como higiene de manos (lavado de manos y/o uso de gel de base de concentración alcohólica del 70 %) y uso de mascarilla. Toma de temperatura y registro de todo el personal. Uso obligatorio de mascarilla, lavado de manos y uso de gel de base de concentración alcohólica del 70 % a todo el personal que forma parte del Centro de Turismo Comunitario (Rojas & León, 2020, p. 9).

Las actividades turísticas deben garantizar el cumplimiento de lineamientos específicos en cada una de sus tipologías. Contar con un plan preventivo para evitar contagio de enfermedades es indispensable para ofrecer al turista cualquier tipo de actividad, garantizándole a su vez medidas de seguridad durante la realización de recorridos. Si la actividad se realiza en instalaciones ajenas a la empresa; con antelación a la actividad se deben solicitar los protocolos de bioseguridad pertinentes con la finalidad de prevenir el contagio del SARS-Cov-2 a dichas instalaciones o lugares de visita. Se debería incluir a los guías de turismo locales que viven en comunidades y que trabajan en Áreas Protegidas, la empresa turística que realizará actividades en estos sitios deberá capacitarlos para que puedan manejar grupos y tengan los conocimientos y protocolos de bioseguridad que deberá implementar durante su interacción con los turistas (Rojas, León, & Torres, 2020).

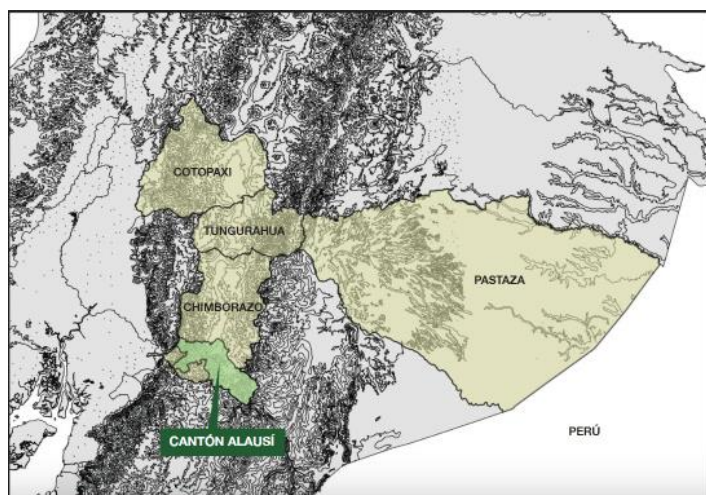
Capítulo 2. Diagnóstico Actual del Cantón Alausí

Ubicación

Según la unidad de turismo del GAD de Alausí (2021), es reconocido por ser un pueblito mágico por su gran riqueza natural, historia y cultural, se encuentra ubicado al sur de la provincia de Chimborazo, cuenta con una superficie de 16.696km², y una altitud promedio de 2.347 m.s.n.m. (p. 5)

Figura 4.

Ubicación de Alausí en la Zona 3 de SENPLADES.



Nota: Tomado del SENPLADES (2014)

De acuerdo con el plan de desarrollo turístico del cantón Alausí (2022), cuenta con 10 parroquias, que abarcan un 25,5% del territorio de Chimborazo (aproximadamente 1700 km²) (p. 24).

Tabla 1.

Parroquias del Cantón Alausí

PARROQUIAS RURALES	PARROQUIA URBANA
Achupallas	
Guasuntos	
Huigra	
Multitud	
Pistishi	Matriz - Alausí
Pumaliacta	
Sevilla	
Simbabe	
Tixán	

Nota: Tomado del SENPLADES, (2014)

Clima

De acuerdo con el informe del SENPLADES (2014), el cantón Alausí al formar parte de diversos pisos climáticos, desde tropical húmedo hacia el oeste, templado en la parte central y frío hacia el este y sur, en las zonas altas de la cordillera real. La temperatura oscila entre 2 y 22 °C que se ven influenciadas por las corrientes costeras como por los vientos de la propia Cordillera Andina. (SENPLADES & Equipo consultor PD y OT, 2014, p. 10)

Gastronomía

La oferta gastronómica que ofrece Alausí se compone de ingredientes cultivados en el cantón como la papa, maíz y queso, con los cuales preparan llapingachos, hornados, papas con cuy y carne de animales típicos de la comunidad como el borrego, cerdo, res, aves, entre otros. (Unidad de turismo del GAD de Alausí, 2021, p. 20)

Entre sus platos más famosos se encuentra el cuy asado, el cual tiene una elaboración a base de hornos de leña, algo que es muy común encontrar en las cocinas de los pobladores del cantón, este plato se sirve con papa chaucha, ensalada de tomate y lechuga y como aderezo opcional ají. El hornado es bien conocido por ser un plato típico de la región sierra, este suele servirse con mote, lechuga, cebolla picada, tomate, y también es opcional el ají.

Diagnóstico del cantón Alausí basado en el Sistema Turístico de Molina

El siguiente diagnóstico se basa en el sistema turístico de Molina (1991), en donde se analizarán los siguientes factores: Superestructura, Atractivos, Demanda, Comunidad Receptora, Infraestructura y Equipamiento e instalaciones.

Infraestructura

La infraestructura abarca todos los elementos que proporcionan servicios no exclusivamente turísticos que se complementan para ayudar a satisfacer a la población local y al turismo sin los cuales sería imposible el funcionamiento de los servicios turísticos, puede clasificarse tanto en interna como: redes de comunicación, alcantarillado, agua potable, energía eléctrica, vías de comunicación, transporte y accesibilidad, es decir, las redes que prestan servicios para anclar un destino o producto turístico con otro; y externa que va transformándose de acuerdo a las necesidades y sirve para todos los sectores sin pertenecer especialmente a alguno de ellos (Espin, Flores, & Pinos, 2018).

Agua Potable

Esta es una de las variables sumamente importante, debido a que forma parte de la gestión del GAD cantonal. Según los datos recolectados del censo poblacional que se realizó en el 2010, se conoce que el 100% de la población cuentan con la disponibilidad de recursos de agua; el 45,99% tiene acceso de agua tomada de red pública, el 8.86% la obtiene de los pozos, el 42.87% de vertientes o acequias, el 0.008% de los tanqueros, y finalmente el 2.20% se abastecen de agua de otras maneras, como de las lluvias. Aunque la mayoría de la población cuente con los recursos de agua, cabe mencionar que la mayoría de esta no es potable, es decir que no es apta para el consumo humano (GAD Municipal del Cantón Alausí, 2020).

Energía Eléctrica

Solo el 85.46% de la población cuenta con el servicio de energía eléctrica, el 14.21% no tiene acceso a este servicio y el 0.15% y 0.17% tienen un generador de luz o buscan otras formas de abastecerse del servicio. Se conoce que el cantón cuenta con un proyecto de generación de energía ubicado en la comunidad de Nizag. Con la información analizada se ha podido determinar que el subsistema eléctrico cubre prácticamente la totalidad de los asentamientos humanos del cantón, se ha analizado la infraestructura del cantón a través del análisis de las subestaciones de transmisión de energía, esto con el fin de determinar – en caso de desastre – la capacidad de soporte del subsistema (GAD Municipal del Cantón Alausí, 2020).

Alcantarillado

De acuerdo con los datos recolectados del censo poblacional del 2010, la cobertura del alcantarillado en zonas rurales del cantón Alausí existen 6091 viviendas sin servicio higiénico, la mayor cantidad de viviendas sin este servicio se encuentran en Achupallas y Pistishi. La población cuenta con un alcantarillado mixto, ya que el mismo sirve para el alcantarillado sanitario como para el fluvial, debido a la época de fuertes inviernos las aguas servidas se desbordan y esto causa un colapso en el sistema de alcantarillado (GAD Municipal del Cantón Alausí, 2020).

Según el diario **Los Andes (2022)**, el proceso de alcantarillado tuvo una demora de 9 meses debido al cambio de autoridades municipales luego la obra se volvió a paralizar por un año debido a la pandemia. Actualmente la obra se retomó en el 2022 y hasta junio del mismo año la obra lleva un avance del 85%, se espera que el trabajo realizado tenga una vigencia de hasta 30 años.

Vías de Acceso y señalizaciones

Según el plan de desarrollo vial integral de la provincia de Chimborazo, (2019), las vías de acceso para la provincia del Chimborazo cuentan con un registro total de 3.268 señales horizontales, de manera que 380 corresponden a señales informativas, 2.546 son señales preventivas y 342 son señales regulatorias (p. 43).

En lo que respecta al estado, de las señales informativas, 314 se encuentran en buen estado, dos en mal estado y 64 en estado regular. De las señales preventivas 1,819 señales están en buen estado, 71 en mal estado y 656 se encuentran en estado regular. Y de las señales regulatorias, 275 se encuentran en buen estado, nueve en mal estado y 58 en estado regular. (CONGOPE & BID, 2019, p. 43)

Alausí atraviesa 46 kilómetros de vía estatal, como la Panamericana que en el norte la conecta con Riobamba y en el sur con Cuenca. De acuerdo con el inventario vial del GAD provincial (2012), el cantón Alausí cuenta con una capa de rodadura adoquinada del 0.80%, se encuentran asfaltado el 16.08%, mientras que el 0.75% tiene vías empedradas, el 1.72% son de hormigón, el 55% cuenta con vías lastradas y el 25.62% son vías de tierra.

A continuación, en la tabla 1 se indica el tipo de superficie de las vías:

Tabla 2.

Características de las vías de acceso en el cantón Alausí

Cantón	Parroquia	Tipo de Superficie	Estado
Alausí	Guasuntos	Pavimento Flexible	Regular
Alausí	Achupallas	Lastre	Regular
Alausí	Tixan	Pavimento Flexible	Bueno
Alausí	Tixan	Pavimento Flexible	Regular
Alausí	Guasuntos	Lastre	Regular
Alausí	Guasuntos	Lastre	Bueno

Nota: Datos obtenidos del plan de desarrollo vial integral de la provincia del Chimborazo 2019

Uno de los factores que más afectan a las vías, son los fuertes inviernos que causan derrumbes debido a las lluvias, como sucedió en marzo del 2022 en donde las

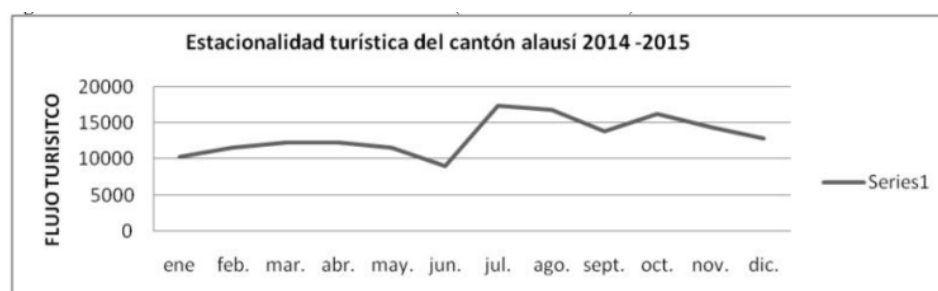
vías de primer y segundo orden se vieron afectadas, como la carretera Alausí -Pagma-Huigra en donde un deslizamiento de tierra de gran magnitud impidió el paso en al menos 13 poblados de las parroquias Simbabe y Huigra. Esa vía se utiliza principalmente para la movilización de los comuneros hasta la matriz parroquial y para el traslado de productos agrícolas (La prensa , 2022).

Demanda

Cabe recalcar que según estudios el cantón Alausí es caracterizado por generar turismo interno en el país, ya que se determinó que el 91% de los turistas son residentes del Ecuador y solo el 9% son extranjeros, los visitantes no residentes proceden de los siguientes países: Francia, Australia, Reino Unido, Estados Unidos y España.

La demanda turística que solía tener el cantón de Alausí se ha visto sumamente afectada por la pandemia en los últimos años, según los datos recolectados del análisis del mercado turístico del cantón Alausí, Ecuador, 2016, menciona que anteriormente existía una estacionalidad para visitar el destino, entre los cuales descubrieron que los meses con más afluencia de turistas eran julio, agosto, octubre y noviembre, esto se debía a las vacaciones de verano en la temporada alta; los meses con temporalidad media eran marzo, abril, septiembre y diciembre a causa del feriado de carnaval ya que el destino de sol y playa son los preferidos del turista para pasar la temporada; y por ultimo los meses con menor demanda eran enero, febrero, mayo y junio (Herrera, 2016).

Figura 5.
Estacionalidad Turísticas del cantón Alauí



Nota. Tomado de Análisis del mercado turístico del cantón Alausí (2016)

Superestructura

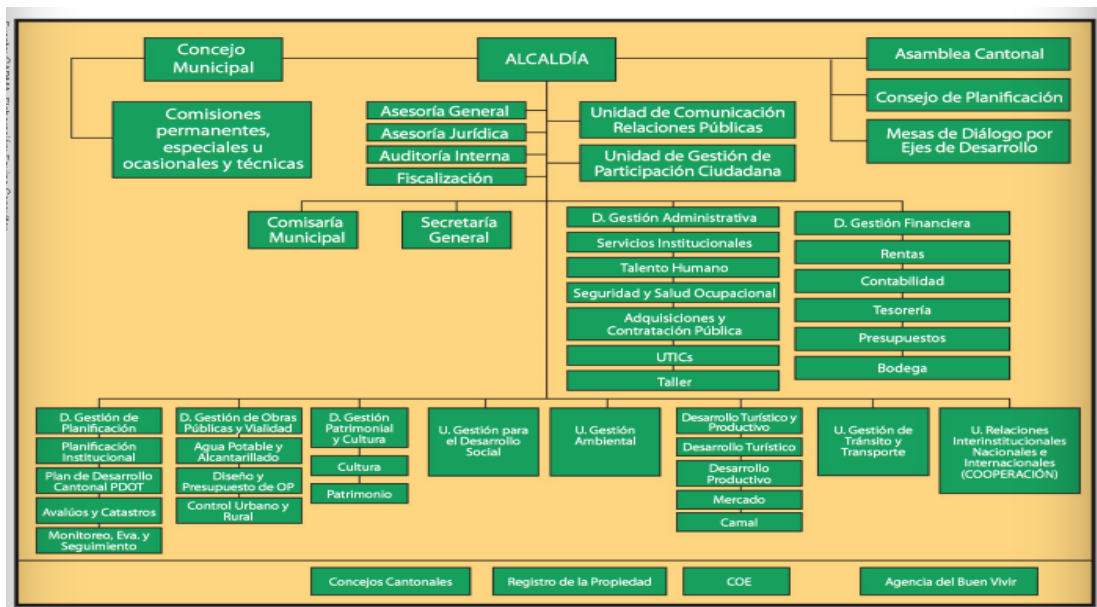
La superestructura se ve involucrada con organizaciones tanto públicas como privadas que se encargan de la gestión y operación de las poblaciones, como lo es el GADMCA (Gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Alausí), que es

una entidad pública encargada de organizar y financiar proyectos para el desarrollo de la población, así también se preocupa por mantener el respectivo equipamiento infraestructura adecuada para ofrecerle un mejor servicio a sus pobladores.

Esta superestructura en Alausí puede notarse claramente con la presencia de organismos gubernamentales locales y nacionales que se complementan. A nivel local, por ejemplo, está la municipalidad del Cantón Alausí, y específicamente su departamento de Turismo y Cultura, y los diferentes GAD Parroquiales que conforman el cantón; la prefectura de Chimborazo y la Academia. A nivel nacional, está el Ministerio de Turismo, la CFN. (GAD Municipal del cantón Alausí, 2020, p. 210)

En relación con este elemento, según la investigación realizada por la revista Espacios (2019), el cantón Alausí cuenta con un gran potencial turístico que no se le saca provecho, ya que normalmente se toma al cantón como parte de recorridos que inician en ciudades cercanas como Quito o Riobamba, por lo que los turistas de estos recorridos no pernoctan por más de una noche en el cantón. (Chávez, et al., 2019, p.5)

Figura 6.
Organigrama del GAD Municipal del cantón Alausí 2022



Nota. Tomado del Plan de Turismo para el Buen Vivir de Alausí 2022

Equipamiento e Instalaciones

Dentro del cantón Alausí existen pocos sitios que se dedican a la oferta de servicios turísticos,

Dentro del cantón Alausí se pueden identificar los siguientes establecimientos que satisfacen las necesidades del turista al momento de escoger un destino. A continuación, en la tabla 2 se detalla la categorización y el número de instalaciones con las que cuenta el cantón.

Tabla 3.

Plantas Turísticas del cantón Alausí

Alojamiento		
Clasificación	Número de Establecimientos	Categoría
Hostal	7	1 – 2 estrellas
Hostería	3	3 estrellas
Lodge	1	3 estrellas
Alimentos y Bebidas		
Restaurantes	10	1 – 4 categoría
Cafetería	2	2 – 3 categoría
Centro de Turismo Comunitario		
Centro de turismo comunitario de la comuna Colte	1	Categoría Única
Operadora Turística		
Operación e Intermediación	1	Operadora

Nota: Obtenido del Consolidado Nacional Público 2022

Atractivos Turísticos en el Cantón Alausí

Alausí cuenta con una gran riqueza cultural, natural y arquitectónica, por lo cual le dio el reconocimiento de Patrimonio cultural del Ecuador en el año 2004 por la UNESCO, más adelante, en 2019 sería reconocido como ‘la ciudad de los cinco patrimonios’.

Según el plan de turismo para el buen vivir del cantón Alausí, la parroquia matriz de Alausí es en donde se concentra la mayor cantidad de atractivos turísticos, seguido de Achupallas y Huigra, además, Alausí cuenta con una cantidad de atractivos

culturales mayor al número de los atractivos naturales, en función con su jerarquización, la mayoría de estos atractivos se encuentran en la categoría II (GAD del cantón Alausí, 2022).

A continuación, en la Tabla 3 se encuentra un listado de los sitios naturales y manifestaciones culturales del cantón Alausí.

Tabla 4.

Listado de atractivos turísticos del cantón Alausí

Listado de atractivos del cantón Alausí				
Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Zona cantonal
Cascada de Huigra	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	Huigra
Laguna de Ozogoche	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	Tototas
Nariz del Diablo	Sitios Naturales	Montaña	Alta Montaña	Pistishí
Conchas Petrificadas de Chicho Negro	Sitios Naturales	Restos Prehistóricos	Conchas Petrificadas	Achupallas
Camino del Inca	Manifestación Cultural	Históricas	Sitios arqueológicos	Achupallas
Comunidades Indígenas	Manifestación Culturales	Etnografía	Grupo Étnico Kichwas de la Sierra	Todas
Centro Histórico Urbano de Alausí	Manifestación Cultural	Histórica	Arquitectura	Alausí Central

Nota: Obtenido del Atlas de mapas del catón Alausí

Sitios Naturales.

Cascadas de Huigra.

En este atractivo sobresale la ruta de las cascadas, que empieza por el río Chanchán y donde se encuentra la cascada de Panamá, este cuenta con una altura de 20 metros aproximadamente, es uno de los atractivos naturales más espectaculares con la que resalta el cantón, para llegar a este lugar, se debe realizar una caminata de 200 metros por el sendero del lado derecho del río; conocido como el lugar de la eterna primavera al ser poseedor de una abundante vegetación en sus alrededores, hace resaltar el clima cálido que recibe a los turistas.

Figura 7.

Cascada de Angas



Siguiendo con la ruta, a unos 10 minutos aproximadamente se encuentra el río Blanco en donde se ubica la cascada de Angas esta es una de las más sonoras y caudalosas del lugar, con una altura aproximada de 15 metros, cuenta con un sendero donde el visitante puede disfrutar la cercanía de la cascada.

Figura 8.

Sendero del río Blanco



Figura 9.
Río Chanchán



Figura 10.
Cascada de Panamá



Lagunas de Ozogoche.

Se encuentra al sur de la provincia del Chimborazo, ubicado en el Parque Nacional Sangay, cuenta con un total de 45 lagunas en donde resaltan sus paisajes armoniosos y tranquilos, donde el visitante puede experimentar el contacto directo con la naturaleza. Un dato curioso sobre el atractivo es que cuenta con un fenómeno singular, que es la migración de aves, especialmente de los ‘chorlitos’ o también conocidas como aves suicidas, esta especie causa una desconcertación entre los visitantes, debido a que durante el mes de septiembre cientos de aves llegan a las lagunas de Ozoloche a quitarse la vida; estas se lanzan sin razón alguna y sin previo aviso a las aguas heladas de los lagos.

Por otro lado, el atractivo no solo cuenta con el aviturismo, sino también con otras actividades que se pueden realizar en familia o con amigos, como por ejemplo la pesca deportiva en los lagos, ciclismo de montaña, caminatas por los senderos

establecidos, turismo comunitario por parte de los pueblos indígenas, excursiones por los alrededores y cuentan con una gran área para acampar.

Figura 11.

Lagunas de Ozogoché



Nariz del Diablo.

Uno de los atractivos más emblemáticos de Alausí es la montaña rocosa denominada Nariz del Diablo, dicho nombre le fue otorgado ya que cuenta la leyenda que el diablo dejó olvidada su nariz en la montaña, y años más tardes se realizaría una de las obras de ingeniería más grandes del país; que sería todo un reto en su construcción que hoy en día se lo conoce como el ferrocarril Nariz del diablo, construido a las faldas de la montaña, denominado a nivel mundial como ‘la vía ferroviaria más difícil del mundo’.

Figura 12.

Carriles del tren nariz del diablo



Conchas petrificadas de Chico negro.

Ubicada en la parroquia de Achupallas del cantón Alausí, este atractivo se distingue por su sitio arqueológico de fósiles de conchas gigantes, poseen un total de 10 conchas petrificadas y fosilizadas, con una antigüedad que data de hace 325 millones de años durante el periodo Precámbrico. El hallazgo de los moluscos se le atribuye al Ing. Roberto Santillán en agosto del 2003, mientras se construía un camino para la parroquia. Estas conchas son consideradas como las más grandes del mundo, en la que la comunidad se ha llegado a beneficiar por la cantidad de turistas que se fascinaron debido al descubrimiento, a causa de esto se llegó a desplegar un turismo con fines científicos en la parroquia.

Figura 13.
Conchas fosilizadas



Manifestaciones Culturales.

Camino del Inca.

El camino del inca o también conocido como Qhapaq Ñan que en quichua se traduce a Gran camino real, fue declarado patrimonio cultural por la UNESCO en el año 2014, este camino no solo pasa por Ecuador sino también por otros cinco países como Argentina, Bolivia, Chile, Colombia y Perú, a causa de que, durante el Imperio Inca, el camino estaba diseñado para mantener comunicaciones con los otros pueblos de la época, también fue una ruta comercial muy útil.

La ruta cuenta con una extensión de 108 kilómetros en Ecuador, por donde en el camino quedan sitios arqueológicos y comunidades locales, atraviesa Ecuador desde Rumichaca, provincia de Carchi, en el norte, hasta Espíndola, provincia de Loja, en el sur. Está dividido en 22 secciones o subtramos y adicionalmente hay carreteras

transversales que conectan a los andes con la Amazonía y costa ecuatoriana (All you need is Ecuador, 2015)

Figura 14.
Camino Inca en Ecuador



Comunidades Indígenas.

Alausí es conocido no solo por su obra ferroviaria, sino también por el turismo comunitario que ofrecen sus pobladores, como en la comunidad de Tolte que cuenta con el Mirador Nariz del Diablo y la estación del tren de Tolte, se encuentra ubicado en la parroquia de Pistishi, posee una gran variedad gastronómica, como el cuy asado, caldo de gallina y muchos otros platillos que son elaborados por los mismos agricultores y ganaderos de la comunidad, también cuenta con turismo de aventura y naturaleza.

Figura 15.
Turismo comunitario Tolte



Otra comunidad que ofrece sus servicios en el sector turístico es la comunidad de Nizag, ubicada en la parroquia urbana de Alausí, es uno de los pueblos indígenas

que conservan su cultura y tradiciones casi intactas, desde su lengua, sus atributos culturales y manifestaciones folclóricas, hacen de esta comunidad un sitio ideal para saber más sobre la historia del cantón; cabe recalcar que la comunidad se destaca en la confección de Shigras, en su centro artesanal, donde confeccionan y elaboran a mano todo tipo de ponchos, gorros, guantes y demás prendas. El lugar se encuentra dirigido por mujeres emprendedoras que llevan años de tradición elaborando estas artesanías.

Figura 16.
Turismo comunitario Nizag



Centro Histórico de Alausí.

Distinguido por sus calles empedradas y casas con fachadas pintorescas, el centro histórico de Alausí se encuentra ubicado específicamente entre las calles García Moreno, Villalba, Bolívar, Eloy Alfaro, Pedro Dávila, Colombia y 5 de junio. El centro histórico se ha dado a conocer como uno de los atractivos más llamativos del cantón. En sus alrededores se puede observar una arquitectura con un diseño colonial, americano e incluso árabe en sus acabados. Entre sus atractivos se encuentra la primera calle construida en la población denominada ‘calle larga’, debido a la longitud y con el pasar del tiempo se ha llegado a extender unos metros más. Cabe mencionar que otros atractivos que resalta es el reloj público, que fue traído desde Alemania en el año 1908, cuenta con una edificación de dos pisos en donde se puede observar toda la ciudad. También cuenta con la Iglesia Matriz de Alausí, este sitio se ha convertido en el favorito de los visitantes, por su exuberante arquitectura y arte colonial que resalta del lugar, la construcción del templo se elaboró con la extracción de piedras de las minas de Chiripungo, lo cual le da un significativa arquitectónico invaluable.

Figura 17.
Centro Histórico de Alausí



Figura 18.
Calles pintorescas del centro Histórico



Comunidad receptora

La comunidad receptora forma parte de un elemento importante al momento de realizar turismo en el cantón, ya que es la comunidad la que facilita y satisface las necesidades del turista, como el hospedaje y la alimentación; además de proporcionar servicios de recreación, medicina y artesanías. La mayoría de estos servicios fueron creados para las necesidades de la comunidad, pero indirectamente también los visitantes se benefician de estos. En su mayoría el pueblo se ve altamente beneficiado

por ser partícipes de ofertar servicios turísticos generados por la misma comunidad, en donde gestionan y producen sus propios productos turísticos.

En relación con lo mencionado, es de vital importancia realizar capacitaciones a los pobladores para que puedan gestionar de manera eficaz sus productos y brindar un mejor servicio a los turistas, ya que la experiencia que obtenga el visitante será el determinante al momento de regresar al destino y compartir su experiencia con más personas.

Análisis PESTEL

La realización de este análisis va a ser un instrumento el cual nos ayudará con la planificación estratégica de nuestro plan de reactivación para el cantón Alausí, ya que se van a ir analizando varios factores que puedan ir afectando a la investigación.

Político

El desequilibrio que generó la pandemia del COVID-19 en el país fue el causante de un gran retroceso en muchos ámbitos, como el económico, social y político. La pandemia sacó a flote los diversos problemas que venía teniendo los anteriores gobiernos, como el sistema de salud pública, la falta de trabajo y la seguridad ciudadana. El gobierno desde el 2021 empezó una campaña de vacunación en la ha tratado de vacunar a la mayoría de la población ecuatoriana, y lograr reactivar la normalidad en el país con el levantamiento de restricciones y siguiendo el protocolo de bioseguridad.

Económico

La emergencia sanitaria causada por la COVID-19 generó una profunda recesión que provocó un repunte de la pobreza. Esta crisis amplificó los desequilibrios macroeconómicos que el país estaba intentando subsanar desde el fin del boom de los precios del petróleo (Banco Mundial del Ecuador, 2022). En el ámbito económico el país sufrió bastantes cambios, tanto que en el 2022 el Banco Mundial estima que el PIB de Ecuador alcance 3.4% y el Fondo Monetario Internacional 3.5%.

Ecuador aun requiere impulsar un crecimiento inclusivo que se pueda sostener en el mediano y largo plazo; esto se podría lograr mediante una mejora sistemática del ambiente de inversiones que permita retomar una senda de crecimiento menos dependiente del petróleo que, en el mediano plazo, podría verse desplazado por energías renovables. En este sentido es fundamental adoptar medidas para impulsar a la inversión privada, atraer inversiones extranjeras a nuevos sectores, y permitir que

los factores productivos, principalmente el trabajo, tenga la flexibilidad para fluir a los sectores emergentes de mayor productividad (Banco Mundial del Ecuador, 2022).

Social

La situación de pobreza, bajos niveles educativos, falta de empleo adecuado y de acceso a la seguridad social han puesto en riesgo a un amplio sector de la población que habita en el Ecuador (alrededor del 60%) ante la imposibilidad de quedarse en casa y tener que salir a trabajar, aumentado su exposición al virus. Así mismo, las condiciones de acceso al agua, hacinamiento y de enfermedades subyacentes provocaron un perfil de mayor vulnerabilidad tanto para su propagación como para el agravamiento y riesgo de muerte de pacientes con Covid-19. No son los únicos factores, pero, sin duda, intervienen de manera importante para explicar los senderos de la desigualdad que esta pandemia sigue recorriendo (Observatoria Social del Ecuador, 2020).

Actualmente, mientras el país trata de reactivarse poco a poco, se puede notar un alto índice en la delincuencia, ya que ha ido aumentando de manera descontrolada, es por eso por lo que el ministro del Interior está enfocándose principalmente en la seguridad integral de los ciudadanos.

De acuerdo con el SENPLADES (2014), Alausí cuenta con una población total de 44.100 habitantes, el 14.4% se encuentra la parroquia urbana y la mayoría de la población se ubica en las parroquias rurales con un 85.6%. Según la información otorgada por el censo de población y vivienda del 2010, el 85% de la de Alausí tiene acceso al servicio de luz eléctrica, además que 5344 viviendas están construidas con materiales y técnicas tradicionales y 5743 con materiales como bloque, ladrillos, hormigón entre otros (GAD del cantón Alausí, 2022).

Tecnológico

La tecnología en Ecuador es bastante escasa la cual nos ha traído graves consecuencias con respecto al desarrollo, ya que la falta de esta no nos ha permitido avanzar de una manera óptima en el mercado competitivo a nivel mundial. Ecuador se encuentra en una notoria desventaja con los demás países, generando un gigantesco abismo entre nosotros y los demás países, como Estados Unidos; este abismo basado en la desventaja, y sobre todo en la

dependencia de estos, ya que ellos nos brindan la tecnología que nosotros carecemos. (Minalla, 2021, pág. 5)

En la actualidad la tecnología se ha convertido en una necesidad en los hogares de cada familia, ya que esta fue una herramienta esencial al momento de mantener comunicación con nuestros familiares más lejanos, y no solo con los que se encuentra en otros países, sino también con los cercanos, y que debido a la pandemia el distanciamiento social era necesario. Aparte de la comunicación, la tecnología fue una herramienta primordial en la vida de los estudiantes, pero no todos contaban con los recursos tecnológicos o con una conexión a internet estable para poder educarse en línea, ocasionando un grave problema en donde varios jóvenes se vieron obligados a dejar a un lado sus estudios por un periodo de un año.

Ecológico

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible es el rector de la gestión del ambiente y de los recursos naturales renovables, encargado de orientar y regular el ordenamiento ambiental del territorio y de definir las políticas y regulaciones a las que se sujetarán la recuperación, conservación, protección, ordenamiento, manejo, uso y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y del ambiente de la nación, a fin de asegurar el desarrollo sostenible, sin perjuicio de las funciones asignadas a otros sectores (Ministerio del Ambiente , 2021).

Ecuador es uno de los países con más biodiversidad en el mundo, ya sea por sus diversos pisos climáticos y diferentes culturas e idiomas. Cabe recalcar que a pesar de ser un país tan diverso este carece de capacitación y concientización ambiental en la ciudadanía, especialmente a las comunidades que se dedican al turismo comunitario, en donde es necesario reforzar los valores del cuidado y respeto por la naturaleza.

Legal

En cuanto a la parte legal de este análisis, se harán cumplir las leyes que se encuentran ya establecidas en la ley del turismo para poder realizar nuestro plan de reactivación en el cantón Alausí.

Con relación a las actividades turísticas y de quienes las ejercen se mencionan los siguientes artículos:

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley
- b. Dar publicidad a su categoría
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando mencione ese empresario instalación o establecimiento
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra y no tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Análisis FODA

El análisis FODA permite conocer las ventajas y debilidades que se pueden identificar a lo largo de un proyecto, sus siglas se desglosan en Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; este análisis es un diagnóstico muy útil al momento de detectar problemas ya que puede determinar el curso que seguirá la investigación.

Tabla 85.
Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica. • Categorizado como pueblito mágico, debido a esta categorización que se le otorgo en el 2019, el número de turistas fue incrementando. • Diversos pisos climáticos. • Riqueza cultural casi intacta. • Atractivos naturales en el cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Levantamiento de restricciones para el destino. • Valor cultural y patrimonial del atractivo turístico. • Desarrollo de nuevos atractivos de interés para el turista. • Cambios en los gustos de los visitantes. • Sitios turísticos que pueden llegar a ser explotados por sus riquezas naturales, y que atraigan la atención del turista.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Paralización de los atractivos turísticos principalmente el ferrocarril Nariz del Diablo. • Falta de información por parte del GAD en promover las actividades turísticas del cantón. • Ausencia de señalética en los sitios turísticos. • Capacitación al personal encargado de operar los atractivos turísticos. • Ausencia de promoción turística al destino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rebrote del COVID-19 y por ende el aumento de restricciones en el destino. • Crisis económica en la comunidad debido a la falta de turistas, ya que el cantón se vio afectado económicamente puesto que el 60% de la población tenían ingresos del turismo. • Competencia de los destinos de sol y playa. • La reducción del presupuesto por parte del gobierno para mantener al cantón como principal atractivo turístico.

En relación con el análisis FODA realizado anteriormente, se pudo identificar los problemas tanto internos como externos que tiene actualmente el cantón Alausí. En los problemas internos se encuentran sus debilidades y fortalezas; se llegó a determinar que entre sus debilidades la que cuenta con mayor afectación al destino es la paralización de sus atractivos turísticos, dado que se conoce que la economía en el cantón depende de ello, especialmente su atractivo principal, que en su mayoría atraía a turistas extranjeros; actualmente debido al cierre de la empresa ferrocarriles del Ecuador, el tren la nariz del diablo paralizó sus actividades, quitándoles la principal

fuerza de ingreso al cantón, y afectando drásticamente en su economía. Además del incumplimiento en la planificación y desarrollo cantonal por parte del GAD en el cantón Alausí afecta críticamente al destino, el resultado de esto es el deterioro de los atractivos turísticos, y el bajo índice de turista en el destino.

Una de las fortalezas que se identificaron es la categorización como pueblito mágico, este nombramiento que se le dio al cantón en el año del 2019, trae consigo múltiples beneficios, como señala el portal de servicios del MINTUR 2021, ayuda al fortalecimiento de la oferta turística y a mejorar la calidad en el servicio, también a tener acceso a líneas de crédito, así como asesoramiento para un acceso a financiamiento con la banca pública para prestadores de servicios turísticos, a su vez es de gran ayuda con la promoción de destino a nivel nacional, brindando una difusión de los principales productos turísticos a través de los canales oficiales.

En los factores externos del análisis FODA se encuentran las oportunidades y amenazas; en la última mencionada se identificó que una de sus principales amenazas, es que llegue haber un rebrote del COVID -19, por la cual el destino se vea nuevamente afectado, por ende, implemente restricciones que impidan visitar el destino. Por otra parte, el destino de sol y playa es uno de sus competidores principales al momento de realizar turismo en el país.

En relación con sus oportunidades, se logró identificar que este destino tiene muchos atractivos naturales y culturales que faltan por explorar como, por ejemplo, las cascadas en la parroquia de Huigra, que tiene un gran potencial como atractivo natural, por sus grandes paisajes y variedad de vegetación. Entre sus atractivos culturales se encuentra el centro histórico de Alausí que posee una arquitectura colonial con rasgos distintivos de la Costa y de la Sierra.

Capítulo 3. Metodología

Método de Investigación

Para el presente trabajo es importante establecer el tipo de metodología que se utilizará para el cumplimiento de los objetivos establecidos al inicio del proyecto, además lograr darle una solución a los problemas que se han ido encontrando a lo largo de la investigación.

La investigación utilizará las siguientes metodologías:

Metodología Cualitativa

Este tipo de metodología ayuda a obtener información desde el punto de vista de las personas que viven el problema. La investigación cualitativa enfatiza el estudio de los procesos y de los significados, se interesa por fenómenos y experiencias humanas. Da importancia a la naturaleza socialmente construida de la realidad, a la relación estrecha que hay entre el investigador y lo que estudia, además, reconoce que las limitaciones prácticas moldean la propia indagación (Benjumea, 1997).

Metodología Cuantitativa

Este tipo de investigación se basa en el estudio de la recolección de datos por medio de encuestas y sondeos, además nos permite conocer la opinión de los encuestados y realizar cuadros estadísticos de los resultados. Comienza con un sistema teórico, desarrolla definiciones operacionales de las proposiciones y conceptos de la teoría y las aplica empíricamente en algún conjunto de datos. Pretenden encontrar datos que ratifiquen una teoría (Benjumea, 1997).

Enfoque de la Investigación

El enfoque comprende todo el proceso investigativo y las etapas y elementos que lo conforman, lo cual implica que cada enfoque tenga características particulares respecto a diversos aspectos de la investigación (Solís, 2019).

El presente proyecto es de enfoque cualitativo y cuantitativa, es decir que es una metodología mixta, puesto que del lado cuantitativo se procederá a realizar una encuesta al mercado potencial que se encuentre interesado en visitar el cantón. Además, que por el lado cualitativo se basa en las múltiples investigaciones y referencias que se han ido realizando a lo largo del proyecto.

Tipo de Investigación

Este trabajo es de tipo descriptivo ya que busca desarrollar una imagen o fiel representación del fenómeno estudiado a partir de sus características. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica (Grajales, 2000)

Técnicas e Instrumentos de la investigación

Encuesta

La técnica a utilizar es la encuesta, puesto que se ha realizado una serie de preguntas que ayudara a la obtención de datos por parte del mercado potencial, para que posteriormente sea analizada y poder responder a sus expectativas.

La encuesta es una técnica de recolección de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de ellas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de un grupo humano. (Orellana & Pereira, 2015)

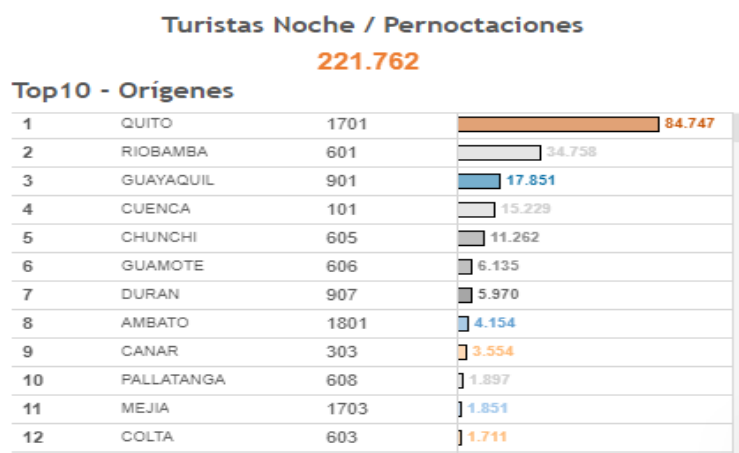
Población y Muestra

Es necesario establecer el número de individuos a los cuales se le realizará la encuesta para poder analizar el mercado potencial y a quienes va a ir dirigido el destino, para adaptarlo a las necesidades de los visitantes y cumplir con sus expectativas.

Según los datos obtenidos por el MINTUR del año 2018, se puede observar que Quito es una de las principales provincias que pernocta en el cantón Alausí con un total de 84.747 turistas. Riobamba se encuentra en segundo lugar como una de las provincias que genera ingresos en el cantón, con un total de 34.758 turistas. En tercer lugar, se encuentra Guayaquil con un total de 17.851 pernoctaciones en el cantón. A continuación, los datos obtenidos del MINTUR de los turistas a nivel nacional.

Figura 19.

Cuadro de Pernoctación del Cantón Alausí, Provincia del Chimborazo



Nota. Tomado del MINTUR (2018)

También se dará a conocer la ocupación que tuvo el cantón Alausí durante los días festivos y feriados a nivel nacional.

Tabla 6.

Número de visitantes en los feriados

FERIADOS	Nº de Visitantes
Carnaval	9.489
Año Nuevo	8.986
Viernes Santo	5.123
Primer Grito de la Independencia	3.426
Batalla del Pichincha	2.863
Día de Difuntos	4.109
Independencia de Guayaquil	2.525
Navidad	861
Día del Trabajo	857

Nota: Datos tomados de MINTUR 2018.

Para poder calcular la muestra, se hará uso del muestreo probabilístico de Salkind.

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

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)

n = Es el tamaño de la muestra que se necesita calcular

N = Es el tamaño del universo a estudiar

Z = 1,96 al cuadrado (Es el nivel de confianza)

e = Es el margen de error máximo que se admite. (5%)

p = Es la proporción estimada que se espera. (0,05)

$$n = 384$$

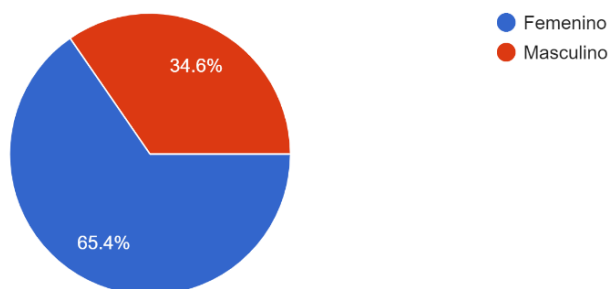
Al momento de resolver la formula nos da como resultado 384, que es el número de personas a las que se va a encuestar.

Análisis de las encuestas

De acuerdo con los 384 datos recogidos mediante la investigación previamente realizada, se presentan los siguientes resultados:

Figura 20.

Porcentaje del género de los participantes que forman parte del estudio de mercado.

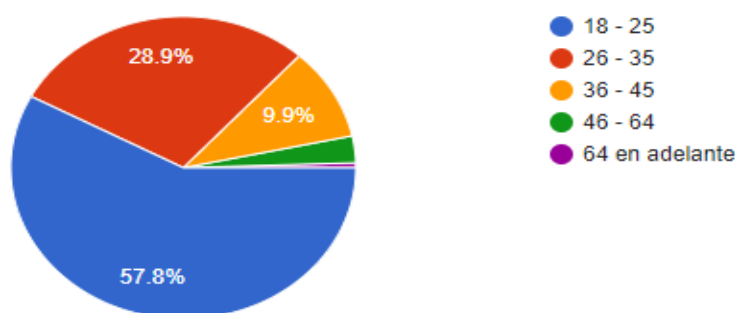


Nota. Adaptado de Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

Con respecto al género de las personas encuestadas se puede decir que el 65.4% son del género femenino y el 34.6% masculino, se incide que ambos géneros se encuentran interesados en realizar turismo en el cantón de Alausí.

Figura 21.

Edad de los participantes que forman parte del estudio de mercado.

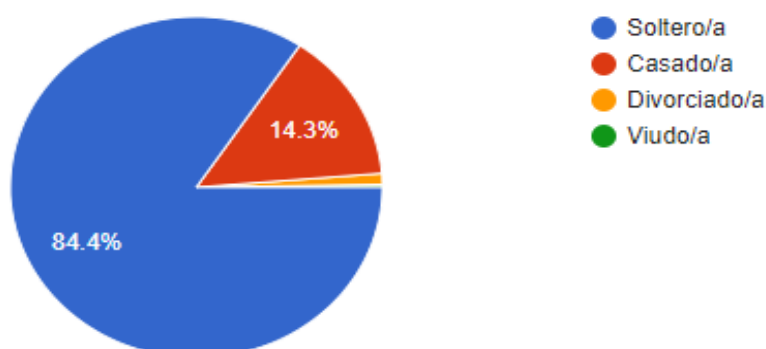


Nota. Adaptado de: Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

En relación con la edad de los encuestados se concluye que el 57.8% tienen un rango de edad entre los 18 – 25 años, el 28.9% están entre los 26 – 35 años, el 9.9% entre los 36 – 45 años, el 2.9% está entre un rango de edad de los 46 – 64 años y solo el 0.5% tiene un rango de edad de 64 en adelante.

Figura 22.

Estado civil de los participantes que forman parte del estudio de mercado.

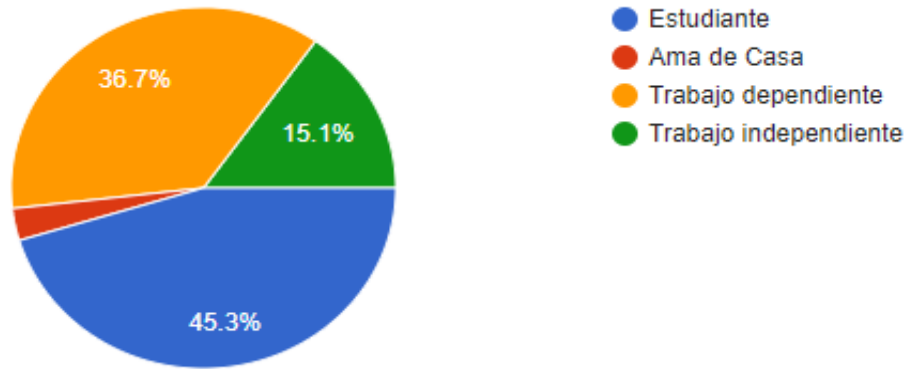


Nota. Adaptado de: Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

Se puede determinar que el 84.4% de los encuestados están solteros, el 14.3% se encuentran casados, el 1% están divorciados y es nula el estado civil de viudez.

Figura 23.

Ocupación de los participantes que forman parte del estudio de mercado.

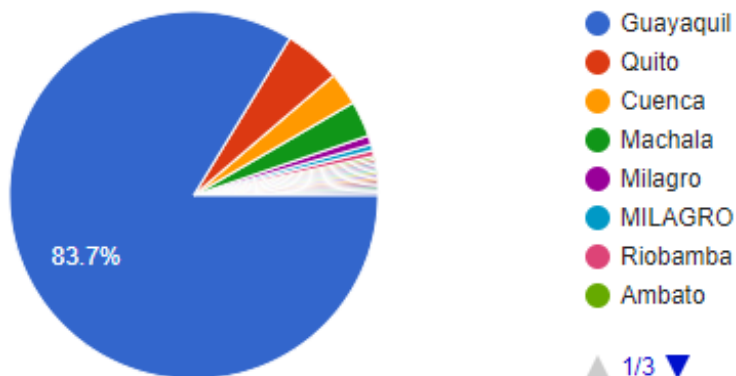


Nota. Adaptado de: Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

En relación con la ocupación de los encuestados, se determina que el 45.3% son estudiantes, el 36.7% tienen un trabajo dependiente, es decir que trabajan para alguna empresa ya sea pública o privada, el 15.1% son personas con trabajos independientes, es decir que cuentan con un negocio propio, y el 2.9% son personas que se dedican a las labores del hogar.

Figura 3962.

Ciudad de los participantes que forman parte del estudio de mercado.

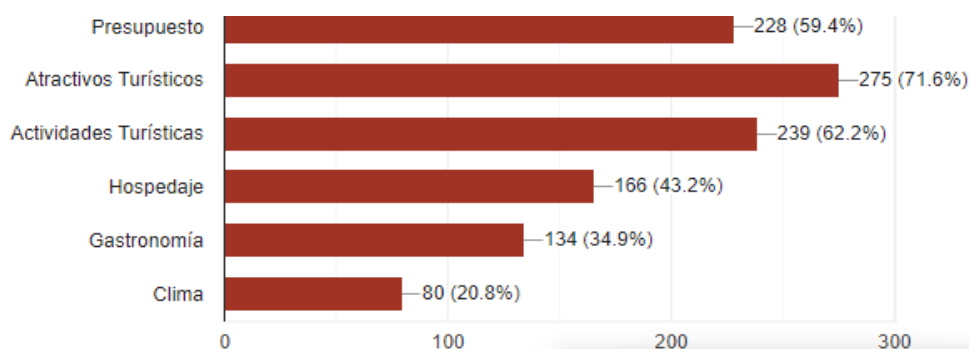


Nota. Adaptado de: Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

Del 100% de los encuestados el 83.7% son de la ciudad de la Guayaquil, el 5% de la capital de Quito, el 3.1% de Machala, 2.9% de la ciudad de Cuenca y de las otras provincias y el 5,3% son de otras ciudades del Ecuador.

Figura 25.

Factores que influyen al momento de escoger un destino turístico en Ecuador.

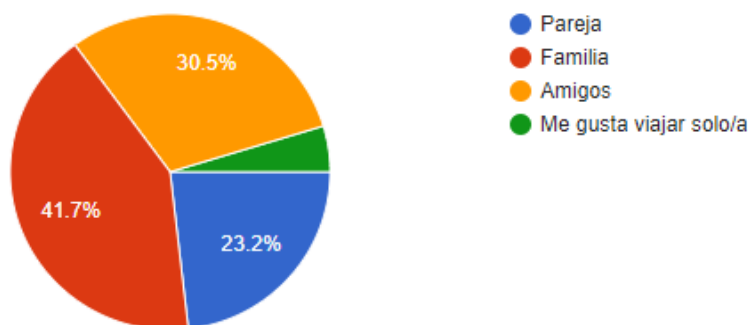


Nota. Adaptado de Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

Acorde con los factores que influyen al momento de escoger un destino turístico en Ecuador, se determinó los tres principales, con un porcentaje del 71.6% se encuentran los atractivos turísticos que el turista pueda visitar, seguido de las actividades que se puedan hacer con un porcentaje del 62.2%, mientras que el 59.4% determinó que el presupuesto es el factor más influyente. Por otro lado, los factores que menos influyentes al momento de realizar turismo son el hospedaje con un 43.2%, seguida de la gastronomía con un 34.9% y finalmente el clima con un 20.8%.

Figura 26.

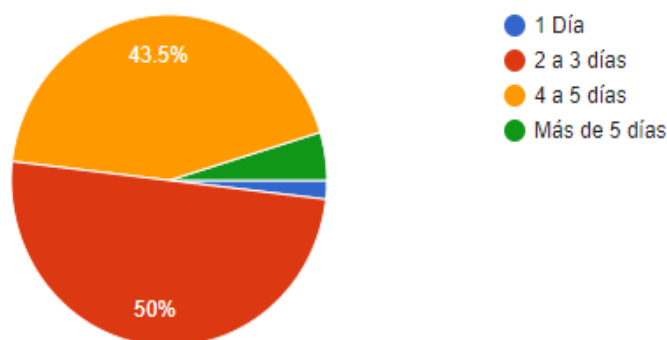
Compañero ideal de viaje.



Nota. Adaptado de: Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

De acuerdo con los resultados obtenidos el 41.7% prefieren viajar en familia, el 30.5% en compañía de amigos, el 23.2% con pareja y solo el 4.7% prefieren viajar solos.

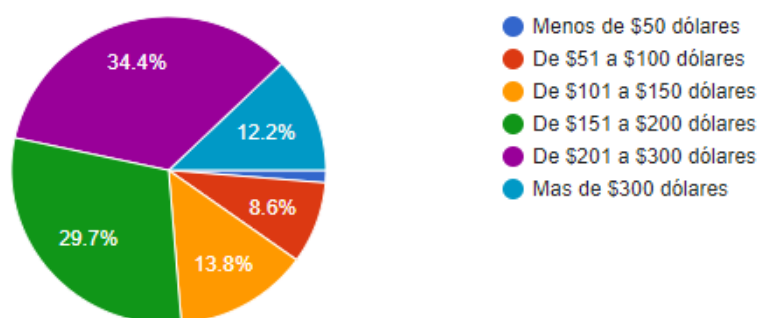
Figura 27.
Tiempo máximo de estadía en el destino.



Nota. Adaptado de: Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

Conforme al tiempo máximo de estadía en el destino, el 50% de los encuestados prefieren pernoctar de 2 a 3 días en el destino seleccionado, el 43.5% eligieron pernoctar de 4 a 5 días, solo el 4.7% optaron por más de 5 días y por último el 1.8% prefieren viajes cortos de un solo día.

Figura 4407.
Presupuesto que destina para realizar su viaje.



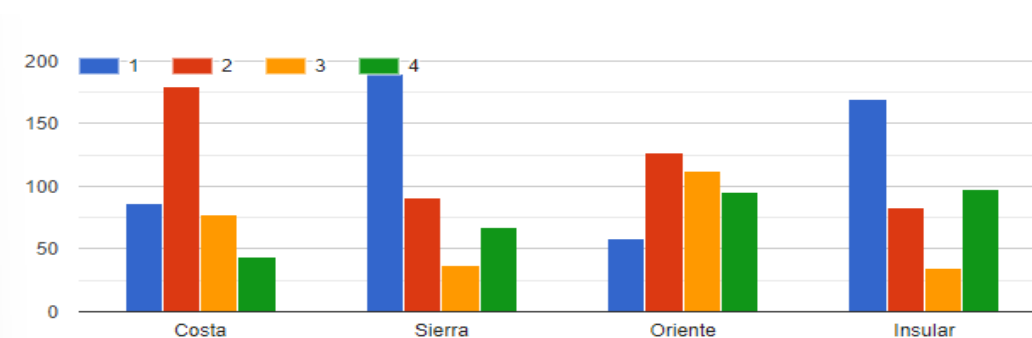
Nota. Adaptado de: Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

En referencia al presupuesto que destinan los visitantes para realizar un viaje se concluyó que el 34.4% cuenta con un presupuesto de \$201 a \$300 dólares,

siguiéndole un presupuesto de \$151 a \$200 con un porcentaje del 29.7%, en tercer lugar, el 13.8% mantiene un presupuesto de \$101 a \$150 dólares, mientras que el 12.2% está dispuesto a gastar más de \$300 dólares en el destino, solo el 1.3% mantiene un presupuesto de \$50 dólares.

Figura 4650.

Región a la que prefiere viajar el visitante.

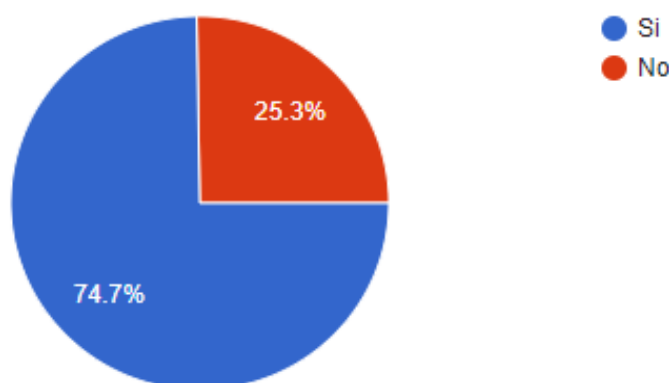


Nota. Adaptado de: Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

En relación con la región que el encuestado prefiere visitar el 49.48% opto por visitar la región Sierra, el 44.27% prefieren visitar la región Insular, seguido del 22.4% de los encuestados eligieron visitar la costa y solo el 15.10% prefieren realizar turismo en el oriente.

Figura 4893.

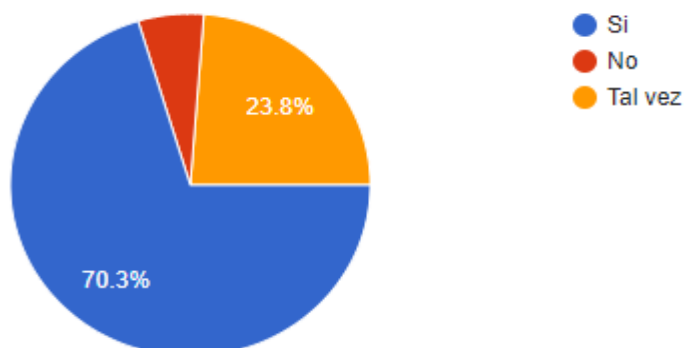
¿Alguna vez ha escuchado sobre el cantón Alausí?



Al analizar esta pregunta el 74.7% mencionaron haber oído sobre el cantón Alausí, y solo un 25.3% indicó que no conocen del cantón.

Figura 5136.

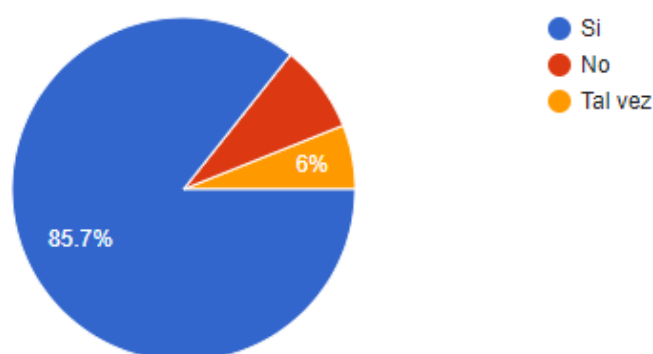
¿Consideraría al cantón Alausí como destino turístico a visitar en los próximos 12 meses?



Solo el 70.3% de los encuestados indicaron que estarían dispuestos a escoger al cantón Alausí como destino a visitar en sus próximas vacaciones, mientras que el 23.8% señala que tal vez elijan este destino, y por último el 5.9% optan por no visitar el cantón.

Figura 5379.

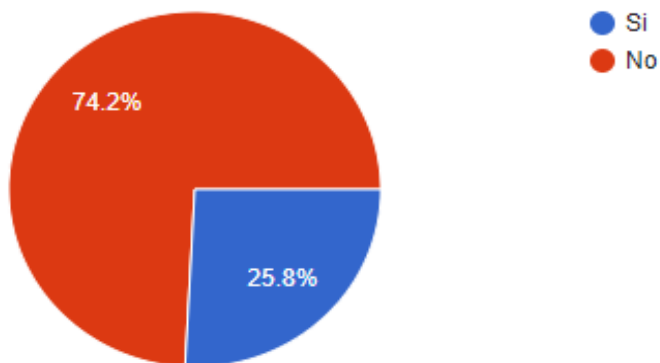
¿Ha escuchado sobre el Tren de la Nariz del Diablo?



Del 100% de los encuestados, el 85.7% han escuchado sobre este atractivo, el 8.2% no conocen del atractivo y el 6% han mencionado que tal vez han oído sobre este atractivo.

Figura 5620.

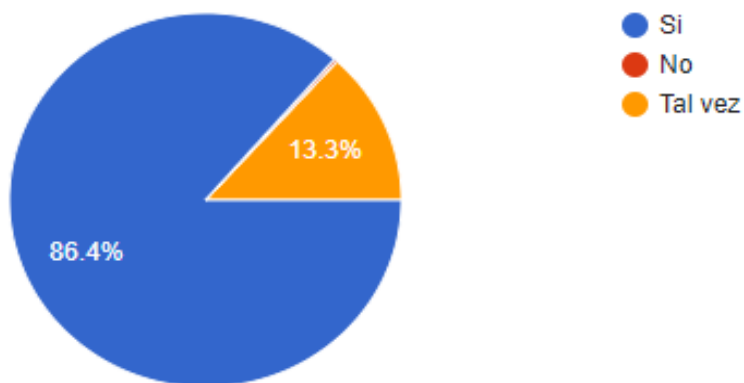
¿Sabía usted que actualmente se encuentra cerrado?



Cabe mencionar que un dato importante que nos arrojó la encuesta es que el 74.2% de personas encuestadas no tenían conocimiento que este atractivo tan popular se encuentra paralizado en la actualidad, es decir que no se encuentra en funcionamiento, y solo el 25.8% conocía que el atractivo se encuentra sin operar.

Figura 5843.

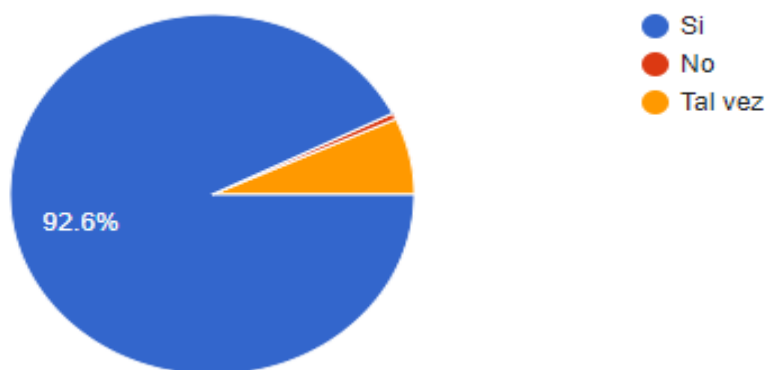
¿Le gustaría que la atracción anteriormente mencionada vuelva a reactivarse?



El 86.4% indicó que les gustaría que esta atracción vuelva a reactivarse, y el 13.3% mencionó que tal vez les gustaría que vuelva a funcionar el tren.

Figura 6004.

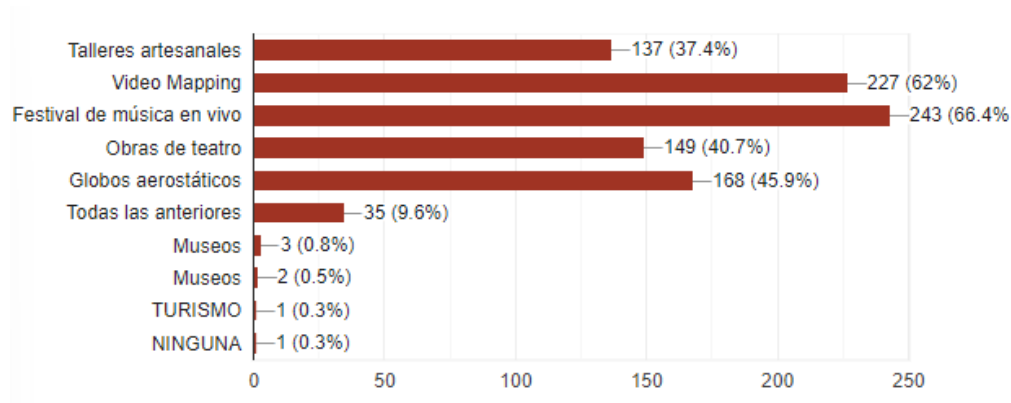
A parte de él Tren de la Nariz del diablo, ¿le gustaría que existieran nuevas atracciones en el cantón Alausí?



Se determinó que el 92.6% de los encuestados les gustaría que se implementen nuevos atractivos en el cantón Alausí, mientras que 6.9% indica que tal vez les gustaría que implementen nuevos atractivos y solo el 0.6% cree que en el cantón Alausí no es necesario de implementar nuevos atractivos.

Figura 6067.

Atracciones que le llamen mayormente la atención



Conforme con las nuevas actividades que se pueden implementar en el cantón de Alausí, se determinó que el 66.4% prefieren los festivales de música en vivo, siguiendo con el 62% de realizar video mapping en los edificios patrimoniales del cantón, el 45.9% opta por implementar globos aerostáticos como atractivo, en cuarto lugar, se encuentran las obras de teatro con un porcentaje del 40.7%, por otro lado, el 37.4% prefieren los talleres artesanales y el 1.9% eligieron otra actividad.

Principales hallazgos

En base a los resultados obtenidos se puede concluir que nuestro mercado potencial ideal sería el siguiente:

Con relación al género de los visitantes que se encontrarían interesados en visitar el cantón Alausí en su mayoría son mujeres con un 65.4%, respecto a la edad promedio del visitante es entre los 18 – 25 años con un promedio del 57.8%. También se pudo determinar que el 84.4% se encuentran solteros, y la ocupación de estos es la de estudiantes con un 45.3%.

La ciudad de Guayaquil es la que se encuentra más interesada en visitar el cantón ya que posee un porcentaje del 83.7% y con una respuesta afirmativa del 93.5% de que estarían dispuestos a realizar un viaje promedio de tres horas para visitar el cantón se determina que en esta ciudad se encuentra nuestro mercado potencial y en la que podría promocionar el destino.

Con referente al factor principal que influye en el visitante al momento de escoger un destino turístico en el Ecuador se encuentra con un 71.6% los atractivos turísticos que la persona pueda observar en el destino.

Al analizar quien sería el compañero ideal al momento de viajar en su mayoría, con un 41.7% prefiere viajar en familia, por lo que los resultados del presupuesto van acordes con el factor anteriormente mencionado, ya que el presupuesto que el visitante estaría dispuesto a gastar en el destino es de \$201 a \$300; así mismo este presupuesto va acorde con el tiempo máximo de estadía de 2 a 3 días que el turista indicó en la encuesta.

De los atractivos que se proponen implementar en el destino se determinó que el 66.4% prefieren los festivales de música en vivo, esto va en relación con la edad de nuestro mercado potencial, ya que la mayoría son jóvenes que se encuentran interesados en estas actividades, también se identificó que el video mapping, que atrae la atención del mercado, puesto que el 62% les gustaría apreciar de esta actividad.

Un hallazgo interesante que pudimos identificar en las encuestas es que el 74.2% de las personas encuestadas no tenían conocimiento que el atractivo turístico de la nariz del diablo se encuentra actualmente cerrada, según nuestra investigación, la operadora turística ‘Alausí Tours’, ha encontrado una manera de reactivar el turismo en este atractivo que no se encuentra operando por el momento, tal es el caso de que en la actualidad Alausí Tours realiza caminatas con los turistas en medio de las vías, e incluso se puede realizar el recorrido en bicicleta y en carro.

Capítulo 4. Propuesta

Una vez culminada la fase de recolección de datos a través de los diferentes instrumentos, así como la búsqueda de información del atractivo mencionado por medio de encuestas, y la información obtenida por medio de la operadora turística certificada ‘Alausí Tours’, que se encuentran operando actualmente, se pudo desarrollar la siguiente propuesta para poder reactivar el turismo en el cantón de Alausí, en base al modelo de ficha propuesto por la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos (2014):

Propuesta de producto turístico

Nombre del producto turístico propuesto: Alausí Mágico

Identificar si el producto turístico es:

Producto nuevo () Producto reestructurado (x)

Descripción del producto turístico

Eje temático: Turismo Comunitario

Segmento de demanda: Familias de la ciudad de Guayaquil

Motivación

La motivación principal de los visitantes es pasar un momento de calidad en familia, crear experiencias únicas, poder disfrutar de la gastronomía de la comunidad, poder visitar sitios culturales, así como también estar en contacto con la naturaleza.

Fundamentación

Alausí un cantón ubicado en la provincia de Chimborazo, cuenta con el reconocimiento de pueblito mágico desde el 2019, ya que es acreedor de los cinco patrimonios como el cultural, natural, arqueológico, arquitectónico y ferroviario. Según la investigación realizada a lo largo del proyecto se muestra que este cantón cuenta con un gran potencial para implementar nuevas actividades turísticas, como la implementación de festivales musicales, video mapping, talleres artesanales, globos aerostáticos, entre otros.

Dentro del diagnóstico realizado, entre sus atractivos principales se encuentra la nariz del diablo, las conchas petrificadas, el camino del inca, lagunas de Ozogoché, los cuales cuentan con una jerarquización de II categoría, es decir que tiene un gran

potencial turístico, sin mencionar que, al implementar nuevas actividades turísticas, se fortalece y generan beneficios a en el ámbito económico, social y ambiental en la comunidad local.

Calidad necesaria en Infraestructura

Instalaciones turísticas (equipamiento turístico): Se recomienda la capacitación a la comunidad local que se dedique a la actividad turística, ya que el cantón solo cuenta con una operadora turística y la mayor parte del turismo la realiza la misma comunidad, además de ofrecer un servicio de calidad a los visitantes.

Actividades turísticas: Que el turista sea participe de las tradiciones que practica la comunidad local, como lo es la fabricación de los shigras, por medio de talleres artesanales que sean organizados por la misma comunidad, así como también que adquiera conocimiento de la cultura y descubrir más sobre la historia del cantón Alausí a través de las diferentes actividades como obras de teatro, en donde la propia comunidad realice una presentación de los acontecimientos que han marcado al cantón. También se plantean implementar actividades turísticas en la que los jóvenes se vean interesados en ser partícipes, como los festivales musicales en conjunto con el video mapping en donde se puedan proyectar diferentes formas en los edificios culturales de la población.

Planta Turística: Se recomienda la implementación de una instalación hotelera, ya que de acuerdo con el consolidado nacional del 2022, el cantón de Alausí solo cuenta con hostales, hosterías y lodge, pero no se encuentra registros de hoteles en el cantón, por lo que deberían implementar uno, para que el turista tenga más opciones de alojamiento al momento de visitar el destino.

Accesibilidad: Las personas con capacidades reducidas puedan formar parte de los tours realizado por los guías, y así puedan formar parte de la experiencia.

Recursos y atractivos turísticos: Es de suma importancia mejorar la seguridad de los visitantes, además es necesaria la implementación de varillas, señalización turística en los atractivos para cuidar del bienestar del turista. Así mismo es importante dar un constante mantenimiento a los atractivos del cantón.

Calidad necesaria en el servicio

Seguridad: Tener un plan de contingencia en caso de siniestro que puedan llegar a ocurrir como sismos, actividad volcánica o caída de ceniza, entre otros, así como también preparar a la comunidad para ofrecer servicio de primeros auxilios.

Gestión: Realizar protocolos bien elaborados sobre la bioseguridad, para que el turista se sienta seguro al momento de visitar el destino, además de ofrecer un buen servicio al visitante.

Recursos humanos: Las personas que se dediquen a la actividad turística al menos deben tener un certificado de una lengua extranjera, así mismo tener la capacitación adecuada para ofrecer un buen servicio.

Tecnología: Tener un amplio conocimiento de la tecnología para ofrecer un servicio con mayor eficiencia y satisfacer las necesidades del turista.

Itinerario sugerido: Programa Alausí Mágico

Todas las actividades seleccionadas por nuestro mercado potencial serán realizadas en el centro histórico de Alausí e implementadas dentro del itinerario presentado más adelante.

En primer lugar, se encuentran los festivales musicales, en donde la misma población con sus bailes tradicionales y música local, pueden realizar presentaciones en vivo en donde los turistas aprendan más sobre sus costumbres y tradiciones.

En segundo lugar, se ubica el video mapping el cual se lo puede implementar dentro de los festivales musicales para realizar proyecciones de diferentes formas y colores sobre las infraestructuras culturales en donde capte la atención del turista; este se lo puede utilizar como una gran apertura dentro de los festivales musicales.

La tercera actividad que se implementó en el itinerario son las obras de teatro en donde en conjunto con la comunidad se van a realizar diferentes interpretaciones sobre las leyendas urbanas del cantón Alausí.

Tabla 7.

Itinerario programado del día 1

06H00	Salida desde la gasolinera Primax al frente del terminal terrestre.
09H30	Llegada al cantón Alausí y acomodación en el hotel.
10H00	Desayuno
10H45	City tour por el centro histórico de Alausí
13H30	Almuerzo de la gastronomía típica de la comunidad
15H00	Salida hacia la comunidad de Tolte
15H45	Caminata por las escalinatas hasta el mirador Nariz del Diablo.

16H30	Salida hasta la parte baja de la montaña Nariz del Diablo.
19H00	Cena en la comunidad de Alausí.
20H00	Festival de música en el centro histórico junto con el video mapping.

Tabla 8.
Itinerario programado del día 2

07H30	Desayuno
08H30	Charla informativa y recomendaciones previo a la salida a las lagunas de Ozogoche.
09H00	Salida a las lagunas de Ozogoche.
10H40	Actividades de recreación (Avistamiento de aves, senderismo, fotografía).
11H40	Box Lunch para los turistas.
12H30	Retorno a Alausí.
14H00	Almuerzo y baile tradicional de la comunidad.
14H40	Salida hacia las conchas petrificadas en la comunidad del Chicho Negro, Achupallas.
15H50	Interacción con la comunidad y recorrido por el sitio arqueológico de las conchas petrificadas.
17H30	Retorno a Alausí.
19H00	Cena de despedida en conjunto con música tradicional.
20H00	Obras de teatro de momentos históricos en el cantón por parte de la comunidad.

Tabla 9.
Itinerario programado del día 3

08H00	Desayuno.
09H00	Charla informativa y recomendaciones previo a la salida hacia las cascadas.
09H15	Salida hacia las cascadas Panamá y Angés.
10H20	Caminata por el sendero de la casca Panamá.

11H20	Caminata por el sendero de la casca Angas.
12H30	Retorno a la parroquia Huigra.
13H30	Almuerzo de la gastronomía típica de la comunidad.
14H30	Retorno a la ciudad de Guayaquil.
17H30	Llegada al punto de encuentro, fin del servicio.

Es importante resaltar que en el cantón Alausí se caracteriza por su turismo comunitario, por lo que las comunidades locales serán participes de este programa.

El clima en el cantón Alausí es frío por lo que se recomienda llevar ropa abrigada y cómoda, guantes, bufandas, zapatos cómodos para poder realizar senderismo, gafas de sol, y bloqueador solar ya que la mayoría de las actividades son al aire libre.

La propuesta que se ofertó para la reactivación del cantón está compuesta por atractivos con los que ya contaba la población en conjunto con las nuevas actividades implementadas. Además, la implementación de esta propuesta en conjunto con la presencia de la National Geographic y del actor Will Smith el 31 de agosto del 2022, quienes grabaron para un documental acerca de las vías ferroviarias del Ecuador en este cantón, son una gran oportunidad para una reactivación turística rápida y dinámica que permita pasar de la fase de consolidación a la fase de rejuvenecimiento del destino.

Tabla 10.

Estrategia #1 Promoción de los atractivos por medio de la página web

Estrategia #1	Promoción de los atractivos por medio de la página web
Objetivo	Actualizar la información general que se encuentra en el sitio web del cantón Alausí, para realizar una adecuada promoción del atractivo.
Descripción	Las páginas web son uno de los medio principales en donde las personas buscan información sobre un destino, ya que estos cuentan con portales fotográficos y de video en donde se puede promocionar el destino.

Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar personal capacitado que pueda ir actualizando la página web del cantón • Rediseñar la página web del cantón Alausí • Brindar red wifi gratuita en ciertos sitios turísticos
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar la página web cada tres meses.
Alcance	Turistas nacionales y extranjeros
Responsable	GAD cantonal de Alausí
Frecuencia	Trimestral
Presupuesto	\$1.500

Tabla 11.

Estrategia #2 Realizar capacitaciones a la comunidad receptora

Estrategia #2	Realizar capacitaciones a la comunidad receptora
Objetivo	Capacitar a toda la comunidad receptora que gestiona y opera la actividad turística del cantón Alausí.
Descripción	Gracias a las capacitaciones, la comunidad receptora podrá ofertar un mejor servicio en la que el turista se sienta satisfecho con el servicio prestado.
Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de calidad • Contratar profesionales turismólogos que sean aptos para realizar las capacitaciones • Realizar un plan detallado con los temas a tratar • Realizar un diagnóstico en lo que la comunidad falla al momento de prestar sus servicios.
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar capacitaciones cada tres meses
Alcance	Comunidad receptora
Responsable	GAD cantonal de Alausí
Frecuencia	Trimestral
Presupuesto	\$1.000

Tabla 12.*Estrategia #3 Festivales musicales en conjunto con video mapping*

Estrategia #3	Festivales musicales en conjunto con video mapping
Objetivo	Realizar festivales musicales en conjunto con el video mapping en el cual la comunidad pueda dar a conocer su música y bailes tradicionales a los turistas.
Descripción	Por medio de los festivales musicales el cantón tiene la oportunidad de ofertar sus tradiciones culturales, ya que son uno de factores en las que el turista se encuentra interesado, además por medio del video mapping se pueden ir realizando proyecciones con distintas formas y colores en los distintos edificios culturales del centro histórico de Alausí, logrando atraer la visita de turistas.
Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar los permisos requeridos por parte del GAD de Alausí para poder utilizar el centro histórico. • Contratar una tarima para la presentación musical. • Gestionar publicidad por medio de las redes sociales, afiche y pagina web.
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> • Se desarrollarían en el mes de julio, agosto, octubre y noviembre. • Empieza de 18H00 hasta las 21H00.
Alcance	Turistas nacionales y extranjeros.
Responsable	GAD cantonal de Alausí
Frecuencia	Cuatrimestral
Presupuesto	\$2.000

Tabla 13.*Estrategia #4 Concurso: video y slogan*

Estrategia #4	Concurso: video y slogan
Objetivo	Dar a conocer por medio de la experiencia de los turistas el destino para llegar a tener un mayor alcance.
Descripción	Este concurso consiste en que el turista sea el que promocioe al cantón Alausí, a través de la elaboración de un slogan turístico y un video en el que el visitante hable sobre su experiencia en el cantón, en donde también deben incluir imágenes o videos de las atractivos del cantón.

Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del destino a través del slogan y el video promocional. • El premio al mejor video será dos noches con todo pagado para dos personas. • Gestionar con el GAD cantonal la promoción del concurso.
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> • El concurso tendrá vigencia en el mes de enero y mayo.
Alcance	Turistas nacionales y extranjeros.
Responsable	GAD cantonal de Alausí y dueños de hoteles.
Frecuencia	Semestral
Presupuesto	\$800

Tabla 14.

Estrategia #5 Trabajar con influencers

Estrategia #5	Trabajar con influencers
Objetivo	Captar la atención del turista a través de la promoción turística de los influencers
Descripción	Por medio de las redes sociales se han ido generando los influencers de turismo, conocidos por promocionar sitios turísticos de acuerdo con su experiencia en el destino. Este tipo de promoción poder ayudar a llegar a otro tipo de mercados, generando así más visitas al cantón.
Tácticas	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar a una influencer que se dedique específicamente a la promoción turística. • Promocionar el destino por medio de las diferentes redes sociales como Instagram, Facebook, Tik Tok, entre otros. • Identificar los atractivos con menos promoción turística.
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> • Se contrataría distintos influencer una vez al año.
Alcance	Turistas nacionales y extranjeros.
Responsable	GAD cantonal de Alausí.
Frecuencia	Anual
Presupuesto	\$1.000

Conclusiones

- Una de las oportunidades que presenta el cantón Alausí es la diversificación de pisos climáticos que en el encontramos debido a su localización geográfica, siendo un espacio perfecto donde el turista podrá vivir la experiencia tanto del clima cálido de la costa como el frío de la sierra. En adición, Alausí cuenta con un certificado de pueblito mágico, el cual lo hace beneficiario de recursos que le permitan fortalecer su infraestructura y atractivos turísticos, pero es necesario proponer y ejecutar un plan de reactivación, aprovechando los recursos económicos que el gobierno otorga al cantón.
- La mayoría de sus atractivos turísticos cuentan con un turismo comunitario por lo que es necesario que se realicen capacitaciones enfocadas a un servicio turístico de calidad. Por otro lado, el cantón cuenta solo con un operador turístico, que se encarga de la planificación. Se identificó que la mayoría de sus atractivos son jerarquía II, con posibilidades de subir su jerarquía. Se puede concluir que el ciclo de vida de este destino se encuentra en fase de consolidación debido al estancamiento por la pandemia y la paralización operacional.
- La metodología utilizada para la obtención de datos que fue empleada por medio de encuestas lanzó los siguientes resultados, nuestro mercado está dirigido a personas entre las edades de 18 – 25 años, los cuales prefieren viajar en compañía de sus familiares, con un presupuesto que va de \$201 a \$300 dólares, y están dispuestos a visitar el cantón en conjunto con la implementación de nuevas actividades turísticas.

Recomendaciones

Se recomienda que el cantón Alausí junto con las respectivas autoridades pongan en marcha el plan de reactivación turística en el cantón con las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda obtener un certificado ISO 9001, según la guía de certificaciones internacionales, (2013) “este certificado provee las exigencias con las que un sistema de calidad tiene que cumplir” p.18, además que con el control de calidad se pueda supervisar y gestionar el turismo que se ofrece en el cantón.
- Es recomendable la conexión entre las diferentes parroquias del cantón, ya que, actualmente si cuentan con un transporte que las conecte, pero no tiene el mantenimiento necesario para ofrecer un servicio de calidad a turistas de la zona y a la misma comunidad debido a la falta de mantenimiento a estos transportes.
- Un factor importante del que a lo largo de la investigación fue un problema, es la falta de señalética turística para poder encontrar los atractivos turísticos, ya que estas deben de estar ubicadas en las carreteras principales y en el trayecto hacia el atractivo, además de la falta de señalética de prevención si el lugar pueden haber algún tipo de derrumbe por la zona o señalética de seguridad para prevenir al turista de cualquier catástrofe.
- Se recomienda también una actualización de las páginas web del cantón de Alausí, ya que la mayoría de sus páginas oficiales carece de información actualizada, algo en lo que el GAD cantonal debería ir realizando para poder mejorar
- El atractivo arqueológico de las conchas petrificadas que se encuentra ubicado en la comunidad de Chicho Negro, en la parroquia de Achupallas se recomienda la construcción de un museo en la comunidad, debido a que este descubrimiento arqueológico se encuentra a la deriva sin ningún tipo de seguridad que logre preservar este recurso, además la placa que se encuentra en el sitio arqueológico se puede notar lo desgastada que

esta por el paso del tiempo, ya que el GAD cantonal no le ha dado el debido reconocimiento y atención que requiere las comunidad y sus atractivos.

- Ejecutar un plan de marketing en conjunto con el GAD cantonal y empresas privadas para la promoción de los atractivos turísticos con los que cuenta el cantón y sus comunidades, ya que la mayor parte de sus promociones turísticas involucran al tren nariz del diablo, un atractivo por el que se ha destacado el cantón, pero sigue sin operar desde la pandemia en el año 2020, por lo que es importante enfocarse en otros atractivos potenciales con los que cuenta el cantón.
- Hacer uso de la tecnología para poder llegar a nuestro mercado potencial y ofertar el destino de manera atractiva para el turista, así como también a través de la tecnología la comunidad pueda ofrecer un servicio más rápido y eficaz, como al momento de registrarse en cualquier alojamiento (check in y check out), también que opten por tener diferentes métodos de pago en los establecimientos de alimentos y bebidas.

Referencias

- Albornoz, M. M. (2017). *Potencial turístico en el distrito de Huallanca- Ancash, 2017*. Lima.
- All you need is Ecuador. (2015). *Camino del inca (qhapaq ñan), declarado patrimonio mundial de la humanidad*. Obtenido de Ecuador Travel: <https://ecuador.travel/trade/es/noticias/83-camino-del-inca-qhapaq-nan-declarado-patrimonio-mundial-de-la-humanidad#:~:text=Esta-ruta-diseñada-y-construida,de-Loja-en-el-sur>.
- Antonietti, L. B. (2017). *Servicios turísticos I*.
- Armanza, A. A. (2019). *Plan de Marketing Turístico Digital para la parroquia Huigra, cantón Alausí*. Guayaquil.
- Avila, J. (20 de Marzo de 2020). *¿Qué es una Pandemia? Definición y fases*. Obtenido de Coronopedia: <https://www.coronopedia.org/base-conocimiento/que-es-una-pandemia-definicion-y-fases/>
- Banco Mundial del Ecuador. (07 de 04 de 2022). *Ecuador: Panorama General*. Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Benjumea, C. d. (1997). *Características de la investigación cualitativa y su relación con la enfermería*. Medellín .
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación administrativa, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá, Colombia: Pearson.
- Buades, J., Cañada, E., & Gascón, J. (2012). *El turismo en el inicio del milenio*. Madrid: Foro turismo responsable.
- Carrión, D. (2020). *Plan de contingencia para reducir el impacto* . Chimborazo.
- Castillo, Sánchez, & Vargas. (2017). *Origen, concepción y tratamiento del ciclo de vida de los destinos turísticos: Una reflexión entorno al modelo de Butler*. Lara, Venezuela .
- Chávez, C., Redroban, P., Aguirre, C., & Torres, L. (2019). Desarrollo económico enfocado al ámbito turístico en el Camino del Incan (Ecuador). *Espacios*, 6.
- CONGOPE & BID. (2019). *Plan de Desarrollo Vial Integral de la Provincia de Chimborazo*. Quito.
- Congreso Nacional; Comisión de Legislación y Codificación. (2015). Ley de Aviación civil. *Ediciones Legales*, 4-18.

- Dirección General de aviación Civil. (2019). *Globos fijos, Cometas, Cohetes y Aeronaves Radiocontroladas y Globos Libres no Tripulados*.
- Espin, D., Flores, K., & Pinos, M. (2018). *Diagnóstico Turístico de la Parroquia Palacio Real, Provincia de Chimborazo, Ecuador*. Guayaquil: UCSG.
- GAD del cantón Alausí. (2022). *Plan de Turismo para el Buen Vivir del Cantón Alausí*.
- GAD Municipal. (2019). *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal*.
- GAD Municipal del Cantón Alausí. (2020). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Alausí*.
- Garduño Mendoza, M., Guzmán Hernández, C., & Zizumbo Villarreal, L. (2009). *Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales*.
- Grajales, T. (27 de marzo de 2000). *Tipos de Investigación*. Obtenido de cmappublic2: <https://cmappublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Herrera, R. (2016). *Análisis de mercado turístico del cantón Alausí, Ecuador*.
- Ibañez, & Ivanova. (2012). *Medio ambiente y política turística en México*. Ciudad de México: Impresora y encuadernadora Progreso, S.A.
- La prensa . (8 de marzo de 2022). Lluvias continúan afectando vías y servicios básicos en Alausí. *La Prensa*, págs. 1-2.
- León Rocha, G. T., & Salinas Bravo, D. G. (2016). *Propuesta de intervención turística para el cantón Santa Isabel, provincia del Azuay*. Guayaquil.
- Lohmann, & Panosso. (2012). *Teoría del Turismo conceptos, modelos y sistemas*. Ciudad de México: Trillas, S.A.
- Minalla, C. (21 de junio de 2021). *Avances Tecnológicos en Ecuador* . Obtenido de Universidad Ecotec: https://www.ecotec.edu.ec/documentacion/investigaciones/estudiantes/trabajos_de_clases/26954_2011_Pasantias_Trecalde_000000682.pdf
- Ministerio del Ambiente . (01 de Septiembre de 2021). *Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible* . Obtenido de Minambiente: <https://www.minambiente.gov.co/ventana/objetivos/>
- Ministerio del Turismo . (2015). *Reglamento general a la ley de turismo*.
- Ministerio del Turismo. (2014). *Ley de Turismo*.
- MINTUR. (2021). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/pueblos-magicos>

- Observatoria Social del Ecuador. (junio de 2020). *Serie de artículos: Pandemia y situación socio-política en Ecuador*. Obtenido de FES: <https://ecuador.fes.de/news-list/e/serie-de-articulos-pandemia-y-situacion-socio-politica-en-ecuador>
- OMS. (2005). *Manual de Bioseguridad en el Laboratorio*.
- Orellana, V., & Pereira, A. (5 de abril de 2015). *¿Para qué sirven las encuestas?* Obtenido de Dialnet: <file:///C:/Users/vivis/Downloads/Dialnet-ParaQueSirvenLasEncuestasAnalisisDeCaso-6329279.pdf>
- Peralvo, K. A. (2021). *Marketing digital para la reactivación del turismo en el cantón Quero*. Ambato.
- Piantanida, A. S. (2014). *El Video Mapping: Nuevas tendencias en arte digital*. Arte Digital.
- Pro Ecuador . (2013). *Guía de Certificaciones Internacionales*.
- Ramírez, R. C. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Villa de Álvarez.
- Rodas, K. (2021). *Plan de marketing turístico para reactivar la economía post pandemia en el cantón alausí*.
- Rojas Garces, G., León Peñafiel, P., & Torres Valencia , D. (2020). *Guía General de Medidas de Bioseguridad para destinos Turísticos al momento de su Reactivación, en el contacto de la emergencia sanitaria por el Covid-19*.
- Rojas, G., & León, P. (2020). *Protocolo General de Bioseguridad para Turismo comunitario, al momento de su reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por el Covid-19*. Ministerio del Turismo.
- Rosmery, H. M. (2020). *Reactivación del turismo y bienestar económico de las empresas del Centro Artesanal Cusco*.
- Santana, A. (2003). *Turismo cultural, culturas turísticas*. Porto Alegre.
- Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa. (2013). *Buen vivir Plan Nacional 2013 - 20170*. Quito: Senplades.
- SENPLADES & Equipo Consultos PD Y OT. (7 de Noviembre de 2014). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Alausí*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0660000440001_Diagnostico_16-03-2015_16-45-37.pdf

- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*.
- Solís, L. D. (7 de mayo de 2019). *El enfoque de investigación: la naturaleza del estudio*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-de-investigacion-la-naturaleza-del-estudio/>
- Unidad de turismo del GAD de Alausí . (abril de 2021). *Alausí Guía de destino*. Obtenido de Viajando Ecuador: <https://www.viajaecuador.com.ec/wp-content/uploads/2021/04/Guia-PM-ALAUSSI.pdf>
- Vanegas, G. (2006). *Ecoturismo Instrumento de Desarrollo Sostenible*. Medellín.
- Varisco, C. (2013). *Sistema turístico. subsistemas, dimensiones*.
- World Tourism Organization. (2022). *Definiciones operativa utilizadas en la cadena de valor del turismo*.

Apéndice

Apéndice 1. Encuesta.

Estimados encuestados, la información que nos proporcione será utilizada para identificar las preferencias y necesidades con respecto a la reactivación Turística para el Cantón Alausí.

Sexo	
Femenino	
Masculino	

Edad	Estado Civil	Ocupación	Ciudad
18 - 25	Soltero/a	Estudiante	Guayaquil
26 - 35	Casado/a	Ama de casa	Quito
36 - 45	Divorciado/a	Trabajo dependiente	Cuenca
46 - 64	Viudo/a	Trabajo independiente	Machala
64 en adelante			Otro

Seleccione 3 factores que influyan al momento de escoger un destino turístico en Ecuador.

- | | |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Presupuesto | <input type="checkbox"/> Hospedaje |
| <input type="checkbox"/> Atractivos turísticos | <input type="checkbox"/> Gastronomía |
| <input type="checkbox"/> Actividades turísticas | <input type="checkbox"/> Clima |

¿Quién sería su compañero ideal de viaje?

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pareja | <input type="checkbox"/> Amigos |
| <input type="checkbox"/> Familia | <input type="checkbox"/> Me gusta viajar solo/a |

En promedio, ¿cuál es su tiempo máximo de estadía en el destino seleccionado?

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 día | <input type="checkbox"/> 3 a 5 días |
| <input type="checkbox"/> 2 a 3 días | <input type="checkbox"/> Mas de 5 días |

Tomando en cuenta la pregunta anterior, ¿Cuál es el presupuesto que destina para realizar su viaje?

- | | |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Menos de \$50 dólares | <input type="checkbox"/> De \$151 a \$200 dólares |
| <input type="checkbox"/> De \$51 a \$100 dólares | <input type="checkbox"/> De \$201 a \$300 dólares |
| <input type="checkbox"/> De \$101 a \$150 dólares | <input type="checkbox"/> Mas de \$300 dólares |

Ordene, siendo 1 de mayor interés y 4 de menor interés, a qué sector o región preferiría viajar en sus vacaciones.

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Costa | <input type="checkbox"/> Oriente |
| <input type="checkbox"/> Sierra | <input type="checkbox"/> Insular |

¿Alguna vez ha escuchado sobre el cantón Alausí? (Si su respuesta fue SI continúe a la pregunta 8)

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
|-----------------------------|-----------------------------|

Teniendo en cuenta que Alausí es un cantón de la provincia del Chimborazo, y que se encuentra a 3 horas de Guayaquil, ¿lo tomaría en cuenta como un futuro destino turístico? (Si su respuesta fue no hasta aquí llega su encuesta).

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
|-----------------------------|-----------------------------|

¿Consideraría al cantón Alausí como destino turístico a visitar en los próximos 12 meses? (Si su respuesta fue si o tal vez avance a la pregunta 9, si su respuesta fue NO hasta aquí llega su encuesta).

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> Tal vez |
| <input type="checkbox"/> No | |

¿Ha escuchado sobre el Tren de la Nariz del Diablo?

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> Tal vez |
| <input type="checkbox"/> No | |

¿Sabía usted que actualmente se encuentra cerrado?

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> No |
|-----------------------------|-----------------------------|

¿Le gustaría que la atracción anteriormente mencionada vuelva a reactivarse?

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> Tal Vez |
| <input type="checkbox"/> No | |

A parte de él Tren de la Nariz del diablo, ¿le gustaría que existieran nuevas atracciones en el cantón Alausí?

- | | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Si | <input type="checkbox"/> Tal vez |
| <input type="checkbox"/> No | |

Seleccione 3 atracciones que le llamen mayormente la atención

- Talleres artesanales



- Video mapping



- Festival de música en vivo



- Obras de teatro



- Globos aerostáticos



Todas las anteriores

Otras _____

¡Muchas gracias por su tiempo!

Adaptado de: Recolección de datos febrero 2022, Plan de reactivación del sector turístico en la parroquia Huigra, provincia de Chimborazo.

Apéndice 2. Ficha de propuesta.

NOMBRE DEL PRODUCTO TURÍSTICO PROPUESTO: _____

Identificar si el producto turístico es: Producto nuevo () Producto reestructurado ()

Descripción del producto turístico

Eje temático: _____

Segmento de demanda: _____

Motivación (identificar los motivos del viaje)

Fundamentación (Importancia y contribución a las condiciones actuales)

Calidad necesaria en infraestructura

Describir la calidad necesaria que debería tener cada uno de los puntos detallados. Deben guardar directa relación con el público objetivo identificado y el concepto del producto.

Instalaciones turísticas (equipamiento turístico): _____

Actividades turísticas: _____

Planta turística: _____

Accesibilidad: _____

Recursos y atractivos turísticos: _____

Calidad necesaria en el servicio

Describir la calidad necesaria que debería tener cada uno de los puntos detallados. Deben guardar directa relación con el público objetivo identificado con el concepto del producto.

Seguridad: _____

Gestión: _____

Recursos humanos: _____

Tecnología: _____

Itinerarios sugeridos (ejemplos de posible forma de consumo, considerar temporalidad)

Indicar opciones como half day, full day o programas más largos.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Coello Benites María Alejandra**, con C.C: # **0952607620** y **Novoa Fonseca Allison Lissette**, con C.C: # **0943514414** autoras del trabajo de titulación: **Plan de reactivación turística para el cantón Alausí, provincia de Chimborazo**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A EN TURISMO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos 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.- Autorizamos 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 19 días del mes de septiembre del año 2022

Nombre: Coello Benites María Alejandra
C.C: 0952607620

Nombre: Novoa Fonseca Allison Lissette
C.C: 0943514414



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de reactivación turística para el cantón Alausí, provincia de Chimborazo.		
AUTOR(ES)	María Alejandra, Coello Benites Allison Lissette, Novoa Fonseca		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	María Belén, Salazar Raymond		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Carrera de Turismo		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado/a en Turismo		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	19 de septiembre del 2022	No. DE PÁGINAS:	74
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración de Operaciones, Sostenibilidad, Calidad de vida.		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Pueblito mágico, Turismo Comunitario, Sistema Turístico, Reactivación Turística, COVID -19, Tren Nariz del Diablo.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El siguiente proyecto tiene como objetivo general desarrollar un plan turístico para la reactivación turística del cantón Alausí, provincia de Chimborazo, dado que las respectivas autoridades solo se enfocan en un solo atractivo que es el Tren Nariz del Diablo. Dentro del desarrollo de este proyecto se realizó un diagnóstico al cantón con la finalidad de identificar el estado actual de cada uno de los elementos de sistema turístico. Se aplicaron metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa con un enfoque investigativo, y un instrumento de encuestas para la recolección de datos cuyos resultados arrojaron que nuestro mercado potencial desconocía del estado actual de servicio del tren, y además, se encuentra interesado en la implementación de nuevas actividades turísticas de carácter cultural en el destino. Finalmente, se brinda una propuesta que reactive la actividad turística en el cantón Alausí, complementando los atractivos ya existentes con nuevas actividades a realizar, dándole una mejor motivación al turista para visitar el cantón.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0939062613 0967052196	E-mail: maria.coello05@cu.ucsg.edu.ec allisonnovoa77@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			