



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE MAGÍSTER EN GESTIÓN Y DESARROLLO SOCIAL

Diseño de modelo para la gestión del turismo comunitario en la comunidad de Llamacorral, cantón Guaranda dirigido para la población local, turistas e instituciones, con el propósito de mejorar la calidad de vida de la población.

AUTOR: González León, Pablo Oswaldo

DIRECTOR: Ludeña Reyes, Alex Paul

CENTRO UNIVERSITARIO GUARANDA

2017



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2017

APROBACION DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION

Master

Alex Paul Ludeña Reyes.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación, denominado: diseño de modelo para la gestión del turismo comunitario en la comunidad de Llamacorral, cantón Guaranda dirigido para la población local, turistas e instituciones locales, con el propósito de mejorar la calidad de vida de la población local, realizado, González León Pablo Oswaldo ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, septiembre de 2017

f).

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo PABLO OSWALDO GONZALEZ LEON declaro ser autor (a) del presente trabajo de titulación: Diseño de modelo para la gestión del turismo comunitario en la comunidad de LLamacorral, cantón Guaranda dirigido para la población local, turistas e instituciones locales, con el propósito de mejorar la calidad de vida de la población local , de la Titulación MAESTRIA GESTION Y DESARROLLO SOCIAL, siendo ALEX PAUL LUDEÑA REYES director (a) del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad. Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad"

f.....

Autor: PABLO OSWALDO GONZALEZ LEON

Cédula: 0201693686

DEDICATORIA

Para mis padres, María Elena su apoyo, paciencia, cariño han sido el motor que me ha impulsado a concluir este y muchos proyectos en mi vida. Oswaldo, mi padre su filosofía, sapiencia y compromiso con la gente han sido un paradigma.

A mi hermano, sus palabras y soporte más de una vez han sido cruciales, no solo para este trabajo, si no para mi vida. A Johana su esposa, siempre junto a nosotros.

A mis tíos, mis primos, por permitirme aprender de la vida a su lado, siempre es bueno estar junto a ustedes.

A mis amigos, su compañía, palabras y buena voluntad, me han hecho seguir y continuar aun en aquellas horas que consideraba inciertas.

Todo esto es posible gracias a ustedes.

AGRADECIMIENTO.

El principal agradecimiento de mi tesis es a la gente, a la comunidad de Llamacorral, el trabajar con la gente es el principal estímulo para un científico social, gracias por permitirme aprender junto a ustedes.

A los catedráticos de la Universidad Técnica Particular de Loja, pero en especial a mi tutor Msc. Alex Paul Ludeña, su guía y paciencia me ha permitido adentrarme en temáticas turísticas más allá de mi campo, gracias por todo lo aprendido.

INDICE DE CONTENIDOS

Tabla de contenido

CARATULA.....	i
APROBACION DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.	v
INDICE DE CONTENIDOS.....	vi
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCION	3
CAPÍTULO I	5
1.1 Definición de turismo	6
1.2 El turismo como actividad económica	6
1.2.1 Mercado turístico.....	6
1.2.2 Oferta turística.	7
1.2.3 Demanda Turística.	8
1.2.4 Heterogeneidad oferta turística.....	8
1.2.5 Producto turístico.....	8
1.3 El turismo como alternativa de desarrollo sostenible.	8
1.3.1 Sostenibilidad.....	8
1.3.2 Desarrollo Sostenible.	9
1.3.3 Tipos de sostenibilidad y turismo.....	9
1.3.4 Carga Turística.....	10
1.3.5 Turismo Sostenible.....	10
1.4 El turismo y la Comunidad	10
1.4.1 Comunidad.	11
1.4.2 Turismo comunitario.....	11
1.4.3 Turismo comunitario como alternativa desarrollo.	12
1.4.4 Ejes del turismo comunitario.	13
1.5 Otros conceptos claves.	14
1.5.1 Cultura.....	14
1.5.2 Modelos de gestión.....	14
1.5.3 Cosmovisión.	14

1.5.4 Identidad.	15
CAPÍTULO II	16
DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA COMUNIDAD LLAMA CORRAL.....	16
2.1 Ámbito Físico Espacial.	17
2.1.1 Límites.	18
2.1.2 Extensión.	18
2.1.3 Vías de acceso.	19
2.2 Ámbito socio cultural.	19
2.2.1 Etnicidad (nacionalidad y pueblo).	19
2.2.2 Historia.	19
2.2.3 Población.	20
2.3 Ámbito ecológico territorial.	23
2.3.1 Clima.....	23
2.3.2 Zonas de vida.....	23
2.3.3 Uso de suelo.	23
2.3.4 Flora.....	23
2.3.5 Fauna.	25
2.3.6 Problemas ambientales.....	26
2.4 Ámbito económico productivo.....	26
2.4.1 Fuentes de ingresos familiares.....	26
2.4.2 Destino de la producción.	27
2.4.3 Desarrollo actual del turismo.	27
2.5 Ámbito político administrativo.	27
2.5.1 Estructura orgánica funcional de la comunidad.....	27
2.5.2 Funciones de los representantes.	28
2.5.3 Formas de elección y toma de decisiones.....	28
CAPÍTULO III	29
POTENCIAL TURISTICO PROYECTO TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE LLAMACORRAL.	29
3.1 Análisis de la oferta	30
3.1.1 Infraestructura Turística.....	30
3.1.2 Determinación de atractivos turísticos de comunidad de Llamacorral.	33
3.1.2.5 Bosques Nativos.	37
3.1.2.6 Sendero Agrícola.	39
3.1.2.7 Cascada de los rituales.	40
3.1.2.8 Bosque de Polylepis.....	41

3.1.2.9 Pawkar Raymi.	42
3.1.2.10 Elementos culturales.	43
3.1.3 Caracterización de potenciales productos turísticos.	44
3.1.3.1 Sendero ecológico Llamacorral-Casaichis central.	45
3.1.3.2 Experiencia agroecológica.	46
3.1.3.3 Cabalgata Arenal-Casaichis- bosque de Polilepis-Tinku.	47
3.2 Análisis de la demanda.	47
3.2.1 Caracterización de la demanda.	48
3.3 Análisis detallado de variables.	51
3.3.1 ¿Cuál es su nacionalidad?	51
3.3.2 ¿Cuál es la ciudad donde reside habitualmente?	52
3.3.3 ¿Cuál es su actividad ocupacional?	55
3.3.4 ¿Cuál es su nivel de instrucción?	57
3.3.5 ¿Esta es la primera vez que visita la comunidad de Llamacorral?	58
3.3.6 ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje?	58
3.3.7 ¿Cuál fue el medio de transporte empleado para llegar a la comunidad de Llamacorral? .	60
3.3.8 ¿Viajo solo o acompañado?	63
3.3.9 ¿Cuántos días permaneció en la comunidad?	64
3.3.10 ¿Cuál fue su alojamiento en la comunidad?	65
3.3.11 ¿Cómo financio usted su viaje?	66
3.3.12 ¿Cómo organizo su viaje?	67
3.3.13 Cruce de variables Procedencia visitantes y Tipo de Transporte.	68
3.3.14 Cruce de variables compañía de visitantes y Alojamiento en la comunidad.	72
3.3.15 Cruce de variables actividad ocupacional y tipo de financiamiento del viaje,	74
3.3.15 Cruce de variables Género y motivo de viaje.	77
3.2.3 Determinación de perfiles de potenciales visitantes.	80
3.2.3.1 Perfil de turista de la comunidad de Llamacorral.	81
CAPÍTULO IV	83
DISEÑO DEL MODELO DE GESTION DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE LLAMACORRAL	83
4.1 Antecedentes.	84
4.1.1 Principios rectores.	85
4.1.2 Visión.	86
4.1.3 Misión.	87
4.1.4 Objetivo.	87
4.2 Condiciones básicas.	87

4.3 Componentes modelo de Gestión	87
4.3.1 Componente Socio organizativo.	87
4.3.2 Componente Producto Turístico.	91
4.3.3 Comercialización del producto.....	93
4.3.4 Componente Alianzas estratégicas.	94
4.4 Beneficios de aplicación de Modelo de gestión de turismo comunitario en la comunidad de Llamacorral.....	97
4.4.1 Desarrollo del producto turístico.	97
4.4.2 Fortalecimiento de la identidad cultural.....	97
4.4.3 Fortalecimiento socio organizacional.....	98
4.4.4 Modelo de desarrollo alternativo.	98
4.4.5 Mejora calidad de vida.	98
CONCLUSIONES	99
RECOMENDACIONES	100
BIBLIOGRAFIA	101
ANEXOS	103

RESUMEN

El presente proyecto se elaboró para generar un modelo de desarrollo turístico sustentable para la comunidad de Llamacorral. En el presente modelo se detalla fases y etapas para conseguir alcanzar la meta de un proyecto turístico. El principal objetivo de este modelo de gestión de turismo comunitario es presentarse como una alternativa, para el desarrollo sostenible de la comunidad. Trabajamos un diagnóstico de la comunidad, se inventario sus potencialidades turísticas y se presentó un modelo de gestión que se adecue de la mejor manera posible a sus características; tanto culturales y físicas.

Palabras clave: Turismo, comunitario, modelo de gestión, sustentable, inventario, Llamacorral.

ABSTRACT

The present project was developed to generate a sustainable tourism development model for the community of Llamacorral. The present model details phases and stages to achieve the goal of a tourism project. The main objective of this model of community tourism management is to present itself as an alternative, for the sustainable development of the community. We worked on a diagnosis of the community, inventory their tourism potential and presented a management model that suited the best possible way to its characteristics; both cultural and physical.

Key words: Tourism, community, management model, sustainable, inventory, Llamacorral.

INTRODUCCION

El presente trabajo versa sobre un modelo de gestión turística comunitaria en Llamacorral, Comunidad Kechua de la provincia de Bolívar, del cantón Guaranda. Se trata de una propuesta de desarrollo alternativo, sostenible y sustentable para la comunidad. Este tiene como fundamentos a la participación activa de la comunidad y el respeto de los valores característicos de la comunidad. Su cosmovisión y proceso histórico han tratado de mantenerse y asumirse para la elaboración del presente modelo de gestión comunitaria.

El Modelo de gestión turística comunitaria se lo realizo a través de cuatro capítulos. En el primero se trató la matriz conceptual, aquellos conceptos que fueron seleccionados para el trabajo a realizarse, aquí se definió, la visión de turismo a trabajarse y otras concepciones teóricas que fueron necesarias para llevar a cabo la investigación.

En el segundo capítulo realizamos un diagnostico comunitario, en este trabajamos sobre las características de la comunidad, esto se trabajó en base a la participación de la comunidad. Aquí encontraras información sobre su territorio, su población, sus formas de organización, así como los recursos propios de la comunidad.

En el tercer capítulo trabajamos un análisis de la demanda y la oferta, estas son herramientas necesarias para la ejecución de un modelo de gestión turística comunitaria. En base a este análisis se elaboró un perfil del visitante.

En el capítulo cuatro, trabajamos un modelo de gestión comunitaria. Se planteó de la manera más detallada y didáctica un modelo de gestión comunitaria. Se lo estableció en componentes, que son componente socio organizativo, componente producto turístico, componente comercialización y Alianzas estratégicas. A partir de allí se estableció un punteo muy detallado de los pasos a seguir para la ejecución de un modelo de gestión comunitaria en Llamacorral.

La comunidad de Llamacorral, al igual que muchas comunidades afectadas por la dinámica negativa de los imaginarios entre lo urbano y lo rural sufre un creciente y acelerado proceso de migración hacia la ciudad, la falta de alternativas generadoras de recursos, y la insuficiencia de los servicios básicos han sido claros condicionantes de los mismos. Es por eso que la fructífera y eficaz aplicación de este modelo de gestión en la comunidad de Llamacorral, les brindaría una alternativa complementaria para el progreso de la comunidad.

Se ha llegado a cumplir con la meta que fue el planteamiento de un modelo de gestión comunitaria, pero su aplicación dependerá de la comunidad como tal. Este no es un proceso que se genere de la noche a la mañana, pero la comunidad cuenta con los elementos para

llevarlo a cabo. Todo aquel que ha trabajado con comunidades sabe que el trabajo en territorio requiere de paciencia. Los consensos son la base del trabajo comunitario y cualquier forma de imposición o sometimiento por parte de agentes externos o internos llevara a niveles de empoderamiento insuficientes para llevar a buen puerto cualquier iniciativa de trabajo comunitario.

El trabajo en territorio es a la vez enriquecedor y complicado. El trabajo con la comunidad supone el adaptarse a sus tiempos, muchos de los cuales supone una dificultad para la ejecución de talleres u otras actividades. El entender que es el investigador el que debe adaptarse a la las dinámicas de las personas con la que trabaja y no al contrario. Claro que esto implico más de un retraso con los calendarios, autos impuestos en algunas ocasiones, o con los requerimientos temporales desde la Universidad.

Una de las principales herramientas para el presente trabajo académico fue la observación, en sus dos variables, observación simple, tanto como la llamada observación participante. Se utilizó tanto herramientas cuantitativas como es el caso de encuestas. Asimismo gran parte de la información se la obtuvo por medio de entrevistas a informantes calificados. La interpretación y heurística fue fundamental para la disquisición de la información obtenida.

CAPÍTULO I
EL TURISMO COMUNITARIO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

1.1 Definición de turismo

“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto, dicho desplazamiento y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa” (Ramos, 2006)

Consideramos que el turismo ha existido, desde que se ha relacionado el tiempo libre, el esparcimiento como parte de las actividades humanas. Es decir desde el momento que es considerado el turismo como una actividad o un servicio que puede ser considerado una mercancía, y por supuesto con las implicaciones sociales que esto conlleva, tomamos la presente cita como ilustradora de nuestra posición:

“Con la Revolución Industrial y el Iluminismo aparece la racionalidad utilitarista y, concomitantemente, una división del trabajo de inspiración industrial. En este contexto surge la actividad turística tal como se la conoce actualmente: el turismo como una mercadería (producto turístico); producto turístico calculado a través de costos micro sociales (se socializan las pérdidas y se privatizan las ganancias); producto turístico homogeneizado; turista clasificado por clase social” (Alberto & Sampaio, 2004)

1.2 El turismo como actividad económica

Hay elementos muy importantes al considerar al turismo como actividad económica. En el sistema capitalista que vivimos, toda actividad está cifrada por una renta “Desde el momento en que resulta un servicio pagado y absorbe una parte de la renta, el turismo es un hecho económico y social” (Bosch, 2010)

“La actividad turística genera corrientes de flujos de renta que permiten un aumento del ingreso en los demás sectores de la actividad económica, redistribuyéndose la renta en un círculo cada vez mayor”(Ramos, 2006), este efecto multiplicador en la economía, es un eje fundamental en la actividad económica es por eso que : “la industria del viajero constituye una de las más recomendables colocaciones del capital” (Bosch, 2010)

1.2.1 Mercado turístico.

Por lo anteriormente expuesto se considera que el papel que juega el turista, es clave para ir conceptualizando la naturaleza del mercado turístico. “podemos definir al **mercado turístico** como el ámbito en el cual se elaboran bienes y servicios (productos diversos) que permiten su nacimiento y que son demandados por turistas para satisfacer sus necesidades” (Bosch, 2010).

1.2.2 Oferta turística.

Esta definición será útil para la presente investigación: “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”(Ramos, 208AD)

Corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, a saber: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores.(Aguilar, Rivas, & González, 2008)

1.2.2.1 Atractivo turístico.

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico (OEA, 1978) Se debe considerar atractivo turístico cualquier lugar que genera interés en el visitante. Un sitio que por su especificidad sea histórica, cultural o natural genera en el visitante el deseo de visitar dicho sitio.

“Se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico”(SEGITTUR, n.d.)

1.2.2.2 Planta Turística.

“Corresponde al subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas”.(Aguilar et al., 2008)

1.2.2.3 Infraestructura.

“Es la dotación de bienes y servicios básicos con que cuenta un país y permite que el viaje sea cómodo y agradable, se puede clasificar en Red de transportes (red ferroviaria y vial), Terminales terrestres (aeropuertos, terminales de buses, puertos, etc.), Redes de servicios básicos (agua potable, electricidad, etc.), Redes de comunicaciones (correo, teléfonos fijos, equipos celulares, fax, Internet, etc.)” (Aguilar et al., 2008)

1.2.3 Demanda Turística.

“La demanda del turismo va a ser una de las partes del mercado, que nos va a relacionar el precio de los bienes turísticos, con la cantidad que quieren comprar los consumidores”(Madrazo & María, 2009)

1.2.3.1 Demanda turística Agregada.

“Se trata de la cantidad de bienes y servicios turísticos que los individuos desean adquirir a los precios del mercado. No solo se considera solo lo que efectivamente compran, sino todo lo que desean comprar los consumidores en función de los precios” (Madrazo & María, 2009)

1.2.4 Heterogeneidad oferta turística.

“Cuanto más servicios asociados a actividades incluimos, el valor agregado se amplía y, por ende, los beneficios a un número mayor de personas, al que hacemos referencia” (Bosch, 2010)

1.2.5 Producto turístico.

Se puede definir como: “Cualquier cosa que se pueda ofrecer en un mercado, que pueda recibir atención, ser adquirido, ser utilizado o consumido, y que pueda satisfacer una necesidad o deseo. Los productos incluyen objetos físicos, servicios, lugares, organizaciones e ideas” (Philip Kotler, 2012)

1.3 El turismo como alternativa de desarrollo sostenible.

1.3.1 Sostenibilidad.

Desde la perspectiva actual, “la sostenibilidad del desarrollo se relaciona mayormente con la habilidad de los sistemas (ecológico, económico o social), para seguir funcionando sin disminuir o agotar irreversiblemente los recursos claves disponibles”(Herrero, 2002)

1.3.2 Desarrollo Sostenible.

“El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”(Bermejo, 2014)

1.3.3 Tipos de sostenibilidad y turismo.

Las zonas rurales en el Ecuador, sufren fuertes procesos migratorios campo-ciudad. La migración se ve condicionada por los paradigmas de desarrollo, que generan imaginarios positivos de la dinámica urbana principalmente en la población joven. La comunidad de Llamacorral vive un proceso de migración acelerado, este se da no solo por los imaginarios generados en la población; debe incluirse las condiciones materiales que son un condicionante muy fuerte, la falta de oportunidades de trabajo, el difícil acceso a una educación de calidad en la zona, en especial a nivel universitario, la falta de acceso a servicios básicos de calidad. Si el presente proyecto puede ejecutarse, se constituirá en una alternativa real de desarrollo, generando empleo y permitiendo que el proceso migratorio de la población joven de la comunidad se vea reducido.

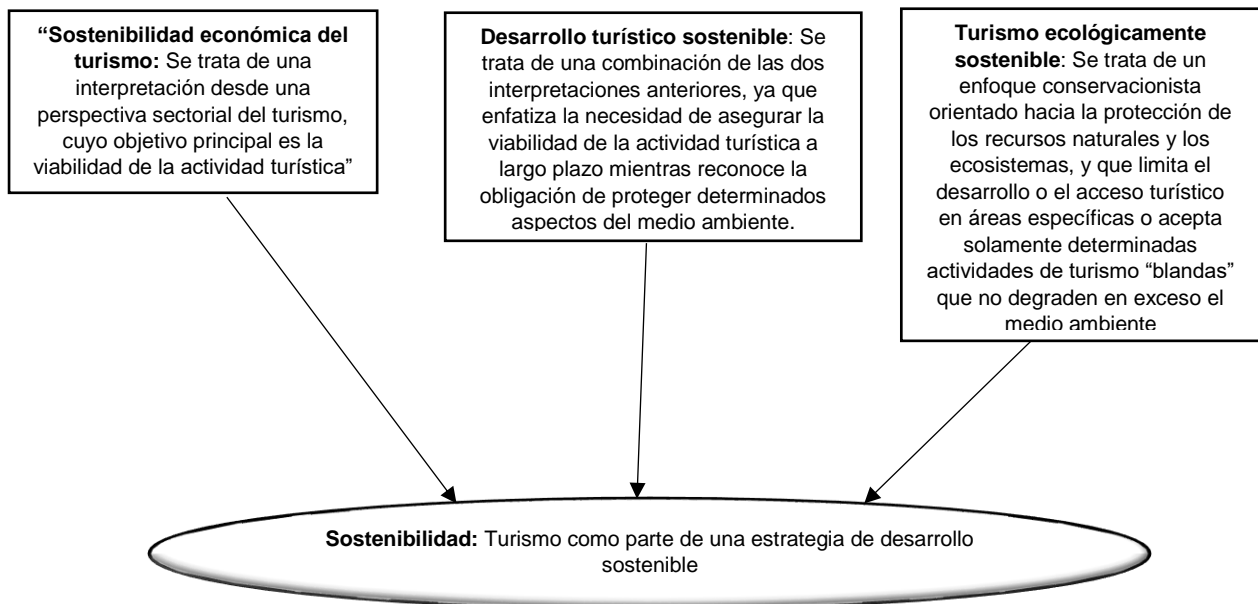


Figura N° 1 Cuadro conceptual Sostenibilidad turística

Fuente: Texto Gestión sostenible en la industria turística Retórica y práctica en el sector hotelero español

Elaborado por: el autor.

1.3.4 Carga Turística.

“La llamada capacidad de carga de un destino turístico es el máximo uso que se puede obtener de él sin que se causen efectos negativos sobre sus propios recursos biológicos, sin reducir la satisfacción de los visitantes, o sin que se produzca un efecto adverso sobre la sociedad receptora, la economía o la cultura del área”(Ayuso Siart, 2003)

Este es un proyecto que tendrá como su principal atractivo turístico la naturaleza preservada del sector.

Hay dos factores que consideramos fundamentales, en primera instancia el bienestar de la comunidad, y el mantener el entorno natural. Debemos controlar la carga para que no afecte al entorno físico.

“Se puede decir, en términos generales, que existe una saturación o un sobrepaso de la capacidad de carga cuando los movimientos de las personas, nacionales o internacionales, excede temporalmente el nivel aceptable por el medio ambiente físico y humano de la zona de acogida o destino” (Echamendi Lorente, 2001)

Se está plenamente consciente que existe un límite a la capacidad de carga que puede recibir la comunidad sin que los efectos sean negativos. “el nivel de actividad turística por encima del cual se produce un cambio negativo en la población local” (Ayuso Siart, 2003)

Como propuesta es muy importante el manejar un modelo que facilite un desarrollo sostenible y una estrategia intercultural. “Frente al modelo de turismo tradicional en el que existe el riesgo a que se pierda el atractivo original por la masificación de la oferta, el turismo alternativo pretende ser una forma menos agresiva con el medio ambiente e invertir mayores esfuerzos en preservar los valores naturales y culturales de los destinos turísticos” (Aclla, 2005)

1.3.5 Turismo Sostenible.

Se define como “el turismo cuyas acciones están integradas en el entorno junto con la población local, y buscan una explotación duradera evitando un modelo de máxima rentabilidad en el tiempo y en el espacio propio de la especulación, que tan común ha sido en el turismo convencional” (Mediano Serrano, 2004)

1.4 El turismo y la Comunidad

Antes de entrar a la definición del concepto de turismo comunitario, trabajaremos algunos conceptos:

1.4.1 Comunidad.

“Una comunidad es un grupo en constante transformación y evolución (su tamaño puede variar), que en su interrelación genera un sentido de pertenencia e identidad social, tomando sus integrantes conciencia de sí como grupo, y fortaleciéndose como Unidad y potencialidad social.”(Meza Rivera, 2009)

“La comunidad, al mismo tiempo que un ámbito simbólico, es una estructura de funcionamiento que implica una organización y un marco de liderazgos y relaciones de poder, amén de una fuerte adscripción territorial” (Vanegas Toala, 2015)

1.4.2 Turismo comunitario.

“Se entiende por *turismo comunitario* toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes” (Hernandez Rivas, 2007)

Otro punto fundamental y característico en el turismo comunitario son las relaciones de reciprocidad y apoyo mutuo, que se da entre sus miembros, la sensación de pertenencia y solidaridad dentro de una comunidad, genera un componente identitario. La identidad y la cultura deben ser entendidas como dos conceptos indisolubles. Estos dos conceptos deben asumirse como estrategias para cambios positivos en cualquier sociedad, es a través de la cultura y de la identidad que los pueblos van definiéndose, y planteándose objetivos en la vida.

“La necesidad de cooperación y de reciprocidad en una economía de subsistencia, las redes de apoyo mutuo, las prácticas de trabajo colectivo como la minga, a más de los signos culturales de identificación colectiva, la definen como una opción alternativa de existencia” (Vanegas Toala, 2015)

Se considera que el turismo comunitario debe basarse en tres elementos que consideramos fundamentales: el económico, el ambiental y el cultural:

“El objetivo de la redistribución en el ámbito de los conflictos económicos distributivos es la justicia social; el objetivo es tratar los conflictos ecológicos distributivos de la sostenibilidad ambiental; y, en este campo de los conflictos culturales distributivos, se puede hablar de la sostenibilidad cultural con interculturalidad como fin.” (Toala, 2015)

La industria turística tradicional, posiciona a la ganancia como su meta, pero en el caso del turismo comunitario, esa ganancia puede significar un aporte significativo a la mejora de vida de una comunidad. Brindarle a la comunidad esa autonomía necesaria para plantearse como

una alternativa al capitalismo tradicional. “Desde una perspectiva sociológica la consolidación del turismo comunitario puede interpretarse como una arena de lucha de sentidos y pugnas de poder; razón por lo cual se asume como una propuesta de insurgencia” (Vanegas Toala, 2015)

El turismo comunitario tiene como valores fundamentales; el primero se refiere a la socio organización. “El quehacer del turismo comunitario está directamente ligado a la organización comunal y a una fuerte adscripción territorial” (Vanegas Toala, 2015). Pero hay otro punto que debemos considerar como básico, y este es el factor económico, pero no desde un punto de vista tradicional, si no desde el punto de vista de la economía solidaria:

“Un eje neural del turismo comunitario desde la propuesta de la FEPTCE es la *economía solidaria*, cuyos objetivos son: “Dinamizar e integrar la economía local. Fortalecer la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios. Desarrollar nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables” (FETPCE, 2008)

1.4.3 Turismo comunitario como alternativa desarrollo.

“El turismo por ser un fenómeno social, debe considerar necesariamente las relaciones interculturales, porque el turismo genera encuentros y desencuentros entre culturas diferentes, implica recorrer una diversidad de otredades culturales” (FETPCE, 2008)

“la experiencia del turismo comunitario surge como una respuesta autónoma de las propias comunidades que busca enfrentar la dependencia de las comunidades de agentes externos, como el estado, la iglesia y las ONGs, lo que generaba una actitud pasiva de la comunidad que no la constituía como factor vital de sus propios procesos surgidos desde la propia autogestión de la comunidad, a fin de alcanzar beneficios colectivos” (FETPCE, 2008)

El turismo comunitario se consolida como una alternativa de desarrollo sostenible, y puede abarcar múltiples factores como el económico, ambiental, cultural y político.

“lo importante es que las comunidades junto con encontrar en el turismo una posibilidad para mejorar sus condiciones económicas, también pueden abrir espacios para la revitalización de su identidad y su cultura, para la afirmación de sus procesos socio organizativos, así como para trabajar con una perspectiva ambiental más integral” (FETPCE, 2008)

1.4.4 Ejes del turismo comunitario.

La (FEPTCE) propone 4 ejes para el desarrollo del turismo comunitario en el Ecuador:

a) Fortalecimiento organizativo

Consolidar una estructura organizativa fuerte.

Tomar decisiones consensuadas con visión de grupo.

Resolver conflictos internos con autonomía e independencia.

b) Revitalización cultural

Revalorar los principios y valores ancestrales que sustentan las relaciones de convivencia en comunidad y con la Pachamama.

Retomar nuestros símbolos.

Recuperar la sabiduría y técnicas ancestrales en la arquitectura, medicina y agricultura.

Revitalizar las expresiones culturales como la música la danza, ritualidad, mitos, cuentos, leyendas.

Descolonizar nuestra forma de pensar, de hacer y de ser.

c) Gestión del territorio

Generar un proceso de restauración y revitalización de los lugares sagrados: tolas, pukaras, tambos, caminos, terrazas, pircas.

Defender el territorio de las actividades extractivistas con propuestas alternativas de manejo consensuado del patrimonio natural y cultural.

Delimitación del territorio de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

Garantizar la soberanía y seguridad alimentaria de las comunidades.

Exigir el cumplimiento de los derechos colectivos, de la naturaleza y humanos consagrados en la constitución.

Recuperar y valorizar las técnicas ancestrales de manejo del suelo, cultivos tradicionales.

d) Economía solidaria.

Dinamizar e integrar la economía local.

Fortalecer La economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios.

Desarrollar nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables.

Aportar a la economía nacional a través del turismo comunitario.

1.5 Otros conceptos claves.

1.5.1 Cultura.

“La cultura es una forma de ser y hacer mediante la cual un pueblo construye los significantes, significaciones y sentidos de una forma de identidad propia, que lo distingue y diferencia de otros”(Guerrero Arias, 2002)

La cultura siempre se analiza como una estrategia de cambio. Su profunda capacidad simbólica la constituye en una herramienta clara de desarrollo alternativo. En un sistema capitalista, donde las comunidades se ven sometidas en lo político, dominadas en lo económico, la cultura es una herramienta estratégica, desde donde los pueblos pueden crecer y proponer alternativas de desarrollo que no se circunscriban al capitalismo desde su visión homogeneizadora

1.5.2 Modelos de gestión.

“Se trata de la unidad mínima, irreducible que contiene los elementos de la identidad de la organización que expresa una jerarquía y estilo de gerencia en la toma de decisiones en forma ordenada y racional”(Villamar, Jonathan, Acuña, & Gabriel, 2015)

Se considera que un modelo de gestión es un paradigma que posibilita el accionar de una organización, en este caso de la comunidad y se convierte en un instrumento eficaz que permite mejorar los productos y servicios que la comunidad ofrece. Nos facilita realizar un diagnóstico. Determinar las líneas de acción para la mejora de los servicios y los productos. Un modelo de gestión nos permite identificar las áreas en las que debemos actuar y evaluar. Nos brinda una estructura en base a la cual podemos intervenir y modificar la realidad de una manera clara, racional y lógica.

1.5.3 Cosmovisión.

Forma específica de percibir y concebir el mundo natural, social y espiritual. “Cada cultura tiene su cosmovisión” (Campo, 2008). Se considera que una de las virtudes para establecer un modelo de gestión comunitario es que tenga unas bases sobre las cuales pueda sustentarse. Los pueblos andinos y en el caso específico de la comunidad de LLamacorral, manejan una cosmovisión andina que puede ser una base muy fuerte para establecer principios y valores que podrán aplicarse en el modelo de gestión a implementarse en la comunidad.

1.5.4 Identidad.

“La identidad como construcción social constituye un sistema de relaciones y representaciones, resultantes de las interacciones, negociaciones e intercambios materiales y simbólicos conscientes de sujetos social e históricamente situados”(Guerrero Arias, 2002). Identidad y cultura son dos conceptos íntimamente relacionados, para recalcar este concepto se ha tomado un enfoque constructivista y relacional. Una propuesta de desarrollo comunitario basado en el turismo, implica el contacto de la comunidad con actores externos. Un enfoque como el presente que da una importancia mayúscula al intercambio tanto material y simbólico en la construcción de la identidad, presenta perspectivas muy útiles para la implementación de un modelo de gestión de turismo comunitario.

CAPÍTULO II
DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA COMUNIDAD LLAMA CORRAL

2.1 Ámbito Físico Espacial.

La comunidad de Llama Corral está ubicada en la provincia de Bolívar, cantón Guaranda, parroquia Veintenilla, pertenece a la organización de segundo grado Fundación Casaiches Runakunapak Tantari Inti Churi, localizada aproximadamente a 40 minutos del centro de la ciudad de Guaranda a una altitud aproximada de 3200 hasta 3300 metros sobre el nivel del mar.



Figura N° 2 Mapa de la comunidad de Llamacorral

Fuente: Cartilla Instituto Geodésico Militar y testimonio en asamblea comunitaria

Elaborado por: el autor



Figura N° 2.1 Escaneado cartilla Instituto Geográfico Militar

Fuente: Instituto Geográfico Militar.

Elaborado por: el autor.

2.1.1 Limites.

Norte: zona de amortiguamiento RPF Chimborazo.

Sur: comunidad Las Herrerías.

Este: comunidad Pungul.

Oeste: comunidad Chinipamba.

Fuente: Estatutos comunidad de Llamacorrál.

2.1.2 Extensión.

La comunidad tiene una extensión total de 70 hectáreas de las cuales un promedio de 25 has es pajonal, 30 has de extensión son plantaciones exóticas combinadas con remanentes de bosques nativos y en un aproximado de 15 has están los cultivos agrícolas, viviendas, huertos familiares, y algunas parcelas se encuentran abandonados.

Fuente: estatutos comunidad de Llamacorrál.

2.1.3 Vías de acceso.

La comunidad de Llama Corral cuenta con una vía de acceso por la carretera Guaranda – Gallo Rumi – Riobamba, luego tomando un camino de segundo orden desde la entrada a la comunidad recorre 5 km dando un total de 23 km desde la ciudad de Guaranda.

2.2 Ámbito socio cultural.

2.2.1 Etnicidad (nacionalidad y pueblo).

Los pobladores de la comunidad Llama Corral se consideran indígenas pertenecientes a la nacionalidad Kichwa y al pueblo Waranka, su idioma oficial es el kichwa aunque la mayor parte de los habitantes hablan el idioma español, toda la población de la comunidad han vivido el proceso de cambios en la cultura ya sea en el idioma y vestimenta aunque se ha reflejado que los conocimientos e ideologías han estado intactas.

2.2.2 Historia.

La información sobre la historia de la comunidad se la pudo obtener mediante la realización de talleres y la realización de entrevistas a informantes calificados. El nombre de Llamacorral proviene de antiguas formas de subsistencia empleadas por la comunidad. La agricultura fue una de las actividades de la comunidad, la cual fue complementada con la cría de especies pecuarias en especial de la llama (lama glama)¹. La comunidad se dedicó a la crianza de dicho camélido, se construían grandes corrales los cuales albergaban a 20 o más ejemplares. Debido a la riqueza en nutrientes de los desechos orgánicos producidos por las llamas estas eran trasladadas periódicamente de un corral a otro. De esta práctica de fertilización natural vigente en generaciones anteriores, es la génesis del nombre de la comunidad: Llamacorral.

El territorio donde se asienta la comunidad pertenecía a la hacienda Las Herrerías propiedad del Sr. Gonzalo Loza Cevallos y la Sra. Mercedes Valverde Jara y mediante esfuerzos realizados por las familias existentes; encabezado por Ascencio Yumbay y entre ellos Humberto Vallejo, Lucas Yumbay, Asencio Yumbay y Alfredo Yallico lograron comprar las tierras.

¹ La llama es un mamífero artiodáctilo doméstico de la familia Camélida, abundante en la Puna o Altiplano de los Andes de Perú, Bolivia, Chile, Ecuador y Argentina. [Wikipedia](#)

Todos aquellos que aportaron para la compra de estos terrenos se asociaron, para conformar la comunidad conocida en la actualidad como Llamacorral. La Comunidad a su vez, forma parte de una asociación de comunidades de la zona, la Fundación Casaiches Runakunapak Tantari Inti Churi (organización de segundo grado; es decir una asociación de comunidades)

2.2.3 Población.

2.2.3.1 Población total.

Tabla N° 1. Población comunidad Llama Corral

Grupos de edad	Hombres		Mujeres		Total
	Numero	Porcentaje	Numero	Porcentaje	
0 a 10 años	3	33.3	6	66.7	9
11 a 20 años	12	70.58	5	29.42	17
21 a 39 años	14	77.8	4	22.2	18
40 a 60 años	6	54.5	5	5	11
Más de 60 años	1	33.3	2	66.7	3
Total		100		100	58

Fuente: Plan desarrollo comunitario Llamacorral

Elaborado por: Yurik Yumbay

2.2.3.2 Asentamientos humanos.

Los asentamientos que integran la comunidad de Llama Corral está conformado por 12 familias distribuidas en los alrededores del territorio de la comunidad. La neo localidad² ha sido una práctica vigente por ciertos miembros de la comunidad, lo que ha llevado a que

² Una **residencia neo local** es un tipo de residencia después del [matrimonio](#) cuando una pareja recién casada vive separadamente del hogar del esposo y de la esposa. Una residencia neo local constituye la base de la mayoría de las naciones desarrolladas, especialmente en el Occidente, pero también se encuentra en algunos pueblos nómadas. En el matrimonio, cada cónyuge se espera que se mude de la casa de sus padres y establecer una nueva residencia, así formando el núcleo de una [familia nuclear](#) independiente. La residencia neo local implica la creación de un nuevo hogar cada vez que un hijo se casa o incluso cuando él o ella llega a la adultez y se convierte activo económicamente. La residencia neo local y las estructuras familiares nucleares son encontradas en sociedades donde la movilidad geográfica es importante. (Wikipedia)

algunos de sus miembros se asienten en territorios cercanos a Vinchoa, misma que se encuentra en las inmediaciones de la ciudad de Guaranda, a pesar de tener una residencia fuera del territorio de la comunidad estos miembros visitan permanentemente. La neo localidad, ha provocado la migración de los miembros más jóvenes de la localidad a distintos puntos de la geografía nacional. Cabe destacar que su permanente retorno a territorios comunales, ha mantenido la unión de la comunidad.

2.2.3.3 Servicios básicos.

- a) El servicio de energía eléctrica está provisto por la Empresa Eléctrica de Guaranda S.A mediante un sistema interconectado, cubriendo a la totalidad de la población.
- b) Los habitantes de la comunidad tienen acceso al agua potable mediante tuberías siendo la principal fuente las vertientes existentes en el territorio cabe destacar que el agua que se utiliza no es tratada.
- c) La comunidad carece del servicio de alcantarillado ya que al estar habitado por un número reducido de familias este servicio seria innecesario por lo que se utilizan pozos sépticos.
- d) No cuentan con un sistema de recolección de basura debido a la lejanía de la comunidad, la forma de eliminación de los desechos es mediante la quema y entierro de los residuos inorgánicos en cambio los residuos orgánicos son utilizados como abono orgánico al ser arrojados en chacras cercanas a la vivienda.

Fuente: Plan de Desarrollo Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda.

2.2.3.4 Vivienda.

Las familias que habitan en la comunidad viven en casa con procesos y acabados de construcción actuales, utilizando ladrillo, cemento, techos de fibrocemento y zinc. Aún existen algunas viviendas construidas con materiales tradicionales de la zona; paredes de adobe, techos de paja y pisos de tierra.

2.2.3.5 Salud.

La comunidad no cuenta con un centro de salud por lo que se trasladan al centro de salud más cercano que está situado en la comunidad de Cachisagua, y si es necesario viajan al hospital general de Guaranda o a consultorios privados.

2.2.3.6 Educación.

En la Fundación Casaiches Inti Churi localizada entre la comunidad de San Antonio y Chinipamba está la Unidad Educativa Inti Churi que cuenta con educación desde el nivel inicial hasta el tercer año de bachillerato en sección diurna.

El recorrido desde la comunidad hacia la Unidad Educativa tiene una duración de 30 minutos a pie, 1.2 kilómetros de distancia. La Unidad Educativa cuenta con 16 profesores y un total de 222 estudiantes.

Tabla N° 2 Nivel de educación de la comunidad

Nivel de educación	Número
Primaria	15
Secundaria	20
Superior	17
Postgrado	5
Total	58

Fuente: Plan de Desarrollo Comunitario Llamacorral

Elaborado por: Yurik Yumbay

2.2.3.7 Medios de transporte.

Los medios de transporte para acceder a la comunidad es mediante el uso de camionetas que realizan viajes a la unidad educativa en turnos por la mañana a las 7:30 y por la tarde a las 15:00, el precio es de 50 centavos de dólar y salen del mercado 10 de noviembre. También se pueden utilizar el servicio de alquiler de camionetas con un costo de 10 dólares americanos.

2.2.3.8 Comunicación.

La comunidad utiliza televisión mediante señal por antenas satelitales, radio emisoras en frecuencias AM y FM, y en telefonía celular no cuenta con este servicio solo existen teléfonos satelitales facilitados por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones

2.3 Ámbito ecológico territorial.

2.3.1 Clima.

La temperatura media de la comunidad va desde los 11 a 15°C mientras que las precipitaciones varían entre los 500 a 1000 mm por año. (Gobierno Provincial Autónomo de Bolívar, 2015)

2.3.2 Zonas de vida.

Según la clasificación ecológica, pertenece a la zona de vida Páramo seco de los andes occidentales y se considera dentro del ecosistema Herbazal Húmedo Montaña Alto Superior de Páramo. (GADP Bolívar, 2015)

2.3.3 Uso de suelo.

De las 15 has que están destinadas a la producción agrícola, 5 has es de producción de pastos y forrajes, 2 has son de producción de papa, mashua, chochos, habas, melloco. Unas pequeñas parcelas ubicadas cerca de las viviendas son aprovechadas para cultivos de granja como hortalizas. El total restante del terreno agrícola está abandonado por la migración de los comuneros hacia la ciudad.

Fuente: Asamblea Comunitaria realizada 5 de julio del 2015

2.3.4 Flora.

La comunidad cuenta con una riqueza florística por su ubicación geográfica y es más visible en épocas de invierno, la vegetación va desde las herbáceas hasta arbóreas, ya sean cultivadas o especies nativas y malezas, entre las principales podemos citar las siguientes:

Tabla N° 3. Recurso filogenético de la comunidad Llama Corral.

Recurso filogenético			
Nombre común	Nombre científico	Tipo	Uso
Mashua	<u><i>Tropaelum tuberosum</i></u>	Herbácea	Agrícola/alimentación
Papa	<u><i>Solanum tuberosum</i></u>	Herbácea	Agrícola/alimentación
Melloco	<u><i>Ulluscus tuberosus</i></u>	Herbácea	Agrícola/alimentación
Cebolla colorada	<u><i>Allum cepa</i></u>	Herbácea	Agrícola/alimentación
Marco	<u><i>Ambrosia arborescens</i></u>	Arbustiva	Leña
Matico	<u><i>Budleja globosa</i></u>	Arbustiva	Medicinal
Llantén	<u><i>Plantago major</i></u>	Herbácea	Medicinal
Cedron	<u><i>Aloysia triphylla</i></u>	Arbustiva	Medicinal
Chilca	<u><i>Baccharis salicifolia</i></u>	Arbustiva	Leña
Eucalipto	<u><i>Eucaliptus globulus</i></u>	Arbórea	Material de construcción/ leña
Aliso	<u><i>Alnus jorullensis</i></u>	Arbórea	Leña
Sacha capulí	<u><i>Vallea stipularis</i></u>	Arbórea	Leña
Pumamaqui	<u><i>Oreopanax sp.</i></u>	Arbórea	Leña
Pino	<u><i>Pinus radiata</i></u>	Arbórea	Material de construcción/ leña
Cipres	<u><i>Cupressus macrocarpa</i></u>	Arbórea	Material de construcción/ leña
Quishuar	<u><i>Budleja incana</i></u>	Arbórea	Leña
Calabaza	<u><i>Cucúrbita factidissima</i></u>	Herbácea	Agrícola/alimentación
Caballo chupa	<u><i>Equisetum bogotense</i></u>	Herbácea	Medicinal
Canayuyo	<u><i>N.l</i></u>	Herbácea	Medicinal
Santa maria	<u><i>Tanacetum parthenium</i></u>	Herbácea	Medicinal
Paico	<u><i>Dysphania ambrosioides</i></u>	Herbácea	Medicinal/alimentación
Chuquiragua	<u><i>Chuquiragua jussieuni</i></u>	Herbácea	Medicinal
Achupalla	<u><i>Puya sp.</i></u>	Herbácea	
Shulalac	<u><i>Solanum sp.</i></u>	Bejuco	
Ortiga	<u><i>Urtica sp.</i></u>	Herbácea	Medicinal
Chulco	<u><i>Oxalis lotoides H.B.K</i></u>	Herbácea	Medicinal
Sigse	<u><i>Cataderia jubata</i></u>	Arbustiva	Leña
Ñachag	<u><i>Bidens humilis</i></u>	Herbácea	Medicinal
Siempre viva	<u><i>Sedum quitense</i></u>	Herbácea	Medicinal

Pajonal	<u>Stipa sp.</u>	Herbácea	Leña
Sacha chocho	<u>Lupinus sp.</u>	Herbácea	Medicinal

Fuente: Plan de Desarrollo Comunitario Comunidad Llamacorral.

Elaborado por: Yurik Yumbay

2.3.5 Fauna.

Al poseer una vegetación variada y recursos hídricos cercanos, la fauna presente en la comunidad es muy diversa pudiendo señalar entre las principales las siguientes:

Tabla N° 4. Recurso faunístico de la comunidad

Recurso faunístico			
Nombre común	Nombre científico	Clase	Hábitat
Zorrillo	<u>Conepatus semistriatus</u>	Mamalia	Silvestre
Lobo de páramo	<u>Lycalopex culpaeus</u>	Mamalia	Silvestre
Conejo	<u>Oryctolagus cuniculus</u>	Mamalia	Silvestre
Chucuri	<u>Mustela frenata</u>	Mamalia	Silvestre
Venado	<u>Odocoileus virginianus</u>	Mamalia	Silvestre
Lagartija	<u>Pholidobolus montium</u>	Reptilia	Silvestre
Sapo	<u>Gastroteca riobambae</u>	Anfibia	Silvestre
Curiquingue	<u>Phalcoboenus carunculatus</u>	Aves	Silvestre
Quilico	<u>Falco sparverius</u>	Aves	Silvestre
Torcaza	<u>Columba fasciata</u>	Aves	Silvestre
Colibrí pico espada	<u>Ensifera ensifera</u>	Aves	Silvestre
Mirlo grande	<u>Turdus fuscater</u>	Aves	Silvestre
Perdiz	<u>Alectoris rufa</u>	Aves	Silvestre
Cuy	<u>Cavia porcellus</u>	Mamalia	Domestico
Vaca	<u>Bosprimigenius Taurus</u>	Mamalia	Domestico
Llama	<u>Lama glama</u>	Mamalia	Domestico
Borrego	<u>Ovisorientalis aries</u>	Mamalia	Domestico
Cerdo	<u>Sus scrofa domestica</u>	Mamalia	Domestico
Gallina	<u>Gallus gallus domesticus</u>	Aves	Domestico
Trucha	<u>Salmo trutta</u>	Peces	Domestico

Fuente: Plan de Desarrollo Comunitario Llamacorral.

Elaborado por: Yurik Yumbay

2.3.6 Problemas ambientales.

- ♣ Erosión fluvial provocada por las fuertes lluvias en invierno, características del sector al situarse en el páramo, provocando desgaste en los materiales presentes en la tierra y dejándolo cada vez menos fértil y cultivable.
- ♣ Erosión eólica provocada por las corrientes fuertes del viento, removiendo suelos dejándolo menos fértil.
- ♣ Arrojamientos de desechos sólidos y quema de los mismos en sitios inadecuados.
- ♣ Contaminación del suelo y del agua debido a la utilización de químicos como pesticidas y herbicidas usada en cultivos agrícolas para el tratamiento de plagas y enfermedades.
- ♣ Quema del pajonal y de pequeñas extensiones de árboles y arbustos provocadas por la mano del hombre ya sea por diversión o por alguna necesidad donde el fuego no se puede controlar.

Fuente: Plan de Desarrollo Comunitario Llamacorral.

Al momento la Secretaría de Gestión de Riesgo de la provincia de Bolívar, ni la Secretaría de Gestión de riesgo del GADP (Gobierno Autónomo descentralizado Provincial) de Bolívar; no han elaborado informes detallados sobre la zona, a pesar de los problemas ambientales expuestos.

2.4 Ámbito económico productivo.

2.4.1 Fuentes de ingresos familiares.

La principal fuente de ingresos de la comunidad Llama Corral constituye la actividad agrícola y pecuaria.

La producción agrícola se realiza en chacras en donde la pendiente no es tan pronunciada con el fin de evitar deslizamientos, deslaves y erosión del suelo cultivable.

La producción pecuaria en su mayoría es para el aprovechamiento de la leche la cual proveen a la quesería comunitaria de la Fundación Inti Churi ubicada a 1.2 kilómetros de distancia. La producción total de la comunidad es de 80 litros diarios, un mínimo de esta producción se destina al quesillo o queso fresco para autoconsumo. La crianza de especies menores como cuy y gallina es empleada para el consumo familiar; y el sobrante para la comercialización en la ciudad de Guaranda.

2.4.2 Destino de la producción.

La producción agrícola en su mayor parte se destina para el consumo familiar; el trueque es una práctica común entre miembros consanguíneos, y en menor cantidad se comercializa en los mercados de la ciudad, mientras que la producción pecuaria como es la leche se entrega en la quesería comunitaria Inti Churi para luego comercializarlos en la ciudad de Guaranda y enviar la producción a las ciudades como Quito.

2.4.3 Desarrollo actual del turismo.

Los habitantes de la comunidad están interesados en realizar y llevar a cabo proyectos turísticos que ayuden a dinamizar su economía, consideran al turismo como una actividad complementaria a las tradicionales en un principio y luego ver al turismo como una fuente importante de subsistencia. La actividad turística en la zona es incipiente, las visitas realizadas a la zona son mínimas. Las visitas se realizan por referencias de miembros de la comunidad o de visitantes previos. Los nexos de vinculación con las autoridades e instituciones del ramo encargadas del sector turístico no se encuentran formalizadas, por lo que actividades de capacitación o apoyo para la construcción de infraestructura no se han dado de manera clara y planificada, con resultados poco positivos para la actividad turística.

2.5 Ámbito político administrativo.

2.5.1 Estructura orgánica funcional de la comunidad

Tabla N° 5 Organigrama Comunidad

Cargo	Persona que la ejerce
Presidente	Alberto Yumbay
Vicepresidente	Carlos Yumbay
Secretario	Oswaldo González
Tesorero	Gerardo Yumbay

Fuente: Estatutos Comunidad Llamacorral y Acta de Asamblea Comunitaria

Elaborado por: el autor.

2.5.2 Funciones de los representantes.

- a) **Presidente:** encargado de gestionar los trámites pertinentes para el beneficio o bien de la comunidad.
- b) **Vicepresidente:** encargado de colaborar con las obras de dirección principal del presidente y en caso de ausencia del presidente el será quien presida las reuniones.
- c) **Secretario:** es el encargado de redactar la información en las reuniones ordinarias o extraordinarias con los que se concluye en las sesiones de directorio.
- d) **Tesorero:** encargado de administrar de una manera adecuada y pertinente los recursos económicos de la comunidad.

2.5.3 Formas de elección y toma de decisiones.

La elección de las autoridades se la realiza mediante democracia participativa directa. La principal herramienta para la toma de decisiones y elección de autoridades es la asamblea comunitaria. La comunidad de Llamacorral tiene personería jurídica, que consta en la base de datos del MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería). Uno de los requisitos para la obtención de la personería jurídica son los estatutos, estos rigen el accionar de la comunidad.

CAPÍTULO III

POTENCIAL TURISTICO PROYECTO TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE LLAMACORRAL.

3.1 Análisis de la oferta

En este punto se recalca que es un proyecto que se encuentra en su etapa inicial, existe una infraestructura mínima y atractivos naturales, comunitarios e históricos muy interesantes, pero que deben ser adecuados para ofrecer una oferta turística de calidad. Se trata de ser minuciosos en la descripción de los mismos y su estado actual, considerándolos una línea de base necesaria para los proyectos a realizarse a futuro.

3.1.1 Infraestructura Turística.

Tabla N° 6 Descripción atractivos turísticos comunidad de Llamacorral.

Denominación	Descripción	Estado	Numero
Cabañas	Construcción mixta madera y ladrillo, las mismas cuentan con dos cuartos, baño, cocina, comedor y sala	Estas al momento no están terminadas, faltan terminados. Y no han sido equipadas adecuadamente	3
Salón de actos	Construcción mixta. En el mismo puede albergarse a 40 personas. El techo es de paja, lo que le da un aspecto rustico.	Al momento falta darle acabados finales, como el piso, puertas e inmobiliario, como mesas y sillas	1
Cocina de leña	Espacio de 5 por cuatro de ladrillo y madera adecuado para la cocina en leña	Al momento no se cuenta con las instalaciones adecuadas para la cocina en leña. Hace falta elementos como ollas, y otros instrumentos, para realizar labores de cocina	1
Parqueadero	Explanada de aproximadamente unos 500 metros habilitada para el ingreso de 7 automotores	Al momento se encuentra habilitado para cumplir con las funciones para las que fue construido	1
Asadero	Espacio en el que se han colocado Piedras del rio que pueden ser utilizadas a manera de sillas, y se ha	Este espacio tiene condiciones mínimas que posibilitan su uso. Pero los asaderos necesitan mejorar	1

	colocado estas piedras como asaderos.	sus condiciones de seguridad	
Cancha indor futbol	Cancha de 20 x 10 metros, es de césped, pero la superficie es irregular. Tiene dos arcos de madera en los extremos de la cancha	En la actualidad la cancha no se encuentra podada, y los límites de la cancha son irregulares y no están trazados.	1
Sendero Ecológico	Recorrido de 1,5 kilómetros a la vera del rio tiene 5 puentes que sirven para cruzar de un lado al otro del rio. Y 4 muros de contención para facilitar el acceso de visitante.	El sendero necesita mejoras, los inviernos, provocan un crecimiento desmesurado del rio, lo que llega a afectar a los puentes y muros de contención.	1
Temascal	Existe un espacio en la vera del rio. Donde se han construido temascales.	Los temascales se erigen con fechas rituales especiales para la comunidad. Su construcción es rudimentario y no es fija	2
Piscina de piscicultura	Piscinas de cemento, de una altura de 1.80 metros cada una, todas interconectadas y alimentadas por las aguas del rio Gankis	Deterioradas por el paso de los años. Los canales de alimentación entre las piscinas necesitan de arreglos inmediatos.	4
Piscina	De construcción mixta, de cemento y piedras vistas de construcción cóncava	Estas se encuentran relativamente bien preservadas. Y el entorno natural a su alrededor es muy rico en cuanto a variedad de flora.	1

Fuente: Trabajo de campo y observación directa

Elaborado: por el autor.

Aparte de los atractivos naturales y culturales con los que cuenta la comunidad de Llamacorral. El espacio conocido como el Tinku cuenta con una infraestructura turística que puede ser empleada para albergar a unos 12 turistas de manera permanente, y los visitantes itinerantes cuentan con un sendero ecológico que cuenta con una fauna y flora deteriorada en la zona circundante, pero intacta en la comunidad e instalaciones que pueden brindar una

experiencia placentera para el turista. La cancha, espacio para parrilladas, los temascales son parte de una infraestructura orientada a brindar una experiencia turística. Pero todos estos elementos de la infraestructura no se encuentran en el mejor estado de conservación, o necesitan de acabados para que el visitante pueda disfrutarlos plenamente.

Se ha llegado a consensos y acuerdos con profesionales afines a la comunidad, han establecido un presupuesto estimado de 20.000 dólares americanos para dejar las instalaciones de la comunidad completamente funcional y estéticamente agradable para el visitante

La comunidad y las comunidades cercanas se dedican a actividades agrícolas y pecuarias en su mayoría, por lo que gran del consumo gastronómico de los visitantes pueden ser proveídos por agricultores de la zona. Los habitantes tienen conocimientos de gastronomía andina que pueden ser aprovechados para ofrecer un servicio de calidad y con características particulares para la presente iniciativa turística.

Existe un trabajo de aproximadamente unas 10.000 horas hombre en el centro Tinku, como lo llaman los habitantes de la comunidad, es necesario una inversión de capital y trabajo comunitario para dejar a la iniciativa en condiciones ideales para recibir turistas.

3.1.2 Determinación de atractivos turísticos de comunidad de Llamacorral.

3.1.2.1 Rio Tinku.

Tabla N° 7 Datos Generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Rio Tinku

Ubicación			Georreferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Bolívar	Guaranda	Veintimilla	07°32'27.6"S	982°31'45"E	2958msnm

Fuente: trabajo en territorio.

Elaborado por: Pablo González



Figura N° 3 Rio Tinku

Fuente: Archivo fotográfico comunidad Llamacorral

Elaborado por: Yurik Yumbay

Su nombre proviene del kichwa y significa alianza, hace referencia a la unión de los ríos Pungul y Tauri. Este es punto de ingreso para el proyecto turístico. Tiene una belleza paisajística significativa y puede observarse colibríes, gavilanes, torcazas y mirlos. La lista de especies nativas como el aliso, el laurel y el sigse es otro aporte característico para el lugar. La unión de ambos ríos aparte de la riqueza visual, tiene un patrimonio espiritual para los comuneros, es considerado como un sitio de encuentro y convergencia de energía para los miembros de la comunidad.

3.1.2.2 Rio Tauri.

Tabla N° 8 Datos Generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Rio Tauri

Ubicación			Georreferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Bolívar	Guaranda	Veintimilla	07°32'123"S	982°38'05"E	3000 msnm

Fuente: trabajo en territorio.

Elaborado por: el autor.



Figura N° 4 Rio Tauri

Fuente: Archivo Fotográfico Comunidad Llamacorral

Elaborado por: Galo Yumbay



Figura N° 5 Estanque rivera rio Tauri

Fuente: Visita territorio

Elaborado por: el autor

El rio puede llegar a tener un ancho de 2 metros, reduciéndose su cauce en verano. En las orillas del rio existe especies de sigse, eucalipto y también se utiliza para el cultivo de alfalfa y pasto. Este atractivo aparte de la riqueza paisajística puede ser utilizado para que el visitante pueda apreciar la tradición agrícola y pecuaria de la comunidad. Se ha construido piscinas

que son utilizadas para el cultivo de tilapias, mismas que son consumidas por la comunidad y liberadas al río, para su repoblación.

3.1.2.3 Río Ganquis.

Tabla N° 9 Datos Generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Río Ganquis

Ubicación			Georreferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Bolívar	Guaranda	Veintimilla	07°32'46.3"S	982°32'26"E	2960 msnm

Fuente: trabajo en territorio.

Elaborado por: el autor.



Figura N° 6 Río Ganquis

Fuente: Archivo fotográfico Comunidad de Llamacorral.

Elaborado por: Yurik Yumbay

Este tiene un ancho de 4 metros aproximadamente, gracias a los esfuerzos de la comunidad es posible recorrerlo hasta llegar a la cascada a través de senderos y puentes edificados especialmente para el efecto. A los dos lados del río se pueden apreciar bosques nativos (laurel, quishuar, romerillo, soro, etc.). La avifauna es muy rica en la zona (colibrís, gorriones, torcaza, etc.), por su extensión y su rica biodiversidad es uno de los principales atractivos

turísticos de la comunidad de Llamacorral. Este río en invierno incrementa su caudal considerablemente llegando a formarse rápidos aprovechables para su navegación.

3.1.2.4 Cascada Payla Huayco.

Tabla N° 10 Datos Generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Cascada de Payla Huayco

Ubicación			Georreferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Bolívar	Guaranda	Veintimilla	07°32'46.3"S	98°2'32.6"E	3015 msnm

Fuente: trabajo en territorio.

Elaborada por: el autor.

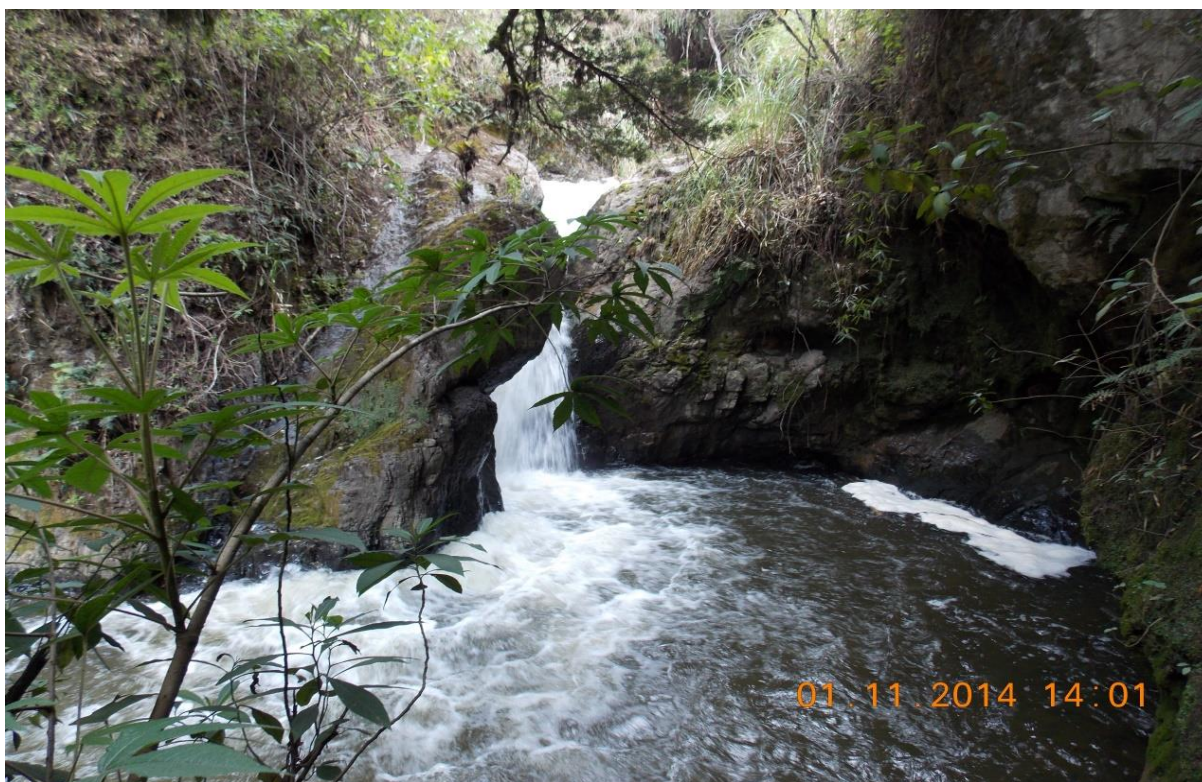


Figura N° 7 Cascada Payla huayco

Fuente: archivo fotográfico Comunidad Llamacorral

Elaborado por: Galo Yumbay

Este atractivo tiene una caída de aproximadamente unos cinco metros, este desnivel en la hidrografía natural del río representa una riqueza paisajística considerable. El lecho que se conforma en la base de la cascada brinda facilidades para una pequeña poza que puede ser utilizada como un plácido sitio para el baño de los visitantes de la zona. En determinadas

épocas del baño esta cascada es empleada como parte de rituales de purificación. La biodiversidad tanto de fauna como de flora es un elemento enriquecedor del atractivo.

3.1.2.5 Bosques Nativos.

Tabla N° 11 Datos Generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Bosques Especies nativas.

Ubicación			Georreferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Bolívar	Guaranda	Veintimilla	07°33'17.8"S	98°31'22"E	2995 msnm

Fuente: trabajo en territorio.

Elaborada por: el autor.



Figura N° 8 Bosque Nativo.

Fuente: Visita a territorio

Elaborado por: el autor



Figura N° 9 Bosque nativo perspectiva Panorámica

Fuente: Archivo fotográfico Comunidad Llamacorral

Elaborado por: Alberto Yumbay



Figura N° 10 Siembre especies nativas por comuneros de Llamacorral.

Fuente: visita a territorio.

Elaborado por: el autor



Figura N° 11 Especies nativas

Fuente: visita a territorio.

Fuente: el autor

Los bosques nativos se encuentran principalmente a lo largo del río Ganquis, Tauri y Esperanza. La extensión aproximada de los mismos es superior a las 5 hectáreas. Las especies que se puede apreciar son: el laurel, quishuar, romerillo soro, sacha capulí, arrayan, etc. En los bosques nativos se puede avistar colibrís, gorriones, torcazas y mirlos. E inclusive se ha llegado vislumbrar venados en la zona. Como consecuencia de un proceso de reforestación impulsado en su momento por el FEPP (Fondo Ecuatoriano Populorum Progresum) existen especies como pino o eucalipto, mismo que están siendo progresivamente reemplazados por especies nativas.

3.1.2.6 Sendero Agrícola.

Tabla N° 12 Datos Generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Sendero Agrícola.

Ubicación			Georreferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Bolívar	Guaranda	Veintimilla	07°33'160"S	982°31'30"E	2900 msnm

Fuente: trabajo en territorio.

Elaborada por: el autor.



Figura N° 12 Sendero Agrícola comunidad de Llamacorral

Fuente. Visita a territorio.

Elaborada por: el autor

En el mismo se puede apreciar la producción propia de la zona, se puede apreciar el cultivo de papas (en distintas variedades que generalmente no se llegan a comerciar en el mercado local), alfalfa, habas, mashua, etc. Existe también una piscina en la que se cultivan o se mantienen peces para la comercialización menor dentro de la comunidad. Al estar localizado a orillas del río Tauri se puede contar con una fuente hídrica permanente. La armonía que se genera entre el sendero agrícola y el río Tauri, brinda una experiencia muy apacible y enriquecedora para el visitante. De este lugar los visitantes pueden proveerse de los alimentos que serán consumidos en su instancia en el proyecto.

3.1.2.7 Cascada de los rituales.

Tabla N° 13 Datos Generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Cascada de los Rituales.

Ubicación			Georreferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Bolívar	Guaranda	Veintimilla	07°32066"S	982°6016"E	3200 msnm

Fuente: trabajo en territorio.

Elaborada por: el autor.



Figura N° 13 Cascada de los rituales.

Fuente: visita a territorio

Elaborada por: el autor

Esta es la segunda cascada que se puede encontrar dentro de la comunidad esta es de mayor altitud que la cascada de Paila Huayco, pero de más difícil acceso, por lo que es utilizada en rituales, para los miembros de la comunidad que pueden acceder al mismo. A un costado hay un pequeño sendero por el que se puede llegar a la parte más alta de la cascada. La caída de agua en armonía con las especies nativas y las piedras finamente esculpidas por las aguas a lo largo de centurias, proporciona a este atractivo un genuino encanto digno de apreciar.

3.1.2.8 Bosque de Polylepis.

Tabla N° 14 Datos Generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Bosque Polylepis.

Ubicación			Georreferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Bolívar	Guaranda	Veintimilla	07°32'06" S	98°6'16" E	3200 msnm

Fuente: trabajo en territorio.

Elaborada por: el autor



Figura N° 14 Bosque Polylepis

Fuente: Archivo Fotográfico Familia Yumbay

Elaborada por: Alberto Yumbay

Esta es una especie nativa de singular belleza, la corteza de sus árboles parecen estar hechas de papel, que poco a poco va perdiendo cada una de sus capas. Este atractivo pertenece a la comunidad pero se encuentra a unos 8 kilómetros de distancia por una vía de tercer orden. Se encuentra cercana a la comunidad de Pungo. Este es un espacio que puede aprovecharse para actividades como el senderismo, tracking, Down Hill o cabalgata en caballos de los moradores de la comunidad.

3.1.2.9 Pawkar Raymi.

Tabla N° 15 Datos Generales de la ubicación de geo referenciales del atractivo Pawkar Raymi.

Ubicación			Georreferenciación		Altura
Provincia	Cantón	Parroquia	Latitud	Longitud	
Bolívar	Guaranda	Veintimilla	07°32'06" S	98°26'16" E	3200 msnm

Fuente: trabajo en territorio.

Elaborada por: el autor



Figura N° 15 Celebración Pawkar Raymi

Fuente: Archivo Fotográfico Familia Yumbay

Elaborada por: Carlos Yumbay

Fiesta tradicional andina, que se celebra por el mes de marzo en el equinoccio de primavera. En esta fiesta se le agradece a la Pachamama por el florecimiento de los granos tiernos. Es también considerada como el inicio del año nuevo andino. Se la asocia con el Carnaval, como se sabe muchas de las festividades cristianas contienen muchos elementos sincréticos al ser superpuestas a celebraciones de las culturas a las que impuso su credo. En la comunidad de Llamacorrall, se celebra un ritual de purificación energética, que consiste en bañarse el 21 de marzo a media noche en aguas de la cascada de Payla huayco, para los comuneros esta ceremonia, los prepara y los nutre de la energía necesaria para las actividades que realizarán durante el resto del año.

3.1.2.10 Elementos culturales.

La comunidad de Llamacorrall, pertenece al pueblo Kichwa andino, por lo que tienen elementos como la vestimenta, la gastronomía, las costumbres y tradiciones se han mantenido en la comunidad. Así como múltiples elementos constitutivos como la cosmovisión. Para los pueblos andinos la estrecha relación con la Pachamama y el Sumak Kausay, puede

brindar perspectivas y una visión singular y rica para los visitantes provenientes de una matriz cultural occidentalizada.



Figura N° 16 Vestimenta típica Habitantes comunidad Llamacorral

Fuente: Archivo fotográfico comunidad de Llamacorral

Elaborada por: Yurik Yumbay



Figura N° 17 Conjunto musical comunidad de Llamacorral

Fuente: Archivo Fotográfico Familia Yumbay

Elaborada por: Alberto Yumbay

3.1.3 Caracterización de potenciales productos turísticos.

Dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial cantonal se incluye los rápidos de Casaiches como un atractivo turístico, se los incluye bajo esta denominación. Este atractivo

turístico se encuentra en la comunidad de Llamacorrall, el río Ganquis por su caracterización puede ser denominado como rápido. Pero a pesar de ser incluido dentro de los atractivos turísticos de la provincia, no existe una exposición mediática o interinstitucional por parte de los GAD competentes sea este provincial o cantonal.

Generalmente los recorridos por los atractivos de la comunidad se lo realizan través de miembros de la comunidad o personas afines a la misma. Su promoción es relativamente baja, aunque bajo la denominación Casaichis, Tinku o Llamacorrall se lo puede encontrar como atractivo turístico, a partir de esto diagramaremos tres circuitos iniciales para implementarse en el presente proyecto:

3.1.3.1 Sendero ecológico Llamacorrall-Casaichis central.

Este recorrido empezara en horas de la mañana en las cabañas del Tinku, aproximadamente a las 8am, en este se dará una breve charla sobre la historia de la comunidad. Se brindara un refrigerio a los visitantes con productos de la localidad. Después de una breve observación se iniciara el recorrido por el sendero, el mismo que se encuentra a la rivera del río Ganquis. Este recorrido se realizara desde el punto conocido como Tinku, por la intersección del río Ganquis y Tauris hasta la cascada de Payla Huaico.

El recorrido será impartido por un guía nativo, en el cual se podrá apreciar la flora y fauna propia de la zona, y al tener inventariado todo el sendero ecológico se podrá dar una explicación detallada de las utilidades de las plantas que se pueden encontrar a lo largo del sendero. Existen 7 puentes que cruzan el río a lo largo del sendero, lo que es un incentivo que proporciona una belleza adicional al recorrido.

En la mitad del recorrido se encuentra piscinas donde se cultiva truchas, las cuales pueden ser pescadas, estas pueden servir para la alimentación de los invitados. De la misma manera la pesca deportiva puede ser una actividad que puede ser adicionada al recorrido, pero siempre con supervisión del guía. En el retorno al Tinku en las cabañas, se prepara la trucha que fue pescada en el recorrido. Esta se combinará con productos cultivados en la comunidad, todos preparados en cocina de leña.

Después del almuerzo, los visitantes tendrán un breve receso libre para que recorran las inmediaciones de Tinku. La comunidad es parte de Casaiches que es una agrupación de comunidades. A las dos de la tarde, visitaremos Casaiches central, donde los turistas podrán visitar la quesera que es parte de la experiencia comunitaria, también podrán disfrutar de las artesanías elaboradas por los estudiantes. Los productos de la quesera son elaborados con tecnología suiza de altísima calidad. Las artesanías podrán ser adquiridas por los invitados, este recorrido con el guía se explicara brevemente sobre la historia de Casaiches central, así

como un punteado histórico sobre la génesis y evolución de estos emprendimientos comunitarios. Finalmente los invitados regresaran al Tinku, lugar en el cual se brindara un refrigerio, todo esto con productos propios de la zona.

3.1.3.2 Experiencia agroecológica.

La agroecología es una propuesta alternativa que privilegia la agricultura campesina por encima del agro negocio masificado. Es por eso que se pensó en exponer a los visitantes la forma de vida habitual de la comunidad. El recorrido empezara a las siete de la mañana en el paradero el Tinku. En el cual después de recibir un desayuno con productos locales, se realizara un recorrido con los animales de la localidad, especialmente ganado bovino, y camélidos hacia los sitios destinados para su pastura.

Luego nos dirigiremos a la granja comunitaria que se encuentra a la rivera del rio Gangui, a un kilómetro por el sendero ecológico, esta granja tiene la particularidad de ser cultivada en terrazas, además de que la variedad de tubérculos propios de la zona será interesante para los visitantes. Los turistas pueden conocer las técnicas tradicionales empleadas por los agricultores locales, a la vez que se podrá cosechar tubérculos que se emplearan en su almuerzo.

A pocos metros de la granja comunitaria se encuentran las piscinas destinadas al cultivo de trucha. Esto puede servir para explicar a los visitantes sobre las prácticas piscícolas desarrolladas por la comunidad. La captura de las mismas servirá para el almuerzo que se brindara a las dos de la tarde. Todos los alimentos serán preparados en cocina de leña y servidos en el comedor del Tinku.

Después de un corto receso, los visitantes tendrán una gira por las granjas de plantas medicinales que se encuentran cercanas a las cabañas del Tinku. Se explicara sobre la variedad de plantas que se cultivan en la zona y las diversas aplicaciones que se le da a las mismas. Hay cultivos de alfalfa en los alrededores de la zona, los turistas tendrán la oportunidad de trabajar la tierra, haciendo la experiencia más genuina. Finalizada esta actividad se dará un breve receso, el cual se aprovechara para brindar un refrigerio a los visitantes, el cual estará compuesto por carne de borrego, choclos y papas dependiendo de la estación. Finalmente se entregara una canasta con productos cultivados orgánicamente en la comunidad.

3.1.3.3 Cabalgata Arenal-Casaichis- bosque de Polilepis-Tinku.

El recorrido empezara en el Arenal, el traslado hacia el sitio puede realizarse en los buses públicos que se dirigen hacia Riobamba. Guías de la comunidad esperaran a los turistas en una caseta que existe en el Arenal. Los esperaran con un pequeño refrigerio, después de su consumo, se realizara una breve charla sobre el recorrido a realizar, se dará una guía para el manejo de los caballos.

El recorrido es de aproximadamente tres horas en las cuales se recorrerá parte del Kapak ñan, además de poder disfrutar de los paisajes de la cordillera andina, la convivencia con la naturaleza es uno de los principales incentivos de esta experiencia, llegaremos a la comunidad de Llamacorral, a medio día, en la cual se brindara un almuerzo con los productos de la comunidad. Una parrillada con carne de borrego, choclos, papas y queso.

En horas de la tarde realizaremos un recorrido al bosque de Polilepis de la comunidad, este es parte de una experiencia de forestación de la comunidad. Al finalizar este recorrido, se organizara un temascal en el inicio del sendero, que bordea el rio Ganquis. Después de esta experiencia se brindara al visitante un refrigerio, dando por concluido este circuito.

3.2 Análisis de la demanda.

“La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 45% en 2014 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivaldrá a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales”(OMT, 2014), esto implica un amplio crecimiento de la demanda turística a nivel mundial, y en las alternativas a las propuestas de turismo tradicional, como es el caso del turismo comunitario, ha crecido considerablemente.

Una de las tendencias del turismo no solo se encuentra en alternativas al turismo tradicional, sino también a los destinos que escogen los turistas, dando un amplio crecimiento a plazas emergentes. “Entre 2010 y 2030, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas a destinos emergentes (+4,4% al año) doble el de llegadas a economías avanzadas (+2,2% al año)” (OMT, 2016)

La región de las Américas registró el mayor crecimiento, con un aumento del 8% en llegadas internacionales, lo cual implica una importante oportunidad para la actividad turística.

En el siguiente cuadro tomado del Ministerio de Turismo, se presenta el número de turistas que han llegado a nuestro país.

Tabla N° 16 Entradas y salidas Ecuador 2017

ENTRADAS Y SALIDAS INTERNACIONALES
(NACIONALIDAD)

Entradas y Salidas Internacionales por Naci..

Mes	Año	Mes	Saldo
	2017	Todos	
	Llegadas (Nacionalidad)	Salidas (Ecuatorianos)	
Enero	151.364	110.098	41.266
Febrero	118.339	110.847	7.492
Marzo	117.495	138.318	-20.823
Abril	113.914	137.039	-23.125
Mayo	111.673	126.649	-14.976
Total general	612.785	622.951	-10.166

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC
Ministerio del Interior
Nota: 2017 corresponde a datos provisionales

Fuente: Pagina Web Ministerio de turismo Ecuador.

3.2.1 Caracterización de la demanda.

Al tratarse de un proyecto de características comunitarias, metodológicamente se trató en dos fases, en la primera se trabajó en la semana del 6 al 12 de diciembre se contabilizo el número de visitantes a la comunidad, esto se lo realizo de 8am hasta las 18 pm. En el lapso de tiempo ya mencionado se hizo un conteo de las personas que visitaban la comunidad, para posteriormente realizar una proyección de los visitantes a nivel mensual y anual.

Tabla N° 17 Flujo de visitantes de la Semana del 6 al 12 de marzo del 2016

LUNES	MARTES	MIERCOLE S	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMING O	TOTA L
285	277	265	262	253	360	314	2016

Fuente: trabajo en territorio

Elaborada por: el autor

Tabla N° 18 Proyección de visitantes Comunidad Llamacorral Mensual y Anual.

PERIODO DE TIEMPO	FLUJO DE POBLACION QUE VISITA LA COMUNIDAD DE LLAMACORRAL
MENSUAL	8064
ANUAL	96.768

Fuente: trabajo en territorio

Elaborada por: el autor

Una vez realizado este ejercicio, se procedió de acuerdo a la metodología establecida. De este proceso se desprendió el tamaño de la muestra.

En nuestro estudio utilizaremos la muestra como instrumento que determine el número de elementos elegidos en base a los datos históricos, mismos que fueron tomados de la población para que puedan extrapolarse y sean representativos. El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- Del error o margen de impresión permitido.
- Del nivel de confianza.
- Del carácter finito o infinito de la población.

En nuestro caso utilizaremos una población finita de menos de 100000 (habitantes).

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

Dónde:

Z	Nivel de Confianza	(95% Campana de Gauss – 1.96)
P	Probabilidad Positiva	(50%)
Q	Probabilidad Negativa	(50%)
e	Error de Estimación	(5%)
N	Universo de personas	2.016 (55% Mujeres y 45% Hombres)

Cálculo de la Muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (96.768)}{((0.05)^2 (96.768-1)) + ((1.96)^2 (0.5) (0.5))}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.25) (96.768)}{((0.0025) (96.767)) + ((3.8416) (0.25))}$$

$$n = \frac{(0.9604) (96.768)}{(241,9175) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{92.935,9872}{242,8779}$$

n = 382,64 encuestas

Determinado el tamaño de la muestra. Se realizó el instrumento; la encuesta conto con 54 preguntas de las cuales se seleccionó 15 variables que se consideró las adecuadas para elaborar un perfil del visitante a Llamacorral. Se escogió la semana del 20 al 26 de enero para aplicar las encuestas. Las encuestas se tomaron desde las 8 am hasta 18 pm. El conocer el tipo de visitante, nos ayudara para adaptar la oferta turística de acuerdo a un perfil específico del visitante.

3.3 Análisis detallado de variables.

3.3.1 ¿Cuál es su nacionalidad?

Tabla N° 19 Nacionalidad de los Visitantes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alemana	4	1,0	1,0	1,0
	Belga	6	1,6	1,6	2,6
	colombiano	1	,3	,3	2,9
	Cubano	2	,5	,5	3,4
	ecuatoriana	282	73,2	73,2	76,6
	Española	1	,3	,3	76,9
	Finlandesa	1	,3	,3	77,1
	francesa	8	2,1	2,1	79,2
	kechua/ec	77	20,0	20,0	99,2
	noruega	1	,3	,3	99,5
	uruguayaya	2	,5	,5	100,0
	Total	385	100,0	100,0	

Fuente: encuestas aplicadas en territorio

Elaborada por el autor.



Figura N° 18 Nacionalidad de visitantes

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por: el autor.

Como se puede apreciar del análisis de esta variable, el mayor porcentaje de los visitantes corresponde a la ecuatoriana (73,2%), seguido por la Kechua/ecuatoriana (20%), las nacionalidades restantes no llegan a superar el 7%. El Ecuador es reconocido constitucionalmente como plurinacional, es por eso que se ha considerado la nacionalidad Kechua, como parte del reconocimiento a la diversidad del Estado nación.

3.3.2 ¿Cuál es la ciudad donde reside habitualmente?

Tabla N° 20 Ciudad De Residencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ambato	6	1,6	1,6	1,6
Baba	1	,3	,3	1,8
Brujas	1	,3	,3	2,1
Bruselas	2	,5	,5	2,6
Chimbo	7	1,8	1,8	4,4
Colta	1	,3	,3	4,7

Cuenca	1	,3	,3	4,9
Evergeem	3	,8	,8	5,7
Frankfurt	1	,3	,3	6,0
Guaranda	222	57,7	57,7	63,6
Guayaquil	6	1,6	1,6	65,2
Habana	2	,5	,5	65,7
Hamburgo	1	,3	,3	66,0
Helsinki	1	,3	,3	66,2
Las Naves	1	,3	,3	66,5
Loja	1	,3	,3	66,8
Lyon	5	1,3	1,3	68,1
Machala	1	,3	,3	68,3
Madrid	1	,3	,3	68,6
Manta	1	,3	,3	68,8
Miami	1	,3	,3	69,1
Nantes	2	,5	,5	69,6
Oslo	1	,3	,3	69,9
Quito	63	16,4	16,4	86,2
Riobamba	24	6,2	6,2	92,5
Salinas	3	,8	,8	93,2
San Lorenzo	1	,3	,3	93,5
San Miguel	22	5,7	5,7	99,2
Santiago	2	,5	,5	99,7
Sto. Domingo	1	,3	,3	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: encuestas aplicadas en territorio.

Elaborada: por el autor

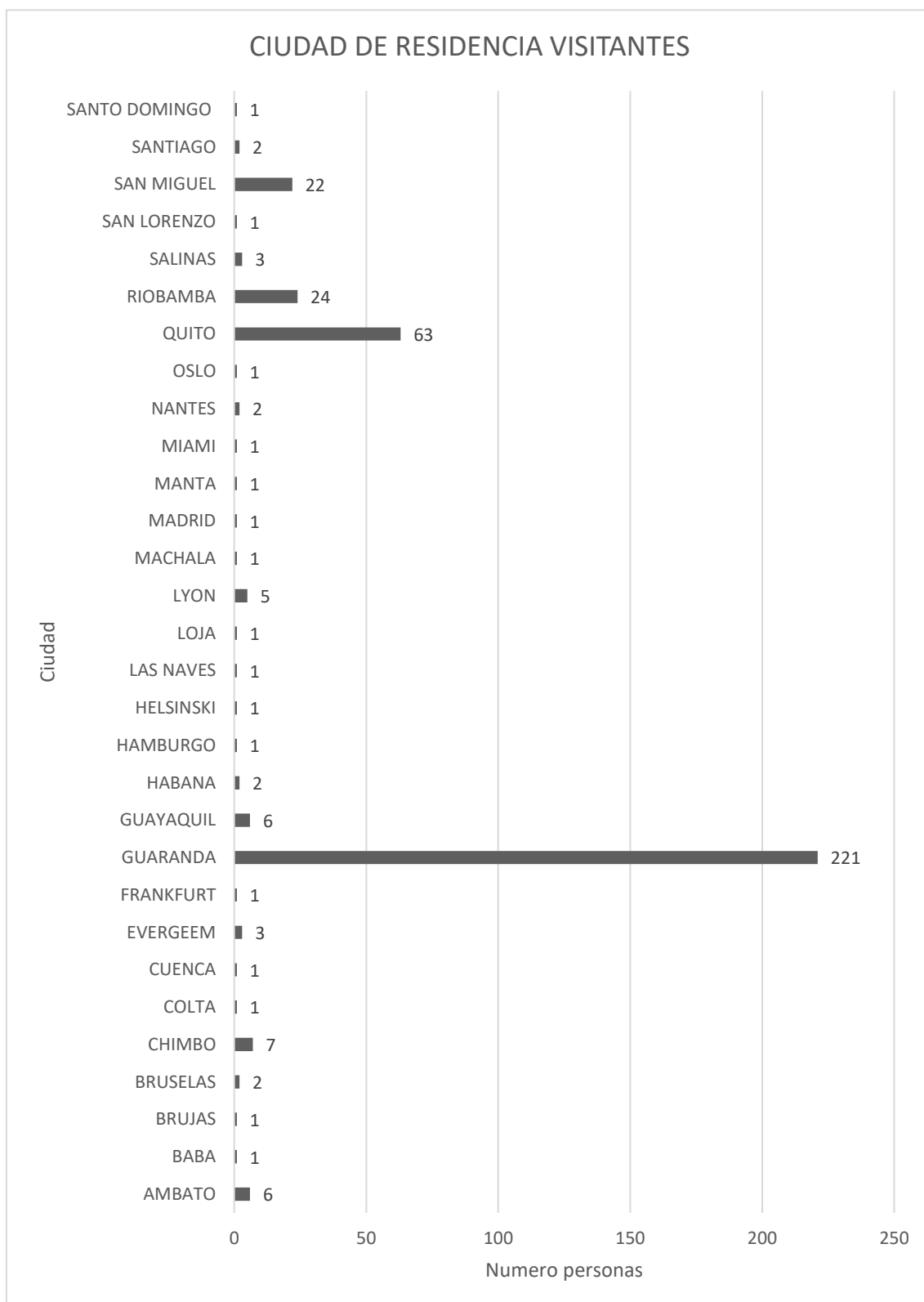


Figura n° 19 Ciudad de residencia visitantes.

Fuente: encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por: el autor.

De los resultados de las entrevistas el mayor porcentaje de visitantes proviene de la ciudad de Guaranda (57,7%), seguido por Quito con (16,4%), Riobamba (6,2%), San Miguel (5,7%), Chimbo (1.8%), Ambato (1.6%), todas estas son ciudades de la sierra, a excepción de la capital. Del resto de porcentaje de ciudades del país Guayaquil tiene (1,6%), el resto corresponde a ciudades dentro del país, cuyo porcentaje llega al (4%). El porcentaje proveniente de ciudades europeas llega al (4,9%). En lo que se refiere a otras ciudades de América, se encuentra la Habana con el (0,5%) y Miami con el (0,3%). De lo que se puede desprender que el índice más alto proviene de la ciudad de Guaranda y de ciudades cercanas de la Sierra Centro.

3.3.3 ¿Cuál es su actividad ocupacional?

Tabla N° 21 Ocupación visitantes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	11	2,9	2,9	2,9
2	8	2,1	2,1	4,9
3	96	24,9	24,9	29,9
4	21	5,5	5,5	35,3
5	20	5,2	5,2	40,5
6	19	4,9	4,9	45,5
7	30	7,8	7,8	53,2
8	6	1,6	1,6	54,8
9	1	,3	,3	55,1
10	6	1,6	1,6	56,6
11	4	1,0	1,0	57,7
12	114	29,6	29,6	87,3
13	49	12,7	12,7	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: encuestas aplicadas en territorio).

Elaborada por: el autor

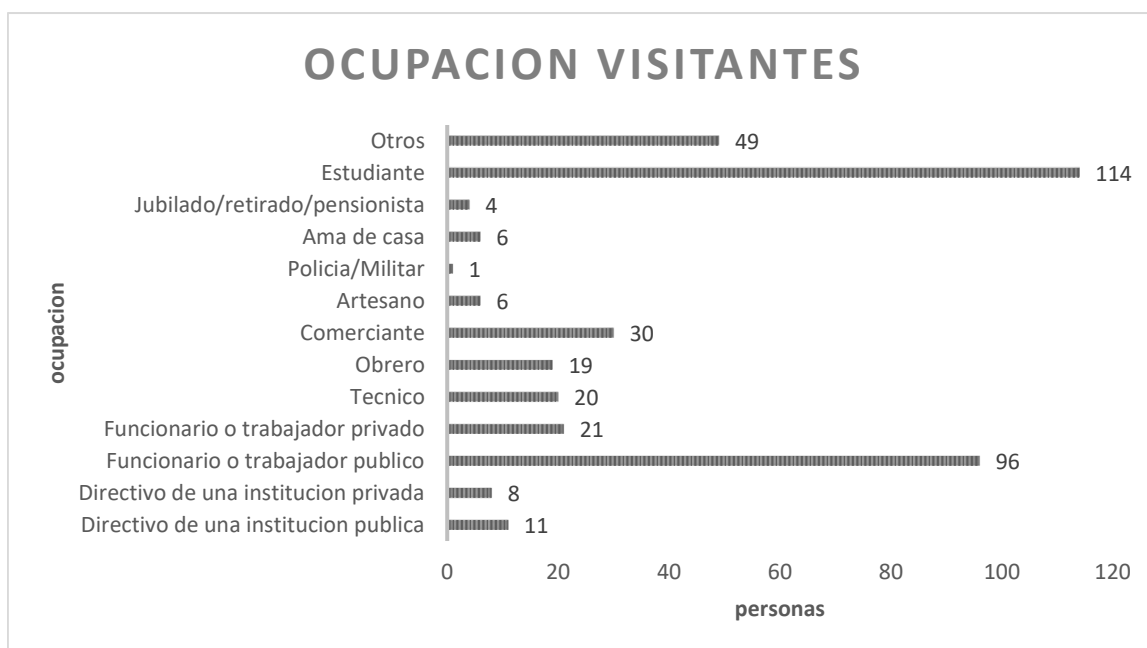


Figura n° 20 Ocupación visitantes.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por; el autor.

Esta pregunta es referente a la actividad ocupacional del visitante. (2,9%) es directivo de una institución pública. (2,1%) es Directivo en una institución privada. (24,9%) es funcionario público. (5,5%) es funcionario privado. (5,2%) es técnico. (4,9%) es obrero. (7,8%) es comerciante. (1,6%) es artesano. (0,3%) es policía o militar. (1,6%) es ama de casa. (1%) es jubilado/retirado o pensionista. (29,6%) es estudiante. (12,7%) tiene otra ocupación.

3.3.4 ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Tabla N° 22 Instrucción visitantes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	,8	,8	,8
2	29	7,5	7,5	8,3
3	94	24,4	24,4	32,7
4	222	57,7	57,7	90,4
5	37	9,6	9,6	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en territorio.

Elaborada por: el autor.

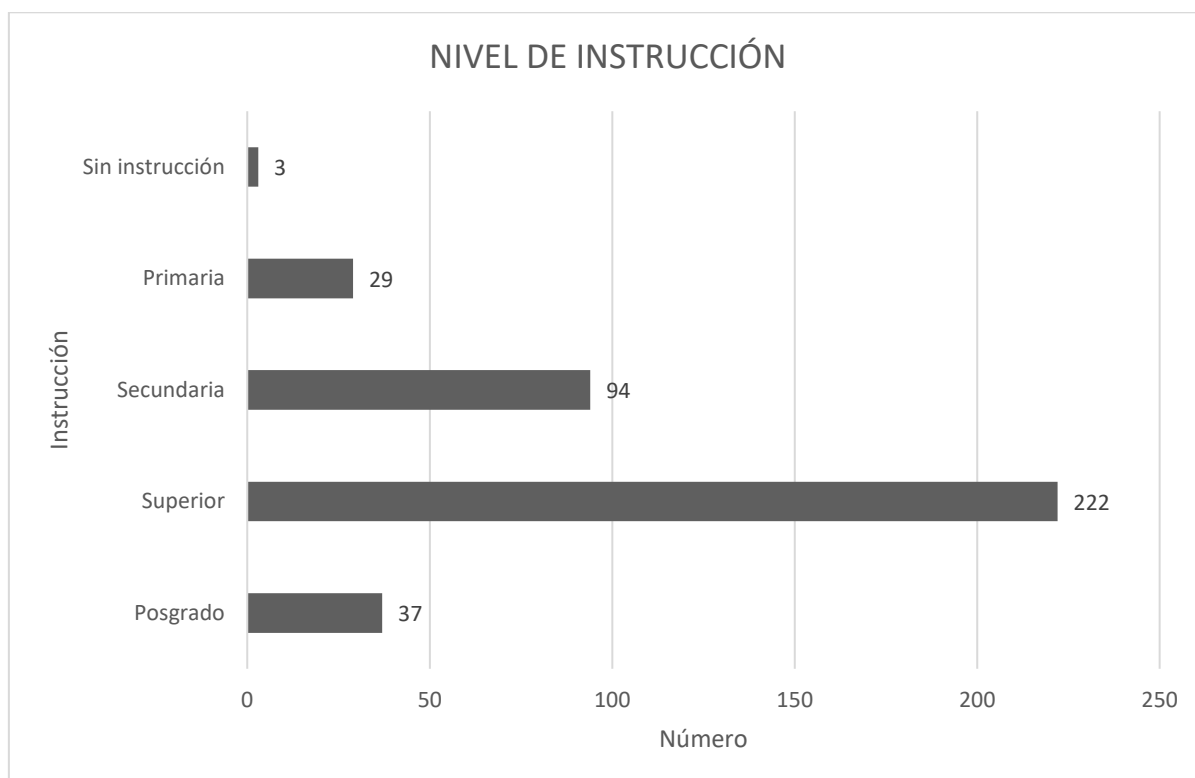


Figura n° 21 Nivel instrucción visitante.

Fuente: (Encuesta realizada en Llamacorral, 2017)

Elaborada por: el autor.

Esta pregunta se refiere al nivel de instrucción de los visitantes. (0,8%) no tiene ninguna instrucción. (7,5%) tiene educación primaria. (24,4%) tiene educación secundaria. (57,7%) tiene educación superior. (9,6%) tiene educación de posgrado.

3.3.5 ¿Esta es la primera vez que visita la comunidad de Llamacorral?

Tabla N° 23 Primera Visita Comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	231	60,0	60,0	60,0
No	154	40,0	40,0	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: encuestas aplicadas en territorio

Elaborada por: el autor.

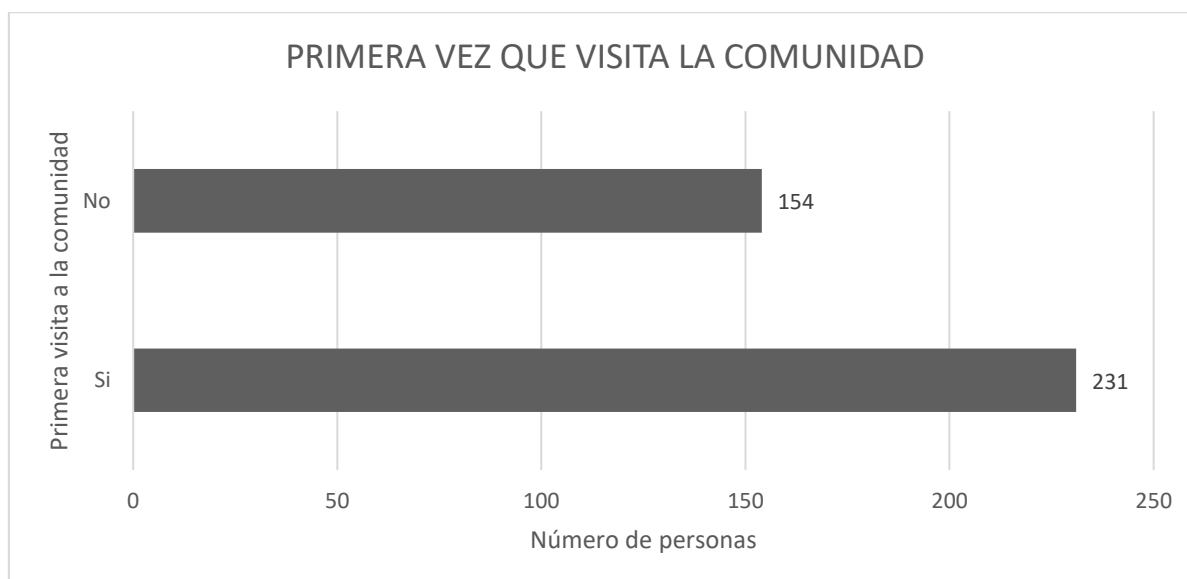


Figura N° 22 Primera visita.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por: el autor.

Del total de los visitantes a la comunidad un (60%) o 231 persona respondieron que es la primera vez que visitaron la comunidad, en tanto que un (40%) o 154 personas respondieron, negativamente lo que quiere decir que ya han estado en la comunidad más de una ocasión.

3.3.6 ¿Cuál fue el principal motivo de su viaje?

Tabla n° 24 Motivo de visita a la comunidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1,0	37	9,6	9,6	9,6

1,4	1	,3	,3	9,9
1,6	1	,3	,3	10,1
1,8	2	,5	,5	10,6
2,0	57	14,8	14,8	25,5
2,7	1	,3	,3	25,7
3,0	52	13,5	13,5	39,2
3,7	1	,3	,3	39,5
4,0	6	1,6	1,6	41,0
5,0	18	4,7	4,7	45,7
6,0	18	4,7	4,7	50,4
7,0	49	12,7	12,7	63,1
8,0	23	6,0	6,0	69,1
9,0	119	30,9	30,9	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: encuestas aplicadas en territorio.

Elaborada por: el autor.

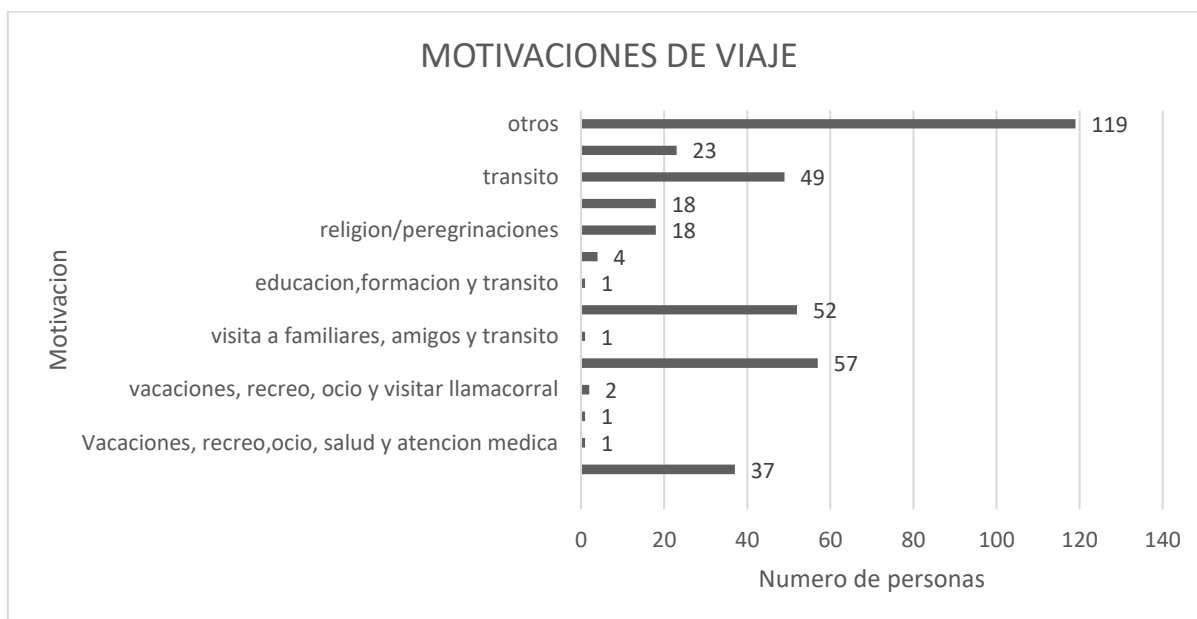


Figura N° 23 Motivo visita a la comunidad.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorrall, 2017

Elaborada por: el autor.

En este particular se refiere a los motivos de su viaje, es por eso que en algunos casos se ha combinado más de un motivo. (9,6%) corresponde a vacaciones, recreo y ocio;(0,3%) combina vacaciones, recreo y ocio con Salud y atención medica; (0,3%) combina vacaciones con compras; (0,5%) combina vacaciones con visita exclusiva a Llamacorrall; (14,8%) corresponde a visita a familiares y amigos; (0,3%) combina visita a familiares con transito; (13,5%) corresponde a educación y formación; (0,3%) combina educación con transito; (1,6%) corresponde a salud y atención medica; (4,7%) corresponde a religión/peregrinaciones; (4,7%) concierne a compras; (12,7%) concierne a visitantes en tránsito, (6%), ha ido exclusivamente por visitar Llamacorrall y el (30,9%) corresponde a diversos motivos. Como se puede apreciar el mayor porcentaje corresponde a otros sin especificar.

3.3.7 ¿Cuál fue el medio de transporte empleado para llegar a la comunidad de Llamacorrall?

Tabla N° 25 Tipo de transporte.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 0	2	,5	,5	,5
1	197	51,2	51,2	51,7
1.2	1	,3	,3	51,9
1.6	7	1,8	1,8	53,8
1.7	14	3,6	3,6	57,4

1.8	1	,3	,3	57,7
2	26	6,8	6,8	64,4
2.6	1	,3	,3	64,7
3	45	11,7	11,7	76,4
3.7	1	,3	,3	76,6
4	39	10,1	10,1	86,8
6	32	8,3	8,3	95,1
7	1	,3	,3	95,3
7.8	1	,3	,3	95,6
8	17	4,4	4,4	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: encuestas aplicadas en territorio.

Elaborada por: el autor.

En lo que se refiere al transporte, en muchas ocasiones se incluye más de una opción en el transporte. En algunas ocasiones debido a circunstancias logísticas para su llegada. En otras debido a preferencia de los visitantes. Por ejemplo llegan hasta cierto punto en auto, pero luego prefieren ir en bicicleta por su entretenimiento.

La situación del transporte a nivel rural es un tanto difícil, los circuitos de transporte son limitados y la gente se transporta generalmente a través de camionetas.

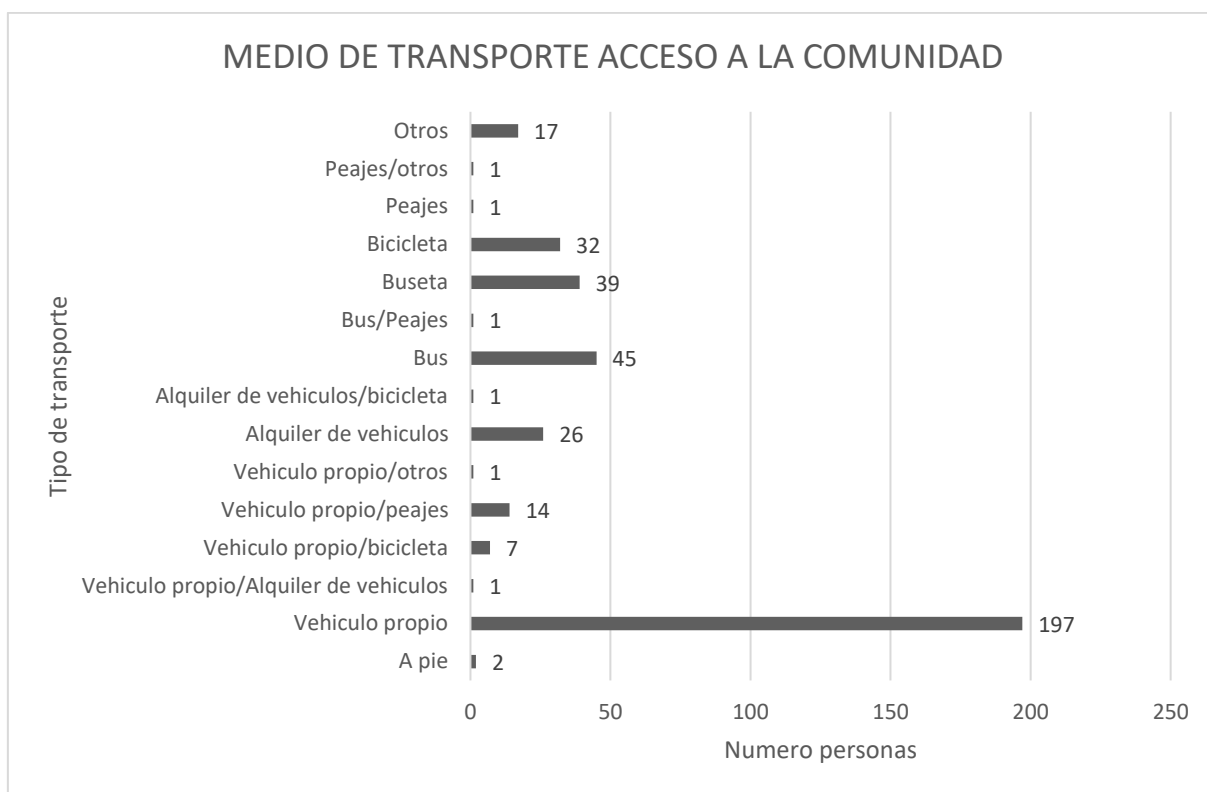


Figura n° 24 Tipo de transporte.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por: el autor.

El (0,5%) no ha utilizado transporte. El (51,2%) ha utilizado vehículo propio. El (0,3%) ha utilizado vehículo propio y alquiler de transporte. El (1,8%) ha combinado vehículo propio y bicicleta. El (3,6%) ha combinado vehículo propio y ha tenido que pagar peajes. (0,3%) ha combinado vehículo propio con otros. El (6,8%) ha alquilado vehículos. El (0,3%) ha alquilado vehículo y usado bicicleta. El (11,7%) ha empleado bus. El (0,3%) ha empleado bus y pago peaje. El (10,1%) se ha trasladado en buseta. El (8,3%) ha empleado bicicleta. El (0,3%) solo ha pagado peaje. (0,3%) ha pagado peaje y otros. (4,4%) ha empleado otros.

Como podemos apreciar la gran mayoría visito a la comunidad utilizando vehículo propio. La segunda opción más empleada es el bus. La tercera la buseta, cuarta el alquiler de vehículos. Como ya menciono una gran deficiencia en el sector rural es la regularidad de los circuitos de transporte. Así mismo la calidad del transporte no es la ideal para un emprendimiento turístico. Para garantizar la calidad de un emprendimiento optimo, es necesario contar con un transporte que garantice la calidad de la experiencia.

3.3.8 ¿Viajo solo o acompañado?

Tabla N° 26 Visitantes solos o acompañados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	61	15,8	15,8	15,8
2	324	84,2	84,2	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: encuestas aplicadas en territorio.

Elaborada por: el autor.

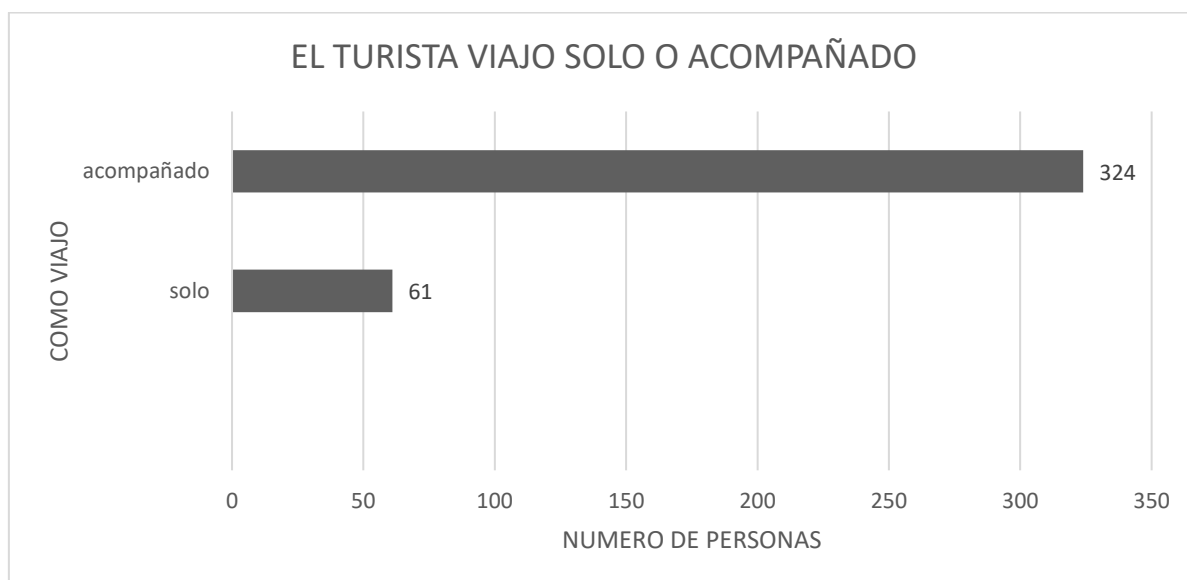


Figura N° 5 Visitantes solos o acompañados.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por: el autor.

Esta pregunta se refiere a si viajaron solos o acompañados. Un (15,8%) viajó solo; en tanto que un (84,2%) viajó acompañado. Esto nos habla de la necesidad de planificar experiencias turísticas para grupos familiares o de amigos, que visiten la comunidad. Ya que una gran mayoría ha visitado la comunidad en grupo.

3.3.9 ¿Cuántos días permaneció en la comunidad?

Tabla N° 27 Días de permanencia en La Comunidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1,00	274	71,2	71,2	71,2
2,00	71	18,4	18,4	89,6
3,00	22	5,7	5,7	95,3
4,00	3	,8	,8	96,1
5,00	1	,3	,3	96,4
6,00	2	,5	,5	96,9
7,00	7	1,8	1,8	98,7
8,00	5	1,3	1,3	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: entrevistas realizadas en la comunidad

Elaborada por: el autor.

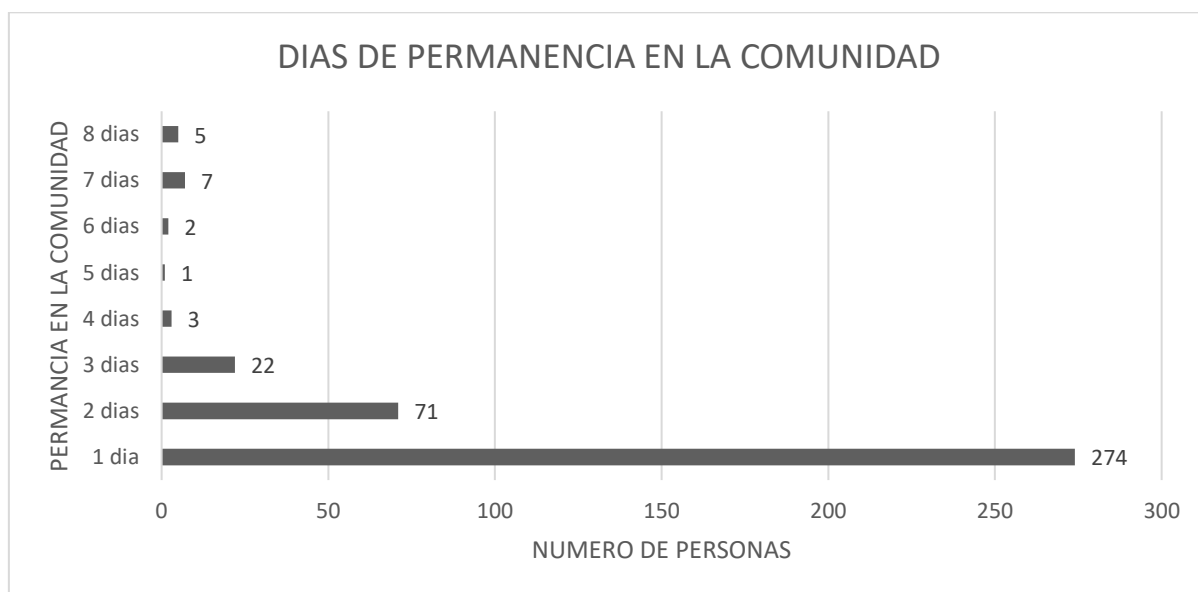


Figura N° 26 días de visita a la comunidad.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por: el autor.

3.3.10 ¿Cuál fue su alojamiento en la comunidad?

Tabla N° 28 tipos de alojamiento.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 0	7	1,8	1,8	1,8
1	24	6,2	6,2	8,1
2	18	4,7	4,7	12,7
3	65	16,9	16,9	29,6
4	271	70,4	70,4	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: encuestas realizadas en la comunidad

Elaborada por: el autor

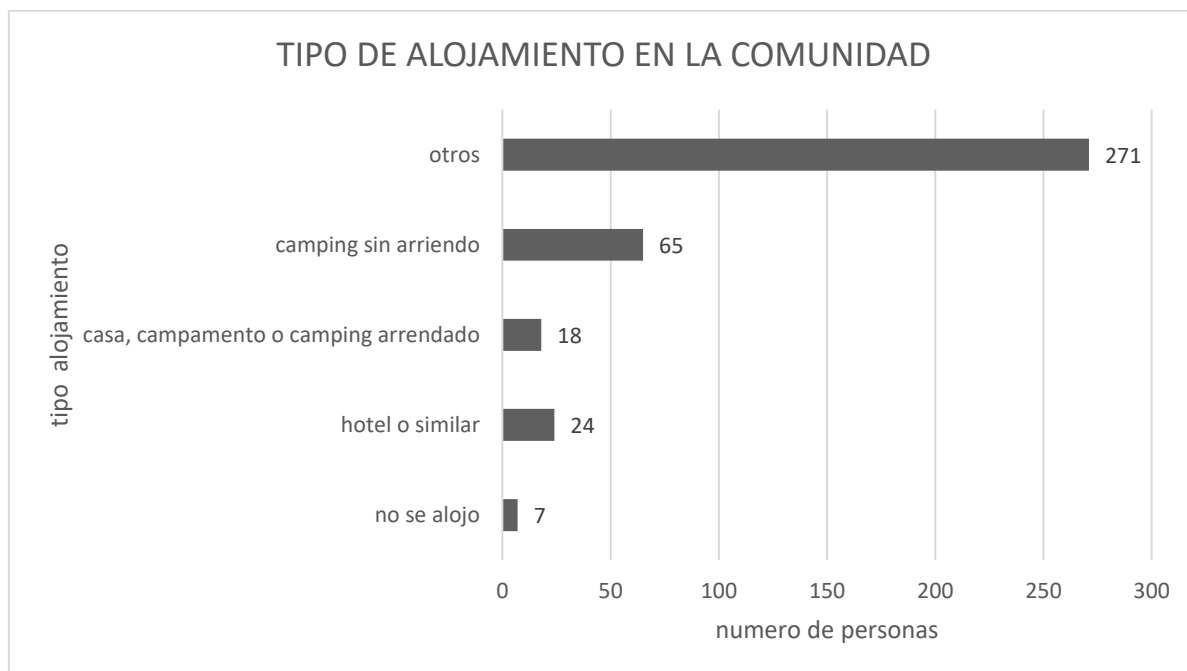


Figura n° 27 Tipo de alojamiento.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por: el autor.

Este ítem corresponde a la valoración que se ha dado al alojamiento. (1,8%) no ha calificado este ítem. (6,2%) se ha alojado en un hotel o similar. (4,7%) se han alojado en una casa, apartamento o camping arrendado. (16,9%) se ha hospedado en un camping sin arriendo. Y un (70,4%) ha buscado otras alternativas. Se debe recordar que este porcentaje tan alto en otras alternativas se debe en gran medida al déficit en infraestructura para hospedar al visitante.

3.3.11 ¿Cómo financio usted su viaje?

Tabla n° 29 Tipos de financiamiento.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	325	84,4	84,4	84,4
2	60	15,6	15,6	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la comunidad.

Elaborada por: el autor.

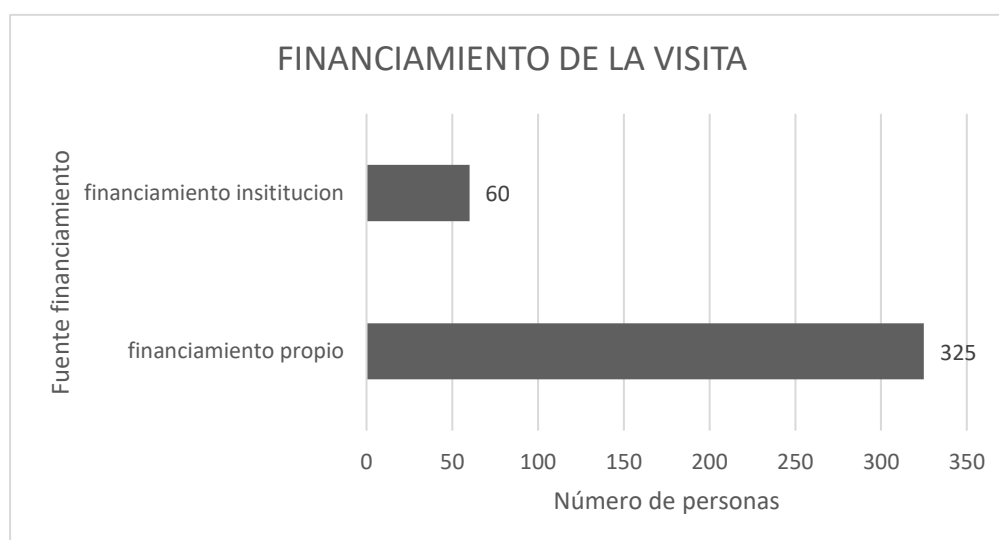


Figura N° 28 Tipo de financiamiento.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por el autor.

La mayoría de los visitantes realizo la visita con recursos propios, el porcentaje es del (84,4%); en tanto que el (15,6%) ha sido financiado por instituciones. Esto quiere decir que la mayoría de los visitantes utilizan sus propios recursos para visitar la comunidad, mostrando una independencia relativa en la manera en cómo se invertirán sus recursos. Los viajes financiados por una institución no tienen como fin el disfrute, si no el cumplir objetivos de la institución.

3.3.12 ¿Cómo organizo su viaje?

Tabla N° 30 tipos de organización del viaje.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	,5	,5	,5
2	360	93,5	93,5	94,0
3	23	6,0	6,0	100,0
Total	385	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas en la comunidad.

Elaborada por: el autor.

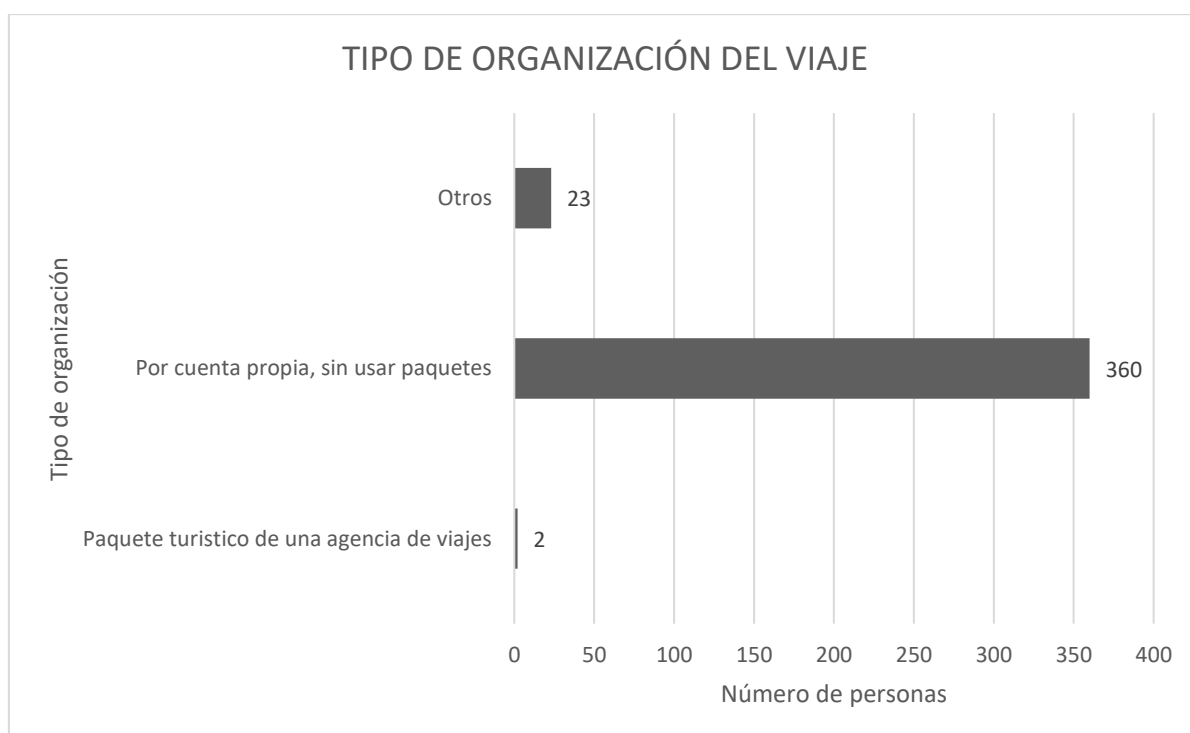


Figura n° 29 Organización del viaje.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por: el autor.

Este corresponde a la manera en la cual el visitante organizo su viaje, de los resultados de las encuestas se desprende que el (0,5%) a visitante que utilizaron una agencia turística; el (93,5%) es de visitantes que realizaron su viaje sin la intermediación de una agencia turística y (6%) restante concierne a otros. Los visitantes que utilizan una agencia turística son muy limitados. Lo que puede ser un punto a mejorar en el presente emprendimiento.

3.3.13 Cruce de variables Procedencia visitantes y Tipo de Transporte.

Tabla N° 31 Cruce de variables entre Procedencia de visitantes y Tipo de transporte.

			B.10.1.3		Total
			1	2	
A2	Alemania	Recuento	1	1	2
		% dentro de A2	50,0%	50,0%	100,0%
		% del total	0,3%	0,3%	0,5%
	Azuay	Recuento	1	0	1
		% dentro de A2	100,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,3%	0,0%	0,3%
	Bélgica	Recuento	0	6	6
		% dentro de A2	0,0%	100,0%	100,0%
		% del total	0,0%	1,6%	1,6%
	Bolívar	Recuento	181	77	258
		% dentro de A2	70,2%	29,8%	100,0%
		% del total	47,0%	20,0%	67,0%
	Chimborazo	Recuento	13	12	25
		% dentro de A2	52,0%	48,0%	100,0%
		% del total	3,4%	3,1%	6,5%
	Cuba	Recuento	2	0	2
		% dentro de A2	100,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,5%	0,0%	0,5%
	El Oro	Recuento	0	1	1
		% dentro de A2	0,0%	100,0%	100,0%
		% del total	0,0%	0,3%	0,3%
	España	Recuento	0	1	1

	% dentro de A2	0,0%	100,0%	100,0%
	% del total	0,0%	0,3%	0,3%
EUA	Recuento	1	0	1
	% dentro de A2	100,0%	0,0%	100,0%
	% del total	0,3%	0,0%	0,3%
Finlandia	Recuento	0	1	1
	% dentro de A2	0,0%	100,0%	100,0%
	% del total	0,0%	0,3%	0,3%
Francia	Recuento	5	2	7
	% dentro de A2	71,4%	28,6%	100,0%
	% del total	1,3%	0,5%	1,8%
Guayas	Recuento	3	3	6
	% dentro de A2	50,0%	50,0%	100,0%
	% del total	0,8%	0,8%	1,6%
Loja	Recuento	0	1	1
	% dentro de A2	0,0%	100,0%	100,0%
	% del total	0,0%	0,3%	0,3%
Los Ríos	Recuento	1	0	1
	% dentro de A2	100,0%	0,0%	100,0%
	% del total	0,3%	0,0%	0,3%
Manabí	Recuento	1	0	1
	% dentro de A2	100,0%	0,0%	100,0%
	% del total	0,3%	0,0%	0,3%
Noruega	Recuento	0	1	1
	% dentro de A2	0,0%	100,0%	100,0%
	% del total	0,0%	0,3%	0,3%

Pichincha	Recuento	51	12	63
	% dentro de A2	81,0%	19,0%	100,0%
	% del total	13,2%	3,1%	16,4%
Sto. Domingo	Recuento	0	1	1
	% dentro de A2	0,0%	100,0%	100,0%
	% del total	0,0%	0,3%	0,3%
Tungurahua	Recuento	6	0	6
	% dentro de A2	100,0%	0,0%	100,0%
	% del total	1,6%	0,0%	1,6%
Total	Recuento	266	119	385
	% dentro de A2	69,1%	30,9%	100,0%
	% del total	69,1%	30,9%	100,0%

Fuente: encuestas realizadas en la comunidad.

Elaborada por el autor.

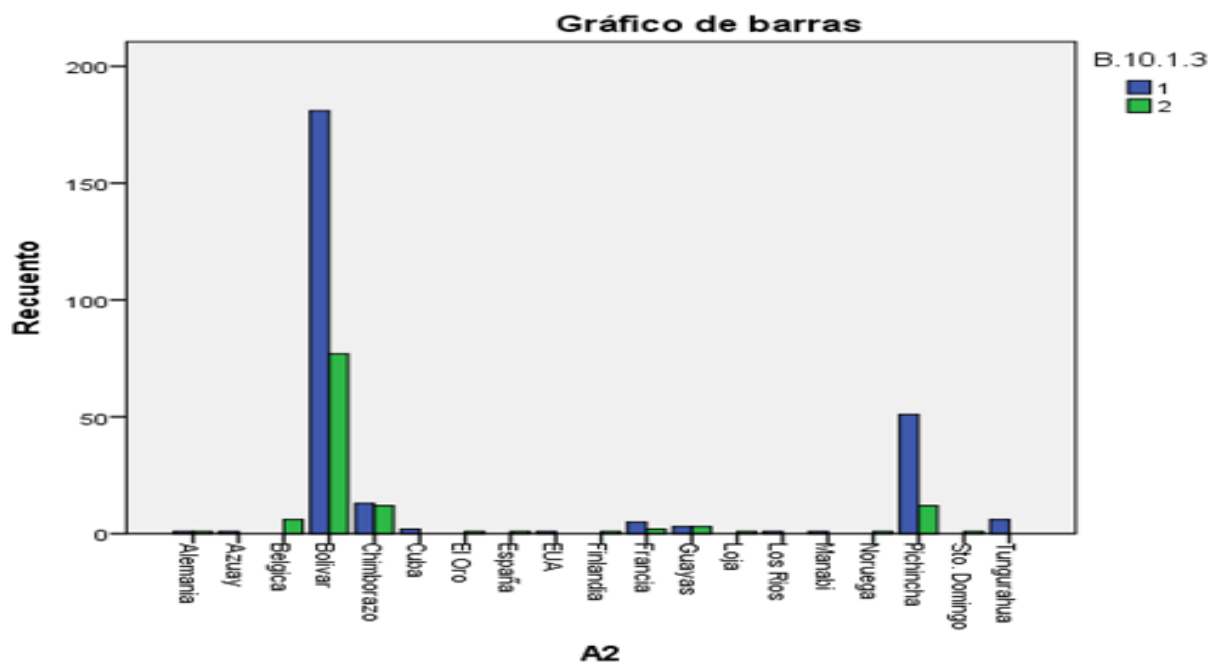


Figura n° 30 Cruce de variables entre Procedencia de visitantes y Tipo de transporte.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorrál, 2017

Elaborada por: el autor.

El 0,3% de los visitantes de Alemania ha escogido vehículo propio, en tanto el 0,3% ha escogido transporte público, del total de la población suman 0,5%. De los visitantes de Azuay el 0,3% ha escogido, siendo este el total de la población. De los Visitantes de Bélgica el 1,6% ha escogido transporte público, nadie ha tomado transporte privado. Del total de visitantes de Bolívar el 70,2% ha tomado transporte privado, correspondiente al 47% de la población; 29,8% corresponde a transporte público, siendo el 20% de la población, en total suman el 67% del total de turistas. El 52% de los habitantes de Chimborazo ha tomado transporte privado, corresponde al 3,4% del total; 48% ha tomado transporte público que corresponde al 3,1%, la sumatoria de ambas es el 6,5%. De los visitantes de Cuba el 0,5% ha tomado transporte privado, siendo el total de la población. El 0,3% de los visitantes del Oro ha tomado transporte público, es el total de la población. El 0,3% de los visitantes de España ha escogido transporte público, es el total de la población. El 0,3% de visitantes de EUA, ha tomado transporte privado, este porcentaje es el total dentro de la población. El 0,3% de los visitantes de Finlandia ha tomado transporte público, y tiene porcentaje similar el total de la población. El 71,4% de visitantes de Francia ha tomado transporte privado, correspondiente al 1,3% de la población, en tanto que el 28,6% ha escogido transporte público corresponde al 0,5% de la población en total suman el 1,8%. El 0,8% de la población del Guayas ha tomado transporte privado, y el restante 0,8% ha tomado transporte público, ambos porcentajes suman el 1,6% de la población. El 0,3% de los visitantes de Loja han tomado transporte público, y este porcentaje corresponde al total de la población. El 0,3% de la población de Los Ríos ha tomado transporte privado. El 0,3% de los visitantes de Manabí ha escogido transporte privado, al nadie tomar transporte público, este porcentaje corresponde al total de la población. El 0,3% de los visitantes de Noruega ha tomado transporte público, no se ha tomado la opción alterna, por lo que este porcentaje corresponde al total de la población. El 81% de los habitantes de Pichincha escogió transportación privada, corresponde al 13,2% de la población; 19% tomo transportación publica, que es igual a 3,1% de la población, entre los dos suman el 16,4% de la población total. El 0,3% de la población de Santo Domingo ha tomado transporte público, y corresponde a su porcentaje en el total de la población. El 1,6% de los habitantes de Tungurahua ha escogido transportación privada, nadie ha tomado transportación pública, este corresponde al 1,6% de la población total. Del 100% de la población el 69,1% ha tomado transporte privada y el 30,9% transportación pública.

3.3.14 Cruce de variables compañía de visitantes y Alojamiento en la comunidad.

Tabla N° 32 Cruce de variables entre Compañía entre visitantes y Alojamiento en la comunidad.

		B.10.1.2				Total
		1	2	3	4	
B.6	1 Recuento	6	2	4	49	61
	% dentro de B.10.1.2	20,7%	10,0%	6,2%	18,1%	15,8%
	% del total	1,6%	0,5%	1,0%	12,7%	15,8%
2	Recuento	23	18	61	222	324
	% dentro de B.10.1.2	79,3%	90,0%	93,8%	81,9%	84,2%
	% del total	6,0%	4,7%	15,8%	57,7%	84,2%
Total	Recuento	29	20	65	271	385
	% dentro de B.10.1.2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	7,5%	5,2%	16,9%	70,4%	100,0%

Fuente: encuestas realizadas en la comunidad

Elaborada por: el autor.

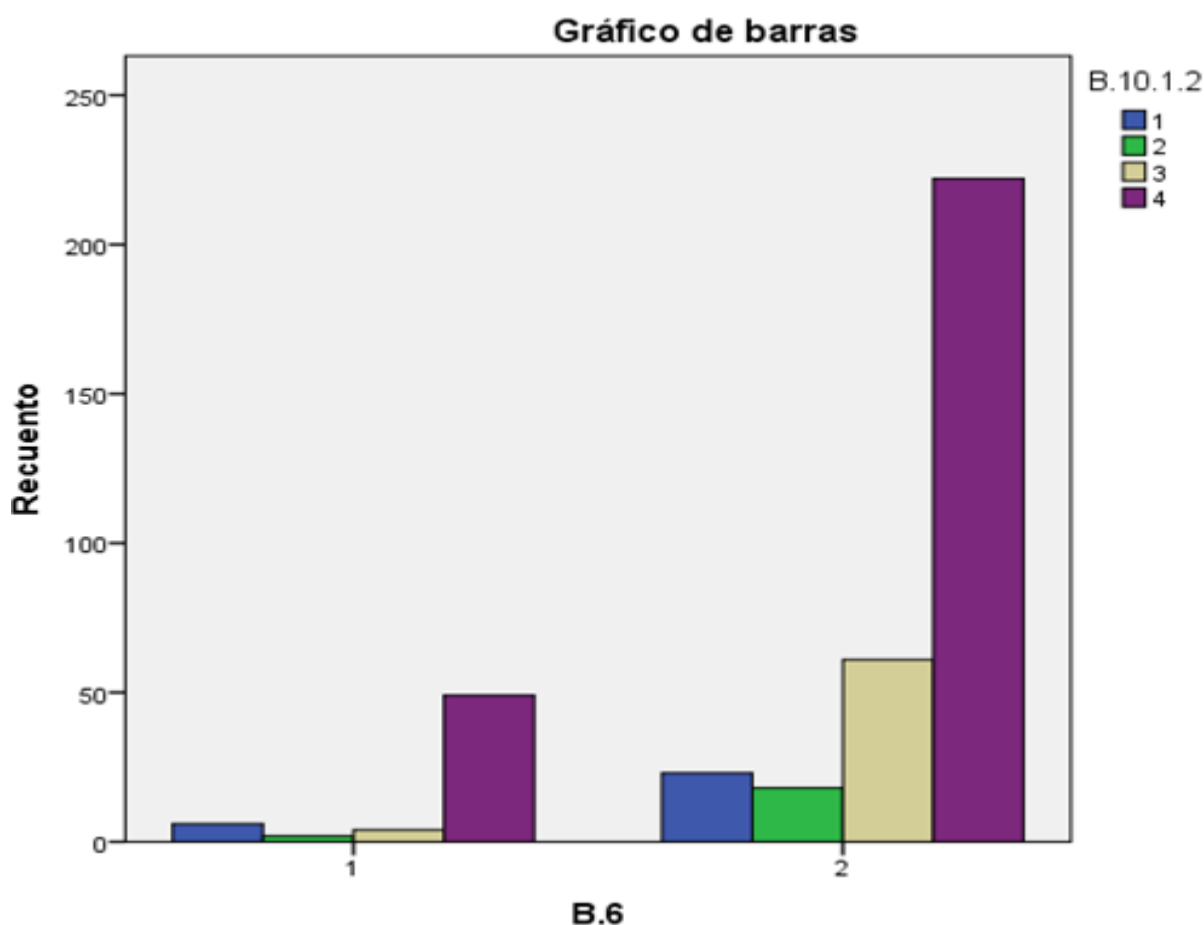


Figura n° 31 Cruce de variables entre Compañía de visitantes y Alojamiento en la comunidad.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborado por: el autor.

El 20,7% que viajo solo ha escogido un hotel o similar, que corresponde al 1,6% de la población. El 10% que viajo solo ha escogido casa, camping o apartamento arrendado, esto corresponde al 0,5% de la población. El 6,2% ha escogido camping sin arriendo que corresponde al 1%. El 18,1% a tomado la opción otros, esto corresponde al 12,7% de la población. El total de la población que ha viajado solo es el 15,8%. El 79,3% que viajo acompañado escogió hotel o similar este porcentaje es igual al 6% de la población total. El 90% que viajo acompañado escogió casa, apartamento o camping arrendado, esto corresponde a 4,7% de la población. El 93,8% que viajo acompañado ha tomado la opción camping arrendado, esto es igual al 16,8% de la población. El 81,9% que viajo acompañado escogió la opción otros, este porcentaje corresponde al 57,7% de la población. Del total de la población el 15,8% de la población viajo solo, y el 84,2% viajo acompañado.

3.3.15 Cruce de variables actividad ocupacional y tipo de financiamiento del viaje,

Tabla N° 33 Cruce de variables entre actividad ocupacional y tipo de financiamiento del viaje.

			B.9		Total
			1	2	
C.5	1	Recuento	6	5	11
		% dentro de C.5	54,5%	45,5%	100,0%
		% del total	1,6%	1,3%	2,9%
2	2	Recuento	6	2	8
		% dentro de C.5	75,0%	25,0%	100,0%
		% del total	1,6%	0,5%	2,1%
3	3	Recuento	73	23	96
		% dentro de C.5	76,0%	24,0%	100,0%
		% del total	19,0%	6,0%	24,9%
4	4	Recuento	14	7	21
		% dentro de C.5	66,7%	33,3%	100,0%
		% del total	3,6%	1,8%	5,5%
5	5	Recuento	16	4	20
		% dentro de C.5	80,0%	20,0%	100,0%
		% del total	4,2%	1,0%	5,2%
6	6	Recuento	5	14	19
		% dentro de C.5	26,3%	73,7%	100,0%
		% del total	1,3%	3,6%	4,9%
7	7	Recuento	30	0	30
		% dentro de C.5	100,0%	0,0%	100,0%
		% del total	7,8%	0,0%	7,8%

8	Recuento	6	0	6
	% dentro de C.5	100,0%	0,0%	100,0%
	% del total	1,6%	0,0%	1,6%
9	Recuento	1	0	1
	% dentro de C.5	100,0%	0,0%	100,0%
	% del total	0,3%	0,0%	0,3%
10	Recuento	6	0	6
	% dentro de C.5	100,0%	0,0%	100,0%
	% del total	1,6%	0,0%	1,6%
11	Recuento	4	0	4
	% dentro de C.5	100,0%	0,0%	100,0%
	% del total	1,0%	0,0%	1,0%
12	Recuento	110	4	114
	% dentro de C.5	96,5%	3,5%	100,0%
	% del total	28,6%	1,0%	29,6%
13	Recuento	48	1	49
	% dentro de C.5	98,0%	2,0%	100,0%
	% del total	12,5%	0,3%	12,7%
Total	Recuento	325	60	385
	% dentro de C.5	84,4%	15,6%	100,0%
	% del total	84,4%	15,6%	100,0%

Fuente: encuestas realizadas en la comunidad

Elaborada por: el autor

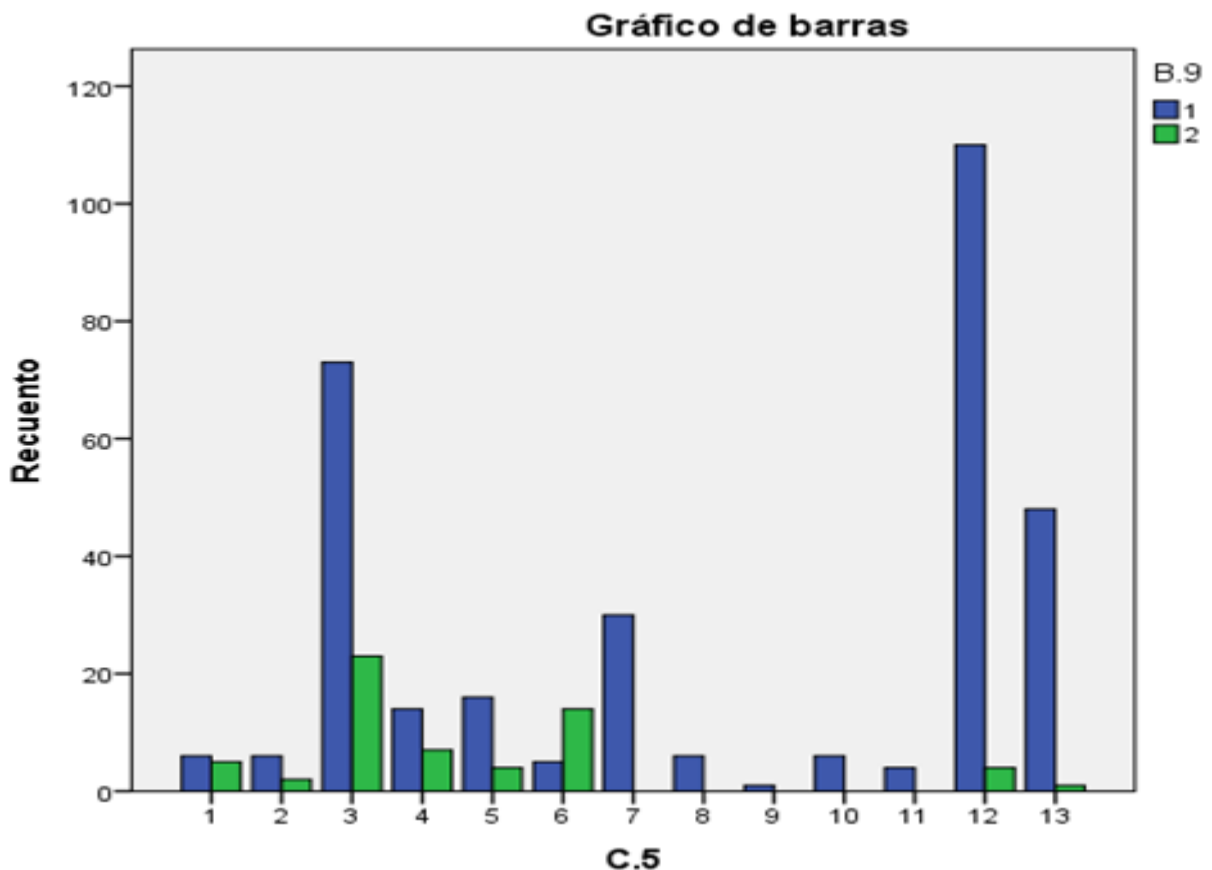


Figura n° 32 Cruce de variables entre Actividad ocupacional y tipo de financiamiento del viaje.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por: el autor.

El 54,5% de los directivos de una institución pública se ha movilizada a la comunidad con financiamiento propio, esto corresponde al 1,6% de la población; 45,5% ha realizado el viaje con financiamientos institucionales, corresponde al 1,3% de la población; la sumatoria de las dos es 2,9%. El 75% de los Directivos de una institución privada ha realizado el viaje con fondos propios, corresponde al 1,6% de la población; el 25% lo ha hecho con fondos institucionales lo que corresponde al 0,5% de la población, la sumatoria de las dos es 2,1% del total de la población. El 76% de los funcionarios públicos ha tomado la opción de fondos propios, esto corresponde al 19% de la población, el 24% de la población restante lo ha realizado con fondos institucionales, esto corresponde al 6%, la sumatoria de estas dos opciones es 24,9%. El 66,7% de los funcionarios privados ha realizado el viaje con fondos propios, esto corresponde al 3,6% de la población; el 33,3% ha viajado con fondos institucionales, corresponden al 1,8% de la población: la sumatoria de las dos opciones corresponde es a 5,5% de la población. El 80% de los técnicos ha realizado el viaje con fondos propios, esto corresponde al 4,2% de la población; el 20% restante ha realizado el viaje con fondos institucionales corresponde al 1% de la población, la sumatoria de las mismas es del

5,2%. El 26,3% de los obreros ha realizado el viaje con fondos propios, que es igual a 1,3% de la población; el 74,7% lo ha hecho con fondos institucionales esto corresponde al 3,6% de la población, la sumatoria de ambas es igual a 4,9% de la población. El 100% de los comerciantes han realizado el viaje con fondos propios, corresponde al 7,8% de la población, esto corresponde al total del porcentaje. El 100% de los artesanos ha realizado el viaje con fondos propios, esto corresponde al 1,6% de la población, esto corresponde al total de la población. El 100% de los policías/militares ha realizado el viaje con fondos propios, esto corresponde al 0,3% de la población. El 100% de las ama de casa ha realizado el viaje con fondos propios, esto corresponde al 1,6% de la población. El 100% de los jubilados/retirados ha realizado el viaje con fondos propios, corresponde al 1% de la población. El 96,5% de los estudiantes ha realizado el viaje con fondos propios, corresponde al 28,6% de la población; el 3,5% de la población ha hecho el viaje con fondos institucionales, corresponde al 1% de la población; la sumatoria de ambas es igual al 29,6% de la población. El 98% de la opción otros ha realizado el viaje con fondos propios, corresponde al 12,5% de la población; el 2% de ha realizado el viaje con fondos institucionales corresponde a 0,3% de la población, la sumatoria de ambas es igual a 12,7% del total. El 84,4% del total de la población ha realizado el viaje con fondos propios; el 15,6% ha realizado el viaje con fondos institucionales. Estos últimos porcentajes corresponden a la totalidad de la población analizada.

3.3.15 Cruce de variables Género y motivo de viaje.

Tabla N° 34 Cruce de variables entre género y motivo de viaje.

			C.1		Total
			1	2	
B.7	1,0	Recuento	16	25	41
		% dentro de B.7	39,0%	61,0%	100,0%
		% del total	4,2%	6,5%	10,6%
2,0	2,0	Recuento	37	21	58
		% dentro de B.7	63,8%	36,2%	100,0%
		% del total	9,6%	5,5%	15,1%
3,0	3,0	Recuento	30	23	53
		% dentro de B.7	56,6%	43,4%	100,0%

	% del total	7,8%	6,0%	13,8%
4,0	Recuento	3	3	6
	% dentro de B.7	50,0%	50,0%	100,0%
	% del total	0,8%	0,8%	1,6%
5,0	Recuento	10	8	18
	% dentro de B.7	55,6%	44,4%	100,0%
	% del total	2,6%	2,1%	4,7%
6,0	Recuento	16	2	18
	% dentro de B.7	88,9%	11,1%	100,0%
	% del total	4,2%	0,5%	4,7%
7,0	Recuento	28	21	49
	% dentro de B.7	57,1%	42,9%	100,0%
	% del total	7,3%	5,5%	12,7%
8,0	Recuento	16	7	23
	% dentro de B.7	69,6%	30,4%	100,0%
	% del total	4,2%	1,8%	6,0%
9,0	Recuento	98	21	119
	% dentro de B.7	82,4%	17,6%	100,0%
	% del total	25,5%	5,5%	30,9%
Total	Recuento	254	131	385
	% dentro de B.7	66,0%	34,0%	100,0%
	% del total	66,0%	34,0%	100,0%

Fuente: encuestas aplicadas en la comunidad.

Elaborada por: el autor.

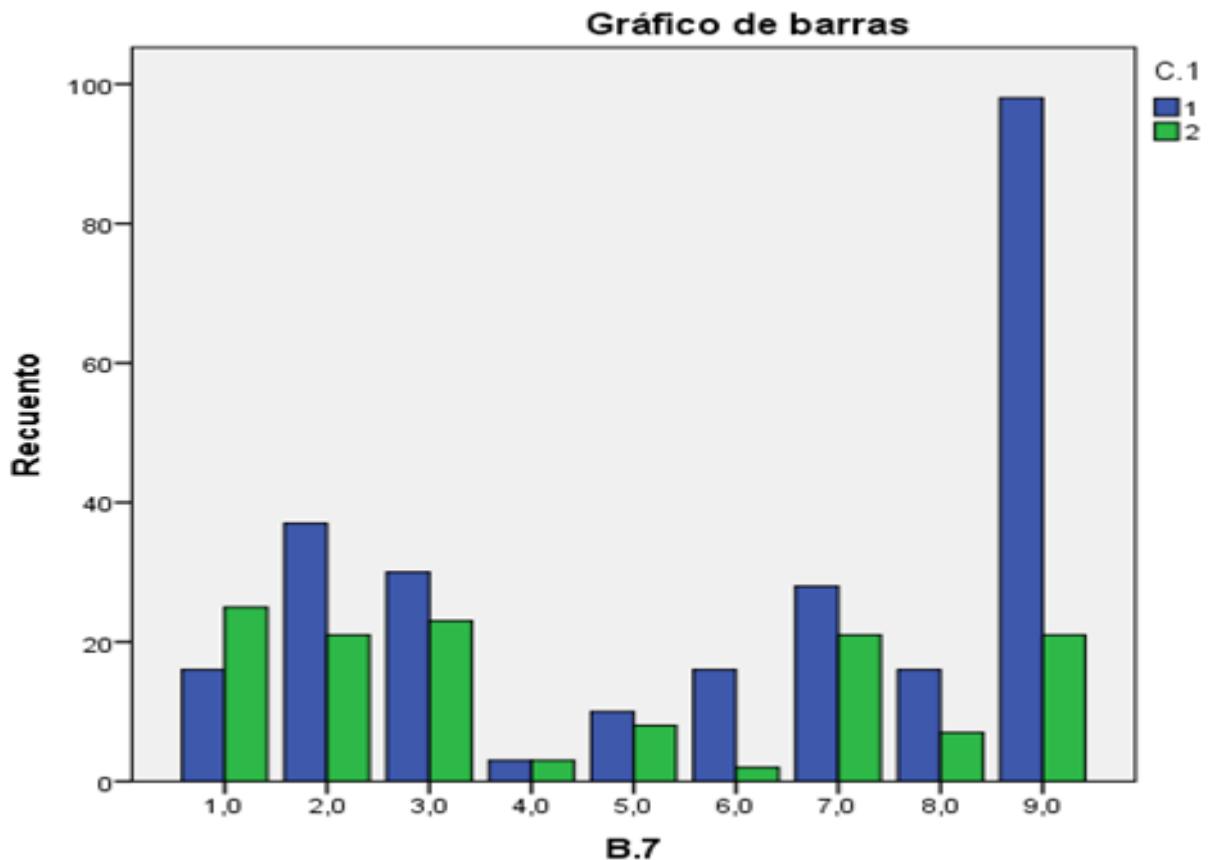


Figura n° 33 Cruce de variables entre Género y motivos de viaje.

Fuente: Encuesta realizada en Llamacorral, 2017

Elaborada por: el autor.

El 39% de los visitantes que fueron por vacaciones, recreo y ocio son de género masculino, corresponde al 4,2% de la población; el 61% es de género femenino que corresponde al 6,5% de la población, la sumatoria de las opciones es 10,6% de la población. El 63,8% de la población que escogió visita a familiares y amigos es de género masculino, corresponde al 9,6% de la población; el 36,2% es de género femenino es igual a 5,5% de la población la suma de las opciones es igual a 15,1%. El 56,6% que escogió educación y formación es masculino, que corresponde al 7,8% de la población; el 43,4% es de género femenino corresponde al 6% de la población, la suma de las dos es igual a 13,8% de la población. El 50% que escogió salud y atención médica es de género masculino, corresponde al 0,8%; el 50% restante con igual porcentaje en la población es de género femenino, la sumatoria de ambas es igual al 1,6%. El 55,6% que fue por religión/ peregrinaciones es de género masculino, corresponde a 2,6% de la población; el 44,4% es de género femenino corresponde a 2,1% de la población la suma de las dos opciones es igual a 4,7% del total de la población. El 88,9% que escogió compras es de género masculino, que corresponde a 4,2% de la población; el 11,1% es de género femenino, corresponde al 0,5% de la población, la suma de las dos es igual a 4,7% de

la población. El 57,1% que estuvo de tránsito es de género masculino, corresponde a 7,3% de la población; el 42,9% es de género femenino corresponde a 5,5% de la población, la sumatoria de ambas es igual a 12,7% de la población. El 69,6% de la población que visitó exclusivamente Llamacorral es de género masculino corresponde a 4,2% de la población; el 30,4% es de género femenino corresponde al 1,8% de la población la sumatoria de las mismas es igual a 6%. El 82,4% que escogió la opción otros es de género masculino es igual a 25,5%; el 17,6% corresponde al género femenino es igual al 5,5% de la población, la sumatoria de ambas es igual a 30,9%. Del total de la población el 66% es de género masculino y el 34% es femenino

3.2.3 Determinación de perfiles de potenciales visitantes.

El perfil de visitantes se elaboró en base a las encuestas aplicadas a 385 visitantes de la comunidad de Llamacorral. Se tomó las principales variables para elaborar un adecuado perfil de visitante. El conocer las percepciones y opiniones de los turistas, nos ayuda a tener un eficiente instrumento que nos permitirá trabajar de manera eficaz sobre los requerimientos a satisfacer por el presente trabajo.

3.2.3.1 Perfil de turista de la comunidad de Llamacorrall.

Tabla N° 22 Caracterización visitantes comunidad Llamacorrall.

Característica	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
NACIONALIDAD	De los turistas la gran mayoría corresponde a la nacionalidad ecuatoriana	282	73,20%
RESIDENCIA	La mayoría de los habitantes provienen de la ciudad de Guaranda	222	57,70%
OCUPACION	La mayoría de los encuestados que visitan la comunidad son estudiantes	114	29,60%
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	La mayoría de los encuestados tienen estudios superiores.	222	57,70%
PRIMERA VISITA	Un gran porcentaje de visitantes afirma que es su primera visita a la comunidad	231	60%
MOTIVO DE VIAJE	el motivo del traslado de la mayor parte de los visitantes se debe a la visita de familiares y amigos	57	14,80%
TIPO DE TRANSPORTE	La gran mayoría de los visitantes ha utilizado su propio vehículo	197	51,20%
ACOMPAÑAMIENTO	La mayoría de los visitantes viajo acompañado la comunidad de Llamacorrall	324	84,20%
TIEMPO EN LA COMUNIDAD	La mayoría de los visitantes paso un día en la comunidad	274	71,20%
TIPO DE ALOJAMIENTO	La mayor parte de los visitantes buscaron alternativas varias de alojamiento	271	70,40%
FINANCIAMIENTO	El financiamiento del viaje se lo realizo mayormente con recursos propios	325	84,40%

ORGANIZACIÓN DEL VIAJE	La mayoría de los visitantes organizo su viaje por su propia cuenta	360	93,50%
PROCEDENCIA DE VISITANTES/ TIPO DE TRANSPORTE	La mayor parte de los visitantes viene de la provincia de Bolívar y ha tomado transportación privada	181	47%
COMPAÑÍA VISITANTES/ALOJAMIENTO EN LA COMUNIDAD	La mayoría viajo acompañado y escogió la opción otros para su alojamiento en la comunidad	222	57,7%
ACTIVIDAD OCUPACIONAL/ TIPO DE FINANCIAMIENTO	La mayor parte de los visitantes han sido estudiantes y han realizado el viaje con fondos propios	110	28,6%
GENERO/MOTIVO DE VIAJE	La mayoría de la población es masculina y ha tomado la opción otros	98	25,5%

Fuente: análisis de encuestas aplicadas en Llamacorral

Elaborado por: el autor.

CAPÍTULO IV

DISEÑO DEL MODELO DE GESTION DE TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE LLAMACORRAL

4.1 Antecedentes.

La comunidad de LLamacorral es parte de la fundación CASAICHI RUNACUNAPACK TANTARI INTI CHURI, es una de las siete comunidades que forman esta organización de segundo grado que se halla ubicada en la parte oriental del Cantón Guaranda, en la Parroquia Veintimilla, de la provincia de Bolívar, haciendo límite con la Comunidad de Gallo Rumi que pertenece a la provincia de Chimborazo.

La FUNDACION CASACHI RUCACUNAPAC TANTATA "INTI CHURI" es una OSG, (Organización de segundo grado) que desde el año de 1991 mantiene personería jurídica y es el resultado de la unidad de las Comunidades de CASAICHI ARENAL, CASACHI CHINIPAMBA, CASAICHI CENTRAL CASAICHI SNA ANTONIO, CASAICHI HERAPAMBA, GRUPO CACUANGO Y LA COMUNIDAD DE CASAICHI LLAMACORRAL, son todas desmembraciones de lo que fuera la hacienda de LOS CASAICHES que fue la gran hacienda en esta parte del país y que perteneció a la Familia Loza, con residencia en la ciudad de Riobamba y que en las décadas de los 50, 60, 70 y 80 del siglo anterior pasaron a propiedad de los que fueron huasipungueros en cada una de estas parte de la gran hacienda.

A finales de la década de los años 70 y principios de los 80 del siglo anterior un grupo de comuneros de LLamacorral, Herapamba, Chinipamba, San Antonio, Arenal e inclusive los Comuneros de vecinas comunidades decidieron emprender en una experiencia nueva que les permitiera acceder a formas alternativas de desarrollo; y se plantearon en un primer momento centralizar todas las escuelas Uni docentes de la Zona en una sola Pluri-docente que funcionara en un punto equidistante y que diera las facilidades para que esta iniciativa tuviera aceptación en los comuneros y consiguientemente se pudiera convertir en un referente de educación en la zona; efectivamente así ocurrió en el año 1980 y se estableció la única escuela pluri docente, con la particularidad de que fue y es siempre la comunidad la que controla la asistencia del personal docente y el desempeño de los mismos frente a sus estudiantes.

Una vez que se formulara en los años 70 y 80 del siglo anterior un documento que se denominó PLAN DE DESARROLLO RURAL INTEGRAL DE LOS CASAICHIS, y que fue horizontalmente discutido por todas las comunidades, se establecieron 14 iniciativas a desarrollarse en territorio, que iban desde la

producción de verduras y frutas; papas de semilla nativa, Radio Comunitaria, Quesería, cría y engorde de porcinos, piscicultura. También se consideró el CENTRO ECOTURISTICO TINKU; iniciativa que implicaba implementar desde cero, caminarias, puentes, cuidado de especies nativas, reforestación, construcción de infraestructura para hospedaje y restaurante; actividad que se la desarrollo con mingas que a la postre implicaron el uso de 132.000 horas hombre de trabajo con machete, azadón, pico, pala, babilejo; y tratamiento de materiales diversos como ladrillos, madera, tejas, pinturas etc. Se debe mencionar preponderantemente la construcción de 8 pozas para la piscicultura que se la hizo a mano y que fueron la actividad económica que sustentó toda la iniciativa, en sus inicios.

Es necesario puntualizar que dentro de los miembros de la Comunidad de LLAMACORRAL, titulares de la iniciativa ECOTURISTICA TINKU; ninguno tenía experiencia en labores que no fueran las agrícolas, por lo que la ejecución de obras de albañilería, carpintería, acabados, electricidad, etc. les fueron extrañas; sin embargo; todas las familias de la Comunidad de LLAMACORRAL prestaron su contingente de forma entusiasta y comprometida para lograr establecer básicamente los tres componentes principales de este proyecto: Infraestructura de Hospedaje y Alimentación; caminaria para el turismo en el Bosque Nativo, y la Infraestructura Piscícola; misma que se encuentra habilitada.

Fuente: entrevistas realizada a informantes calificados comunidad de Llamacorrall.

4.1.1 Principios rectores.

Trabajamos con una comunidad kechua, una de las grandes ventajas es la cosmovisión, entendida esta como la forma de ver o entender el mundo, un marco de creencias que ayudan al individuo a interpretarlo. La cultura andina tiene una fuerte tradición, y pueden ser considerados como pueblos originarios de América. Lo que les da un fuerte sentido de pertenencia y un acervo cultural muy importante, es de aquí que tomaremos los principios rectores que configuran el presente modelo de gestión:

1. Honestidad.- No robar o Ama Shua en su versión kechua, el no tomar aquello que no le pertenece, esto es básico para generar confianza entre los miembros de la comunidad y los visitantes.

2. **Transparencia.-** Ama Llulla, que en kechua se traduce como no mentir, la verdad como valor es fundamental, tanto a nivel cotidiano, como en cada proceso, al interno de la comunidad. Esto se lo tomara en extenso, y se aplicara a todo nivel, por eso se lo denomina transparencia, esto genera confianza imprescindible para una sólida socio organización.
3. **Proactividad.-** Ama Quilla, que se traduce como no ser ocioso, la proactividad es fundamental, para que este proyecto o cualquier iniciativa llegue a buen puerto, la participación activa y permanente de los miembros de la comunidad es uno de los puntales para este modelo de gestión.
4. **Ética medio ambiental.-** Cuando trabajamos con comunidades andinas kechua un concepto de suma importancia es la Pacha Mama, que desde la concepción occidental se traduciría como Madre tierra, misma que se encuentra acorde con el Buen Vivir, de nuestra constitución, en la que se declara a la naturaleza como sujeto de derecho. El respeto al medio ambiente, es un pilar fundamental para este proyecto y que encuentre dentro de la cosmovisión de la comunidad que trabajamos es un adicional muy importante.
5. **Solidaridad.-** Como ya mencionamos trabajamos con una comunidad kechua andina, pero que tiene fuertes relaciones, al ser parte de una familia, por lo que la solidaridad es fundamental para la consolidación de un modelo de gestión sostenible y sustentable.

Estamos plenamente conscientes que existen múltiples principios y valores, como la equidad, obediencia, sinceridad y otros. Pero los que hemos mencionado, han sido discutidos y consensuados con la comunidad y esto serán los que tomaremos como rectores del presente modelo de gestión.

4.1.2 Visión.

Para el año 2030 la comunidad de Llamacorral, gestiona un proyecto turístico comunitario sostenible y sustentable con reconocimiento a nivel nacional e internacional, con excelencia en la prestación de bienes y servicios, donde los ingresos generados son distribuidos de manera equitativa entre todos los miembros de la comunidad, precautelando la integridad medio ambiental, fortaleciendo procesos socio organizativos, revitalizando la cultura ancestral de los miembros de la comunidad y generando alternativas de desarrollo para las comunidades vecinas.

4.1.3 Misión.

Proporcionar un servicio turístico de calidad a nuestros visitantes, precautelando la integridad medio ambiental, fortaleciendo procesos y prácticas socio organizativas, generando practicas sostenibles y sustentables en la comunidad.

4.1.4 Objetivo.

- Ejecutar una propuesta ecoturística comunitaria que pueda brindar bienes y servicios de calidad, todo esto desde una perspectiva de sostenibilidad y sustentabilidad.

4.2 Condiciones básicas

Definiremos cuatro condiciones básicas para poder implementar el presente modelo de Gestión:

1. Comunidades con escasos recursos económicos, pero con recursos paisajísticos, medio ambientales o culturales y fuerte cohesión entre sus miembros.
2. Flujo turístico mínimo, que sea reconocido a nivel local, y de las instituciones locales pertinentes.
3. Comunidades que cuenten con un mínimo de infraestructura que pueda ser útil para un emprendimiento turístico.
4. Comunidades que tenga una personería jurídica reconocida y que han trabajado; o ya han tenido experiencia socio organizativas.

La comunidad de Llamacorral cumple con todas estas condiciones, y la implementación de este modelo en otras comunidades debe cumplir con estas.

4.3 Componentes modelo de Gestión

4.3.1 Componente Socio organizativo.

La socio organización es fundamental para la implementación del actual modelo, por lo que determinaremos una serie de etapas que deben llevarse a cabo para poder consolidar la socio organización. A las cuales los llamaremos etapas:

4.3.1.1 Etapa 1

Se debe identificar a todos los integrantes de la comunidad. Pero la identificación de los mismos no solo debe constar la información básica. Además debe constar su perfil profesional. Para el efecto se incluye la ficha que debe ser llenado por los miembros de la comunidad:

Figura N° 30 Ficha personal habitantes comunidad de Llamacorral.

FICHA PERSONAL			
Información General			
Número de Cédula		Su foto Aquí	
Apellidos			
Nombres			
Nombre de la Última Institución Pública en caso de haber laborado			
Teléfono Convencional			
Teléfono Celular			
Estado Civil		Número de Hijos	
Fecha de Nacimiento			
Lugar de Nacimiento	Provincia a	Cantón	Parroquia
Tipo de Sangre		Mail	

Instrucción		Título Obtenido		
Bachiller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Estudiante Universitario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tercer Nivel (Completo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Marque con una X En el caso de Tercer Nivel, indique el título obtenido			
Instrucción		Título Obtenido		
Diplomado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Especialización	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Maestría	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Marque con una X En el caso de Cuarto Nivel, indique el título obtenido			
	En caso de no contar con instrucción formal detalle su experticia.			

Fuente: Archivos del autor.

Elaborado por: el autor

Una vez completada esta etapa, sabremos el recurso humano con el que contamos para la implementación del modelo de gestión. El recurso humano es fundamental para la ejecución del presente modelo.

4.3.1.2 Etapa 2

Una vez recopilada la base de datos de miembros de la comunidad y sus capacidades. Es necesario saber con cuales contar para implementar el presente emprendimiento. Puede ser que muchos de los presentes estén interesados en integrarse a la presente propuesta turística. Pero es necesario más que interés, el compromiso y el empoderamiento de los miembros.

Como ya se menciona es una condición el contar con una personería jurídica, por lo que para la integración de los miembros a la presente propuesta es necesario una reunión de la comunidad, misma que debe contar con todos los requisitos legales correspondientes: convocatoria a los miembros y una acta de asamblea donde se incluyan los miembros y su voluntad de integrarse al presente proyecto.

4.3.1.3 Etapa 3

Una vez que se ha focalizado la población que va a ser parte del presente emprendimiento es necesario establecer un diagnóstico de las necesidades e intereses de los miembros de la comunidad. Por lo que en esta etapa se aplicara herramientas de planificación estratégica. De acuerdo al modelo explicitado por Cuellar, se aplicara un análisis FODA y DOFA(Cuéllar, 1999). Realizado estos pasos se buscara objetivos estratégicos y líneas estratégicas. Un Plan Operativo anual y se procederá a la elaboración de proyectos.

4.3.1.4 Etapa 4

Como ya se explicó en su debido momento, es una condición que las comunidades con las que se trabaje tengan una personería jurídica. Pero esta no es suficiente debe trabajarse en instrumentos estándar, que corresponderían a un formato de actas para reuniones. Reglamentos específicos del proyecto turístico. Y un organigrama funcional, en el que se detalle los puestos y las funciones de cada una de las personas. Estos instrumentos que servirán para el desenvolvimiento óptimo del proyecto, deben realizarse con la participación de los miembros empoderados de la comunidad.

4.3.1.5 Etapa 5

Es muy importante el tener definiciones de funcionamiento internas. Pero el conocimiento de los actores externos es necesario para consolidar las redes a través de las cuales trabajara el proyecto. Es por eso que en esta etapa es necesario realizar un mapeo de actores dándole especial énfasis a las instituciones públicas y privadas vinculadas con la actividad turística y la organización comunitaria.

4.3.2 Componente Producto Turístico.

La socio organización es muy importante, pero la parte material nos dará los insumos necesarios para el presente modelo de gestión. La administración de los mismos debe ser tomada en cuenta, pero en esta no colocaremos el capital, este contara con su propio acápite al que denominaremos componente financiero:

4.3.2.1 Etapa 1

Lo primero que haremos es realizar un inventario de los principales atractivos de la comunidad. Actividad que ya se ha realizado, en el presente trabajo. Contamos con un inventario de atractivos de la comunidad, en esta se ha tomado en cuenta a los atractivos ambientales, como a los culturales. También contamos con un diagnóstico de la comunidad. Esto debe ser actualizado de manera periódica cada semestre mientras la actual propuesta se encuentre vigente.

4.3.2.2 Etapa 2

La caracterización particular es la que le imprimirá el sello distintivo a la presente propuesta. Por eso es necesario la realización de talleres donde se discutirá con los miembros de la comunidad involucrados la temática de fondo de la propuesta. Esta deberá ser planteada de tal manera que tomando elementos constitutivos de la comunidad, se consolide una identidad propia. En estos talleres se trabajara historias de vida de la comunidad. Se tomara como referencia aquellos elementos que la comunidad considere como propios de su identidad. Ya se ha establecido posibles rutas turísticas de la comunidad, estas pueden servir de base para posteriores definiciones hechas por la comunidad.

4.3.2.3 Etapa 3

En esta etapa configuraremos un plan de negocios de la propuesta turística. Esta como todas las etapas y componentes debe realizarse participativamente. Es clave para el presente proyecto realizar un presupuesto de las inversiones necesarias para su funcionamiento. Así mismo se plateara cadena de valor para la presente propuesta. Estas herramientas permitirán definir su aplicación con la totalidad de los miembros involucrados. El puntualizar funciones y responsabilidades dentro del producto turístico, nos proporcionara el empoderamiento necesario para su correcto desempeño. Se utilizara para su desarrollo, los fundamentos aplicados por la Corporación Financiera Nacional. (Institución Pública)

4.3.2.4 Etapa 4

Descripción detallada de las mejoras en infraestructura y equipamiento acordes con los servicios que brinde el presente proyecto. Se contactara con un profesional (arquitecto/ingeniero) para que realice las cotizaciones necesarias. Una vez identificados y caracterizados los costes necesarios en infraestructura y equipamiento; se procederá a buscar las fuentes de crédito necesarias, esto se lo realizara mediante el acercamiento de las instituciones crediticias de la localidad. Se realizara el acercamiento en manera simultánea con instituciones públicas y privadas que puedan aportar al presente emprendimiento. El crédito es un tema muy delicado para una comunidad que implica un compromiso con un tercero, por lo que una capacitación sobre el crédito, sus potencialidades y responsabilidad que acarrea será necesaria. Concienciada la comunidad se procederá a la entrega de créditos por parte de las instituciones.

4.3.2.5 Etapa 5

Descripción detallada de servicios y actividades que puede brindar la comunidad, en este ya se integrara un coste de los mismos que puede ser adecuado en etapas posteriores. Hemos trabajado en rutas y circuitos turísticos con la comunidad, en esta se trabajara a fondo en los mismos, para pueda desarrollarse un producto que pueda ser presentado al turista. Definición de estándares de calidad de los servicios y productos ofertados. Ya se tienen rutas, estas deben ser analizadas en su integralidad con los servicios y productos que se pueden proporcionar. Se trabajó el concepto de capacidad de carga, este debe ser sopesado en este momento del emprendimiento, para ser monitoreado a lo largo de todo el desarrollo de la

propuesta turística, las afectaciones pueden ser para el ecosistema, e inclusive a la cultura de la comunidad. Fortalecimiento de capacidades, necesarias para la calidad de los servicios y productos del presente emprendimiento.

4.3.3 Comercialización del producto.

4.3.3.1 Etapa 1

Primero se hará un breve análisis de la normativa legal en torno al presente proyecto. Se puede observar la Ley de turismo: existen otras normativas y reglamentos que emanan del mismo. Determinar el tipo de comercialización que más convenga a la comunidad, puede ser por medio de una operadora, por una oficina propia de la comunidad, comercialización directa por redes, esta se determinara de acuerdo a la voluntad y capacidad de la comunidad. Sea cual fuese el tipo de comercialización es necesario determinar un sistema de comisiones para sus miembros. Una vez determinado el tipo de comercialización, es necesario implementar toda la logística necesaria para su aplicación en territorio, sea dentro de la comunidad como en su exterior, o lugares donde será comercializada la propuesta turística. Es necesario un plan de mercadeo para la presente propuesta turística, muchos de los elementos necesarios para la elaboración de un plan de mercadeo pueden ser tomados como referencia del presente trabajo.

4.3.3.2 Etapa 2

Es muy importante el contar con una identidad corporativa, con una imagen de la marca. Coordinación de toda la papelería de la identidad corporativa (Tarjetas de presentación, hojas membretadas, etc.) La comercialización es muy importante, ya han existido experiencias previas y han tenido en este acápite un limitante. Es por eso que tiene que diseñarse un tarifario, que sea atractivo para el visitante, que pueda ser un referente cierto para futuras visitas. Se tiene que conformar políticas de venta, de reserva y de cancelación. En la actualidad se torna fundamental el tener acceso a plataformas informáticas, por lo que la elaboración de una página web, y su plan para la difusión a través de las redes sociales será imprescindible. En este punto debemos crear una marca para el proyecto. Se debe elaborar folletos, trípticos y promocionales impresos del proyecto turístico.

4.3.3.3 Etapa 3

Elaborar de una estrategia de marketing. Es necesario contar con una base de datos de potenciales visitantes, esta se elaborara en base a los preceptos o los requerimientos dados por los miembros de la comunidad (se puede privilegiar ingresos, tanto como formación académica los requisitos o mínimos para la selección de potenciales visitantes se configurara en torno a los lineamientos y sugerencias de los miembros de la comunidad). Visita a operadoras turísticas, las mismas no son muchas las cercanas a la comunidad, por lo que deberá llevarse a cabo contactos con operadoras turísticas de localidades cercanas. Es crucial para el presente proyecto como ya se mencionó la promoción del proyecto por redes sociales. Por lo que una capacitación para la promoción permanente del proyecto, debe designarse un encargado o encargados este debe manejar los datos de potenciales visitantes, el mantenimiento y uso de las plataformas informáticas empleadas para promocionar el producto. La reserva de los visitantes debe ser sistematizada, por lo que debe elaborarse un sistema de reservas y cancelaciones. Como ya se mencionó la promoción se dará a través de medios locales (televisivos y radiales), por lo que se trabajara en un comercial con las especificidades necesarias para cada medio de comunicación, se deberá planificar una agenda de medios para la propagación del proyecto turístico de la comunidad a su entorno local y regional.

4.3.4 Componente Alianzas estratégicas.

4.3.4.1 Etapa 1

Uno de los principales puntos es conocer, los actores involucrados o que pueden llegar a tener incidencia en el proyecto. Debemos trabajar en una matriz detallada de actores en la que se identificaran su posición, intereses y necesidades vinculadas con el proyecto. A continuación presentare una breve matriz, dejando en claro que esta puede y será modificada de acuerdo a los requerimientos del proyecto y de los miembros de la comunidad de LLamacorral. Es importante definir los objetivos de cada actor, para delimitar los posibles acuerdos a los que se podría llegar. Esta etapa es necesaria para definir los espacios de interacción con los diversos actores sociales del territorio. La siguiente ficha podría ser un referente, para los instrumentos a elaborarse para el mapeo de actores.

Figura N° 31 Instrumento mapeo de actores.

Institución / Comunidad	Cargo de su representante	Nombre y Apellidos	Número telefónico	Línea Política	Posición Frente al Proyecto)	Interés/objetivos	Posibles acuerdos
GAD PROVINCIAL DE BOLIVAR	PREFECTO	Vinicio Coloma	2982334	Creo/su ma	A favor	Impulsar desde el GAD proyecto con proyección comunitaria	Establecer talleres de capacitación en atención al cliente

Fuente: Archivos del autor

Elaborado por: el autor.

4.3.4.2 Etapa 2

Una vez identificados los actores sociales articulados a la presente propuesta turística, es necesario concertar espacios de dialogo con los mismos, las asambleas y reuniones comunitarias serán su principal instrumento. Después de concertar reuniones con los actores sociales relevantes, es necesario presentar las propuestas. Cada uno de los actores se articulara de diferente manera, con la presente propuesta, por lo que será necesario establecer responsables, y de ser posible formalizar el contacto con las instituciones involucradas. Puede establecerse un cronograma de reuniones o una mesa concertada con todos los actores involucrados, eso dependerá de la dinámica y acuerdos que se llegue entre los actores. Los responsables delegados por la comunidad, serán encargados de formular planes estratégicos con los actores involucrados (sean Instituciones públicas o privadas), estos se socializaran con la comunidad y se los analizara en detalle con los miembros de la misma que participen en el proyecto.

4.3.4.3 Etapa 3

La presente investigación plantea un modelo de gestión que busque la autonomía comunitaria, tanto en la prestación de servicios, como en los productos. Pero esta autonomía debe verse respaldado por otros socios estratégicos. La comunidad de Llamacorral es parte de una asociación de segundo grado que incluye a 8 comunidades cercanas, por lo que es un imperativo organizar asambleas comunitarias, en las que las mismas pueden brindar servicios complementarios al proyecto turístico de la comunidad de Llamacorral. Por ejemplo hay miembros de las comunidades aledañas, que tienen caballos, podría organizarse paseos con los mismos, como un producto complementario. Será imprescindible que antes de realizar acercamientos con otras instituciones o emprendimientos privados de turismo, se realice acercamientos y alianzas con las comunidades de la zona, o en su defecto con otras propuestas de turismo comunitario de la región, o el país de ser el caso. Establecer alianzas con gestores turísticos locales, donde se pueda trabajar espacios de difusión para el proyecto turístico de Llamacorral, se podría trabajar en hoteles, el terminal terrestre, restaurantes. Etc. El transporte hacia la comunidad deberá ser manejado por lo menos en sus fases iniciales por transportistas de fuera de la comunidad, por lo que es crucial establecer una alianza estratégica con un proveedor del servicio en la localidad, puede ser una compañía de transporte local o particulares dedicados a tal negocio; lo fundamental es buscar el abastecedor de servicios que con requerimientos de calidad satisfagan al visitante. Finalmente puede debemos buscar la asociación con proveedores de servicios y productos locales, es importante la satisfacción de los potenciales visitantes, pero estas alianzas estratégicas con privados, deben regirse por los principios rectores del presente modelo de gestión y siempre coadyuvar a consecución de sus objetivos.

4.3.4.4 Etapa 4

Son muy importa las alianzas estratégicas que se generen alrededor del proyecto. Todo acercamiento que se realice con las instituciones de carácter público, podrán ser monitoreados permanentemente por veedurías ciudadanas. De acuerdo a lo establecido por el COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización), las rutas de acceso de la comunidad por ser caminos secundarios, son de responsabilidad del GAD provincial, su mantenimiento debe ser tema de permanente vigilancia por parte de la comunidad, de la misma manera la señalización debe realizarse por parte de la misma entidad, esta es una alianza muy importante, así mismo por ley los emprendimiento productivos se encuentran bajo su tutela, por lo que el establecimiento de canales de dialogo

permanentes y reuniones periódicas será clave para el óptimo desempeño del proyecto. La vinculación con el ministerio de turismo y con los departamentos de turismo de los GAD cantonales y provinciales dentro del área de influencia del proyecto debe ser una práctica permanente, su vinculación con los mismos, debe proyectarse su vinculación en los espacios de promoción que manejen dichas instituciones, así como los apoyos que puedan brindar al proyecto. La FETPCE, es un importante organismo a nivel nacional, para las iniciativas de turismo comunitario, por lo que la presentación y vinculación con la misma será una fortaleza, para el desarrollo del presente modelo de gestión. Una vez que estos vínculos se encuentren fortalecidos, debe buscarse la vinculación se debe buscar la asociación la cámara de turismo de la localidad.

4.4 Beneficios de aplicación de Modelo de gestión de turismo comunitario en la comunidad de Llamacorral.

Los beneficios de la aplicación del presente modelo en las comunidades pueden ser múltiples y más allá de los que detallaremos a continuación. Pero comenzaremos con los siguientes:

4.4.1 Desarrollo del producto turístico.

El contar con un producto turístico que pueda generar divisas para la comunidad, y que este diseñado o constituido en base a principios rectores que respeten su identidad cultural y comunitaria. La oferta y la demanda siempre deben tenerse presentes en cualquier proyecto que se integre a las lógicas de mercado. El presente modelo de gestión busca integrar de manera justa y armónica las pretensiones de la comunidad.

4.4.2 Fortalecimiento de la identidad cultural.

El presente modelo de gestión, desarrollado en base a los principios rectores, puedes ser un instrumento interesante para fortalecer la identidad cultural de la comunidad de Llamacorral. El contacto ante los visitantes puede ser un momento de revitalización activa de la cultura y generadora de sanos espacios y dinámicas de interculturalidad.

4.4.3 Fortalecimiento socio organizacional.

El contar con un modelo de gestión en el cual la comunidad participa en todos procesos y etapas, es muy importante para el empoderamiento del mismo. Y que cada uno de los involucrados en el actual modelo de gestión cumpla un rol y desarrolle actividades específicas es un aliciente para el fortalecimiento socio organizativo. Esperamos que el presente proyecto una vez aplicado pueda ser tomado como un ejemplo de lo que puede conseguir una comunidad para propulsarse para el desarrollo y consolidar la unidad y fortalecimiento de la socio organización.

4.4.4 Modelo de desarrollo alternativo.

En un contexto como el de la comunidad de Llamacorral, en el que cuenta con importantes recursos medio ambientales y culturales, situar a la presente propuesta turística como una alternativa en la generación de ingresos, recursos y suscitadora de alianzas estratégica con otros actores locales, lo presente como un modelo de desarrollo alternativo. Muchos miembros de la comunidad poseen una fuerte identificación con una tradición agrícola, pero el contar con una alternativa, que pueda presentarse como una oportunidad cierta, puede ser un importante aliciente para frenar procesos de migración en las generaciones más jóvenes.

4.4.5 Mejora calidad de vida.

Los ingresos generados por el presente modelo de gestión, significaran una mejora en la calidad de vida. Las capacitaciones que se den para brindar una mejor atención al visitante; puede implicar un cambio significativo en las prácticas cotidianas de la comunidad. En lo referente a la alimentación, higiene y otras.

CONCLUSIONES

El turismo comunitario es una alternativa viable para el desarrollo sustentable en la comunidad de Llamacorral. Pero esta debe tomarse como una alternativa complementaria a las actividades que se dedica tradicionalmente la comunidad. La agricultura y ganadería serán proveedores permanentes de servicios y actividades para los visitantes. La identidad del proyecto será un reflejo de la identidad comunitaria.

Una de las fortalezas para el presente proyecto es la participación de la comunidad, y la estructura socio organizativa existente. Sin esta base será muy difícil la implementación del presente modelo por parte de la comunidad. A pesar de ser una de sus fortalezas el tejido social debe ser construido y reconstruido permanentemente, por lo que herramientas de cohesión social como la minga o la asamblea comunitaria, no deben perder vigencia bajo ninguna circunstancia.

El cuidado que se ha dado al medio ambiente por parte de la comunidad a sus reservas ambientales, ha sido la que ha proporcionado uno de sus mayores atractivos. Su preservación tanto de causas naturales como antrópicas debe ser una de la comunidad, y por ende del presente emprendimiento.

A pesar de que existen mejoras significativas en las rutas de acceso a la comunidad, falta trabajo en las rutas de acceso directo a la comunidad y señalización.

En el presente trabajo se ha logrado realizar un diagnóstico comunitario y un inventario de atractivos turísticos de la comunidad. Estos son insumos, que deben ser trabajados y perfeccionados por la comunidad.

La participación directa de la comunidad en las fases que se han desarrollado hasta el momento en el presente trabajo han garantizado los niveles de empoderamiento necesarios para proyecto de desarrollo alternativo, sostenible y sustentable. Si se desea el éxito posterior no debe abandonarse esta metodología de trabajo.

RECOMENDACIONES

- Socializar cada una de las fases que se implementen en el proyecto de desarrollo turístico de la comunidad de Llamacorral es fundamental. Cualquier decisión que sea tomada desviándose de esta metodología, traerá consecuencias para todo el entramado social de la comunidad. Esto afectaría no solo al emprendimiento turístico, si no a las relaciones entre sus miembros. La participación y transparencia deben ser ejes transversales en todo emprendimiento comunitario.
- El establecer canales y espacios de comunicación permanentes con las instituciones que tienen competencia en el área turística es fundamental para que el proyecto turístico llegue a buen puerto. La colaboración tanto sea en la capacitación de los miembros de la comunidad, como para la gestión de recursos es clave para cualquier emprendimiento.
- La actividad turística aunque muy importante para el desarrollo alternativo de la comunidad, puede no ser percibida positivamente por todos los miembros de la comunidad y de las comunidades cercanas, por lo que la concientización con la comunidad, y las comunidades cercanas será enriquecedora para todos.
- El marketing y la difusión que se logre hacer de la presente iniciativa, debe ser trabajado siempre manejando la imagen de la comunidad de tal manera que los visitantes sean un valioso aporte para la comunidad, y no una carga que no pueda integrarse a la dinámica comunitaria.
- Los valores propios de la comunidad, así como su integración a las prácticas del buen vivir y a la planificación nacional, deben ser acopladas para cualquier iniciativa que se desarrolle en la comunidad.

BIBLIOGRAFIA

- Aclla, P. (2005). Facultad de Turismo y Hospitalidad Guillermina Soledad Leibas PROYECTO Aclla Huasi Guillermina Soledad Leibas Proyecto piloto de desarrollo del turismo Cultural en una comunidad Indígena Coya.
- Aguilar, V., Rivas, H., & González, R. (2008). Glosario de turismo sernatur. *Boletín Técnico Departamento de Planificación*, 26.
- Alberto, C., & Sampaio, C. (2004). El turismo como fenómeno histórico, 13, 290–301.
- Ayuso Siart, S. (2003). GESTIÓN SOSTENIBLE EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA Retórica y práctica en el sector hotelero español, 83. Retrieved from <http://www.tdx.cat/handle/10803/4954>
- Bermejo, R. (2014). *Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis*. Universidad del País Vasco. Retrieved from http://publ.hegoa.efaber.net/assets/pdfs/315/Sostenibilidad_DHL.pdf?1399365095
- Campo, L. (2008). *Diccionario basico de antropologia*. Quito.
- Cuéllar, J. C. (1999). *ESTRATEGICA Aplicada a gobiernos locales*.
- Echamendi Lorente, P. (2001). Aspectos conceptuales y normas de aplicación. *Anales de Geografía de La Universidad Complutense*, 21, 11–30. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.05.001>
- Gobierno Provincial Autónomo de Bolívar. (2015). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Bolívar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1, 359. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Guerrero Arias, P. (2002). *La cultura. Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*.
- Hernandez Rivas, B. I. D. V. D. P. (2007). UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS, PUEBLA Escuela de Negocios y Economía Departamento de Turismo. In *Turismo comunitario en la zona mixteca del estado de Oaxaca* (p. 6). Puebla.
- Herrero, L. M. J. (2002). La Sostenibilidad Como Proceso De Equilibrio Dinamico Y Adaptacion Al Cambio. *ICE Desarrollo Sostenible*, 800, 65–84.
- Madrazo, R., & María, L. (2009). Redalyc. Conceptualización de la demanda turística.
- Mediano Serrano, L. (2004). *Gestión de marketing en el turismo rural*. Madrid.
- Meza Rivera, G. (2009). *Comunidad y Sentido de Comunidad . La intervención del Programa Puente en seis familias en situación de*. Universidad de Chile.
- OMT. (2014). Panorama OMT del turismo internacional. *Annual Report*, 12. <https://doi.org/10.18111/9789284416875>
- Organización Mundial del Turismo. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional. Annual Report*. <https://doi.org/10.18111/9789284416875>
- Philip Kotler, et al. (2012). *Marketing Turístico*.
- Ramos, S. (208AD). *Introducción al Turismo*.
- Ramos, S. (2006). Introducción al Turismo. *Organización Mundial Del Turismo*, 393. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.07.001>

SEGITTUR. (n.d.). Turismo. *Secretaria de Estado de Turismo de España*.

Toala, Y. V. V. (2015). *Universidad Andina Simón Bolívar*. (U. A. S. Bolivar, Ed.) (1ª). Quito.

Villamar, E., Jonathan, J., Acuña, V., & Gabriel, R. (2015). *Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil*.

ANEXOS



Figura N° 32 Cabañas Mixtas comunidad Llamacorral

Fuente: visita a territorio

Elaborada por: el autor



Figura N° 32 Piscinas Piscicultura comunidad Llamacorral

Fuente: visita a territorio

Elaborada por: el autor



Figura N° 33 Puente sendero ecológico Llamacorral

Fuente: visita a territorio

Elaborada por: el autor