



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
HOSPITALIDAD**

“CARRERA DE TURISMO”

**“Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento”**

Tesis previa a la obtención del título de:

“Ingeniero en Turismo”.

DIRECTORA: Eco. Silvana Astudillo Durán.

ALUMNO: Gerardo Patricio Alvarracín Avilés.

Cuenca, Noviembre de 2010

Todas las ideas y opiniones expresadas en la presente tesis son de exclusiva responsabilidad del autor.

El Autor

AGRADECIMIENTO

Ante todo agradezco al Padre de la vida, Dios, por haberme dado la gracia de la vida, la sabiduría y la perseverancia para alcanzar una importante etapa dentro de mi vida.

A toda mi familia, en la figura de mis abuelitos y tíos y de manera especial a mi madre, pilar fundamental durante mi vida académica, quien con su apoyo moral y económico supo brindarme la oportunidad para prepararme durante todos estos años.

A mi querida esposa, esencia y figura importante en mí día a día, quien me enseñó a soñar y alcanzar mis propósitos e ideales.

Finalmente hago público un sincero agradecimiento a todo el cuerpo docente y administrativo de mi querida facultad, y de sobre manera a mi directora de tesis, en la persona de la Eco. Silvana Astudillo, quien en base a su perfil profesional dedicó gran parte de su tiempo para desarrollar este importante documento investigativo.

Gerardo Patricio

DEDICATORIA

Dedico esta mi tesis a todas (os) mis compañeras (os) de la Corporación Incubadora de Empresas del Austro, INNPULSAR, quienes aportaron a esta investigación con sus invalorable conocimientos técnicos, material bibliográfico y audiovisual, los mismos que sirvieron de guía para encaminarme en este proceso.

Gerardo Patricio

RESUMEN

El presente documento investigado se ha encargado de analizar cada uno de los emprendimientos turísticos desarrollados en la Parroquia Tarqui en el último decenio, dentro de la tendencia de crecimiento de la actividad turística a nivel local.

El objetivo de este proceso investigativo es realizar un diagnóstico situacional de cada una de las ideas de negocio generadas en torno a la actividad turística y la repercusión lograda dentro de dicho mercado, desde sus inicios hasta la época actual describiendo sus principales fortalezas, pero considerando también sus necesidades y problemas, y por otra parte el aporte generado a la población local en base al manejo de una actividad económica dentro de la parroquia en general.

Finalmente en base al análisis efectuado se establecen cinco áreas específicas de acción (Propuesta de Fortalecimiento), dentro del campo turístico que permitan la integración e identificación de cada uno de los emprendimientos turísticos para que de esta manera se pueda alcanzar una estrategia que mejore el funcionamiento y desarrollo de cada una de los negocios turísticos en la Parroquia Tarqui.

ABSTRACT

This paper has investigated the task of analyzing each of the tourist enterprises in the Parish Tarqui developed over the last decade, within the trend growth of tourism activity at local, regional and country levels.

The objective of this investigative process is to conduct a situation assessment of each business ideas generated around the tourist activity and the impact achieved in that market, from its beginnings to the present time describing its main strengths, but also considering their needs and problems, and besides the generous contribution to the local population based on management of additional economic activity within the parish in general.

Finally, based on the analysis set out five specific areas of action (Proposed Building) within the tourism field to ensure the integration and identification of each of the tourist enterprises and in this way is capable of a strategy to improve the functioning and development of each business in the Parish Tarqui.

INDICE DE CONTENIDOS

Capítulo 1

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

METODOLOGÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL PARA REALIZAR EL ANÁLISIS DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA TARQUI.....	2
---	---

EMPRENDIMIENTOS TURISTICOS Y DESARROLLO LOCAL

1.1 ANTECEDENTES DE LA PARROQUIA TARQUI.....	3
1.1.1 TARQUI Y SU ORIGEN.....	4
1.1.2 GÉNESIS DE LA PARROQUIA TARQUI.....	4
1.1.3 ADVOCACIÓN RELIGIOSA DE LA PARROQUIA.....	5
1.1.4 FESTIVIDADES.....	6
1.1.5 DATOS DEMOGRÁFICOS DE LA PARROQUIA TARQUI.....	8
• Ubicación.....	8
• Altitud.....	8
• Hidrografía.....	8
• Límites y Extensión.....	9
• Población.....	10
• Subdivisión Política.....	11
1.1.6 ARQUITECTURA.....	11
1.1.7 ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	11
1.2 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA PARROQUIA TARQUI EN TORN A LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO.....	14
1.3 EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO.....	22
1.3.1 DETALLES DE UN EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO.....	23
1.3.2 TIPOLOGÍAS DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS.....	24
1.3.3 CLASIFICACIÓN DE LAS TIPOLOGÍAS.....	26
• Emprendimiento Comunitario.....	26
• Emprendimiento Mixto.....	26
• Emprendimiento Privado.....	28

1.4	MATRICES DE DIAGNOSTICO DEL TURISMO EN LA PARROQUIA TARQUI.....	29
1.4.1	MATRIZ HISTÓRICA DE LA CADENA DE VALOR TURÍSTICA DE LA PARROQUIA TARQUI.....	29
1.4.1.1	ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE ACONTECIMIENTOS HISTÓRICOS EN LA PARROQUIA TARQUI..	31
1.4.2	MATRIZ DE INFRAESTRUCTURA VIAL.....	32
1.4.2.1	ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE INFRAESTRUCTURA VIAL.....	34
1.4.3	MATRIZ DE INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS.....	35
1.4.3.1	ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE SERVICIOS BÁSICOS.....	37
1.4.4	MATRIZ AMBIENTAL.....	37
1.4.4.1	ANÁLISIS DE LA MATRIZ AMBIENTAL.....	38
1.4.5	MATRIZ DE ACTORES DIRECTOS.....	39
1.4.5.1	ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE ACTORES DIRECTOS.....	41
1.4.6	MATRIZ DE ACTORES INDIRECTOS.....	41
1.4.6.1	ANÁLISIS DE LA MATRIZ DE ACTORES INDIRECTOS.....	42
1.5	ANÁLISIS F.O.D.A DE LA PARROQUIA TARQUI.....	43

Capítulo 2

MAPEO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA TARQUI

2.1	METODOLOGÍA PARA EL MAPEO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS.....	45
2.2	MAPEO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS.....	47
2.2.1	KUSHIWAIRA.....	48
2.2.2	RED DE TURISMO COMUNITARIO DE TARQUI – SUMAKAWSAY.....	55
2.2.2.1	EL ZOO PARQUE YURAKALLPA.....	56
2.2.2.2	TERRRAVENTURA.....	62
2.2.2.3	CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.....	68
2.2.2.4	HOSPEDAJE MUNAY WASI.....	73
2.2.2.5	JARDÍN ETNOBOTÁNICO ALLPAMAMA.....	77
2.2.2.6	TRANSPORTE TURÍSTICO COMUNITARIO CHASKY	82
2.2.2.7	CENTRO CULTURAL KAWSAY YACHAY.....	84
2.2.2.8	CENTRO ARTESANAL KAMAY.....	90
2.2.2.9	ACERCAMIENTO A LA CRIANZA DE CUYES MALLIKUY.....	95
2.3	ANÁLISIS DEL PERFIL DEL EMPRENDEDOR ECUATORIANO.....	99

2.4 ANÁLISIS DEL PERFIL EMPRENDEDOR TARQUEÑO.....	104
2.4.1 DESARROLLO DE LOS NUEVE BLOQUES PARA EVALUAR EL PERFIL EMPRENDEDOR DEL TARQUEÑO.....	105
2.4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS, EN BASE A LAS EVALUACIONES REALIZADAS.....	110
2.4.2.1 INICIATIVA.....	112
2.4.2.2 FORTALEZA ANTE LAS DIFICULTADES.....	112
2.4.2.3 CAPACIDAD DE ASUMIR RIESGOS.....	112
2.4.2.4 CAPACIDAD DE TOMA DE DECISIONES.....	113
2.4.2.5 FLEXIBILIDAD.....	113
2.4.2.6 CAPACIDAD DE APRENDIZAJE.....	114
2.4.2.7 ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO Y DEL TRABAJO.....	114
2.4.2.8 CONFIANZA EN UNO MISMO.....	115
2.4.2.9 AFÁN DE LOGRO.....	115

Capítulo 3

PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO PARA LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA TARQUI

3.1 OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	116
3.2 PROPUESTA.....	117
3.2.1 PREÁMBULO.....	117
3.2.2 TÉRMINOS A CONSIDERAR.....	118
• ASOCIATIVIDAD.....	118
• ALIANZAS.....	119
• SOSTENIBILIDAD.....	119
• COMPLEMENTARIEDAD.....	119
3.3 PLAN DE ACCIÓN EN LA PARTE DE ASOCIATIVIDAD.....	120
3.3.1 ANÁLISIS DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL TURISMO.....	120
3.3.2 CONSTITUCIÓN DEL GRUPO ASOCIATIVO.....	121
3.3.3 ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DE LOS PARTICIPANTES.....	121
3.3.4 FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO ASOCIATIVO.....	121
3.3.5 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y PLAN OPERATIVO DEL PROYECTO ASOCIATIVO.....	122
3.3.6 CONSTITUCIÓN DE OFERTAS NEGOCIABLES DE PRODUCTOS.....	123

3.3.7 ESTRUCTURA DE LA SOCIEDAD Y ORGANIZACIÓN INTERNA.....	123
3.3.8 DETERMINACIÓN DE COMPROMISOS Y REGLAMENTO INTERNO.....	123
3.3.9 EVALUACIÓN Y AJUSTES DEL PLAN.....	124
3.3.10 IMPORTANCIA DEL ENTORNO DIRECTO E INDIRECTO.....	124
3.4 PLAN DE ACCIÓN EN LA PARTE DE ALIANZAS.....	126
3.5 PLAN DE ACCIÓN EN LA PARTE DE SOSTENIBILIDAD.....	128
3.6 PLAN DE ACCIÓN EN LA PARTE DE COMPLEMENTARIEDAD.....	130
3.7 ESTRATEGIAS GLOBALES PARA LA INTEGRACIÓN DEL CAMPO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA TARQUI.....	132
3.7.1 ESTRATEGIAS DE IDENTIFICACIÓN DE CADENAS PRODUCTIVAS TURÍSTICAS.....	132
3.7.2 ESTRATEGIA DE FORMACIÓN Y EDUCACIÓN.....	133
3.7.3 ESTRATEGIAS DE PLANEACIÓN EMPRESARIAL.....	134
3.7.4 LA INTERVENCIÓN DESDE LA PLANIFICACIÓN LOCAL.....	135
3.7.5 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.....	135

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES.....	136
4.2 RECOMENDACIONES.....	138
4.3 BIBLIOGRAFÍA.....	140
4.4 ANEXOS.....	144
• ANEXO No.1 LISTADO DE COMUNIDADES DE LA PARROQUIA TARQUI	144
• ANEXO No. 2 DIVISIÓN POLÍTICA DE LA PARROQUIA TARQUI (COMUNIDADES).....	145
• ANEXO No. 3 LISTADO DE PRESIDENTES POR CADA COMUNIDAD.....	146
• ANEXO No. 4 ENTREVISTA FORMULADA PARA BARRIDO DE DATOS DE EMPREDIMIENTOS TURÍSTICOS.....	147
• ANEXO No. 5 AUTO EVALUACIÓN PARA DIAGNOSTICAR EL PERFIL EMPRENDEDOR DE LA PARROQUIA TARQUI.....	149
• ANEXO No. 6 DISEÑO DE TESIS.....	154

INDICE DE CUADROS

CUADRO NO. 1 METODOLOGÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL PARA REALIZAR EL ANÁLISIS DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA TARQUI.....	2
CUADRO NO. 2 ADVOCACIONES RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA TARQUI.....	7
CUADRO NO. 3 LÍMITES DE LA PARROQUIA TARQUI.....	9
CUADRO NO. 4 TIPOS DE EMPRESAS TURÍSTICAS.....	21
CUADRO NO. 5 MATRIZ DE ACONTECIMIENTOS HISTÓRICOS DE LA PARROQUIA TARQUI.....	30
CUADRO NO. 6 MATRIZ DE INFRAESTRUCTURA VIAL.....	33
CUADRO NO. 7 MATRIZ DE SERVICIOS BÁSICOS.....	35
CUADRO NO. 8 MATRIZ AMBIENTAL.....	38
CUADRO NO. 9 MATRIZ DE ACTORES DIRECTOS.....	39
CUADRO NO. 10 MATRIZ DE ACTORES INDIRECTOS.....	41
CUADRO NO. 11 MATRIZ F.O.D.A.....	43
CUADRO NO. 12 EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS IDENTIFICADOS EN LA PARROQUIA TARQUI.....	46
CUADRO NO. 13 MATRIZ DE LIMITACIONES, POTENCIALIDADES Y PROBLEMAS DE KUSHIWAIRA.....	52
CUADRO NO. 14 MATRIZ DE LIMITACIONES, POTENCIALIDADES Y PROBLEMAS DEL ZOO PARQUE YURAK ALLPA.....	59
CUADRO NO. 15 MATRIZ DE LIMITACIONES, POTENCIALIDADES Y PROBLEMAS DE TERRAVENTURA.....	65
CUADRO NO. 16 MATRIZ DE LIMITACIONES, POTENCIALIDADES Y PROBLEMAS DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA – INTUR.....	70
CUADRO NO. 17 MATRIZ DE LIMITACIONES, POTENCIALIDADES Y PROBLEMAS DEL CENTRO DE ALOJAMIENTO MUNAY WASI.....	75

CUADRO NO. 18 MATRIZ DE LIMITACIONES, POTENCIALIDADES Y PROBLEMAS DEL JARDÍN ETNOBOTÁNICO ALLPAMAMA.....	79
CUADRO NO. 19 MATRIZ DE LIMITACIONES, POTENCIALIDADES Y PROBLEMAS DEL CENTRO CULTURAL KAWSAY YACHAY.....	86
CUADRO NO. 20 MATRIZ DE LIMITACIONES, POTENCIALIDADES Y PROBLEMAS DEL CENTRO ARTESANAL KAMAY.....	92
CUADRO NO. 21 MATRIZ DE LIMITACIONES, POTENCIALIDADES Y PROBLEMAS DEL CENTRO DE ACERCAMIENTO A LA CRIANZA DE CUYES MALLIKUY.....	96
CUADRO NO. 22 PERFIL DEL EMPRENDEDOR ECUATORIANO.....	102
CUADRO NO. 23 EDAD EN QUE SE INICIÓ UN DETERMINADO EMPRENDIMIENTO DENTRO DE LA PROVINCIA DEL AZUAY.....	103
CUADRO NO. 24 BLOQUE 1.....	105
CUADRO NO. 25 BLOQUE 2.....	106
CUADRO NO. 26 BLOQUE 3.....	106
CUADRO NO. 27 BLOQUE 4.....	107
CUADRO NO. 28 BLOQUE 5.....	107
CUADRO NO. 29 BLOQUE 6.....	108
CUADRO NO. 30 BLOQUE 7.....	108
CUADRO NO. 31 BLOQUE 8.....	109
CUADRO NO. 32 BLOQUE 9.....	109
CUADRO NO. 33 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	111
CUADRO NO. 34 MATRIZ DEL PLAN DE ACCIÓN DENTRO DEL PILAR DE ASOCIATIVIDAD.....	125
CUADRO NO. 35 MATRIZ DEL PLAN DE ACCIÓN DENTRO DEL PILAR DE ALIANZAS.....	127
CUADRO NO. 36 MATRIZ DEL PLAN DE ACCIÓN DENTRO DEL PILAR DE LA SOSTENIBILIDAD.....	129
CUADRO NO. 37 MATRIZ DEL PLAN DE ACCIÓN DENTRO DEL PILAR DE LA COMPLEMENTARIEDAD.....	131

Introducción

La cultura emprendedora constituye un factor determinante dentro de la economía de un determinado sector y se asocia directamente a la generación de ideas de negocio rentables y con un toque innovador, lo cual les hace ser distintas dentro de cada mercado al cual se encuentran dirigidas.

En este sentido surge una concepción de emprendimientos ligados a la actividad turística en pos de ofrecer servicios de mejor calidad y con nuevas tendencias, con el único propósito de generar economías de mediano alcance y que permitan desarrollar el tejido turístico dentro de una determinada zona geográfica. A los negocios que se inician bajo estas características se los denominan: “Emprendimientos Turísticos”.

Por ello ha sido relevante el estudio de una de las parroquias de nuestra ciudad, como es el caso de la parroquia Tarqui, en donde sus habitantes en distintas comunidades han conjugado sus actividades y trabajos diarios con el manejo de la actividad turística dando cabida a emprendimientos con visión empresarial, los mismos que han aportado significativamente al desarrollo comunitario, familiar y coadyuvando directamente al mejoramiento de la imagen de la parroquia.

Con el presente estudio se pretende entonces dar a conocer cuáles son los factores determinantes, sus orígenes, fortalezas, debilidades y demás características en las cuales se desenvuelven los emprendimientos turísticos; y finalmente se proponen algunas acciones con el fin de hacerlos más fuertes y competitivos dentro del mercado turístico.

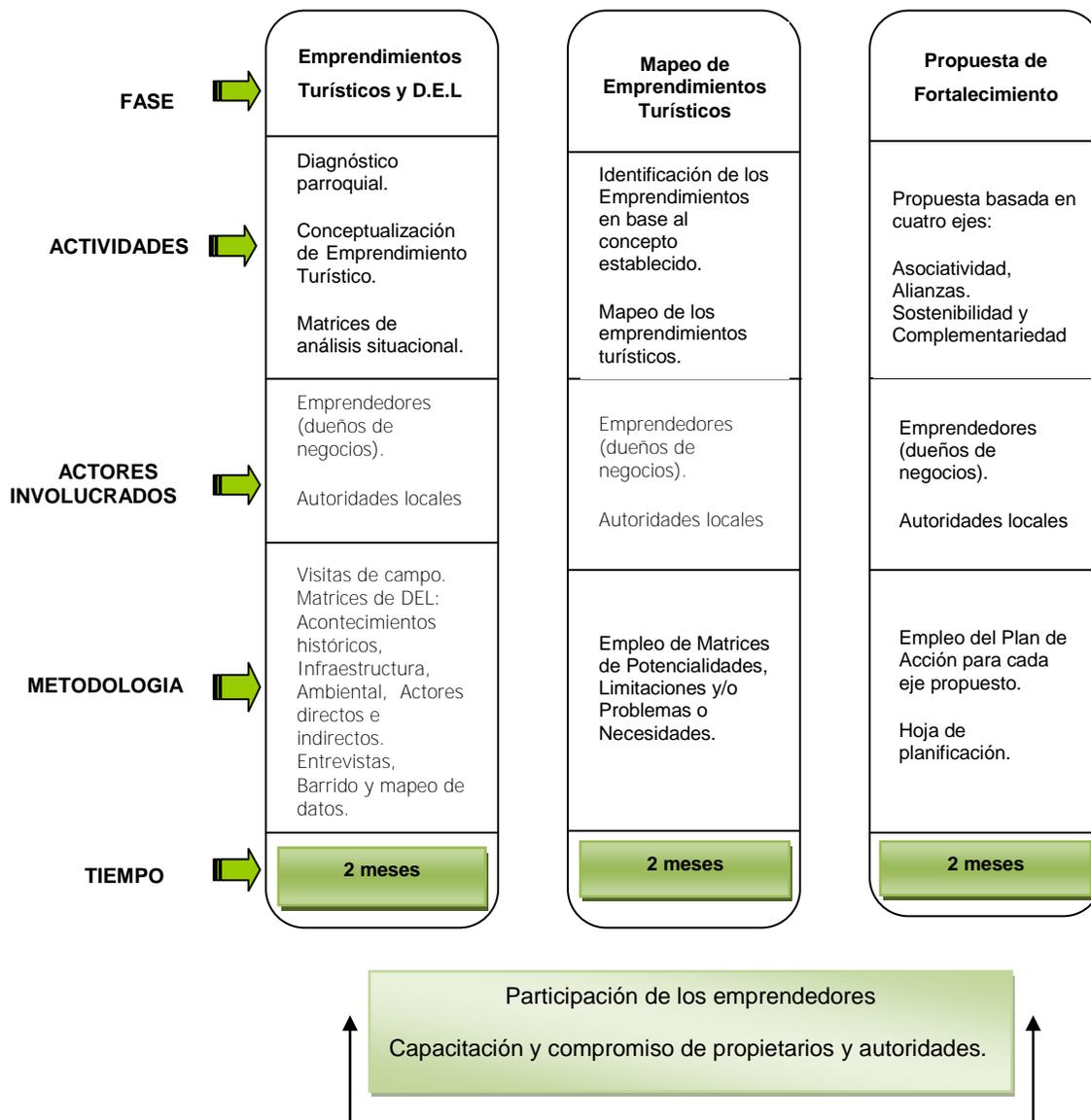
***Una habilidad mediana, con esfuerzo, llega más lejos en cualquier parte
que un talento sin él.***

Baltasar Gracián

Cuadro No. 1

Metodología de Desarrollo Económico Local para realizar el Análisis de los emprendimientos turísticos de la Parroquia Tarqui.

A continuación se presentan los componentes técnicos y la metodología que se utilizó para realizar la presente tesis.



Autor: Gerardo Alvarracín.

CAPÍTULO 1

EMPREDIMIENTOS TURISTICOS Y DESARROLLO LOCAL

1.1 Antecedentes de la Parroquia Tarqui

El presente proceso investigativo inicia con un listado de indagaciones previas en cuanto a las principales características de la parroquia Tarqui, las mismas que nos ayudará a tener una visión más amplia del estado situacional actual de la parroquia en estudio. De esta manera se han analizan las siguientes características.

Imagen No. 1



Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: Iglesia de la Parroquia Tarqui

Fecha: 17 de marzo de 2010

1.1.1 Tarqui y su origen

Las investigaciones y la historia hoy se encargan de contar que este singular nombre hace referencia a un instrumento de viento denominado “Tarquie” por los incas quienes en sus duras luchas en contra de los españoles soplaban este tipo de “trompetilla” antes y después de las batallas. Esta información contrasta con el hecho de que el valle de Tarqui durante la época inca y española constituyó la entrada y salida hacia Cañaribamba, Tomebamba, Ingapirca y Quito. De allí la importancia de este lugar dentro la distribución de terrenos en la época republicana.

1.1.2 Génesis de la Parroquia Tarqui

Una epístola que data del año de 1915 es el principal referente que guarda en silencio la creación de la Parroquia Tarqui hace noventa y cuatro años.

No fue sino hasta el año 1916 cuando el Presidente del Consejo Municipal del Cantón Cuenca, el Doctor Octavio Cordero Palacios, quién en uso de sus derechos y obligaciones, vio propicio el establecimiento de una nueva parroquia en esta zona convencido de que las parroquias de Baños, Turi, el Valle y Cumbe, se encontraban muy prolongadas de sus cabeceras o linderos cada una hasta el sur.

Por lo tanto, fue ese el principal motivo para delimitar en tal sector una nueva rectoría civil en el Valle de Tarqui como hasta ese entonces se la conocía. Esta declaratoria se la realizó finalmente el 5 de agosto de 1916, por medio del decreto ejecutivo No. 887, quedando establecida como Parroquia Civil (La Tarqueñita, 4 - 5).

1.1.3 Advocación Religiosa de la Parroquia

La fe religiosa motivó a los tarqueños a gestionar la parroquialización religiosa ante el entonces Obispo de Cuenca, Manuel María Pólit, quien tomó como favorable dicha petición y nombró como su sacerdote al Párroco Nicolás Durán, para que se celebrase la primera eucaristía en honor a la nueva parroquia y como su patrona a la Santísima Virgen en la advocación del Carmen.

Fue el mismo reverendo Durán quién ofrendo dicha imagen y la gente de la comunidad en base a sus medios construyó un pequeño templo con materiales de la zona como bahareque y paja en el mismo lugar donde actualmente se sitúa la iglesia parroquial de Tarqui (La Tarqueñita, 4).

Imagen No.2



Imagen No.3



Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: (I) Imagen de la Virgen del Carmen, Patrona de la Parroquia Tarqui, (D) Devotos en la celebración eucarística.

Fecha: 17 de marzo de 2010.

1.1.4 Festividades

Como en toda parroquia rural la mayoría de costumbres religiosas y civiles aún se mantienen vivas, en el caso de la Parroquia Tarqui las festividades cívicas se desarrollan en el mes de agosto, mientras que las de carácter religioso se las lleva a cabo durante el mes de julio.

El origen y surgimiento de las 25 comunidades agrupadas a los alrededores del Centro parroquial en el transcurso del tiempo ha ocasionado que cada caserío mantenga la religiosidad y sus costumbres latentes, es por ello que con cada comunidad que se ha organizado con el pasar del tiempo, se ha dado origen también a nuevas devociones religiosas hacia distintas advocaciones. De esta manera se tienen las siguientes:

Cuadro No. 2

Advocaciones según la religiosidad de cada comunidad

<u>Comunidad</u>	<u>Advocación</u>
Centro Parroquial	Virgen del Carmen
Tutupali Grande	Virgen del Rosario
Tutupali Chico	María Auxiliadora
San Pedro de Yunga	San Pedro
Gullanzhapa	Virgen Inmaculada
Zhucay	Virgen del Rosario
Agchayacu	Virgen del Rosario
Atucloma	Virgen del Cisne
Gualagpugro	Virgen del Cisne
Parcoloma	Virgen del Cisne
Las Américas	Virgen del Cisne
Tañiloma	Virgen del Quinche
Morasalle	Virgen de la Fátima
Manzana pamba	Virgen de la Nube
Santa Lucrecia	Santa Cruz
Bellavista	Niño Jesús
El Verde	Señor de la Buena Esperanza
Chaulayacu	San Miguel
Santa Rosa	Santa Rosa
Chilcatotora	Niño Jesús
Chilcachapar	Señor de los Milagros
Cotapamba	Virgen del Rosario
Francés Urco	Santa Cruz
San Francisco de Totorillas	San Francisco
Rosa de Oro	Niño Jesús
Santa Teresa	Virgen del Carmen

Fuente: Revista (La Tarqueña, 26).

Elaborado por: Gerardo Alvarracín.

1.1.5 Datos Demográficos de la Parroquia Tarqui

Ubicación

La Parroquia Tarqui conocida también como “Nuestra Señora del Carmen de Tarqui”, se encuentra ubicada en el suroeste del centro de la ciudad de Cuenca con una distancia aproximada de 15 Km; es decir a unos 20 minutos en relación a tiempo. El tramo que se sigue para llegar hasta este punto es la Panamericana Sur hasta el Km 14 y luego se debe tomar el desvío de acceso hasta el centro parroquial.

Altitud

Por su ubicación geográfica dentro de la serranía ecuatoriana, Tarqui se encuentra situada en los 2645 m.s.n.m.

Hidrografía

Por una de sus cabeceras cruza uno el río del mismo nombre, el cual forma parte del Sistema hídrico de la Cuenca del Río Paute, y es uno de los cuatro ríos de la ciudad de Cuenca. El mismo sirve como un importante afluente hídrico para la generación eléctrica de la provincia, tanto como para las actividades agrícolas y ganaderas que se ejecutan en la zona.

Imagen No. 4



Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: Río Tarqui.

Fecha: 17 de marzo de 2010.

Límites y Extensión

Su delimitación física se encuentra dada de la siguiente manera:

Cuadro No. 3

Límites de la Parroquia Tarqui

<u>Punto Cardinal</u>	<u>Límites</u>
Norte	Parroquias El Valle y Turi
Sur	Parroquia Cumbe
Este	Parroquias Quingeo y Santa Ana
Oeste	Parroquias Victoria del Portete y Baños

Fuente: Revista (La Tarqueña, 4).

Elaborado por: Gerardo Alvarracín.

Adicionalmente Tarqui alcanza una extensión de 15.101,77 Has. De entre las cuales las comunidades con mayor extensión son: Tutupali Grande con 2.299,93 Has; un 15,23 % del total del territorio parroquial seguida de Tutupali Chico con 1.141,31 Has y San Pedro de Yunga con 1.015,25 Has. Y la comunidad de menor superficie es Francés Urco con 34,27 has (Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Tarqui, 91-92).

Población

Con una población que alcanza los 8.902 habitantes según el último censo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC¹ de 2001.

En relación a la proyección poblacional realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, al año 2001 la población rural del Cantón Cuenca fue de 144.812 habitantes de los cuales 8.902 pertenecen a la parroquia Tarqui, es decir el 6,15 % del total de la población rural hasta aquel año.

Actualmente, según proyecciones del año 2010 del INEC, existe una estimación que indica una disminución de la población de Tarqui, que obedece a factores como: migración hacia centros urbanos cercanos así como para países desarrollados, además personas que deciden vivir o estudiar en la ciudad entre otros factores.

¹ El Instituto Nacional de estadísticas y Censos, INEC, fue creado el 20 de julio de 2007, mediante Decreto Ejecutivo publicado en el Registro Oficial Nro. 141. Su misión es generar y difundir información estadística útil y de calidad del país con el propósito de facilitar la evaluación del desarrollo de la sociedad y de la economía, así como promover las actividades del Sistema Estadístico nacional.

Subdivisión política

La Parroquia Tarqui se encuentra subdividida en 25 caseríos o comunidades que se encuentran adyacentes al centro parroquial, (Ver Anexo 1), cada una de ellas representada por sus comités quienes son los encargados de velar por sus necesidades. Para ello se cita el listado de los presidentes de cada comunidad. (Ver Anexo 2).

1.1.6 Arquitectura

Su arquitectura se encuentra caracterizada principalmente por el material básico de las viviendas tradicionales construidas en base a adobe, bahareque y techos de teja, por lo regular de una y dos plantas y de trazo irregular. En la actualidad es común encontrarse con grandes edificaciones con modelos propios de las grandes ciudades enviadas desde el extranjero (Estados Unidos, Europa, etc.) fruto del fenómeno migratorio que ha sido muy elevado en dicha zona, lo cual contrasta drásticamente con la vieja arquitectura tradicional y de antaño.

1.1.7 Atractivos turísticos

En base a la investigación realizada, la Parroquia Tarqui cuenta con los siguientes atractivos turísticos entre los cuales podemos citar tanto los de carácter histórico, como los de carácter natural, paisajístico y vivencial.

Entre los de carácter histórico, natural y paisajístico se destacan los siguientes:

- El Cerro Frances Urco en mención a la Misión Geodésica Francesa quien llegó a Cuenca en el año de 1793 para comprobar la teoría de que la tierra era redonda. Desde allí se puede tener una vista panorámica de la parroquia y las distintas tonalidades del suelo fruto de sus sembríos.
- Las lagunas de Totoracocha y Condorcocha en la comunidad de Tutupali grande en donde se pueden observar distintos tipos de aves entre ellos el Cóndor y mamíferos como llamas.

- Además la montaña de Chapar en la comunidad de Chilcachapar lugar que fue utilizado como un mirador por los héroes de la Batalla de Tarqui.
- Cuenta además las 800 hectáreas de bosque protector de Totorillas en la comunidad de San Francisco de Totorillas.
- El bosque natural Waylon en la comunidad del Verde que se lo cataloga como un mirador desde donde se puede observar a la ciudad de Cuenca en todo su esplendor.

Entre los atractivos de carácter vivencial y comunitario tenemos los siguientes:

- Las Festividades religiosas de cada comunidad.
- Las festividades de carácter civil del centro Parroquial.
- El Festival de la cosecha del maíz en la comunidad de Cotapamba.
- La festividad del Pucara o conocida también como “Taita carnaval”.
- La Fundación Comunitaria “Jambi Runa” (en español significa Hombre de Salud, fue creada en el 2001 por la ONG Médicos del Mundo), agrupa varias actividades entre las cuales cuentan:
 - El Turismo Comunitario llevado a cabo por la Asociación de Turismo Comunitario “Kushiwaira” (en español significa Viento de Suerte, y su dirigente es el Sr. Alfonso Saquipay), la misma que realiza varias tipos de actividades vivenciales en las comunidades de Parcoloma.
 - Además cuenta con el centro Cultural “Mama Kinua”, que sirve como un restaurante de comida típica y un centro de información y contactos que se ubica en el centro de la ciudad, en la calle General Torre # 7 – 53 entre Presidente Córdova y Sucre.

- La quesería denominada “Ñukanchik Kawsay” (en español significa Nuestra Casa), que es un centro de producción de quesos, para el desarrollo económico de la localidad.
- Los Juegos tradicionales como: las canicas, lanzamiento de herrajes, coches de madera, etc.
- Los juegos pirotécnicos como castillos, cohetes, vengalas, etc.
- La quema de la Chamiza en el día de San Pedro.

De manera general se ha hecho mención a todo el conglomerado de atractivos tanto tangibles como intangibles que conforman la Parroquia Tarqui como un principal referente, de aquí se analizará detenidamente cada uno de los factores que han provocado el desarrollo turístico de la parroquia en torno a los emprendimientos ejecutados, las vocaciones productivas de la parroquia Tarqui y los impactos obtenidos por los mismos.

1.2 Evolución histórica de la Parroquia Tarqui en torno a la cadena de valor del turismo

La actividad turística de la mano con la cultura emprendedora de la población de Tarqui ha forjado varias alternativas dentro del manejo de dicha actividad, lo cual ha sido en buena parte un símbolo de desarrollo local. Para entender lo que Tarqui y las comunidades han desarrollado se plantean varios conceptos investigados que se enmarcan dentro de lo que se pudiera considerar como: “**emprendimientos turísticos**”, y que ayudarán a definir el objeto de la investigación.

Lo primero será entender en una breve síntesis el origen de la palabra **emprendedor**, la misma que se describe de la siguiente manera:

Desde el siglo XVI en Francia, la palabra “entrepreneur” la misma que traducida al español significa “pionero” comenzó a tener auge. Se consideraban pioneros a todas aquellas personas quienes emprendían cualquier tipo de actividad nueva sin ninguna certeza de llegar a tener un buen o mal resultado en torno a cualquier acción llevada a cabo.

En la actualidad la palabra emprendimiento es sinónimo de oportunidad y desarrollo. La creciente ola de desempleo que afecta principalmente a países como el nuestro, hace que día a día las personas busquen métodos y alternativas para surgir en torno a este fenómeno social. Esto ha llevado a que grupos organizados de personas, tanto como emprendedores autónomos dentro de la Parroquia Tarqui, le hayan apostado a la actividad turística como una fuente importante de ingresos económicos, los mismos que de alguna manera sustentan en parte sus necesidades personales y coadyuvan al desarrollo del país.

Para Mauricio Rodas, representante del Ministerio de Turismo Regional del Austro y responsable del departamento de Registro y Control, mediante una entrevista efectuada, considera que un emprendimiento turístico es:

Mejorar el nivel de la calidad de vida en sectores y localidades no explotados turísticamente, mediante la implementación de servicios turísticos tales como: alojamiento, restauración (comidas y bebidas), ocio y esparcimiento, transporte turístico, etc. Todo ello bajo un asesoramiento técnico hacia los grupos beneficiados en temas turísticos. Debiendo recalcar además que para ser considerado un emprendimiento como turístico debe estar legalmente enmarcado dentro del Reglamento General de Actividades Turísticas².

En el 2007, Enrique Iglesias, Secretario General para Iberoamérica de la Organización Mundial de Turismo – OMT y ex presidente del Banco Interamericano de Desarrollo, BID, en su artículo: “El valor de la diversidad clave del desarrollo”, sustenta la siguiente idea:

En América Latina el turismo es importante porque se trata de un sector que genera empleo y crecimiento en zonas poco desarrolladas. Se trata en todo caso de una actividad en la que caben la pequeña, la mediana y la gran empresa; el turismo genera una cantidad enorme de oportunidades de negocios y posibilidades de trabajo para quienes se dedican a él, tanto en el ámbito urbano como rural, en el campo y en la costa, en lugares donde a veces ninguna otra actividad podría tener un impacto similar.

Es así que desde el 2008 durante la administración de la Eco. Verónica Sión de Josse, en calidad de Ministra dentro de dicha cartera de estado, se decidió apoyar a lo que se denominó como: **“Programas Turísticos Productivos”** los mismos que tienen como objetivo favorecer el mejoramiento de la calidad de vida de micro, pequeños y medianos emprendimientos turísticos en distintos sectores del país, mediante créditos que se otorgan por medio del Banco Nacional de Fomento, BNF, los mismos que van desde \$ 7000.00 hasta \$ 300,000.00 con una tasa de interés del 10% anual.

² El Reglamento General de Actividades turísticas es el documento que norma la parte legal de todos y cada una de las actividades turísticas en sus distintos tipos, y que avala su normal funcionamiento. Fue puesto a consideración del mercado turístico y del país en general mediante Decreto Ejecutivo No. 3400. RO/ 726 de 17 de Diciembre del 2002. En el mandato del Dr. Gustavo Noboa Bejarano.

María Marta Formichella, autora de la monografía “El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.”, en su documento publicado en enero del 2004, sostiene que:

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud.

El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro (Formichella, 4).

En relación a los emprendimientos turísticos que se desarrollan de manera colectiva o comunitaria como más comúnmente se los conoce, se cita el siguiente concepto dentro del documento “Emprendimientos económicos solidarios” escrito por Luiz Inácio Gaiger, y publicado en la ciudad de Porto Alegre – Brasil en el año 2003, en el cual se sustenta que:

Los emprendimientos económicos solidarios abarcan diversas modalidades de organización económica, originadas en la libre asociación de los trabajadores, con base en principios de autogestión, cooperación, eficiencia y viabilidad. Aglutinando a los individuos excluidos del mercado de trabajo, o motivados por la fuerza de sus convicciones, y en búsqueda de alternativas colectivas de supervivencia, los emprendimientos económicos solidarios llevan a cabo actividades en los sectores de la producción o de la oferta de servicios, de la comercialización y del crédito. Se presentan en forma de grupos de producción, asociaciones, cooperativas y empresas de autogestión y combinan sus actividades económicas con acciones de índole educativa y cultural, valorando el sentido de la comunidad de trabajo y el compromiso con la colectividad social en la cual se insertan.

Las prácticas específicas de dichas empresas se inscriben en una nueva racionalidad productiva, en la cual la solidaridad se convierte en un sostén de las iniciativas, ya que generan resultados materiales efectivos y ganancias extra-económicas. El trabajo en consorcio actúa en pro de los propios productores y otorga una connotación bastante más amplia a la noción de eficiencia, referida igualmente a la calidad de vida de los trabajadores y a la satisfacción de objetivos culturales y ético-morales. Ese espíritu se diferencia de la racionalidad capitalista –que no es ni solidaria ni tampoco inclusiva– y de la solidaridad popular comunitaria –desprovista de los instrumentos adecuados a un desempeño social y económico que no sea circunscrito y marginal–. Además de ello, dado el papel decisivo de un conjunto creciente de organizaciones y agentes mediadores, los emprendimientos solidarios suelen buscar o crear mecanismos e instituciones de articulación, representación e intercambio, tanto en el ámbito económico como en el político. Constituyen así la célula propulsora básica, con sus vinculaciones y extensiones, de la economía solidaria (Gaiger, 229- 230).

En el libro titulado: “Turismo Rural en el Argentina”, escrito por: Ma. Florencia Román y Mariana Ciccolella, con el apoyo del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA, en el año 2009, se define a los Emprendimientos Turísticos como:

Aquellos micro-emprendimientos, estancias y/o casas de campo que ofrezcan las actividades de turismo activo y/o agroturismo conjunta o independientemente, servicios de alimentación y alojamiento (no excluyente), dirigidas principalmente a la recreación y esparcimiento de los habitantes de las ciudades que buscan contacto con la naturaleza y con la gente local (Román – Ciccolella, 103).

Y dentro del mismo libro se define al Turismo Rural como:

El conjunto de actividades recreativas, de alojamiento y/o de servicios afines a los mismos que se desarrollan en el medio rural, aprovechando y disfrutando de ambiente y de los valores naturales y culturales, establecido como complemento económico de una estructura social y/o productiva preexistente (Román – Ciccolella, 104).

Con el propósito de garantizar el correcto desarrollo y desenvolvimiento de los emprendimientos turísticos surgidos en zonas rurales y de que el concepto antes mencionado tenga mayor relevancia; En Argentina, por ejemplo, se creó el 5 de septiembre de 2002, mediante resolución No. 138/02, el Registro Provincial de Emprendimientos Turísticos en espacios Rurales, por medio de la Subsecretaria de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia de Chubut, en la cual todos los prestadores de servicios turísticos bajo esta modalidad deberán inscribirse para estar protegidos ante la ley y poder gozar de los beneficios establecidos.

En otro texto investigado, Alicia Ledesma y Adela Puig dentro del libro “Algunas ideas sobre negocios turísticos con potencial”, publicado en el 2006, al inicio de su Capítulo 7 titulado: “Turismo Rural”, sostienen que: Este tipo de emprendimientos se basan en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural.

Dentro del documento escrito por Ernesto Barrera en el 2007 y titulado “La Formación en Turismo Rural. La Experiencia de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires”, ayuda a definir al turismo rural como:

Aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local (Barrera, 6).

Más adelante y dentro del mismo documento, Barrera señala además que:

El Turismo Rural, por otra parte, se caracteriza por la AUTENTICIDAD, en la medida que se pierde la misma el producto tiende a desvalorizarse. Naturalmente la autenticidad está reñida en éste caso con la MASIVIDAD. Es un turismo:

- De iniciativa local
- De gestión local
- Con efectos locales
- Marcado por los paisajes locales
- Que valoriza la cultura local (Barrera, 7).

Otra idea importante es la emitida por la Lic. Gladys Ormeño Aspauzo, quien en calidad de Consultora, dentro de su presentación titulada: “Ideas de negocios turísticos o emprendimiento turístico desde la escuela”, preparada para el Primer Encuentro Nacional de Experiencias Educativas en Turismo, en la ciudad de Chiclayo – Perú, en el 2009, manifiesta lo siguiente:

Las comunidades y personas con deseo de emprender antes de pensar en desarrollar cualquier tipo de emprendimiento turístico, primero deben conocerse a sí mismas haciéndose las siguientes preguntas:

- ¿Nos alimentamos de platos típicos?
- ¿Conocemos nuestro patrimonio, mitos y leyendas?
- ¿Contamos con una lengua ancestral?, ¿la conservamos?, ¿se está perdiendo?
- ¿Contamos con servicios básicos?
- ¿Existe acceso a nuestra comunidad?

- ¿Podemos capacitarnos?, ¿lo queremos?
- ¿Estamos dispuestos al cambio?
- ¿Estamos preparados?, ¿podemos adecuarnos?

Más adelante y dentro de la misma presentación enfatiza lo siguiente:

El Turismo es un complemento a las actividades tradicionales desarrolladas por las comunidades como la artesanía, la pesca, la agricultura, la ganadería, productos lácteos entre otros. Por lo tanto:

“El turismo debe considerarse como un medio no como un fin”

A este conglomerado de conceptualizaciones teóricas es conveniente diferenciar y aclarar los distintos tipos de empresas que se desarrollan en torno a la actividad turística, para ello Francisco Mochón en su libro titulado Economía y Turismo establece la siguiente clasificación: (Mochón, 30).

Cuadro No. 4

Tipos de Empresas Turísticas

Empresas Turísticas	» De transporte de viajeros (aéreas, terrestres y marítimas)
	» De alojamiento (hoteles, hostales, pensiones, apartamentos, <u>casas rurales</u> , campings, albergues)
	» Creadoras y Comercializadoras de bienes y servicios turísticos (agencias de viajes en base a intermediación o creación de paquetes turísticos de forma conjunta, mayoristas de turismo)
	» Relacionadas a la Restauración (restaurantes, bares, cafeterías, establecimientos de comida rápida, para llevar, etc.)
	» Proveedoras de actividades recreativas, eventos y visitas a lugares de interés turístico (centros deportivos, teatros, conciertos, parques temáticos, museos, parques nacionales, ferias comerciales, etc.)
	» Especializadas en ofertar servicios periféricos o complementarios <ul style="list-style-type: none">→ Sector Privado (agencias bancarias y sus distintos productos y servicios, seguros de viaje, rent a car, venta de recuerdos, etc.)→ Sector Público (Emisión de pasaportes y visas, seguridad, información, sanitarios, etc.)→ De naturaleza distinta (Prensa turística, sistemas de información estadística, centrales de reserva, aplicaciones turísticas por Internet)

Fuente: (Mochón,33) / **Elaborado por:** Gerardo Alvarracín.

En este contexto, tomando en consideración los conceptos e ideas antes mencionadas y las visitas de campo efectuadas a la parroquia de Tarqui, se ha procedido a la elaboración de un **modelo de definición personal** de lo que para mi investigación podría considerarse como un emprendimiento turístico.

1.3 Emprendimiento Turístico

Concepto.- *“Un emprendimiento turístico es el resultado de la iniciativa de negocio generada individual o colectivamente dentro de una determinada localidad, en base a sus características físicas, naturales y culturales, quienes han identificado en ello una oportunidad de insertarse dentro del mercado turístico heterogéneo, formando pequeñas empresas turísticas (comunitarias o privadas), gestionadas a través de sus necesidades, medios y recursos propios existentes y caracterizándose principalmente por ofrecer a su mercado por lo menos uno o varios servicios turísticos como: restauración, alojamiento, ocio y deportes, transporte, visitas guiadas, senderismo, avistamiento de flora y fauna, etc. y con precios relativamente accesibles. Todo esto complementado con una infraestructura básica como: vías de acceso y servicios básicos. Todo ello siempre ligado a las costumbres y valores de la localidad”³.*

De manera general para que una idea de negocio sea considerada como un emprendimiento turístico deberá reunir como característica principal el ofrecer por lo menos uno de los varios bienes o servicios turísticos descritos en el concepto anterior.

En base al concepto descrito, en adelante se harán mención a cada emprendimiento y al rol desplegado desde sus inicios hasta la actualidad, se diagnosticará su estado y se propondrán acciones para mejorar su situación en el futuro.

³ Concepto aplicado por primera vez dentro del proyecto: **“Generación de Alternativas Económicas para las y los Jóvenes del Cantón Nabón a través del Turismo y la Cultura”**. Proyecto en ejecución por parte de la **Fundación Waaponi y la Corporación Incubadora de Empresas del Austro, INNPULSAR**, en los Talleres de Gestión Turística 1 y 2 dictado por Gerardo Alvarracín, Fabián Quito alumnos egresados de la Facultad de las Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, y la Ing. en Turismo Daniela Armijos en calidad de Facilitadores.

1.3.1 Detalles de un Emprendimiento Turístico Comunitario

La incertidumbre, la innovación y el riesgo resultan ser los factores esenciales y característicos de cada emprendimiento turístico dentro de su idealización, ejecución, desarrollo y consecución.

El deseo por encontrar una fuente de desarrollo para una determinada comunidad o familia se ha venido ejerciendo desde que los habitantes de esta parroquia concibieron y adoptaron a la actividad turística como una oportunidad nueva y aún no desarrollada en dicho sector. Si bien la historia y los recursos paisajísticos juntos han conformado un constante referente, su cultura, métodos y costumbres, sumados a su etnia y creencias ancestrales aún viven en medio de todo este territorio. Cada fiesta en cada época del año denota un ambiente festivo y lleno de ritos que son ofrecidos como una forma de agradecimiento hacia la madre tierra (Pachamama), tanto como al sol, la luna, el aire, etc. Las fechas de siembra y de cosecha. Las bebidas para cada celebración y adherido a ella la comida con frutos, vegetales, tubérculos, hortalizas, etc. Dan fe de la magnificencia y riqueza que compone cada platillo. Sus animales domésticos fuente de supervivencia y demás elementos tangibles e intangibles, en conjunto se muestran como un todo para ser ofrecido al visitante para que el mismo conozca y sepa más sobre el legado histórico cultural que ha sido transmitido de generación en generación para convertirse ahora en un itinerario dentro de un programa turístico para ser vivido.

En base a ello se enmarca al turismo como una tipología dentro de un medio rural como una alternativa adicional para mejorar la situación económica de las familias bajo cierto tipo de modalidad colectiva o individual.

Desde el siglo XIX y hasta mediados de 1980 se concebía la idea de que los agricultores pertenecientes a los medios rurales debían ser considerados como tales en relación al tamaño de la propiedad que poseían calificándolos como pequeños, medianos y grandes [...] Más adelante bajo un nuevo modelo de caracterización se consideraban aspectos tales como las actividades que realizaban diariamente, ciertos avances tecnológicos utilizados en sus actividades y el destino de su producción (Gaiger, 230).

Hoy en día la lógica se encuentra en desarrollar modelos productivos empresariales en los cuales los habitantes de un determinado lugar (en nuestro caso la Parroquia Tarqui), sin dejar de lado sus actividades ganaderas, agrarias u otras pasan a dedicar parte o todo su tiempo a crear espacios y métodos económicos alternativos para los visitantes, y de esa manera generar cierto tipo de aumento en sus ingresos.

De esta manera lo que pretende un emprendimiento turístico entre otras cosas son:

- Que todas las actividades programadas sean realizadas en un entorno rural, en donde se desarrollen esta clase de emprendimientos turísticos.
- Que la oferta de actividades turísticas vaya en relación directa a los recursos tanto materiales como inmateriales del lugar en que vayan a realizarse.
- Que la oferta sea complementada con la participación activa de las comunidades anfitrionas y su medio autóctono y vivencial.
- Que se distinga por sobre todas las cosas una interrelación de estima y respeto del medio rural con la gente de fuera, es decir todos y cada uno de los visitantes que acudan de visita a cada emprendimiento.

1.3.2 Tipologías de los emprendimientos turísticos

Para poder establecer las distintas tipologías dentro de los emprendimientos turísticos, se debe entender que en el caso de nuestro estudio serán todos aquellos dedicados al ocio, recreación, descanso o cualquier otra actividad relacionada con el turismo, y que se hallen situados en un área rural (en nuestro caso la Parroquia Tarqui y sus comunidades involucradas).

Si bien las funciones del medio rural han experimentado procesos evolutivos en algunas parroquias, en especial aquellas más próximas a los centros urbanos, la producción de lácteos como en el caso de Tarqui comienza a compartir su lugar con otras actividades como el turismo, la hospitalidad, la práctica de deportes, el descanso, etc. Esas nuevas funciones representan frutos contrarios al proceso de globalización que, por un lado promueve el consumo de productos homogéneos e industrializados y, por otro, alienta la valoración de productos autóctonos. Asimismo, incentiva ciertos avances como en los servicios de transporte y comunicaciones acortando las distancias entre el campo y la ciudad. Logrando que el mundo rural comience a abrirse a la población urbana a través de sus emprendimientos turísticos locales.

En este nuevo escenario de interpretación dentro del espacio rural, el turismo aparece como una nueva pero no tan desarrollada opción, tanto por factores de tipo cualitativo y cuantitativo, porque si bien posibilita la recuperación y valoración de muchas comunidades, por otro lado el aumento en el número de emprendimientos turísticos se ve elevado lo cual repercute en una elevada competitividad entre ellos al no tener definido claramente sus planes de negocios.

En respecto a lo señalado anteriormente, La Comisión de las Comunidades Europeas en su documento publicado en el 2001, afirma que el turismo que se realiza en áreas rurales (considerando los emprendimientos turísticos), requiere entre otras cosas reunir ciertas condiciones que presupongan lo siguiente (Zarga, 9).

- Que la actividad se realice en el mundo rural.
- Que exista una oferta integrada de recursos y actividades turísticas rurales.
- Que exista relación entre los participantes y su entorno autóctono.
- Que se produzca una interrelación con la sociedad local.

1.3.3 Clasificación de las tipologías

De acuerdo a la investigación realizada se pueden manifestar dos clasificaciones de tipologías para los emprendimientos turísticos, siendo las siguientes:

La primera clasificación pertenece a la emitida en el Perú, el mismo que en su condición de país *megadiverso*, debido a la posesión de diversidad cultural y natural en todos sus aspectos y formas; dentro del marco de desarrollo del documento: “Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú”, emitida en el Distrito San Isidro (Lima) en el año 2008, por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, Sustenta las siguientes tipologías de emprendimientos (Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú. Documento de trabajo para la actualización, 7 - 8).

1. Emprendimiento comunitario

Emprendido, liderado y manejado de manera total por la comunidad, quienes organizan, gestionan y promueven el desarrollo de la actividad turística en una determinada localidad, en base a sus recursos y atractivos existentes. Actualmente, un ejemplo de este emprendimiento es el proyecto de turismo comunitario Kushi Waira.

2. Emprendimiento mixto

- Emprendimiento comunitario más ONG. Un emprendimiento llevado a cabo bajo este sistema es cuando una determinada comunidad se ve favorecida por algún fondo proveniente de una ONG extranjera, la misma que busca promover el desarrollo local dentro de una determinada población.

Una ejemplificación de este tipo de emprendimiento puede ser la Quesería Comunitaria Ñukanchik Kawsay⁴ (nuestra casa en quichwa) que se creó con apoyo directo de la ONG francesa Médicos del Mundo.

- Emprendimiento comunitario más empresa privada. Una experiencia en nuestro medio es Terraventura, la misma que fue apoyada con créditos por parte de la banca privada.
- Emprendimiento comunitario más ONG más empresa privada.

Una ejemplificación de este tipo de emprendimiento es el Programa Institucional en materia de políticas públicas intersectoriales para el Turismo Rural en comunidades rurales del Ecuador. Apoyado por Corporación Andina de Fomento, CAF; Banco Interamericano de Desarrollo, BID; Banco Mundial, BM y Agencias de Cooperación para el Desarrollo.

- Emprendimiento comunitario más Instituto de Recursos Naturales, INRENA⁵.

Cabe indicar que este modelo de tipología es para el Perú, es por ello que se indica a dicho instituto. Para el caso de nuestro país un ejemplo sería que los emprendimientos turísticos de la parroquia Tarqui sean homologados por el Ministerio de Medio Ambiente.

⁴ La Quesería Ñukanchik Kawsay, fue uno de los tres proyectos de desarrollo llevados a cabo, financiados y ejecutados por la ONG Médicos del Mundo, en la comunidad de Chilcatotoras, como una alternativa para mejorar la producción de derivados de lácteos de dicha localidad y de esta manera mejorar los ingresos de sus habitantes.

⁵ El Instituto Nacional de Recursos Naturales, INRENA, pertenece al Perú y fue creado por Decreto Ley N° 25902 el 27 de noviembre de 1992, es un Organismo Público Descentralizado del Ministerio de Agricultura, su competencia es a nivel nacional en estrecha relación con los Gobiernos Locales, Organizaciones Agrarias, Comunidades Campesinas y Nativas e Instituciones Públicas y Privadas. Constituye autoridad nacional en materia de recursos naturales renovables y medio ambiente rural.

3. Emprendimiento privado

Emprendido, liderado y manejado por un privado individual o grupal de la localidad o externo a ella en condiciones responsables para con el territorio y sociedad con la población local.

Un emprendimiento que se ha llevado a cabo bajo esta modalidad es el Zoo parque Yurak Allpa, el mismo que fue creado en base a fondos y terrenos propios del Sr. Alberto Vele.

La segunda clasificación investigada es la redactada por Luiz Carlos Leonardi Bricalli, quien en su documento titulado: “Construcción de tipologías para el turismo rural”, sostiene que:

Las tipologías a las que se hacen referencia son aquellas que están íntimamente interrelacionadas con las áreas rurales, es decir aquellas conocidas como turismo en espacio rural, turismo rural y agroturismo. Otras formas de turismo que también se desarrollan en el medio rural como el ecoturismo, turismo de aventura, turismo de interior, turismo cultural, etc. no serán objeto de análisis porque no son necesariamente dependientes del espacio rural.

Para diferentes autores la categoría de turismo en espacio rural es tan amplia que englobaría a las demás modalidades del turismo.

El turismo en áreas rurales consiste en todas las actividades realizadas en el medio rural y abarca varias modalidades, definidas con base en sus elementos de oferta y la motivación para el desplazamiento (Campanhola y Graziano da Silva 2002:3).

De esta forma, todos los emprendimientos dedicados al ocio, recreación, descanso o cualquier otra actividad relacionada con el turismo, mientras estén situados en un área rural, pueden ser considerados como turismo en espacio rural (Leonardi, 3).

1.4 Matrices de diagnóstico del turismo en la Parroquia Tarqui

Siendo el turismo considerado como una actividad que promueve el desarrollo local y un importante dinamizador de la economía, es importante diagnosticar su estado situacional en base a un conjunto de matrices, las mismas que nos ayudarán a conocer las condiciones y características en las que se encuentran los emprendimientos turísticos dentro de la Parroquia Tarqui.

En relación al tema de investigación se han analizado las siguientes matrices:

- Matriz Histórica de la Cadena de Valor Turística.
- Matriz de infraestructura en cuanto al tema de vialidad.
- Matriz de infraestructura en cuanto al tema de Servicios Básicos.
- Matriz Ambiental.
- Matriz de Actores Directos
- Matriz de Actores Indirectos

1.4.1 Matriz histórica de la cadena de valor turística de la Parroquia Tarqui

El desarrollo de la matriz de tipo histórica dentro del área del turismo nos ayudará a conocer la evolución en el tiempo de los emprendimientos turísticos identificados, y las actividades que cada uno de ellos ha venido realizando con el fin de acercarnos a sus orígenes, sus procesos de transformación, hasta su estado actual, en el cual el producto realizado forma parte de la oferta turística de la localidad.

Cuadro No. 5

Matriz de acontecimientos históricos de la Parroquia Tarqui

AÑO	EVENTO	DESCRIPCIÓN	IMPACTO
1999	Ciertos problemas de salud visual y desnutrición infantil, son detectados en varias comunidades de Tarqui.	Resultan afectadas las comunidades de: Parcoloma, El Verde, Chilcachapar, Chilcatotoras, Morascalle y San Francisco de Totorillas	Se busca una alternativa a dicho problema enviando al Dr. Fernando Mora ⁶ a Francia, a especializarse en dichas patologías, quien más tarde hace contacto con la ONG médicos del mundo quienes son los promotores de la creación del primer emprendimiento turístico en Tarqui.
1999	Nuevo emprendimiento para generar turismo en Tarqui.	Se inicia un emprendimiento con el tema del refugio para animales en peligro de extinción.	Surge un nuevo emprendimiento turístico en la Parroquia Tarqui en base a una idea de negocio privada.
2001	La ONG “Médicos del Mundo” inaugura la Fundación de Salud Comunitaria “Jambi Runa”.	Se crean tres proyectos: Kushi Waira para turismo, Mama Kinua como restaurante y centro de información y Ñukanchik Kawsay como una quesería comunitaria.	Las comunidades realizan turismo comunitario

⁶ El Doctor Fernando Mora se desempeñó entre los años 1999 y 2002, como coordinador médico administrativo de la organización francesa humanitaria. “medecins du monde”. misión Ecuador y como medico voluntario y asesor de las comunidades indígenas de la Parroquia Tarqui. Azuay - Ecuador.

2006	La Fundación Jambí Runa se disuelve	Renuncia el Director de la Fundación, la comunidades sufren cambios organizacionales	No se potencia al turismo desde una organización sólida.
2008	Ocho proyectos de carácter turístico dentro de la Parroquia Tarqui, reciben un fondo denominado Fondo de Iniciativa Local, FIL; otorgado por la Unión Europea, UE y el C G Paute.	Se generan varios proyectos de desarrollo local entre ellos se apoya la iniciativa de TERRAVENTURA, YURAK ALLPA, INTUR, MALLICUY, MUNAY HUASI, JARDIN ETNOBOTANICO, EMPRESA DE TRANSPORTE TURISTICO CHASKY Y FOTOMANIA	Se genera desarrollo productivo y turístico en la parroquia.

Fuente: Entrevista a los distintos actores de los emprendimientos turísticos de la parroquia Tarqui. (Anexo No. 3 Listado de Entrevistas)

Elaborado por: Gerardo Alvarracín.

1.4.1.1 Análisis de la matriz de acontecimientos históricos en la Parroquia Tarqui

Ciertos inconvenientes de carácter social suscitados dentro de la parroquia han sido la causa para que las diferentes comunidades busquen la manera de asociarse o agruparse para mitigar en parte sus problemas y busquen soluciones mediante la autogestión, cooperación y la búsqueda de ayuda por medio de los actores indirectos, de esta manera ciertas comunidades han gestado su inicio en la actividad turística en base a la creación de los primeros emprendimientos turísticos locales por medio de la explotación de sus recursos naturales y culturales, los cuales se encuentran detallados en el cuadro anterior.

En la actualidad la parroquia, si bien no ha dejado de lado su principal actividad, la ganadera y junto con ella la producción en altas cantidades de leche, no deja de ser el turismo una fuente directa para alcanzar réditos económicos considerada ya en el presente y para el futuro, siempre y cuando cada idea de negocio generada se enmarque en los parámetros con los cuales se puedan considerar como emprendimientos turísticos.

1.4.2 Matriz de Infraestructura vial

El análisis del tipo de vías que comprenden la red vial de la Parroquia nos ayudará a tener un panorama más amplio de la calidad y del estado actual en el que se encuentran dichas arterias que ayudan a comunicar a los poblados cercanos con dicha parroquia y la factibilidad de poder trasladarse de un sitio a otro con el propósito de visitar sus atractivos y emprendimientos turísticos y de esa manera dinamizar dicha actividad dentro de la parroquia.

Cuadro No. 6

Matriz de Infraestructura vial

INFRAESTRUCTURA	ESTADO	USUARIO	INSTITUCIÓN A CARGO	IMPACTO
<u>VÍAS DE COMUNICACIÓN</u>				
Panamericana Sur	Vía de Primer Orden. (Recién terminada)	Población en general.	MOP	Positivo por cuanto facilita el acceso hasta el centro parroquial de Tarqui.
Eje Vial Tarqui – Gullanzhapa.	Vía de segundo orden. (Lastrada)	Población local, visitantes, excursionistas y comerciantes.	Gobierno Provincial del Azuay.	Fomenta la comunicación y cercanía entre los principales emprendimientos turísticos de la parroquia.
Eje Vial Gullanzhapa – Turi.	Vía de segundo orden. (doble tratamiento)	Población de Tarqui, visitantes, excursionistas y comerciantes.	Gobierno Provincial del Azuay.	Importante vía de acceso desde la ciudad para poder visitar y conocer la oferta turística local.

Vía Gullanzhapa – Parcoloma.	Vía de tercer orden. (Lastrada pero sin mantenimiento).	Habitantes de Parcoloma, visitantes y excursionistas.	Gobierno Provincial del Azuay.	Provoca una imagen negativa al visitante, lo cual constituye una debilidad para este emprendimiento o en particular.
Vía Tañiloma – Chilcachapar – Chilcatotoras – San Francisco de Totorillas.	Vía de tercer orden. (Lastrada pero sin mantenimiento).	Habitantes de estas comunidades visitantes y excursionistas.	Gobierno Provincial del Azuay.	Retarda los itinerarios para los excursionistas y turistas en general.

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: Gerardo Alvarracín.

1.4.2.1 Análisis de la matriz de infraestructura vial

El sistema vial de la Parroquia Tarqui lo conforman tres tipos de vías en relación a su estado físico como se ha hecho mención. En definitiva la accesibilidad hasta las distintas comunidades para visitar los distintos emprendimientos turísticos se ve en parte afectada por cuanto el sistema vial en su mayoría lo componen vías de tercer orden lo cual deteriora la imagen de los mismos, retardando itinerarios y programaciones de viaje y visitas.

1.4.3 Matriz de Infraestructura de servicios básicos

La infraestructura de telecomunicaciones se considera un factor indispensable dentro de cada emprendimiento turístico, ya que el excursionista actual desea siempre mantenerse en comunicación a través de los distintos medios, entre ellos siendo el más importante, el internet. En lo referente a las redes hidrosanitarias es importante que cada emprendimiento cuente con baterías higiénicas amigables con el entorno y el medio ambiente y en óptimas condiciones. Por otra parte las fuentes naturales de agua deben ser aprovechadas como un recurso turístico natural para que sea apreciado por el visitante.

Cuadro No. 7

Matriz de servicios básicos

INFRAESTRUCTURA	ESTADO	USUARIO	INSTITUCIÓN A CARGO	IMPACTO
<u>SERVICIOS BÁSICOS</u>				
Agua Potable	El 23 % de las Comunidades no poseen el servicio de agua entubada (POT, 2005).	Población local, emprendimientos turísticos y visitantes en general.	Gobierno Provincial del Azuay, Junta Parroquial y Juntas de agua comunales.	Emprendimientos turísticos con limitación en el servicio de agua potable.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Alcantarillado ⁷	El 76,5 % no poseen servicios higiénicos.	Población local, emprendimientos turísticos y visitantes en general.	Gobierno Provincial del Azuay, Junta Parroquial	Generación de alternativas amigables con el medio ambiente (Buenas Prácticas).
Telefonía	El 52,5 % de comunidades y barrios no cuentan con este servicio (POT, 2005).	Población local, emprendimientos turísticos y visitantes en general.	ETAPA	Problemas de comunicación entre prestadores de servicios turísticos y demanda local y extranjera.
Energía Eléctrica	Excelente cobertura del servicio de electricidad.	Población local, emprendimientos turísticos y visitantes en general.	Empresa Eléctrica Regional Centro Sur.	Posibilidad de ampliar la oferta turística en cada emprendimiento o turístico.
Internet	Baja Cobertura	Jóvenes	ETAPA	En proceso de cobertura.

Fuente: Observación directa.

Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Tarqui, POT.

Elaborado por: Gerardo Alvarracín.

⁷ Datos del diagnóstico socioeconómico y categorización de hogares de las parroquias rurales del Cantón Cuenca, Consejo de Salud de Cuenca. Este documento fue elaborado por el Programa de Población y Desarrollo Local Sustentable, PYDLOS.

1.4.3.1 Análisis de la matriz de servicios básicos

Los servicios de agua potable, alcantarillado y telefonía, generan una limitación a los emprendimientos turísticos al momento de ofrecer sus servicios ya que cada oferta turística se complementa con dichos servicios, por lo cual el excursionista o visitante tanto extranjero como local busca tener acceso y disponibilidad de este tipo de servicios en todo momento.

1.4.4 Matriz Ambiental

Dentro de la matriz ambiental se considera el gran potencial natural que posee la Parroquia Tarqui, pero al mismo tiempo su vulnerabilidad si sus recursos no son aprovechados en base a criterios ambientales y sostenibles dentro de cada idea de negocio generada.

Cuadro No. 8

Matriz Ambiental

	FACTOR DEL MEDIO AMBIENTE QUE ES AFECTADO POR LA CADENA	FACTOR DEL MEDIO AMBIENTE QUE AFECTA A LA CADENA
Espacios y zonas con determinado potencial turístico para su desarrollo	El aprovechamiento de dichos sitios con fines turísticos alteran el aire, agua, la flora y fauna de los distintos sitios donde se llevan a cabo	Infraestructuras físicas de los emprendimientos turísticos deterioradas ya sea por falta de afluencia o por excesiva carga de excursionistas.
Impacto ambiental generado en los emprendimientos turísticos identificados	La mayoría de emprendimientos no calculan la capacidad de carga, lo cual afecta al correcto ciclo natural de animales y plantas	Migración y extinción de especies endémicas de la zona, lo cual disminuye en parte la oferta turística de ciertos emprendimientos turísticos de la localidad.

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: Gerardo Alvarracín.

1.4.4.1 Análisis de la matriz ambiental

El espacio físico que ocupan los emprendimientos turísticos identificados generan una alteración ambiental, si bien su capacidad de carga no ha sido establecida aún para cada uno de ellos, las visitas de excursionistas aún en pequeños grupos alteran el correcto desenvolvimiento de la flora y fauna silvestre de la parroquia.

Los animales silvestres migran hacia lugares más lejanos, las vertientes de agua son víctimas de contaminación y la regeneración de la capa vegetal cada vez tarda más tiempo en recuperarse, lo cual en definitiva repercute directamente en la alteración ambiental de los distintos lugares donde se sitúa cada emprendimiento turístico.

1.4.5 Matriz de Actores Directos

Lo conforman todas y cada una de las personas que intervienen dentro de la gestión, manejo y administración de cada uno de los emprendimientos turísticos dentro de la Parroquia Tarqui.

Cuadro No. 9

Matriz de actores directos

ACTORES DIRECTOS	FUNCION
JAMBI – RUNA (kushi - Waira)	
Alfonso Saquipay	Coordinador (Parcoloma)
Rosa Maita	Coordinadora (Chilcatotora)
PROYECTO SUMAK KAWSAY	
Alberto Vele	Propietario del Zoo parque Yurak Allpa.
Ing. Luis A. Peña	Propietario de Terraventura.
Lic. Lauro Sigcha	Propietario del centro de Información turística, Intur.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Sr. Alberto Sigcha	Propietario de Munay Wuasi.
Biólogo Saúl Duchitanga	Propietario del Jardín Etnobotánico.
Sr. Manuel Aguilar	Ex gerente de la empresa de transporte turístico Chasky.
Sra. Esther Vele	Propietaria de la granja Mallicuy.
Sr. Gustavo Quezada	Propietario de Kawsay Yacha.
OTROS ACTORES DIRECTOS	
Ing. Gilmo Carrasco	Gerente de la Hacienda El Álamo
Ministerio de Turismo	Capacitación a Guías Nativos
ONG'S	Cooperación Internacional
Junta Parroquial de Tarqui	Apoyo en planes y proyectos. (Lic. Lauro Sigcha ⁸)

Fuente: Entrevistas realizadas y observación directa.

Elaborado por: Gerardo Alvarracín.

⁸ El Licenciado Lauro Sigcha es vocal de la Junta Parroquial de Tarqui, es quien gestiona, promueve y desarrolla proyectos dentro del área turística y productiva; a su vez es propietario del centro de información turística, INTUR, que se encuentra ubicada en el parque central de la parroquia.

1.4.5.1 Análisis de la matriz de actores directos

Las personas que intervienen como actores directos son los propietarios y coordinadores de los distintos emprendimientos turísticos quienes tienen bajo su responsabilidad el manejo y administración de cada idea de negocio en torno a la actividad turística. Son ellos quienes generan ideas, realizan gestiones y promueven el desarrollo local con el único fin de generar réditos económicos fruto de las visitas que reciben cada uno en su emprendimiento.

Adicionalmente existen otras figuras representativas como el Ministerio de Turismo, MINTUR, Redes de Turismo locales y nacionales, la Junta Parroquial de Tarqui y algunas ONG's quienes actúan directamente brindando apoyo económico y técnico para la elaboración de planes y proyectos en materia turística.

1.3.6 Matriz de Actores Indirectos

El grupo de actores indirectos son cada uno de los grupos públicos y privados que apoyan de cierta forma a los emprendimientos turísticos.

Cuadro No. 10

Matriz de actores indirectos

ACTORES INDIRECTOS	FUNCION
Gobierno Provincial del Azuay	Apoyo local
Ministerio de Inclusión Económica y Social, MIES.	Apoyo socioeconómico
Ministerio del Ambiente	Control y manejo ambiental
Ministerio de Obras Públicas, MOP.	Mantenimiento vial

<p>Empresas de transporte</p> <p><u>Urbana</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 10 de Agosto <p><u>Interparroquial</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 de Agosto • 24 de Mayo <p><u>Interprovincial</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Viajeros internacional • Azuay • Rutas Orenses • San Luis <p><u>Camionetas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Llanura Trans 	<p>Transporte de población local y visitantes.</p>
<p>Familias involucradas</p>	<p>Trabajo asociativo</p>

Fuente: Propia

Elaborado por: Gerardo Alvarracín.

1.4.6.1 Análisis de la matriz de actores indirectos

Los actores indirectos lo conforman entidades públicas por lo general, las mismas que actuando bajo sus competencias ayudan a fortalecer la oferta turística, por otra parte se encuentran las empresas de transporte terrestre las mismas que complementan el acceso a cada lugar dentro de la parroquia.

1.5 Análisis FODA de la parroquia Tarqui

La matriz FODA se plantea como objetivo principal analizar los ambientes tanto interno como externo de la realidad situacional de la Parroquia Tarqui, y al mismo tiempo ayudará a determinar las estrategias que se deben seguir para crear un modelo específico de desarrollo de emprendimientos en el campo del turismo.

Cuadro No. 11

Matriz FODA

<u>AMBIENTE INTERNO</u>	<u>AMBIENTE EXTERNO</u>
<p><i>Fortalezas:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → Variedad de Recursos naturales, culturales y paisajísticos que pueden ser optimizados mediante la práctica del turismo. → Gente con ideas emprendedoras y con ganas de trabajar. → Cercanía de la parroquia con la ciudad y otros poblados. → Accesibilidad hacia comunidades y caseríos. → Capacidad de autogestión de los emprendedores locales. → Población asociada a un modelo de desarrollo productivo. → Población con amplias motivaciones para convertirse en emprendedores. (Supervivencia, independencia, poder, etc.) 	<p><i>Oportunidades:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> → La conciencia ambiental alienta a las personas a visitar lugares rodeados de naturaleza y paisaje en calidad de excursionistas. → Turistas extranjeros atraídos por las culturas escondidas. → Apoyo de redes e instituciones nacionales e internacionales para crear y fortalecer emprendimientos. → Apoyo de la Junta Parroquial por medio del manejo de proyectos productivos. → Posibilidad de diversificar la economía local en base a actividades económicas alternativas.

Debilidades:	Amenazas:
<ul style="list-style-type: none">→ Manejo insipiente de la actividad turística.→ Falta de estándares de calidad en cada uno de los emprendimientos turísticos.→ Falta de un sistema general de agua potable y alcantarillado.→ Falta de estudios ambientales y de capacidad de carga dentro de cada emprendimiento turístico identificado que regularice su grado de explotación.→ Falta de un plan de desarrollo local.→ Falta de un plan de marketing y mercadeo a nivel de toda la parroquia.→ Falta de capacitación a emprendedores en temas turísticos.→ Divergencias entre emprendimientos turísticos existentes.→ Falta de concreción en la definición de negocio de cada emprendimiento turístico.	<ul style="list-style-type: none">→ Ampliación de la frontera ganadera como el principal ingreso económico de la parroquia.→ Amplias áreas deforestadas, lo cual disminuye sus recursos naturales especialmente paramos y chaparrales.→ Caza desmedida de animales silvestres.→ Aculturización de la población local fruto del fenómeno migratorio.→ Intenso crecimiento de construcciones y edificaciones de migrantes que opacan la riqueza paisajística de la zona.

Fuente: Propia.

Elaborado por: Gerardo Alvarracín.

CAPITULO 2

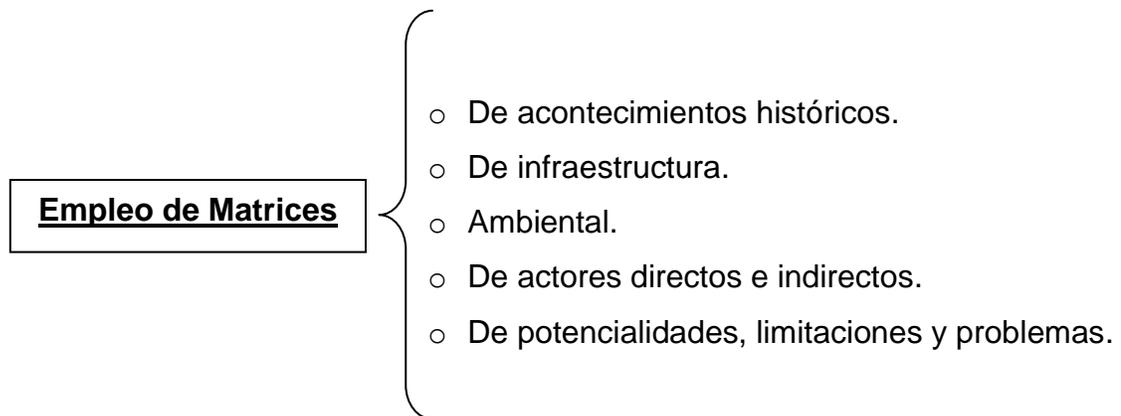
MAPEO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURISTICOS EN LA PARROQUIA TARQUI

Tras haber determinado en un contexto general las características y factores determinantes de un emprendimiento turístico y sus agentes condicionantes, en adelante se hará mención a cada emprendimiento identificado en base al mapeo realizado en la parroquia Tarqui, con el fin de tener un dato preciso de el número de ideas de negocio generadas en torno a la actividad turística.

De esta manera se ha recolectado la siguiente información:

2.1 Metodología para el mapeo de los emprendimientos turísticos

Las técnicas empleadas para mapear, identificar y levantar información acerca de cada idea de negocio generada dentro del área del turismo en la parroquia Tarqui fueron:



Las matrices son herramientas que apoyan el proceso de mapeo y consolidación de información clave para diagnosticar procesos. Con estas herramientas y con el concepto personal generado en el capítulo uno se identificó de manera más eficaz cada emprendimiento turístico, siendo estos los que a continuación se detallan.

Cuadro No. 12

Emprendimientos turísticos identificados en la Parroquia Tarqui

<u>No.</u>	<u>Nombre del Emprendimiento</u>	<u>Servicio que ofrece</u>	<u>Ubicación</u>	<u>Estado</u>
1	Kushiwaira	Turismo Comunitario	Parcoloma	En actividad
2	Yurak Allpa	Zoo parque	Tañiloma	En actividad
3	Terraventura	Turismo vivencial	Tarqui centro	En actividad
4	Intur	Información turística e internet	Centro parroquial	En actividad
5	Munay Huasi	Hospedaje	Santa Teresa	Inactivo
6	Allpa Mama Jardín Etnobotánico	Ecoturismo y Educación Ambiental	Santa Rosa	Inactivo
7	Chasky	Transporte turístico	Santa Rosa	Inactivo
8	Kawsay Yachay	Alojamiento y museo cultural	Tarqui centro	En actividad
9	Kamay	Artesanías en madera	Tarqui centro	En actividad
10	Mallikuy	Acercamiento a la crianza de cuyes	Tañiloma	En actividad

Fuente: Entrevistas realizadas y observación directa. / **Elaborado por:** Gerardo Alvarracín.

2.2 Mapeo de los emprendimientos turísticos

El levantamiento de información realizado dentro de la Parroquia Tarqui en cada una de las experiencias turísticas identificadas, se enmarca dentro del siguiente marco conceptual y en base a la metodología propuesta.

Según el libro Fortalecimiento de los gobiernos locales para la generación de actividades económicas Primer Paquete Tecnológico del Programa de Desarrollo Económico Local de la Región Fronteriza / Apoyo a Sistemas productivos Locales. En relación al tema de recogida de datos y análisis de la información sostiene que:

Se presenta un formato de una matriz que tiene la finalidad de determinar las potencialidades, limitaciones y problemas de cada sector, donde por potencialidades se entienden los factores humanos, tecnológicos, financieros, socioculturales y otros, que se puedan aprovechar para impulsar el desarrollo local; mientras que las limitaciones comprenden los factores y situaciones que obstaculizan, dificultan o impiden el desarrollo de las potencialidades. Los problemas se pueden entender como la principal o una de las principales restricciones para el desarrollo del área respectiva (Plan Binacional, Fortalecimiento 12).

Adicionalmente cabe indicar que cada una de las matrices desarrolladas fueron llenadas en base a la información proporcionada por cada uno de los propietarios de cada emprendimiento turístico para lo cual se debió hacer contactos previos para entrevistarles y tras indicarles el motivo de la investigación cada emprendedor supo apoyar con toda la información requerida para este proceso investigativo.

En las diferentes matrices dentro de la columna de Problemas y Necesidades se hace mención a las mismas con las iniciales de cada palabra (N, en caso de necesidades y P en caso de problemas).

2.2.1 Kushiwaira

A partir de 1916 bajo la institución de Tarqui como parroquia civil y eclesiástica, la población del sector ha sumado sus primeros esfuerzos, a los cuales se los podría catalogar también como emprendimientos, que si bien no han sido bajo la modalidad del turismo como se los desarrolla en la actualidad, no por ello han dejado de ser importantes ya que han sido algunos de ellos como la actividad ganadera referentes que han dado a la parroquia características y rasgos propios por lo que hoy en día se la identifica, sembrado un hito o un punto de partida para impulsar el desarrollo de dicho sector.

Siempre las necesidades de las parroquias rurales han sido crecientes en contextos como salud, educación, vialidad, servicios básicos entre otros. En Tarqui no fue la excepción pues para el año 1999 un cierto agente genético alteraba de manera drástica la vista de los niños y niñas especialmente de las comunidades de Parcoloma, El Verde, Chilcachapar, Chilcatotoras, Morascalle y San Francisco de Totorillas, agudizando cada vez más los problemas de la vista.

Fue entonces cuando un galeno de la ciudad de Cuenca, el Dr. Fernando Mora, quien compartía y tenía pleno conocimiento de las necesidades de estas comunidades, propone por medio de la UNASAY⁹ realizar un viaje hacia Francia para estudiar y encontrar una solución a ese singular problema que azotaba a los niños de dichas comunidades.

⁹ La UNASAY es la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas del Azuay, la misma que se encuentra conformada por nueve organizaciones de base legalmente reconocidas y diez organizaciones de la Conaie, cuyo fin es lograr el desarrollo e igualdad de las comunidades y pueblos campesinos del Ecuador.

Una vez en Europa y fruto de sus investigaciones logra hacer contacto con una ONG llamada Médicos del Mundo¹⁰, los cuales deciden viajar hasta al Ecuador para analizar y mejorar problemas de salud, en base a sus conocimientos y tecnología.

Por medio de gestiones finalmente este grupo de médicos extranjeros llegan a Tarqui en el año 2001. A partir de ello se organizan las comunidades en mención y el grupo de galenos apoya fuertemente a combatir dicho mal junto a otro como la común desnutrición infantil en niños de 0 a 5 años.

Dicha organización se formó bajo el nombre de Fundación de salud comunitaria Jambi Runa, e inicialmente se formó a cargo del Dr. Fernando Mora quien estuvo en la presidencia, para luego de unos meses ser reemplazado por ciertas divergencias administrativas por el Dr. Alberto Barberi un galeno Italiano quien vio en dichas comunidades grandes potencialidades y decidió fortalecer ciertos proyectos a más del proyecto de salud con el cual se había iniciado, entre ellos el proyecto denominado “JAMBI RUNA”, una iniciativa que fue solventada económicamente por dicho organismo internacional, el mismo que abarcaba:

¹⁰ Médicos del Mundo es una asociación de solidaridad internacional, independiente, regida por el derecho fundamental a la salud y a una vida digna para cualquier persona. Tiene su sede en Madrid – España. Radican su campo de aplicación en el manejo de la Medicina Humanitaria, ya que creen que el acceso a la salud es un derecho de todas las personas, independientemente de su lugar de nacimiento, su raza, su condición social, sexual o su religión.

- La Caja Solidaria, la misma que tuvo como fin otorgar créditos de hasta \$ 800 entre sus socios y con intereses que no superaban el 2 %. Actualmente este proyecto no está vigente.
- Un emprendimiento de turismo comunitario denominado “**KUSHI WAIRA**”
- Un restaurante de comida típica – vegetariana denominado “MAMA KINUA”¹¹ en la ciudad de Cuenca, además como centro de información para turistas que desean realizar visitas hacia el sector.
- Una quesería para el aprovechamiento y procesamiento de lácteos denominada “ÑUCANCHIK KAWSAY”¹².

Para finales del 2001, un grupo de galenos canadienses capacitan a las comunidades involucradas en el campo de la operación y logística turística.

La distribución de recursos propuesta era la de entregar el 20 % sobre el total de las ganancias de cada emprendimiento a Jambi Runa, y el resto era repartido en iguales partes a cada uno de sus actores, siendo el porcentaje que recibía cada actor realmente escaso en relación al trabajo que se realizaba. Este sistema se lo mantuvo hasta el 2008.

Para el año 2008 el Sr. Alfonso Saquipay toma la posta del proyecto Jambi Runa quedando para aquel entonces solo tres de las cinco comunidades, siendo estas: Parcoloma, Chilcatotoras y Chilcachapar, para seguir trabajando pero esta vez más unidas y en pos de su desarrollo.

En la actualidad Kushiwaira sigue ofreciendo diferentes servicios turísticos dentro de sus instalaciones para visitantes locales y extranjeros y la comunidad que está operando dichos servicios es la comunidad de Parcoloma.

¹¹ El Restaurante Mama Kinua se encuentra ubicado en las calles General Torres y Presidente Córdova, junto al centro artesanal municipal “Casa de la mujer”. En este lugar se reciben los contactos para aquellos visitantes que desean conocer el emprendimiento de turismo comunitario Kushiwaira.

¹² La quesería Ñucanchik Kawsay se encuentra ubicada en la comunidad de Chilcatotoras, y es donde diariamente se acopia la leche que se produce en la zona con el fin de tener la materia prima que sirve para la elaboración de quesos de distintos tipos.

Imagen No. 5



Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: Festividad del taita carnaval - Kushiwaira

Fecha: 15 de febrero de 2010.

Con el propósito de continuar desarrollando este emprendimiento turístico desde el 19 de marzo de 2010 se registra legalmente la Directiva del Centro Turístico “Kushiwayra – Vientos de Suerte”, y al mismo tiempo se aprueban sus estatutos internos, mediante Registro Oficial No. 144 del 14 de noviembre de 2005 ante el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, CODENPE¹³. A continuación se muestra la matriz de Kushiwaira.

¹³ El CODENPE es una institución pública, con representación directa de las Nacionalidades y Pueblos indígenas del Ecuador, a través del Consejo Nacional, integrado por 32 representantes de las nacionalidades Awa, Chachi, Epera, Tsáchila, Siona, Secoya, Zápara, Shiwiar Andoa, Waorani, Shuar, Achuar y Kichwa. Dentro de la nacionalidad Kichwa se cuenta con los representantes de los pueblos: Pasto, Natabuela, Karanki, Otavalo, Kayambi, Kitu Kara, Panzaleo, Salasaca, Tomabela, Chibuleo, Quisapincha, Puruhá, Kañari, Saraguro, Paltas, kichwas de la Amazonía (norte y sur) y los pueblos originarios Manta y Wankavilka.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Cuadro No. 13

Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas de Kushiwaira

Área temática	Potencialidades	Limitaciones	Problemas o necesidades
<p><u>Manejo de la Actividad turística bajo la tipología de Turismo Comunitario</u></p>	<p>Conservación de su Patrimonio cultural y natural Constituido bajo un marco legal (CODENPE, MINTUR). Colaboración y organización de la comunidad.</p>	<p>Aún no se encuentra delimitado su mercado potencial y su mercado meta. Falta de un Plan de Marketing especializado. Falta de acceso a medios publicitarios. Ingresos limitados insuficientes.</p>	<p>N: Requerimiento de una demanda constante de visitas. N: Capital de trabajo para cubrir costos de publicidad y medios complementarios. N: Renovar imagen de marca.</p>
<p><u>Sistema físico natural</u></p> <p>Espacio Físico</p> <p>Cuidado Ambiental</p>	<p>Optimización en su totalidad del espacio físico para el desarrollo de actividades turísticas. Área natural conservada no intervenida con acciones perjudiciales (deforestación, mineras, etc.)</p>	<p>Terreno limitado para aumentar más actividades para los visitantes. La gente de la comunidad no aplica por falta de conocimiento acciones de buenas prácticas dentro del manejo del turismo.</p>	<p>N: Tener más actividades ya que con las que se cuenta son limitadas y repetitivas. N: Implementación de adiestramiento y capacitación en el tema de buenas prácticas para el manejo de su emprendimiento.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p>Riqueza Natural</p>	<p>Amplia variedad de plantas endémicas medicinales y ornamentales.</p>	<p>La comunidad no posee parcelas para cultivar este tipo de plantas en serie con fines turísticos y educativos.</p>	<p>P: No se puede inducir a la comunidad a erosionar el terreno, pero se puede lograr que la gente preserve sus recursos naturales con fines turísticos.</p>
<p><u>Demografía y Mercado de trabajo</u> Involucramiento y apoyo de la comunidad</p> <p>Comunidad capacitada en manejo del turismo</p> <p>Visitantes con disponibilidad a pagar</p>	<p>Compromiso de la gente de apoyar dentro de cada actividad turística ofertada, tanto en adultos como de niños y jóvenes.</p> <p>Se cuenta con un guía nativo calificado.</p> <p>Excursionistas dispuesto a pagar por conocer y vivir una experiencia distinta</p>	<p>Al no considerarse al turismo como la principal actividad económica, las personas se dedican a otras actividades.</p> <p>Falta de seguimiento por parte de instituciones y autoridades.</p> <p>Oferta limitada de actividades adicionales para el visitante (artesanías, cafés, bares, etc.)</p>	<p>P: La actividad turística no se encuentra desarrollada en su totalidad.</p> <p>P: Proyecto no arroja los resultados esperados.</p> <p>N: La localidad no se ve beneficiada a 100 % del turismo.</p> <p>N: Falta de guías nativos capacitados.</p>
<p><u>Infraestructura</u> Vial</p>	<p>Cercanía a la ciudad</p>	<p>Accesibilidad con vías de tercer orden.</p>	<p>P: Falta de mantenimiento vial lo cual limita la afluencia al lugar.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Transporte	Varias líneas de transporte que sirven a la parroquia.	Dichas empresas de transporte no son netamente turísticas.	P: Los turnos a Parcoloma son limitados durante todos los días.
<u>Aspectos Institucionales</u> Actores políticos	Apoyo de entidades públicas en gestión y capacitación (MINTUR, CODENPE, JUNTA PARROQUIAL, ETC)	No existe apoyo continuo y seguimiento dentro de la actividad turística.	P: bajo nivel de coordinación interinstitucional para fortalecer los emprendimientos turísticos en general.

Fuente: Entrevista con el Sr. Alfonso Saquipay.

Autor: Gerardo Alvarracín.

2.2.2 Red de Servicios de Turismo Comunitario de Tarqui – Sumakawsay

En el año 2007 La Cuenca de Gestión para el río Paute, CGPAUTE¹⁴, en un convenio con la Unión Europea, firman un convenio de cooperación denominado el FIL¹⁵ 2 en el cual se destina un rubro de \$ 73,392.00 únicamente para emprendimientos turísticos, pero estos fondos serían otorgados por medio de un concurso. Dicha convocatoria convocó a nueve proyectos de los alrededores de la Parroquia Tarqui pertenecientes a las comunidades de Tañiloma, Santa Teresa, Santa Rosa y el Centro Parroquial, todas ellas organizándose en una agrupación llamada “SUMAK KAWSAY” participando y haciéndose acreedores a dichos fondos(Ver Anexo No. 4).



Los nueve proyectos han sido identificados dentro de la parroquia, por cuanto cada uno de ellos cumplen las características para ser caracterizados como tales.

Dentro de este grupo se encuentran los siguientes:

¹⁴ El Consejo de Gestión de aguas de la Cuenca del Paute, se establece el 9 de noviembre de 2005, mediante registro oficial No. 141. Según el artículo 1, su objeto principal es: formular y ejecutar un conjunto de políticas, normas administrativas, financieras, técnicas y de control, con el objeto de precautelar el eficiente aprovechamiento, conservación de los recursos hídricos y naturales, y el desarrollo sustentable del área geográfica involucrada, es decir las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago.

¹⁵ El Fondo de Iniciativa Local es un fondo económico el cual se entregó por medio del CG Paute a los emprendimientos vinculados al proyecto Sumak Kawsay con el fin de fortalecer el tejido turístico de la Parroquia Tarqui.

2.2.2.1 El Zoo parque Yurak Allpa

“Protegiendo la vida animal”



El zoo parque sin duda hoy en día es el emprendimiento con mayor fuerza y dinamismo. Se encuentra ubicado en la comunidad de Tañiloma muy cerca al Centro parroquial. Este singular emprendimiento nace en 1999 tras el deseo de emprender para crear un paraíso en medio de la naturaleza, con el fin de contrarrestar los efectos del calentamiento global, para de esta forma concientizar a las personas en general la importancia de mantener vivas la mayor cantidad de especies y no alterar aún más la vida sobre el planeta.

Aquella fue la idea con la que originalmente se creó dicho centro en el año 1999.

Para el Sr. Alberto Vele, propietario del zoológico “YURAK ALLPA”, ser un emprendedor radica en tener una ambición sana por el cuidado de los animales que se encuentran en peligro de extinguirse y por el amor de conservar lo que aún queda de la naturaleza tanto en su estado vegetal como animal.

Imagen No. 6



Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: Venado, Zoológico “Yurak Allpa”

Fecha: 16 de marzo de 2010.

Yurak Allpa, tras diez años desde su creación, ha tenido que sortear grandes dificultades entre ellos la oposición de las comunidades aledañas, trabas en el otorgamiento de permisos de funcionamiento, falta de recursos para una efectiva promoción y difusión turística, entre otros aspectos.

Tras todo ello en la actualidad el zoo parque se ha convertido en un emprendimiento que ha madurado dentro del manejo de especies endémicas y otras exóticas con fines netamente turísticos y de conservación; pero también ha madurado en el aspecto de negocio llegando a poseer una ventaja competitiva en el sentido de manejar *habilidades* en la forma de tomar decisiones y en el proceso de administrar de manera eficiente sus recursos, a pesar de no contar con conocimientos en esta área, sin duda es el emprendimiento turístico más desarrollado y uno de los pocos que ha logrado mantenerse en el transcurso del tiempo.

Yurak Allpa como emprendimiento turístico proporciona trabajo a 15 personas distribuidas entre guías, personal de mantenimiento, personal para el área de restaurante, entre otros. De esta manera ayuda a mejorar la calidad de vida de más de 10 familias de la comunidad de Tañiloma donde se encuentra ubicado.

En base a la investigación realizada en la actualidad el zoo parque se encuentra superando su punto de equilibrio por el índice de visitantes que recibe semanalmente, las mismas que van en un promedio de 150 niños y 150 adultos. Cabe recalcar que la inversión en dicho emprendimiento bordea los \$ 400 000¹⁶.

Los costos de visita al refugio son de \$ 2 para adultos y \$ 1 para niños, además de tener la posibilidad de visitar la variedad de animales dentro del zoológico los visitantes pueden visitar el restaurante para degustar de la comida típica de la localidad como el tradicional caldo de gallina, locro de papas, cuyes asados y menús variados de fin de semana que van desde los \$ 4,50 por persona.

Los horarios para visitar este sitio son: para el restaurante de lunes a viernes únicamente con reservaciones, mientras que los fines de semana está abierto todo el día. Igualmente para la visita al zoológico únicamente los fines de semana por cuanto así se evita que los animales se estresen con la aglomeración de visitantes.

¹⁶ Estos datos fueron dados por el propietario del zoo parque durante la entrevista realizada dentro de su emprendimiento. El día 16 de marzo de 2010.

Cuadro No. 13

Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas del Zoo Parque Yurak Allpa

Área temática	Potencialidades	Limitaciones	Problemas o necesidades
<p><u>Manejo de la Actividad turística bajo el criterio de conservación de especies en peligro de extinción</u></p>	<p>Conocimiento para cuidar y tratar a cada especie animal dentro del refugio (dietas, espacios, reproducción, etc.)</p> <p>Respuesta positiva de parte de los visitantes quienes ven oportuna la acción ejercida por su dueño.</p> <p>Emprendimiento turístico con capacidad de generar auto sustentabilidad en el tiempo.</p> <p>Capacidad de auto gestión para poder llegar a medios publicitarios como prensa, radio y televisión.</p>	<p>Oposición de la gente de la localidad ante el normal desarrollo de este emprendimiento.</p> <p>No existe ningún tipo de compromiso de parte de ninguna autoridad de turismo o de medio ambiente.</p> <p>La población aún no ve como importante el tema de conservación de especies animales endémicas.</p>	<p>N: No se cuenta aún con un estudio de capacidad de carga.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Sistema físico natural</u></p> <p>Espacio físico para refugio de animales y prestación de servicios adicionales para visitantes</p>	<p>Espacio físico óptimo para que cada especie pueda ambientarse.</p> <p>Senderos turísticos construidos con materiales de la zona, amplios para hacer más cómoda la visita de los turistas y visitantes.</p> <p>Clima favorable para la mayoría de las especies con el fin de favorecer su permanencia en el refugio.</p>	<p>Variaciones sorprendidas en el clima que de pronto pueda afectar a alguna especie albergada. Y al mismo tiempo que pueda repercutir dentro del índice de visitas al lugar.</p>	
<p><u>Demografía y Mercado de trabajo</u></p> <p>Capacidad de abarcar a todo tipo de segmento.</p>	<p>Amplio mercado potencial para poder ofertar visitas guiadas, servicios de alimentación y descanso.</p> <p>La gente acude a visitar mas por recomendaciones y por efectos de la publicidad manejada.</p>	<p>Aún no se ha delimitado el mercado meta al cual se desea específicamente llegar.</p>	<p>P: Se carece de un plan de marketing.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Infraestructura</u> Del emprendimiento</p>	<p>Se prevé una ampliación del área física con el fin de aumentar la oferta turística y poder albergar más especies.</p>	<p>Oposición de vecinos y colindantes, quienes consideran desfavorable dicha idea.</p>	<p>N: Apoyo de entidades afines con fines de capacitación y manejo responsable de recursos turísticos.</p>
<p><u>Aspectos Institucionales</u> Fondo de Iniciativa Local (CG Paute – U E)</p>	<p>Contar con un capital semilla para poder iniciar esta fructífera idea de negocio dentro del campo del turismo.</p>	<p>Falta de asesoramiento técnico para cada idea de negocio generada. Falta de técnicos en turismo.</p>	<p>P: Falta de gestión de autoridades locales en el apoyo a proyectos dentro de la línea turística con el fin de que cada emprendimiento surja y no decaiga.</p>

Fuente: Entrevista con el Sr. Alberto Vele.

Autor: Gerardo Alvarracín.

2.2.2.2 Terraventura

“La energía de tu alma”



En el año 1994 la hacienda perteneciente a la Familia Peña pasa a manos del Ingeniero Luis A. Peña como herencia, en aquel entonces lo que allí se producía era trigo y frejol en grandes cantidades, como una hacienda netamente agrícola.

Para el año 2002 el Consejo Provincial del Azuay hoy llamado Gobierno Provincial ingresa sin ningún tipo de permiso a extraer lastre durante casi seis años, el Ing. Peña a su regreso del Oriente Ecuatoriano por motivos de trabajo se encuentra que una buena parte de su herencia había sido destruida de manera implacable y realiza las gestiones respectivas para que tanto las maquinas como los obreros de dicha entidad pública se retiren.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Imagen No. 7



Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: Jardines "Terra Ventura"

Fecha: 17 de marzo de 2010

Es en este tiempo donde se origina la idea de crear un lugar netamente turístico para uso y disfrute de visitantes de la localidad y de la ciudad. Terraventura como se lo llamo paso a formar parte de la red Sumak Kawsay y también beneficiario de los fondos del proyecto antes mencionado.

De esta manera y con parte de los fondos obtenidos su propietario el ingeniero Luis Peña decide reactivar el terreno dándole un nuevo tipo de uso y creando uno de los más grandes emprendimientos (en extensión) denominado "TERRA VENTURA" el mismo que se comenzó a idear desde el año 2006 un año antes de recibir este rubro.

La reactivación de su parte física ha conllevado mucho esfuerzo por cuanto en buena parte su estructura vegetal fue destruida, sin embargo poco a poco se le ha ido dando forma a la mayor parte del mismo dotándole de su flora y fauna endémica y tratando de rescatar ciertos lugares en donde el daño fue excesivo.

En la actualidad se tiene un complejo recreacional en donde se pueden revivir momentos pasados practicando juegos de antaño como las canicas, las escondidas, corriendo en coches de madera, etc. Además a todo ello se suman cabalgatas, caminatas hacia las partes altas, sesiones de liderazgo, un restaurante con características totalmente rudimentarias un pequeño centro para eventos y recepciones, un lago y botes para remar y demás atractivos propios de la zona que enriquecen dicho emprendimiento.

El nivel de ocupación es muy bajo, por lo regular por semana se reciben hasta 40 visitantes lo cual no ayuda a cubrir los gastos administrativos y operativos que demanda el mantener un negocio como este.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Cuadro No. 15

Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas de Terraventura

Área temática	Potencialidades	Limitaciones	Problemas o necesidades
<p><u>Manejo de la Actividad turística bajo el criterio de un centro turístico</u></p>	<p>Emprendimiento turístico cercano a la ciudad, lo cual posibilita visitar un entorno totalmente natural.</p> <p>Varias opciones para revivir tradiciones y juegos de antaño; además de experimentar vivencias únicas por medio de las sesiones de liderazgo.</p> <p>Variada oferta turística con el propósito de conocer más a cerca de la variedad de plantas medicinales.</p> <p>Oferta gastronómica con comida típica y nacional.</p>	<p>El principal limitante de este emprendimiento turístico es la falta de afluencia de turistas por cuanto aquello limita la capacidad para poder publicitarse y manejar un plan de marketing que le ayude a mejorar sus estrategias para posicionarse en el mercado local y aspirar a nuevos mercados.</p>	<p>P: El problema de Terraventura es la falta de un plan de negocios. La idea de negocio surgió sin un previo análisis y tras los años que han pasado aún se notan ciertas falencias lo cual no le permite captar una cuota de mercado.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Sistema físico natural</u></p> <p>Extensión física del emprendimiento turístico</p> <p>Clima</p>	<p>Más de 3 has. Previamente preparadas y destinadas a cada actividad participativa para el manejo de turismo de grupos. Posibilidad para el visitante de decidir qué tipo de actividad realizar.</p> <p>El emprendimiento se encuentra situado en un valle muy singular lo cual provee un micro clima muy especial para el visitante.</p>	<p>Se pretende implementar más cabañas y lugares para el desarrollo de actividades, pero el limitante es el factor económico.</p> <p>La gente tiene una mala concepción de que la Parroquia Tarqui es todo el tiempo frío.</p>	<p>P: En ciertas épocas del año la estación de verano se extiende más del tiempo normal, lo cual provoca sequía del lago, lo cual disminuye un servicio dentro del emprendimiento.</p>
<p><u>Demografía y Mercado de trabajo</u></p> <p>Definición de Mercado meta</p>	<p>Las personas hoy en día se interesan por visitar lugares fuera de la ciudad en calidad de excursionistas.</p>	<p>Problemas de información para que la gente sepa a cerca de este emprendimiento turístico.</p>	<p>P: Escasas capacidades operativas con el fin de promover de mejor forma y realzar la imagen de este emprendimiento turístico.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Aspectos Institucionales</u></p> <p>Fondo de Iniciativa Local (CG Paute – U E)</p>	<p>Contar con un capital semilla para poder iniciar esta fructífera idea de negocio dentro del campo del turismo.</p>	<p>Falta de asesoramiento técnico para cada idea de negocio generada.</p> <p>Falta de técnicos en turismo.</p>	<p>P: Falta de gestión de autoridades locales en el apoyo a proyectos dentro de la línea turística con el fin de que cada emprendimiento surja y no decaiga.</p> <p>P: Desarticulación de los distintos emprendimientos turísticos dentro de la parroquia.</p> <p>P: Limitadas capacidades gerenciales que ayuden a forjar el desarrollo de cada idea de negocio en torno al turismo.</p>
--	---	--	---

Fuente: Entrevista con el Ing. Luis Alberto Peña.

Autor: Gerardo Alvarracín.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

2.2.2.3 Centro de información turística INTUR

“Internet y turismo”



El centro de información de turismo dentro del conjunto de emprendimientos generados dentro de la parroquia Tarqui nace con el fin de dotar a la parroquia una alternativa para que los visitantes que llegan hacia el sector puedan dirigirse y conocer los distintos atractivos de la localidad, y por sobre todo puedan disfrutar de todos y cada uno de los emprendimientos de la Red Sumak kawsay.

El licenciado Lauro Sigcha como propietario de dicho local sostiene que varias dificultades se han tenido que pasar desde la fecha de su creación. Sin duda uno de los inconvenientes más grandes ha sido el problema de la conectividad para poder ofrecer a la localidad el servicio de internet, ya que ETAPA no cubría en aquel entonces dicho sector con este servicio. Hoy se cuenta con el servicio por medio de la empresa SISTERCEL¹⁷.

En lo referente al tema de proporcionar información turística a visitantes no se lo puede ofrecer a profundidad, es decir con datos detallados y concisos a cerca de cualquier lugar que desee ser visitado, por cuanto no se cuenta con una base de datos actualizada y con una persona capacitada para prestar este tipo de servicio, motivo por el cual este servicio queda limitado dentro de dicho centro.

¹⁷ SISTERCEL, es una empresa que presta servicios de telecomunicaciones e informática en toda la parte sur de la provincia del Azuay, y es en la actualidad la proveedora del servicio de internet para el centro de información turística, INTUR en la parroquia Tarqui.

Imagen No. 8



Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: Local INTUR, Centro Parroquial.

Fecha: 29 de mayo de 2010

Lo que se oferta son servicios de internet y de llamadas locales, nacionales e internacionales que son requeridos por la gente de la localidad y visitantes que estén de paso por el centro parroquial.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Cuadro No. 16

Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas del Centro de Información turística - INTUR

Área temática	Potencialidades	Limitaciones	Problemas o necesidades
<p><u>Centro de información turística para el visitante y prestación de servicios complementarios (internet y cabinas telefónicas)</u></p>	<p>Ser el único centro que ofrece servicios de atención al visitante y excursionista que desea visitar la parroquia Tarqui.</p> <p>Único centro donde se provee servicios de internet.</p> <p>Espacio para coordinar y socializar acciones para cada uno de los emprendimientos turísticos de la localidad.</p> <p>El Lcdo. Sigcha en calidad de vocal de la Junta Parroquial sirve de vínculo para hacer conocer problemas y necesidades.</p>	<p>Dicho centro no cuenta con un técnico o una persona con capacidad para ofrecer información oportuna y veraz al visitante.</p> <p>Se requiere una inyección de capital para que cada uno de los servicios sean ofertados de manera más eficaz al turista.</p>	<p>N: Se necesita capacitar o requerir de los servicios de una persona que pueda guiar a los visitantes para que conozcan los diferentes emprendimientos turísticos de la zona.</p> <p>P: El propietario no vive en Tarqui y eso dificulta ciertos requerimientos tanto de visitantes como clientes locales.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Sistema físico natural</u></p> <p>Extensión física del emprendimiento turístico</p>	<p>El emprendimiento en mención posee varios ambientes para la prestación de sus servicios, incluida una sala de sesiones para las reuniones de la red de turismo Sumak Kawsay.</p>	<p>No todos los miembros de la red asisten a las sesiones.</p>	<p>P: Se trabaja individualmente y cada emprendimiento turístico busca hacer lo mejor para su negocio.</p>
<p><u>Demografía y Mercado de trabajo</u></p> <p>Varios segmentos de mercado desatendidos</p>	<p>Se cuenta con los recursos físicos necesarios para dar un buen servicio al turista que necesita servicios de información e informática</p>	<p>No hay una persona con el perfil para coordinar este local</p>	<p>P: El emprendimiento no avanza de acuerdo al objetivo planteado dentro del proyecto.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Aspectos Institucionales</u></p> <p>Fondo de Iniciativa Local (CG Paute – U E)</p>	<p>Contar con un capital semilla para poder iniciar esta fructífera idea de negocio dentro del campo del turismo ofreciendo información necesaria para el turista.</p>	<p>Falta de asesoramiento técnico para cada idea de negocio generada.</p> <p>Falta de técnicos en turismo.</p>	<p>P: Falta de gestión de autoridades locales en el apoyo a proyectos dentro de la línea turística con el fin de que cada emprendimiento surja y no decaiga.</p> <p>P: Desarticulación de los distintos emprendimientos turísticos dentro de la parroquia.</p> <p>P: Limitadas capacidades gerenciales que ayuden a forjar el desarrollo de cada idea de negocio en torno al turismo.</p>
--	--	--	---

Fuente: Entrevista con el Lcdo. Lauro Sigcha.

Autor: Gerardo Alvarracín.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

2.2.2.4 Hospedaje Munay Huasi

“Despierta tus sentidos”



Otra iniciativa de negocio promovida en base al Fondo de Iniciativa Local, FIL, es el centro para hospedaje denominado Munay Huasi, el mismo que se encuentra situado en la comunidad de Santa Teresa y cuyo propietario es el señor Alberto Sigcha.

Según la investigación realizada su propietario comenta que dichos fondos otorgados no cubrieron en su totalidad la demanda para la adquisición de materiales y mano de obra, según menciona utilizó fondos propios para terminar dicho lugar para ofrecer en lo posterior servicio de hospedaje.

Tras no haber una apropiada difusión y publicidad dicho centro quedó en el olvido y sus instalaciones nunca fueron ocupadas más que un par de veces. En la actualidad se pretende que exista una reorganización de cada uno de los emprendimientos turísticos de la parroquia para optimizar los recursos existentes en cada uno de ellos y de esa manera se pueda fortalecer la actividad y el flujo de turista hacia la localidad.

Imagen No. 9



Imagen No.10



Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: Munay Huasi, Santa Teresa.

Fecha: 29 de mayo de 2010

Munay Huasi es un mini departamento, cuenta con dos habitaciones completamente acondicionadas para el descanso del turista, una sala y una cocina en caso de que el turista desee prepararse sus propios alimentos; además en sus instalaciones se pueden realizar actividades adicionales como cosecha de productos orgánicos en su huerto y participar en las actividades ganaderas clásicas del lugar.

En definitiva varias opciones de las cuales puede disfrutar el turista mientras disfruta del contacto con la naturaleza y las tradiciones del lugar.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Cuadro No. 17

Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas del Centro de Alojamiento Munay Wasi

Área temática	Potencialidades	Limitaciones	Problemas o necesidades
<p><u>Manejo de la actividad turística bajo la prestación de servicio de alojamiento.</u></p>	<p>Único emprendimiento dentro de la red de turismo local que ofrece servicio de alojamiento y actividades adicionales.</p> <p>Alojamiento equipado con todos los requerimientos para hacer más confortable y placentero el descanso del turista.</p>	<p>La gente considera que Tarqui es un lugar muy frío por sus características geográficas lo que posiblemente limita que haya personas dispuestas a pernoctar y que utilicen este tipo de servicio turístico.</p>	<p>P: El mayor problema sin duda es la falta de promoción y publicidad.</p> <p>P: A ello se suma la falta de capacidades para poder operar un establecimiento turístico de este tipo.</p>
<p><u>Sistema físico natural</u></p> <p>Facilidades físicas del lugar</p>	<p>Munay Huasi comprende dos habitaciones, una sala, un comedor, y una cocina técnicamente distribuidos.</p>	<p>Nivel de ocupación del centro de alojamiento nula.</p>	<p>P: El emprendimiento turístico no genera ningún rubro para su propietario.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p style="text-align: center;"><u>Infraestructura</u> Vía de acceso al emprendimiento turístico</p>		<p>No se puede acceder fácilmente ya que no se encuentra señalizado ni posee ningún tipo de referenciación.</p>	<p>P: No posee una vía óptima para llegar al lugar se debe ingresar por un camino vecinal.</p>
<p style="text-align: center;"><u>Aspectos Institucionales</u> Fondo de Iniciativa Local (CG Paute – U E)</p>	<p>Contar con un capital semilla para poder iniciar esta fructífera idea de negocio dentro del campo del turismo ofreciendo información necesaria para el turista.</p>	<p>Falta de asesoramiento técnico para cada idea de negocio generada. Falta de técnicos en turismo.</p>	<p>P: Falta de gestión de autoridades locales en el apoyo a proyectos dentro de la línea turística con el fin de que cada emprendimiento surja y no decaiga. P: Desarticulación de los distintos emprendimientos turísticos dentro de la parroquia. P: Limitadas capacidades gerenciales que ayuden a forjar el desarrollo de cada idea de negocio en torno al turismo.</p>

Fuente: Entrevista con el Sr. Alberto Sigcha.

Autor: Gerardo Alvarracín.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

2.2.2.5 Jardín Etnobotánico Allpamama

“Naturaleza espiritual”



En la comunidad de Santa Rosa se encuentra el Jardín etnobotánico Allpamama cuyo emprendedor es el Biólogo Saúl Duchitanga quien en base a su perfil profesional acondicionó gran parte de sus terrenos aledaños a su domicilio con huertos de plantas medicinales con el propósito inicial de educar a la población local y constituirse como un referente en el manejo del ecoturismo.

Adicionalmente se ejecutó en dicho lugar un sendero turístico al cual se lo denominó “la ruta de las flores” en la cual el visitante tenía la oportunidad de observar varias clases de flores típicas de la serranía ecuatoriana.

A finales del año 2007 el Ministerio de Turismo por medio de su regional austro apoyo dicho emprendimiento con capacitaciones en temas de administración, promoción y marketing con el fin de reforzar la consecución del emprendimiento turístico en mención.

Imagen No. 11



Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: Allpamama Jardín etnobotánico, Santa Rosa.

Fecha: 29 de mayo de 2010

Más tarde el proyecto de turismo comunitario, TURCOM¹⁸, llevado a cabo por la Universidad de Cuenca puso énfasis en este emprendimiento turístico y proporcionó asistencia en la creación de paquetes turísticos y manejo de la parte publicitaria para tratar de agrupar a toda la red Sumak Kawsay esfuerzo que fue en vano por cuanto no se logró articular a toda la red dentro de un paquete turístico como se lo había pensado.

Actualmente el jardín etnobotánico ha decrecido significativamente en su producción de plantas medicinales y ornamentales por motivos de tiempo y dinero. Se pretende crear en un mediano plazo cabañas y baños de cajón para reactivar de alguna manera la oferta turística dentro de este lugar.

¹⁸ El TURCOM es un Programa de Fortalecimiento a Propuestas de Turismo Rural Comunitario, firmado entre la Universidad de Cuenca y el Ministerio de Turismo, por medio del cual se busca dar impulso al fortalecimiento y desarrollo local desde la actividad turística en cinco comunidades de la provincia del Azuay. Tales proyectos pertenecen a las siguientes comunidades: Parroquia Shagilly, San Pedro de Yumate, Parroquia principal, Comunidad de Zhagal y la Parroquia Jima.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Cuadro No. 18

Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas del Jardín Etnobotánico Allpamama

Área temática	Potencialidades	Limitaciones	Problemas o necesidades
<p><u>Manejo de la actividad turística bajo la tipología de ecoturismo y educación ambiental.</u></p>	<p>Posee una gran ventaja competitiva con respecto al resto de emprendimientos turísticos al estar manejado por una persona que tiene conocimientos en dicha área.</p>	<p>La principal limitación es que el emprendedor no puede dedicar tiempo a su negocio por cuanto mantiene otras actividades profesionales fuera de la ciudad.</p>	<p>P: Esta cerrado al público. P: No existe una articulación entre todos los emprendimientos y al no estar bien posesionados tienden a debilitarse y en otros casos a desaparecer.</p>
<p><u>Sistema físico natural</u> Clima</p>	<p>Se sitúa en un valle el cual proporciona un micro clima ideal para actividades campestres, interpretación ambiental y disfrute del paisaje.</p>	<p>A dicho valle se le atribuyen actividades ganaderas propias de la zona y no actividades turísticas como en un momento se propuso.</p>	<p>P: Falta de aprovechamiento del potencial del lugar con fines netamente turísticos.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Demografía y Mercado de trabajo</u></p> <p>Varios mercados insatisfechos</p>	<p>Se puede ofertar este producto turístico a estudiantes, profesionales, segmento de turismo científico, etc.</p>	<p>Implementación de una gama de plantas y flores que motiven la realización de visitas.</p>	<p>N: Se requiere un manual de interpretación para cada segmento de mercado que decida visitar el lugar.</p>
<p><u>Infraestructura</u></p> <p>Vía de acceso al emprendimiento turístico</p>	<p>Se sitúa a tan solo 3 minutos de la vía principal, con una vía que facilita el rápido acceso al lugar.</p>	<p>No posee ningún tipo de señalización, ya que el emprendimiento no queda cercano a la vía principal.</p>	<p>P: Se necesita capital para reactivar nuevamente el emprendimiento en la comunidad de Santa Rosa.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Aspectos Institucionales</u></p> <p>Fondo de Iniciativa Local (CG Paute – U E)</p>	<p>Contar con un capital semilla para poder iniciar esta fructífera idea de negocio dentro del campo del turismo ofreciendo información necesaria para el turista.</p>	<p>Falta de asesoramiento técnico para cada idea de negocio generada.</p> <p>Falta de técnicos en turismo.</p>	<p>P: Falta de gestión de autoridades locales en el apoyo a proyectos dentro de la línea turística con el fin de que cada emprendimiento surja y no decaiga.</p> <p>P: Desarticulación de los distintos emprendimientos turísticos dentro de la parroquia.</p> <p>P: Limitadas capacidades gerenciales que ayuden a forjar el desarrollo de cada idea de negocio en torno al turismo.</p>
--	--	--	---

Fuente: Entrevista con el Biólogo Saúl Duchitanga.

Autor: Gerardo Alvarracín.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

2.2.2.6 Transporte turístico comunitario Chasky

“Rapidez y Seguridad”



Al inicio de la red de turismo comunitario de la parroquia Tarqui se pensó en complementar la oferta turística con un medio de transporte que facilite el itinerario de visitas de los turistas que estuviesen dispuestos a conocer cada uno de los emprendimientos turísticos.

De esta manera se creó el emprendimiento denominado Chasky. Parte de los fondos gestionados sirvieron entonces para financiar la compra de una buseta y cuyo propietario fue el señor Manuel Aguilar quien sería el encargado de transportar a visitantes y servir como medio de transporte para la gente de la localidad.

Tras la entrevista realizada al señor Aguilar supo manifestar que dicho automotor fue vendido ya que la afluencia de turistas no compensaba el mantener dicha unidad de transporte, motivo por el cual tras la venta de la furgoneta se adquirió una camioneta y la imagen de la empresa de transporte turístico comunitario Chasky desapareció completamente.

En el año 2008 se formó una nueva empresa de transporte denominada “**Llanura Trans**”, bajo otras características y necesidades apartando por completo el objetivo que se propuso desde un principio.

En definitiva Tarqui en este sentido ha perdido cierta identidad dentro del manejo de un turismo asociado, ciertos emprendedores o bien han cambiado de actividad o le han dado un tono diferente a sus emprendimientos personales como en este caso.

Imagen No.12



Fuente: Archivo Sumak Kawsay

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: Furgoneta para transporte turístico y comunitario.

Fecha: 5 de Junio de 2010

2.2.2.7 Centro Cultural Kawsay Yachay

“Vida y saber ancestral”

Imagen No. 13



Fuente: Propia.

Autor: Gerardo Alvarracín

Descripción: Predio del Centro Cultural Kawsay Yachay.

Fecha: 5 de Junio de 2010

El Centro cultural Kawsay Yachay nace como una propuesta dentro del área de la cultura en el año 2006, con el objetivo específico de mantener las tradiciones y culturas vivas dentro de la parroquia y no dejar que estas se pierdan con el fenómeno de la globalización y de la migración. Su propietario el licenciado Gustavo Quezada en su afán de preservar la cultura adquirió poco a poco objetos antiguos propios del sector como planchas a carbón, objetos de barro, utensilios de cocina, equipos de cabalgatas, textiles, entre otros elementos con el fin de mostrar la verdadera identidad de la parroquia a través de sus vivencias y costumbres propias.

Su adhesión al proyecto Sumak Kawsay le ha significado un apoyo para poder mantener su idea de negocio, e intervenir en el área del turismo dotando a su centro cultural con servicios adicionales como:

- Servicio de hospedaje.
- Servicio de restaurante.
- Apoyo en eventos culturales.
- Museo etnográfico.
- Biblioteca.
- Servicio de internet.

La afluencia de turistas no ha sido la esperada por cuanto la mayoría de todos los servicios se encuentran en desuso, su propietario indica que el problema radica en la falta de articulación del resto de emprendimientos y que no existe una cohesión entre los mismos. Atribuye el problema también a que pese a los constantes esfuerzos realizados a nivel personal casi poco o nada se ha logrado.

La mayor parte de visitantes que llegan hasta Tarqui no saben de la existencia de este tipo de lugares que ayudan a fortalecer el tejido turístico y que pueden servir como una vitrina para mostrar una realidad desconocida del sector.

Uno de los mayores logros fue implementar un periódico local llamado “Sembrando”, en el cual se exponían noticias a cerca de eventos culturales, invitaciones a festividades e informe de labores de las entidades políticas locales. Este ejemplar informativo no salía al mercado frecuentemente debido por sobre todo a falta de recursos y se lo editaba cada dos o tres meses.

Según Gustavo Quezada considera que, de mantenerse este instrumento hasta la actualidad sería una herramienta eficaz para difundir cada uno de los emprendimientos turísticos locales y fuera un canal de distribución propio para publicitarse y promocionarse.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Cuadro No. 19

Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas del Centro Cultural Kawsay Yachay

Área temática	Potencialidades	Limitaciones	Problemas o necesidades
<p><u>Manejo de la actividad turística bajo la tipología de museo etnográfico y prestación de servicios adicionales.</u></p>	<p>Ser el único museo (stand by) en el que se conjuga el arte, la cultura y la cotidianidad de la parroquia.</p> <p>Espacio para que el visitante se hospede mientras disfruta de un entorno con carácter histórico.</p> <p>Centro de apoyo a manifestaciones culturales propias con el fin de rescatar el legado histórico y difundirlo a través del turismo.</p>	<p>La gente conoce poco o nada de la existencia de este emprendimiento turístico.</p> <p>Falta de compromiso de las autoridades locales para apoyar a revalorizar la cultura como medio un instrumento a ser ofertado por medio del turismo.</p>	<p>P: En Tarqui no existe ningún otro centro que de apertura a las iniciativas culturales.</p> <p>P: La pérdida de valores altera el manejo del turismo local comunitario en cada emprendimiento turístico.</p> <p>P: Los emprendimientos no mantienen una imagen de grupo lo cual dificulta articular cada actividad en beneficio del turista.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Sistema físico natural</u></p> <p>Ubicación geográfica</p>	<p>Ubicación estratégica para poder ofrecer al excursionista o turista sus servicios individualmente o en conjunto.</p>	<p>A pesar de situarse en el centro parroquial hace falta señalización o algún tipo de referenciación.</p>	<p>N: Se siente la necesidad de una publicidad organizada entre todos los servicios de turismo locales.</p>
--	---	--	---

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Demografía y Mercado de trabajo</u></p> <p>Mercados desatendidos (intercambios culturales)</p>	<p>Sitio propicio para realizar intercambios culturales y promover el desarrollo de la cultura con visitantes nacionales y extranjeros.</p>	<p>No existe un ente coordinador de acciones culturales y en temas de turismo.</p>	<p>N: Apoyo comprometido de instituciones locales y regionales que promuevan la interacción de actores locales y visitantes extranjeros.</p> <p>N: Mejores condiciones de crecimiento para todos los emprendimientos turísticos locales.</p>
<p><u>Infraestructura Comunicaciones</u></p>	<p>Se cuenta con servicios de internet para ampliar contactos y vínculos con visitantes.</p>	<p>Falta de políticas referentes al acceso a nuevas tecnologías.</p>	<p>P: Limitada organización por parte de esta área.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Aspectos Institucionales</u></p> <p>Fondo de Iniciativa Local (CG Paute – U E)</p>	<p>Contar con un capital semilla para poder iniciar esta fructífera idea de negocio dentro del campo del turismo ofreciendo información necesaria para el turista.</p>	<p>Falta de asesoramiento técnico para cada idea de negocio generada.</p> <p>Falta de técnicos en turismo.</p>	<p>P: Falta de gestión de autoridades locales en el apoyo a proyectos dentro de la línea turística con el fin de que cada emprendimiento surja y no decaiga.</p> <p>P: Desarticulación de los distintos emprendimientos turísticos dentro de la parroquia.</p> <p>P: Limitadas capacidades gerenciales que ayuden a forjar el desarrollo de cada idea de negocio en torno al turismo.</p>
--	--	--	---

Fuente: Entrevista con el Lcdo. Gustavo Quezada.

Autor: Gerardo Alvarracín.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

2.2.2.8 Centro artesanal Kamay

“Arte y estilo andino”



El Centro artesanal Kamay se encuentra ubicado al ingreso de la Parroquia Tarqui y su principal actividad radica en la producción en serie de adornos decorativos (casitas de madera), las mismas que se las fabrica en su totalidad a mano bajo pedido y modelo requerido.

En la actualidad su propietario el señor Braulio Pulla manifiesta que se mantiene un promedio de producción variable, es decir de acuerdo a los pedidos que se tenga. Sus principales mercados de venta son los Estados Unidos de Norteamérica y Europa; nos comento adicionalmente que él no es la persona que exporta directamente si no lo hace por medio de un proceso de intermediación con unas personas del Perú que se dedican completamente a esta actividad; comenta además que sus artesanías mas se venden en los destinos indicados y muy poco a nivel local siendo sus clientes locales sobre todo los locales de artesanías de la ciudad de Cuenca.

Su propósito es ampliar su emprendimiento con el fin de no solo tener un taller artesanal sino también un lugar en donde las personas puedan admirar más de cerca en qué consiste su actividad.

Dentro de la entrevista realizada el señor Pulla comentó la importancia de que Tarqui sea considerado un lugar turístico por que según considera la parroquia posee todos los requerimientos para atender de mejor forma al turista. Nos indicó que se encuentra en proceso de reactivación la conocida Ruta del Civismo, la misma que servirá como un referente impulsor de la actividad turística para la localidad, para ello acota la importancia de que cada emprendimiento turístico converja para formar un solo producto que pueda ser ofertado al turista que busca un turismo vivencial de calidad.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Cuadro No. 20

Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas del Centro Artesanal Kamay

Área temática	Potencialidades	Limitaciones	Problemas o necesidades
<p><u>Manejo de la actividad turística bajo la tipología de un Centro para la venta y comercialización de Artesanías</u></p>	<p>Producción en serie de elementos decorativos con gran valor en mercados internacionales. Sus productos son exportados a Estados Unidos y Europa. Capacidad de aumentar su producción por sus constantes pedidos.</p>	<p>No se cuenta con ningún tipo de maquinaria para acelerar sus procesos de producción. Sus productos deben pasar por un proceso de intermediación para ser vendidos fuera del país ya que su propietario no exporta directamente.</p>	<p>P: Falta de acceso a fuentes de financiamiento para equipar el taller y optimizar tiempo y recursos. P: La población local no valora las artesanías hechas dentro del país.</p>
<p><u>Sistema físico natural</u> Condiciones físicas del taller</p>	<p>El taller se sitúa junto a la vía principal de ingreso a la parroquia.</p>	<p>Espacio físico reducido</p>	<p>P: No cuenta con secciones de producción ya que todo se realiza en el mismo sitio. Y no cuenta con un lugar par exhibición y ventas.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Demografía y Mercado de trabajo</u></p> <p>Piezas con gran valor en mercados internacionales.</p>	<p>Emprendimiento turístico con visión internacional para captar más y nuevos mercados que acepten su producto.</p>	<p>No se maneja el centro artesanal con criterios administrativos y gerenciales.</p>	<p>N: Falta de apoyo de entes gubernamentales que promuevan el proceso de exportación de manera directa.</p>
<p><u>Infraestructura Vial</u></p>	<p>Su ubicación cercana a la Vía Panamericana Sur puede resultar ser un factor importante a la hora de mostrar sus productos a visitantes y excursionistas.</p>	<p>Rechazo de parte de la población local.</p>	<p>P: No se cuenta con los recursos para ampliar un centro de ventas.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Aspectos Institucionales</u></p> <p>Fondo de Iniciativa Local (CG Paute – U E)</p>	<p>Contar con un capital semilla para poder iniciar esta fructífera idea de negocio dentro del campo del turismo ofreciendo información necesaria para el turista.</p>	<p>Falta de asesoramiento técnico para cada idea de negocio generada.</p> <p>Falta de técnicos en turismo.</p>	<p>P: Falta de gestión de autoridades locales en el apoyo a proyectos dentro de la línea turística con el fin de que cada emprendimiento surja y no decaiga.</p> <p>P: Desarticulación de los distintos emprendimientos turísticos dentro de la parroquia.</p> <p>P: Limitadas capacidades gerenciales que ayuden a forjar el desarrollo de cada idea de negocio en torno al turismo.</p>
--	--	--	---

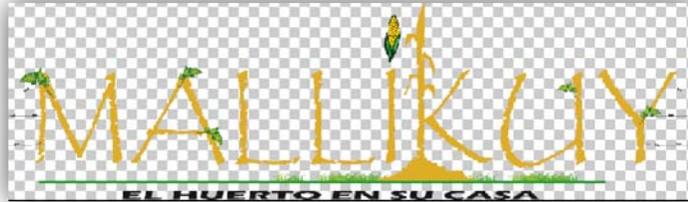
Fuente: Entrevista con el Sr. Braulio Pulla.

Autor: Gerardo Alvarracín.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

2.2.2.9 Acercamiento a la crianza de cuyes Mallikuy

“El huerto en su casa”



La granja y criadero de cuyes Mallikuy es un lugar en donde se explota la producción de cuyes a mediana escala es decir con un promedio de 250 animales menores en proceso de reproducción requeridos sobre todo para la preparación del tradicional plato típico de la localidad como es el Cuy con papas.

Su propietaria la señora Ester Vele considera acertada y propicia la crianza de este tipo de animales ya que es una forma de conservar las raíces culturales al mismo tiempo que mantiene una constante demanda para luego ser disfrutados por propios y extraños. El turismo, considera doña Ester, es una fuente inagotable de recursos siempre y cuando la cultura permanezca perenne en cada actividad que se la realice.

Su criadero de cuyes está abierto no solo para el expendio de estos animales sino también para que los turistas conozcan más de cerca el modo en que se desenvuelven estos curiosos mamíferos y puedan alimentarlos y compartir en un ambiente de campo por unos momentos.

El lugar donde se ubica este centro de crianza es en la comunidad de Tañiloma muy cercano al Zoo Parque Yurak Allpa.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Cuadro No. 21

Matriz de Potencialidades, Limitaciones y Problemas del Centro de Acercamiento a la Crianza de Cuyes

Mallikuy

Área temática	Potencialidades	Limitaciones	Problemas o necesidades
<p><u>Manejo de la actividad turística bajo la tipología de Turismo vivencial a través de la crianza y manejo de animales menores</u></p>	<p>Se mantienen ventas constantes ya que su mercado se encuentra definido completamente.</p> <p>Crianza con alimentos fresco, lo cual implica un producto saludable y apetecible por el mercado demandante.</p> <p>Precios establecidos y considerados por el mercado local.</p>	<p>Desarticulación de emprendimientos turísticos del Proyecto Sumak Kawsay, lo cual provoca un manejo individual de cada emprendimiento debilitándose en gran medida.</p>	<p>P: El turista por lo general le gusta conocer el método de crianza pero no comen el cuy por factores culturales.</p>
<p><u>Sistema físico natural</u></p> <p>Condiciones físicas de la granja</p>	<p>Granja adaptada para la reproducción de este tipo de ejemplares. Y para facilitar la visita de turistas.</p>	<p>Se requiere ampliar el espacio físico para una mayor producción.</p>	<p>P: No se cuenta con más terrenos para la producción de forrajes.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Demografía y Mercado de trabajo</u></p> <p>Atención al mercado local</p>	<p>Ventas constantes lo cual se traduce en ganancias para la emprendedora.</p> <p>Se expenden como sus clientes se los pida.</p>	<p>No se aperturan aún nuevos mercados con el fin de ampliar la producción.</p>	<p>N: No se han considerado nuevos métodos de venta para cuidar la salubridad e higiene, lo cual resulta desagradable al turista.</p>
<p><u>Infraestructura</u></p> <p>Información sobre procesos productivos</p>	<p>Su propietaria ha asistido a varios cursos y capacitaciones para tratar de mejorar su producción y dar una mejor imagen a su emprendimiento.</p>	<p>Falta de incentivos económicos para poner en la práctica lo aprendido.</p>	<p>N: Apoyo de entes asociados a este tipo de producción con la finalidad de mejorar la imagen al público y para los turistas.</p>

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

<p><u>Aspectos Institucionales</u></p> <p>Fondo de Iniciativa Local (CG Paute – U E)</p>	<p>Contar con un capital semilla para poder iniciar esta fructífera idea de negocio dentro del campo del turismo ofreciendo información necesaria para el turista.</p>	<p>Falta de asesoramiento técnico para cada idea de negocio generada.</p> <p>Falta de técnicos en turismo.</p>	<p>P: Falta de gestión de autoridades locales en el apoyo a proyectos dentro de la línea turística con el fin de que cada emprendimiento surja y no decaiga.</p> <p>P: Desarticulación de los distintos emprendimientos turísticos dentro de la parroquia.</p> <p>P: Limitadas capacidades gerenciales que ayuden a forjar el desarrollo de cada idea de negocio en torno al turismo.</p>
--	--	--	---

Fuente: Entrevista con la Sra. Ester Vele, Tañiloma

Autor: Gerardo Alvarracín.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

2.3 Análisis del perfil del emprendedor ecuatoriano

La concepción y manejo de la cultura emprendedora en nuestro país no se ha desarrollado en toda su extensión, por factores como desconocimiento dentro del área del emprendimiento, ya sea por la falta de destrezas al momento de armar un plan de negocios, llevar a cabo un estudio de mercado, temor a arriesgarse y tomar decisiones rápidas, entre otros aspectos. Acciones en definitiva que corroboren a la generación de negocios en base a ideas creativas y que resulten beneficiosas tanto para el emprendedor como para la sociedad que va siempre en busca de productos o servicios nuevos e innovadores dentro de un determinado mercado.

En la actualidad los gobiernos de turno comienzan a abrir un espacio para fortalecer las ideas generadas¹⁹ por las personas con el afán de dejar de aspirar a un salario común y más bien comenzar a administrar y manejar sus propios negocios como parte de mejorar en cierta forma el estilo de vida de aquellas personas a medida que la producción de bienes y servicios a nivel de país sea cada vez mayor y disminuir paulatinamente el nivel de importaciones.

Inicialmente el deseo de emprender se lo puede comenzar a concebir desde el siguiente punto de vista redactado por la unidad de emprendimiento y desarrollo empresarial de la Universidad de Medellín, la cual concibe que:

El emprendimiento es la principal fuente de creación de riqueza y bienestar en la economía moderna. Esta idea es poderosa. Emprendedor es aquel que hace mucho a partir de poco. En medio de dificultades, sin recursos y asumiendo riesgos, es capaz de visualizar y sentir la oportunidad donde otros solo ven caos y, sacando fuerzas de un sitio que nadie más conoce, logra dar vida a un sueño. Ese personaje que arranca su camino sin tener nada, salvo su talento y su visión, es quien le enseña a la humanidad hacia dónde va el mundo, y

¹⁹ El Gobierno Nacional del Ecuador, por intermedio del Ministerio Coordinador de la Producción se encuentra realizando varias convocatorias a nivel nacional entre otras, para personas que posean ideas de negocio en calidad de Emprendimientos Dinámicos (Emprendimientos que generen \$ 100,000 promedio anualmente), los mismos que son cofinanciados a través de un proceso de selección y evaluación desarrollado por la Incubadora OCTANTIS de Chile.

el mundo ya ha aprendido la lección: sin emprendedores, no hay futuro. Más nos vale que tengamos muchos (Unidad de emprendimiento y desarrollo empresarial, 4).

Si bien la generación de una idea productiva puede considerarse el punto de partida para un emprendimiento en cualquier área, habrá que tomar en consideración otros aspectos de igual o mayor relevancia los cuales ayudarán a formar y dar vida de una manera más técnica a la idea en pie.

Por lo tanto los aspectos a considerar son:

- Identificar una oportunidad de negocio.
- Estructurar un equipo de trabajo ganador.
- Buscar asesoría profesional y personalizada.
- Elaborar un plan de negocios.
- Estructurar una red de apoyo.
- Buscar fuentes de financiamiento.

Este tipo de consideraciones en nuestro país la mayor parte de emprendedores las consideran no necesarias y deciden emprender sin conocer qué tipo de resultados encontrarán en el transcurso del desarrollo de su idea de negocio. Es común ver pequeños negocios fracasar ya sea por el empirismo o por la creencia de que ellos solos pueden salir adelante, idea que simplemente es errónea.

El emprendedor sobre todo el nuestro (ecuatoriano), debe asumir responsablemente cada uno de los aspectos o lineamientos sugeridos anteriormente para así evitar pérdidas económicas y con ello disminución de ideas productivas.

Pero aquello no debe considerarse como la mayor dificultad al momento de emprender, será cuestión de ir paso a paso y aunque el proceso resulte tedioso y cansado los resultados contarán por si solos que se trata de un emprendimiento solido y con conocimiento del mercado al cual se ha aspirado.

Según la investigación realizada, datos del Global Entrepreneurship Monitor, GEM²⁰, revelan que en un estudio realizado en nuestro país en 2008, da como resultado que uno de cada seis ecuatorianos pensaba en sacar adelante un emprendimiento o se encontraban llevando adelante uno con menos de tres años y medio en el mercado.

Además el referido estudio fue aplicado a 2.142 personas de edades comprendidas entre 18 y 64 años seleccionados a nivel nacional mediante un muestreo probabilístico por estratos de acuerdo al área de residencia (urbana o rural), edad y sexo.

Como marco muestral se establecieron siete dominios que se determinaron a partir de datos reportados en el último censo de población y vivienda. En resumen de todo este avanzado estudio determinó el siguiente perfil del emprendedor ecuatoriano, el mismo que se detalla a continuación:

²⁰ El Global Entrepreneurship Monitor comenzó en 1997 como una iniciativa de investigación compartida por el Babson College (USA) y London Business School (UK), con 10 países participantes, habiéndose expandido a 43 países en 2008 y convirtiéndose en el principal conocedor sobre Entrepreneurship en el mundo.

Cuadro No. 22

Perfil del Emprendedor Ecuatoriano

Edad:	Entre 25 y 44 años
Nivel de preparación académica:	Educación secundaria completa
Consideraciones personales:	Desea poseer su propio negocio
Aspiraciones:	Espera iniciar un negocio en los próximos tres años y manifiesta plena confianza en sus conocimientos y habilidades para crear y manejar una empresa
Razón por la cual emprende:	Emprende por oportunidad y no por necesidad
Inversión con la que inicia su emprendimiento:	Inicia con \$ 2.500 y espera generar entre uno a cinco puestos de trabajo en los próximos cinco años
Enfoque de mercado:	Primordialmente en el mercado nacional y no usa nuevas tecnologías

Fuente: Revista (Gestión, 72 – 73).

Autor: Gerardo Alvarracín.

En otro documento consultado, Wilson Araque Jaramillo, catedrático de la Universidad Andina Simón Bolívar en el Libro titulado “Perfil del Emprendedor Ecuatoriano”, el mismo que fue fruto de una investigación realizada a 486 empresarios afiliados a las Cámaras de la Pequeña Industria de Pichincha,

Tungurahua, Azuay, Guayas y Manabí en el 2009, resume los siguientes resultados:

El 40% de emprendedores ecuatorianos analizados iniciaron sus empresas entre los 26 y 32 años, seguido de un 31% que corresponde a la edad establecida entre los 17 a 25 años, a ello se adhiere un 25% que pertenece a personas entre 33 a 45 años y un 4% para un segmento comprendido entre los 46 a los 60 años.

En relación a la edad en que inició el emprendimiento, en el caso de nuestra provincia (Azuay), se levanto la información y se tienen los siguientes datos:

Cuadro No. 23

Edad en que se inició un determinado emprendimiento dentro de la Provincia del Azuay

Edad en que inició el emprendimiento	Porcentajes	Provincia
17 a 25	42%	<u>AZUAY</u>
26 a 32	29%	
33 a 45	26%	
46 a 60	3%	

Fuente: Perfil del emprendedor ecuatoriano (Araque, 37 – 40).

Autor: Gerardo Alvarracín.

Y por otra parte el autor manifiesta que **la edad actual del emprendedor a nivel nacional** se sitúa con un porcentaje del 31% en las edades comprendidas entre los 40 a 48 años, seguidos de un 23% que pertenece al segmento de entre los 49 a los 55 años, siendo estos los valores porcentuales más significativos. Es decir en la actualidad estos dos segmentos son los que más activamente deciden emprender en distintos campos, entre ellos el ámbito turístico.

2.4 Análisis del perfil emprendedor tarqueño

Dentro del proceso de investigación y una vez identificados claramente los emprendimientos turísticos, se procedió a evaluar a cada uno de los emprendedores con el fin de diagnosticar su perfil emprendedor, para conocer más de cerca sus puntos fuertes con el fin de que continúen fomentándolos y sus puntos débiles para que sean entrenados y potenciados.

Esta actividad se enmarca como parte del análisis de la actividad turística en la parroquia Tarqui, ya que al saber certeramente que en dicha localidad se genera actividades para atraer turismo, también se deben considerar a quienes manejan estas acciones y cuáles son sus actitudes emprendedoras. Para ello se ha utilizado el documento denominado Guía para emprender, escrita por la Agencia de Desarrollo Local de Murcia España, a través del Proyecto Micro – Murcia. El cual ofrece una autoevaluación a través de **nueve bloques fundamentales** que debe manejar la persona dueña de un negocio para ser considerada o no como un emprendedor. Cabe mencionar que se cita una sola vez la fuente y el autor ya que se trata de los mismos bloques.

Los nueve bloques en los cuales se sustenta el diagnostico son:

- Iniciativa
- Fortaleza ante las dificultades
- Capacidad para asumir riesgos
- Capacidad de toma de decisiones

- Flexibilidad
- Capacidad de aprendizaje
- Organización y planificación del tiempo y del trabajo
- Confianza en sí mismo
- Afán de logro

2.4.1 Desarrollo de los nueve bloques para evaluar el perfil emprendedor del tarqueño.

Con el propósito de conocer más de cerca lo que cada uno de los bloques informativos contiene a continuación se efectúa un desarrollo de los mismos.

Cuadro No. 24

Bloque 1

Iniciativa	1 Casi Nunca	2 A menudo	3 Siempre
En mi trabajo diario realizo mis tareas sin esperar a que me digan lo que tengo que hacer.			
Me pongo metas y propósitos concretos para avanzar en el desempeño de mi trabajo.			
Soy una persona a la que le gusta investigar, preguntar, etc.			
Fuera del trabajo también suelo ser una persona que también toma iniciativas y hago propuestas para emplear el tiempo libre.			
Cuando tomo la iniciativa, me hago responsable del éxito o fracaso de la acción.			
Propongo nuevas acciones o alternativas para alcanzar mis propósitos.			

Fuente: Guía para emprender.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Cuadro No. 25

Bloque 2

Fortaleza ante las dificultades	1 Casi Nunca	2 A menudo	3 Siempre
Insisto en conseguir mis objetivos a pesar de los obstáculos y contratiempos que se presenten.			
Los fracasos los vivo como una experiencia de la que puedo sacar algo positivo y no me desanimo.			
Realizo mis trabajos sin desanimarme.			
Si cometo un error, lo resuelvo y sigo adelante.			
Soy capaz de vencer los obstáculos para lograr lo que quiero.			
Ante una tarea compleja y difícil, puedo desanimarme, pero supero el desanimo y continuo.			

Cuadro No. 26

Bloque 3

Capacidad para asumir riesgos	1 Casi Nunca	2 A menudo	3 Siempre
Solo llevo adelante una idea cuando tiene posibilidades de éxito.			
El riesgo no me asusta, siempre que lo pueda controlar.			
Trato de identificar y calcular los riesgos al iniciar una acción o proyecto nuevo.			
Me gustan los desafíos y no temo equivocarme.			
Si veo que un proyecto es muy arriesgado lo abandono.			
No vacilo en afrontar objetivos desafiantes y en asumir riesgos calculados			

Cuadro No. 27

Bloque 4

Capacidad de toma de decisiones	1 Casi Nunca	2 A menudo	3 Siempre
Ante situaciones que requieren decisiones rápidas, soy práctico y rápido para encontrarlas.			
Me gusta tomar decisiones y asumirlas.			
Para tomar una decisión sopeso bien los “pros” y las “contras” de la misma.			
Me considero una persona emprendedora y capaz de asumir decisiones importantes a pesar de la incertidumbre y las presiones.			
Ante una decisión, siempre elijo lo “más conveniente” y no la que “más me gusta”.			
Cuando surgen problemas, tiendo a encontrar soluciones de inmediato.			

Cuadro No. 28

Bloque 5

Flexibilidad	1 Casi Nunca	2 A menudo	3 Siempre
Soporto bien las situaciones confusas, poco claras o indefinidas.			
Me adapto a situaciones nuevas con facilidad.			
Estoy a gusto con gente que tiene ideas diferentes a las mías.			
Me gusta discutir mis opiniones con otras personas.			
Soy capaz de admitir mis propios errores.			
Se adaptarme rápidamente a los cambios.			

Cuadro No. 29

Bloque 6

Capacidad de aprendizaje	1 Casi Nunca	2 A menudo	3 Siempre
Soy una persona con inquietudes, me gusta aprender cosas nuevas.			
Estoy interesado en todos los aspectos de la gestión de una empresa, aunque algunos parecen algo aburridos o complicados.			
Aprovecho todas las oportunidades de aprender que se me presentan en el día a día.			
Me atraen las ideas muy nuevas.			
Las cosas nuevas que aprendo las relaciono fácilmente con las que ya conozco, lo que me permite tener una visión general mayor.			
Me gusta escuchar a las personas, pienso que de todo el mundo se puede aprender algo.			

Cuadro No. 30

Bloque 7

Organización y planificación del tiempo y del trabajo	1 Casi Nunca	2 A menudo	3 Siempre
Cuando el trabajo se me acumula, soy capaz de establecer un orden según su importancia.			
El desorden me pone nervioso.			
Siempre me resulta fácil encontrar lo que busco.			
Siempre cumplo las fechas límite que me marco en mis tareas.			
Se organizar mis tareas para ganar tiempo.			
Siempre pongo cada cosa en su sitio después de utilizarla.			

Cuadro No. 31

Bloque 8

Confianza en uno mismo	1 Casi Nunca	2 A menudo	3 Siempre
Soy una persona con mucha vitalidad en el desarrollo de mis actividades.			
Me considero una persona eficaz, capaz de asumir desafíos y dominar nuevas tareas.			
Generalmente, siempre tengo confianza en mi mismo.			
Soy capaz de convencer a los demás sobre la viabilidad de mis proyectos.			
Soy una persona tranquila que no teme a las consecuencias de sus decisiones.			
No me resulta difícil de convencer a los demás sobre lo acertado de mis decisiones.			

Cuadro No. 32

Bloque 9

Afán de logro	1 Casi Nunca	2 A menudo	3 Siempre
Conozco cuales son mis principales habilidades y las utilizo para alcanzar lo que me propongo.			
Tengo una motivación muy fuerte para cumplir con mis objetivos y mis propias exigencias.			
Me gusta el triunfo, siempre que lo haya conseguido por mis propios medios.			
Soy capaz de buscar mil razones para conseguir lo que me propongo.			
Soy una persona con una meta clara, conseguir aquello que me propongo.			
Cumplo con todos los compromisos adquiridos.			

2.4.2 Análisis de resultados obtenidos, en base a las evaluaciones realizadas

La evaluación del perfil emprendedor se la realizó a todos los emprendedores activos de la Parroquia Tarqui, con la finalidad de obtener características y conductas de emprendimiento.

Según la metodología realizada el análisis de resultados globales debe enmarcarse en un gráfico en el cual se represente los puntos fuertes y débiles de los emprendedores tarqueños.

El cuestionario consta de 9 bloques de 6 cuestiones cada uno con 3 posibilidades de respuesta, cuyo significado se expresa en las siguientes estimaciones:

- » Casi nunca
- » A menudo
- » Siempre

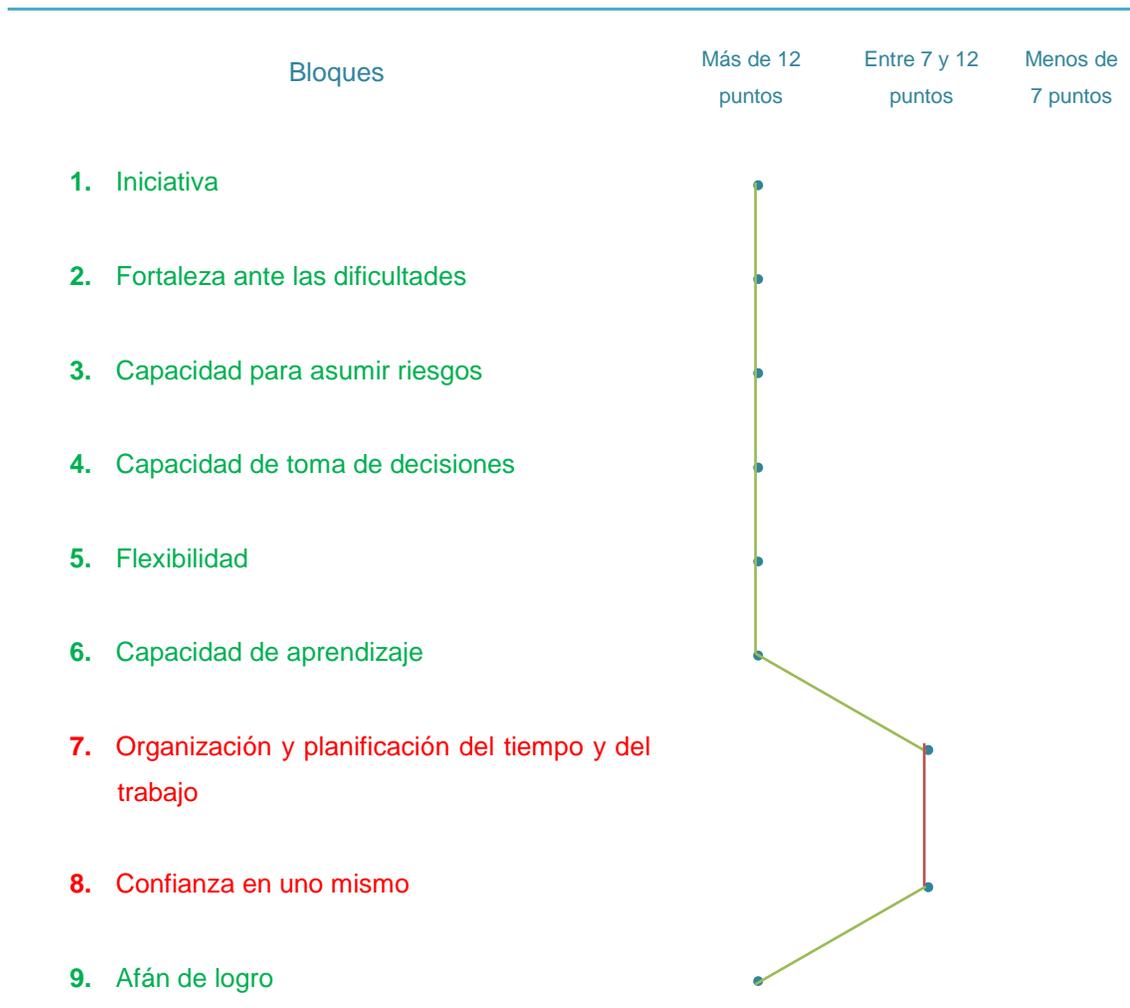
Luego se debe realizar cada cuestión detenidamente y señalar con una X la respuesta con la que esté más de acuerdo el entrevistado. Posteriormente se suma el resultado obtenido en cada bloque y se coloca en el recuadro "Total". Si el resultado es:

- » Más de 12 puntos: constituyen puntos fuertes ó positivos
- » Entre 7 y 12 puntos: constituyen puntos débiles ó negativos
- » Menos de 7 puntos: constituyen puntos urgentes a mejorar

De esta manera y luego de haber realizado las sumatorias respectivas se han logrado identificar los siguientes puntos:

Cuadro No. 33

Análisis de resultados



Fuente: Guía para emprender.

Autor: Gerardo Alvarracín.

De acuerdo a la gráfica anterior se detallan los resultados globales del emprendedor tarqueño utilizando la técnica de la evaluación del emprendedor de la Guía Emprender Murcia-España.

2.4.2.1 Iniciativa

El presente ítem indica la perseverancia que tiene el emprendedor de Tarqui; no es una persona a la cual hay que decirle que tiene o debe hacer, es un ser que por sí solo desarrolla sus labores sin esperar a que nadie le exija. Se caracteriza por ser un constante investigador de las cosas que le interesan dentro de su actividad emprendedora, pero al mismo tiempo responsable de sus actos y acciones llevadas a cabo. Nunca deja de proponer cosas o alternativas con el único fin de mejorar su negocio y que este sea más atractivo al mercado que aspira y de lograr nuevos clientes.

A este bloque se le asigna una calificación positiva.

2.4.2.2 Fortaleza ante las dificultades

Sin duda los objetivos trazados por cada emprendedor en cada negocio constituyen una de las muchas razones por las cuales perseverar, si bien para ello debe pasar obstáculos, contratiempos y complejidades, nunca este ser se desanima y trata de sobre llevar todo aquello, lo resuelve y continua adelante.

A este bloque se le asigna una calificación positiva.

2.4.2.3 Capacidad de asumir riesgos

El riesgo es el factor más importante en el día a día de todos los emprendedores, sin embargo no es algo que los ahuyenta o los aleja de sus deseos y aspiraciones. Si bien el riesgo es algo incalculable, el emprendedor no se encuentra tranquilo hasta estar llevando a cabo una determinada acción en la cual él sabe que obtendrá resultados aceptables.

En la mayoría de los casos el emprendedor de Tarqui no vacila en afrontar objetivos desafiantes y en asumir riesgos no determinados.

A este bloque se le asigna una calificación positiva.

2.4.2.4 Capacidad de toma de decisiones

Si bien cada uno de los emprendimientos turísticos en Tarqui no están siendo administrados por profesionales dentro de dicha área, ante cualquier tipo de eventualidad o situación estas personas asumen con total madurez acciones para mejorar su desempeño de cada uno de sus negocios.

Se consideran emprendedores en gran medida y a pesar de tener ciertas limitaciones y presiones son capaces de manejar su negocio en base a criterios prácticos por una parte y a la experiencia lograda por otra parte. Dicen conocer mucho a su emprendimiento ya que es algo de lo cual disfrutaban y que es su sustento para la mayoría de ellos.

A este bloque se le asigna una calificación positiva.

2.4.2.5 Flexibilidad

Al ser personas del campo tienen ciertas cualidades, entre ellas el saber que fácilmente se adaptan a cosas nuevas, disfrutaban socializando sus ideas con personas inclusive que piensan diferente a ellas, son personas que debaten y siempre llegan a consensos y cuando provocan o crean ciertos errores los reconocen en su totalidad y con entera claridad.

A este bloque se le asigna una calificación positiva.

2.4.2.6 Capacidad de Aprendizaje

Poseen un gran deseo por aprender y conocer cosas nuevas sobre todo en lo referente a los aspectos de gestión de una empresa, piensan que aquello es una buena oportunidad para generar mayor actividad en sus emprendimientos, aprovechan todas las oportunidades que se les presentan como capacitaciones, charlas, reuniones, etc. Además disfrutan de las ideas nuevas e innovadoras de otras personas ya que aquellas ideas y conocimientos les sirven para tener una visión general y no caer en la rutina y la costumbre lo que les puede volver tardíos en su proceso de desarrollo.

A este bloque se le asigna una calificación positiva.

2.4.2.7 Organización del tiempo y del trabajo

Quizá el tiempo no sea el mejor amigo para el emprendedor de Tarqui ya que aún tiene ciertas falencias en organizarse y dar un cierto orden a sus obligaciones. Muchas ocasiones no solo el factor tiempo se encuentra en desorden si no también sus implementos de trabajo ya que de alguna manera el desorden se apodera de dicho sujeto, lo cual lo ponen nervioso y retarda su planificación diaria.

Otro factor importante es la constante divergencia y descoordinación entre sus compañeros emprendedores lo cual dificulta el poder articular toda la actividad turística dentro de la parroquia en un solo paquete turístico. El trabajo organizativo todavía no es su fuerte.

A este bloque se le asigna una calificación negativa.

2.4.2.8 Confianza en uno mismo

El emprendedor local de Torqui si bien mantiene varias fortalezas, todavía le falta creer en sus capacidades personales totales; se puede considerar un factor psicológico en gran medida lo cual limita ciertas acciones administrativas y gerenciales para dominar a cabalidad su perfil de líder dentro de su negocio instalado.

A este bloque se le asigna una calificación negativa.

2.4.2.9 Afán de logro

Lo que si ayuda a definir en definitiva el perfil es saber que es una persona que propone, que es muy fuerte, con metas y objetivos y con más de mil razones para lograr lo propuesto, y con cada cliente, visitante o turista siempre brinda lo mejor para que este regrese. De esta manera cumple con su compromiso de ser un emprendedor dentro de la actividad turística en la parroquia Torqui.

A este bloque se le asigna una calificación positiva.

En resumen al emprendedor de Tarqui lo que en la realidad le hace falta es motivación a que no deserte de seguir siendo un gran referente dentro del manejo de ideas novedosas de negocio, si bien en este análisis no se ha hecho mención al factor demanda y económico, estos factores limitan de gran manera la capacidad administrativa y operativa de cada acción lucrativa. Lo importante es saber que el emprendedor de Torqui mantiene vigente más puntos fuertes que débiles los mismos que habrán de ser potenciados y valorados desde todos los puntos de vista.

Capítulo 3

Propuesta de fortalecimiento para los emprendimientos turísticos en la Parroquia Torqui

Tras la identificación y análisis de los emprendimientos turísticos en la parroquia Torqui, se ha logrado determinar factores que son claves y que aportan significativamente al normal desenvolvimiento de cada una de las ideas de negocio en dicha localidad, pero al mismo tiempo ciertas limitantes, problemas y necesidades que en particular que impiden el poder reestructurarse en algunos casos y fortalecerse aún más en otros.

Por lo tanto, cabe indicar que la presente propuesta no pretende de ninguna manera ser la puerta al éxito de cada emprendimiento, si no, más bien ser una alternativa útil que bien pudiera ser tomada en cuenta por los propietarios de los emprendimientos o por autoridades locales al momento de afrontar cualquier inconveniente; por otro lado se pone a consideración ciertas acciones que pueden ser llevadas a cabo en conjunto y no individualmente como se lo ha venido haciendo hasta la actualidad, ya que al haber podido conocer más de cerca sus necesidades, claramente se puede esclarecer que la divergencia no es sinónimo de desarrollo, por lo tanto no debería ser considerada como una alternativa viable dentro del mercado turístico local, nacional e internacional.

3.1 Objetivo de la propuesta

Reactivar la actividad turística considerando aspectos relevantes como: la asociatividad, alianzas, sostenibilidad y complementariedad dentro del tejido de emprendimientos turísticos como medio de desarrollo socio económico local.

3.2 Propuesta

En base al conocimiento adquirido y tras haber reconocido e identificado cada uno de los emprendimientos turísticos se desarrolla la siguiente propuesta:

3.2.1 Preámbulo

Generar una red de turismo en la Parroquia Tarqui, que implique articular conceptos como ruralidad, sostenibilidad y asociatividad como variables e indicadores de evaluación y de aplicación al momento de diseñar y ejecutar procesos de generación de ingresos y de acompañamiento a la permanencia de la red.

El turismo, siendo una actividad complementaria para la generación de ingresos de las organizaciones socias en la parroquia Tarqui, se convierte en una opción de **desarrollo local**, de cohesión entre las comunidades y de arraigo entre sus participantes. Es además una actividad que potencializa la creatividad, la disposición al servicio, la tolerancia y ejemplo de convivencia pacífica y complementariedad de la oferta. Promueve la tradición, los valores autóctonos, la protección del medio ambiente y la recuperación de la memoria local.

Pero siendo el turismo una actividad que genera ingresos adicionales para las comunidades, necesita de herramientas asertivas y prácticas que prepare y facilite en ejercicio comercial y productivo, que garantice una regularidad en el flujo de caja y de una movilidad turística constante hacia los destinos y atractivos que promueve la parroquia.

Para presentar la propuesta de fortalecimiento de los emprendimientos turísticos en la parroquia Tarqui se realizan planes de acción en cuatro ejes: asociatividad, sostenibilidad, complementariedad y alianzas. Dentro de los planes de acción se detallan los objetivos, resultados esperados, actividad prioritaria, actores involucrados y plazos. No se incorpora responsables directos de las actividades propuestas debido a que no existe una alianza entre propietarios de los emprendimientos turísticos existentes, autoridades locales, ni de la sociedad civil. Se citan a actores involucrados que pueden empoderarse de estos planes y ser responsables del fortalecimiento del tejido productivo turístico de Tarqui.

3.2.2 Términos a considerar

Las particularidades de la propuesta motiva el diseño y aplicación de metodologías acorde a las características de la población local y a la complementariedad en la oferta que debe construirse y al impacto ciudadano que se espera. Por esto, es necesario concertar algunos conceptos que clarifiquen el alcance y el impacto de los emprendimientos turísticos dentro de la vitrina del turismo, siendo éstos los siguientes:

Asociatividad: Entendida como “sumatoria de propósitos comunes, objetivos comunes y visiones comunes”; abarca principios de solidaridad, cooperación, equidad y sostenibilidad. Asume la asociatividad un objetivo planificado, igualdad en las oportunidades y obligaciones, democracia en las decisiones, un ejercicio solidario permanente y unas inversiones concertadas de las utilidades.

Alianzas: Entendida como “relación abierta establecida entre socios activos cuya fortaleza radica en los aportes distintos pero complementarios que cada uno hace para alcanzar un propósito común acordado por todos”²¹. Las alianzas fortalecen el tejido social, aumenta la cantidad de recursos y mejora la capacidad de respuesta de las organizaciones, incrementa las garantías para la sostenibilidad de las iniciativas, mejora el aprendizaje social y ayuda a comprender y valorar la diversidad.

Sostenibilidad: Entendida como la característica de permanencia, de no agotarse, de no acabarse y de mejorarse así misma como valor agregado. Lo rural y la ruralidad es otro de los conceptos a concertar para el ejercicio del turismo. Es este concepto lo que ha fallado en los emprendimientos de la Parroquia Tarqui y lo que requiere ser atendido en esta propuesta. Lo rural es entendido entonces como:

Una entidad socioeconómica en un espacio geográfico que compone cuatro elementos: un territorio que funciona como fuente de recursos naturales y materias primas, receptor de residuos y soporte de actividades económicas; una población que, con base en cierto modelo cultural, practica actividades muy diversas de producción, consumo y relación social, formando un entramado socioeconómico complejo; un conjunto de asentamientos que se relacionan entre sí y con el exterior mediante el intercambio de personas, mercancías e información, a través de canales de relación; y un conjunto de instituciones públicas y privadas que vertebran y articulan el funcionamiento del sistema, operando dentro de un marco jurídico determinado (Pérez, 29).

Complementariedad: de oferta turística recoge voluntad de ampliar opciones para el turista y la apertura generosa de las buenas prácticas para transferirlas a otras organizaciones que buscan el mismo fin y pertenecen al mismo sector. La complementariedad orienta a identificar la competencia como posible socio y no como enemigo.

²¹ Taller para alianzas Banco Interamericano de Desarrollo, BID – Fundación Corona, 2005.

Como siguiente paso para llevar adelante un proceso de mejora de los emprendimientos turísticos de la parroquia Tarqui con el único propósito de convertirlos en elementos de un desarrollo socio económico real, es necesario otorgarles acciones que los muevan a adentrarse en un plan activo y que apunte a generar resultados en beneficio de los mismos.

De esta manera se propone para cada pilar un plan de acción conciso y veraz como los que se plantean a continuación:

3.3 Plan de Acción en la parte de Asociatividad

Siendo la parte asociativa la parte más sensible y menos abordada en la parroquia Tarqui, y con el diagnóstico de que no existe una correlación entre los emprendimientos turísticos sino una conducta individualista entre los mismos; se propone ejecutar las siguientes acciones en beneficio de aquellas:

3.3.1 Análisis de la cadena productiva del Turismo

Como primer paso, hay que analizar la estructura y cadena productiva del turismo en la parroquia Tarqui, con el propósito de decidir el mejor producto o servicio a desarrollarse, pudiendo ser este un solo producto turístico estrella el cual se venda de manera conjunta por parte del grupo de emprendedores que deseen involucrarse.

No se sugiere desarrollar un estudio de mercado, sino que más bien antes de aquello, será mejor realizar un análisis estratégico de los diferentes eslabones de la cadena productiva y definir en cuál de ellos es posible aprovechar al máximo las ventajas de la asociatividad empresarial.

3.3.2 Constitución del grupo asociativo.

Es necesario realizar un análisis FODA al grupo posible de emprendedores (dueños, gerentes y administradores) que participarán en la asociatividad empresarial.

En esta etapa se debe precisar quiénes están dispuestos a proseguir en esta iniciativa. Para ello, se recomienda usar métodos participativos como sesiones motivadoras, encuestas a los emprendedores para saber lo que desean, espacios para que se puedan expresar, etc. Para que de esa manera se pueda generar, desde sus inicios, un sentido de pertenencia y responsabilidad hacia el grupo.

3.3.3 Análisis de competitividad de los participantes.

En esta etapa se deberá analizar con mayor detalle, las aptitudes y debilidades de los socios de la futura empresa, de manera de conocer el nivel de competitividad que se cuenta para enfrentar el negocio turístico, y sus potencialidades.

Se deben examinar temas como: la oferta de productos turísticos, la estacionalidad o temporalidad, el perfil empresarial de los participantes, el nivel de endeudamiento, capacidades, conocimientos y destrezas para manejar la actividad turística en el sector, entre otros aspectos.

3.3.4 Formulación y evaluación del proyecto asociativo

Sin duda un aspecto central para el éxito de una asociatividad empresarial será la de diseñar el “Proyecto Asociativo” que defina el negocio o producto turístico específico, que lo evalúe económicamente y donde se proponga un plan de acción a desarrollar, así como el tipo de empresa que debería implementarse.

Es una herramienta que permitirá darle eficacia y coherencia a la futura acción del grupo asociativo. Además, reduce el riesgo de un fracaso, ya que permite verificar la rentabilidad de la iniciativa y las condiciones objetivas para que ella ocurra.

En esta etapa se debe contar con un documento inicial, que sea discutido bajo metodologías específicas de participación grupal, con el fin de debatir ampliamente acerca de los objetivos y el propósito del negocio, así como la forma de alcanzarlo.

3.3.5 Planificación estratégica y Plan operativo del proyecto asociativo.

Al inicio de la implementación de un proyecto asociativo, es preciso someterse a un proceso de Planificación Estratégica que permita determinar colectivamente entre los distintos actores tres aspectos centrales, como son:

- La Visión
- La Misión
- Los Objetivos Estratégicos de la empresa asociativa

También, se debe confeccionar un Plan Operativo que establezca las principales líneas de acción y responsabilidades al inicio del proyecto.

Esta etapa debe ser trabajada por los participantes, mediante métodos participativos de planificación, y que estén complementados con análisis y estudios respecto al tipo de negocio a realizar y al proceso mismo de planificación.

En la medida que sea posible, resultará necesario contar con asistencia técnica especializada de parte de entidades como el Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo, Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, etc.

3.3.6 Constitución de ofertas negociables de productos.

Constituye en determinar la oferta turística final con la que contará la empresa asociativa, en términos de volumen, calidad y estacionalidad de los productos.

3.3.7 Estructura de la sociedad y organización interna.

En esta etapa se requiere “organizar la asociatividad” en función de los requerimientos que plantea la actividad turística, debiéndose llevar a cabo las siguientes actividades:

- Definir e implementar el organigrama y la estructura jerárquica de la empresa asociativa.
- Conformar los equipos de trabajo en las distintas actividades que se hayan previsto para mejorar la imagen turística local.
- Además, proceder a la formalización jurídica de la empresa ante entidades públicas y privadas.

En función del Plan Operativo a desarrollar, se deberán definir las diversas áreas de trabajo y roles al interior de la organización – empresa.

3.3.8 Determinación de compromisos y reglamento interno.

Un elemento central para la supervivencia de la futura empresa turística en la parroquia Tarqui es el de establecer y formalizar los derechos y deberes de todos los miembros de la empresa asociativa, a fin de que no continúen existiendo las mismas divergencias y problemas por manejo de la demanda existente, precios en productos o servicios, etc. Lo anterior queda refrendado en un documento llamado Reglamento Interno o Estatutos.

3.3.9 Evaluación y ajustes del plan.

En general todos los negocios, ya sean de carácter individual o asociativo, requiere contar con un sistema de monitoreo y seguimiento adecuado. La realidad siempre se presenta diferente a lo exactamente planificado, por lo es muy importante para la supervivencia de la empresa asociativa, tener la capacidad de darle seguimiento y anteponerse o reaccionar rápido frente a problemas que surgen.

Si bien es necesaria la planificación, también es importante tener la flexibilidad suficiente para hacer modificaciones o ajustes a lo planificado.

3.3.10 Importancia del entorno directo e indirecto.

Dentro de este proceso asociativo, se requerirá considerar y asumir que éste puede verse afectado positiva o negativamente por los actores y situaciones del entorno, por lo que es necesario identificar los elementos que pueden ayudar al éxito y las posibles amenazas con el propósito de potenciar los aspectos positivos y evitar los negativos.

Cuadro No. 34

Matriz del Plan de Acción dentro del pilar de la Asociatividad

<u>Objetivo</u>	<u>Actores involucrados</u>	<u>Resultados Esperados</u>	<u>Actividad Prioritaria</u>	<u>Plazo de Consecución</u>
Promover la cultura asociativa como un medio óptimo para consolidar el desarrollo socioeconómico en un espacio geográfico pequeño, en donde la desigualdad no es factor generador de riqueza	<p><u>Propietarios, dueños y administradores de cada uno de los emprendimientos turísticos existentes.</u></p> <p>La Junta Parroquial de Tarqui, su presidente y la comisión de turismo.</p> <p>Autoridades del Ramo (MINTUR, Cámara de turismo, Fundación Turismo para Cuenca, Red de Turismo PAKARIÑAN, Gobierno Provincial)</p>	Estructuración y consolidación de un plan asociativo entre los distintos emprendimientos turísticos en la parroquia Tarqui con la finalidad de expandir su demanda turística.	Agrupar a todos los emprendimientos turísticos y trabajar en un plan asociativo a través del apoyo de la Agencia Cuencana para el Desarrollo e Integración Regional, ACUDIR	2 meses

Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín.

3.4 Plan de Acción en la parte de Alianzas

Como el segundo pilar propuesto dentro del conjunto de acciones que pueden ser analizadas y consideradas para mejorar el tejido y manejo de la actividad turística en Tarqui; en relación al tema de promover alianzas estratégicas se denota lo siguiente:

- Incentivar la generación de contactos locales y regionales con entidades públicas y privadas a través de nuestro plan asociativo, las mismas que puedan ser nuestras empresas aliadas, las cuales nos ayuden a difundir lo que tiene y lo que se hace en relación al turismo en Tarqui.
- Generar una imagen turística para la parroquia Tarqui que se pueda promocionar a nivel local y de país con sus mejores atractivos de todo tipo, la misma que puede ser el vínculo para que pueda venderse junto con otras marcas, de esa manera gana la marca auspiciante y de paso conocen a Tarqui.
- Cultivar y extender alianzas estratégicas con medios publicitarios, agencias de viajes, entidades turísticas que faciliten las transferencias de conocimientos y sean nuestros principales anfitriones.
- Ser eficaces, eficientes, flexibles y con nuestros contactos y aliados estratégicos.
- Promover canjes de servicios turísticos por publicidad radial, escrita, en la web, etc. Si bien son costos para la red asociada más tarde será considerada como una inversión.

Cuadro No. 35

Matriz del Plan de Acción dentro del pilar de Alianzas

<u>Objetivo</u>	<u>Actores involucrados</u>	<u>Resultados Esperados</u>	<u>Actividad Prioritaria</u>	<u>Plazo de consecución</u>
<p>Generar vínculos, contactos y socios estratégicos que ayuden a dar a conocer el tejido turístico de la Parroquia Tarqui.</p>	<p><u>Presidente de la Asociación de Emprendimientos turísticos de Tarqui y sus respectivos socios</u></p> <p>La Junta Parroquial de Tarqui, su presidente y la comisión de turismo.</p> <p>Autoridades del Ramo (MINTUR, Cámara de turismo, Fundación Turismo para Cuenca, Red de Turismo PAKARIÑAN, Gobierno Provincial, Municipio de Cuenca, Asociación de Juntas Parroquiales)</p>	<p>Generación de una red de actores locales que promuevan la oferta turística de Tarqui y posicionarla en el mercado local.</p>	<p>Establecer alianzas con actores locales, medios de comunicación y autoridades locales y regionales a través de un taller de gestión de redes.</p>	<p>4 meses</p>

Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín.

3.5 Plan de Acción en la parte de Sostenibilidad

Dentro de la parte de sostenibilidad el plan de acción se enmarca en considerar aspectos elementales que dan vida a la actividad turística en la parroquia Tarqui como son el territorio junto con sus características físicas, su población junto a sus modos y estilos de vida tradicionales, la imagen corporativa de Tarqui y finalmente los actores públicos y privados que apoyan o se encuentran vinculados al desarrollo de esta actividad.

En este sentido se proponen las siguientes acciones:

- Si bien la parroquia posee variada oferta en cuanto a flora y fauna, estos recursos no deben ser sobre explotados, más bien deben ser cuidados de manera que perduren en el tiempo y no se extingan en un corto plazo. Es compromiso de todas las personas que realicen turismo no abusar de la naturaleza y de los recursos que esta ofrece.
- La población local de Tarqui en su mayoría conservan sus modos, estilos y formas de vida todo ello ligado a su cultura, tradiciones, folklor, festividades, etc. Es necesario preservar también esta parte importante ya que si se llegara a perder la identidad del sector no tendría el mismo valor étnico y cultural que posee. Esta sin duda es una ardua tarea encomendada ya que la globalización golpea duramente a sectores como estos sobre todo por la migración.
- Se debe crear una marca y un slogan para promocionar Tarqui como destino natural, vivencial y cultural.
- Se necesita de la activa colaboración y participación de todas las entidades públicas y privadas en base a una gestión encaminada a fortalecer a la parroquia en el manejo de la actividad turística.

Cuadro No. 36

Matriz del Plan de Acción dentro del pilar de la Sostenibilidad

<u>Objetivo</u>	<u>Actores involucrados</u>	<u>Resultados Esperados</u>	<u>Actividad</u>	<u>Plazo de consecución</u>
<p>Mantener a la Parroquia Tarqui como un destino turístico perdurable en el tiempo conservando su esencia natural, cultural y tradicional</p>	<p><u>Presidente de la Asociación de Emprendimientos turísticos de Tarqui y sus respectivos socios</u></p> <p>La Junta Parroquial de Tarqui, su presidente y la comisión de turismo.</p> <p>Autoridades del Ramo (MINTUR, Cámara de turismo, Fundación Turismo para Cuenca, Red de Turismo PAKARIÑAN, Gobierno Provincial)</p>	<p>Oferta turística diversificada en Tarqui basada en su esencia cultural y tradicional.</p>	<p>Preservar</p> <p>Mantener</p> <p>Y</p> <p>Cuidar cada uno de los recursos endémicos locales a través de un taller de generación y diversificación de productos turísticos</p>	<p>3 meses</p>

Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín.

3.6 Plan de acción en la parte de Complementariedad

La complementariedad radica en la acción de asociarse entre uno o más atractivos o emprendimientos turísticos bajo la concepción de asociatividad con el fin de ampliar la oferta turística y demandar de esta forma más turistas, pero identificando de manera tal que nuestro producto sea innovador y con mejores características que los posibles existentes.

Dentro de la parroquia Tarqui resultaría idóneo el hecho de conformar o desarrollar un solo producto turístico compuesto por varios detalles que lo hagan diferente y apetecible al turista.

Cuadro No. 37

Matriz del Plan de Acción dentro del pilar de la Complementariedad

<u>Objetivo</u>	<u>Responsables</u>	<u>Resultados Esperados</u>	<u>Actividad Prioritaria</u>	<u>Plazo de consecución</u>
<p>Generar un producto turístico compuesto por varios atractivos, rutas y recursos turísticos que complementen el deseo de viaje de los turistas locales y nacionales</p>	<p><u>Presidente de la Asociación de Emprendimientos turísticos de Tarqui y sus respectivos socios</u></p> <p>La Junta Parroquial de Tarqui, su presidente y la comisión de turismo.</p> <p>Autoridades del Ramo (MINTUR, Cámara de turismo, Fundación Turismo para Cuenca, Red de Turismo PAKARIÑAN, Gobierno Provincial)</p>	<p>Generación de un turismo asociado con cada uno de los emprendimientos turísticos reflejado en un paquete endémico y diferenciado de la parroquia</p>	<p>Converger en el diseño, estructuración y manejo de un modelo asociado de turismo local, en base a la generación de ideas alternativas de negocios en el tema turístico</p>	<p>3 meses</p>

Fuente: Propia

Autor: Gerardo Alvarracín.

3.7 Estrategias globales para la integración del campo turístico en la parroquia Tarqui

A fin de que los planes de acción propuestos tengan la suficiente repercusión en el hecho de mejorar y revitalizar la actividad turística tanto en su gestión como en su acción generadora de desarrollo local dentro de la parroquia Tarqui, se adhieren estrategias que tienen como función respaldar de manera directa dichos planes y servir como respaldo a los mismos.

De esta manera se adjuntan las siguientes estrategias:

3.7.1 Estrategia de Identificación de Cadenas Productivas Turísticas

Como se manifestó anteriormente, la generación de emprendimientos individuales, cada uno con un objetivo diferente, desestimula la creación de una ruta integrada turística que logre el interés de la comunidad por conocerlos y participar en ellos. Las cadenas productivas turísticas permiten consolidar un sector turístico a través del uso de las instalaciones, actividades y atractivos que podrían generar entre varios emprendimientos y no cada uno individualmente.

Se debe apuntar hacia el fortalecimiento comunitario a través de unos encuentros participativos en los cuales se desarrollan competencias de comunicación asertiva, confianza, manejo de conflictos, orientación al logro y pensamiento creativo. Estos espacios se orientan a la construcción colectiva de herramientas comunitarias y organizacionales para el ejercicio diario de la actividad turística, gestión de recursos y negociación estratégica.

Para lograr esta identificación se debe partir desde la comunidad para el diseño de rutas mediante:

- Reuniones comunitarias con expertos en el sector turísticos.
- Talleres de identificación de fortalezas y rutas de acción.
- Construcción de matrices de acción a partir de la identificación de fortalezas.
- Vinculación de personal técnico en temas de asociatividad para la vinculación de los miembros de la comunidad.

3.7.2 Estrategia de Formación y Educación:

Para el desarrollo integrado de la propuesta, la fase de formación y educación es vital, porque permite la generación de conocimiento colectivo de la comunidad. Es en cada uno de los propietarios de los emprendimientos, donde se encuentran las fortalezas y saberes del que hacer turístico, así como las condiciones específicas de cómo surgieron y la vocación de cada uno de ellos.

En esta etapa se permite sensibilizar para el ejercicio colaborativo a través de talleres que entregan a las organizaciones herramientas para la comunicación empresarial, la planificación y dirección y para el trabajo en redes. Siendo un primer momento de orientación al trabajo comunitario permanece vigente en todo el proceso formativo.

Un elemento adicional permite desarrollar competencia de trabajo en equipo, planeación del trabajo y manejo del tiempo a través de los talleres de sensibilización empresarial. Un cuarto momento de intervención para las organizaciones es la sensibilización turística donde se focaliza la especialización turística de la localidad y de las unidades productivas hacia la complementariedad en la oferta.

3.7.3 Estrategia de Planeación Empresarial

La orientación hacia la construcción de los planes empresariales de las unidades turísticas productivas recorre un proceso dinámico y coherente desde la sensibilización hacia el trabajo colaborativo hasta la generación de estrategias prácticas en la comercialización y promoción de sus productos.

Para el desarrollo de esta estrategia es indispensable el uso de herramientas sencillas, cartillas de identificación de las diferentes fortalezas, características especiales en procesos turísticos y empresariales, conceptos tales como el producto, el mercado, la organización, la administración, lo legal, lo contable, lo comercial y lo financiero son unidades temáticas que se construyen a partir de la orientación presencial, lúdica y colectiva entre las unidades productivas. La construcción bajo este esquema garantiza un conocimiento real de las potencialidades de los productos y servicios ofrecidos por las organizaciones y una herramienta práctica para operar efectivamente.

Las cartillas, y el levantamiento de las características empresariales de cada uno de los emprendimientos turísticos, será dirigido mediante talleres semanales en la parroquia en la que participen los propietarios de los emprendimientos identificados, así como la integración de los mismos mediante rutas turísticas y la creación de unidades productivas turísticas encadenadas a un mismo esfuerzo en promoción y difusión de las bondades que éstas integran.

3.7.4 La Intervención desde la Planificación Local:

Como objetivo concertado se busca determinar un producto turístico parroquial que articule la oferta de las unidades productivas socias del proyecto y las demás iniciativas alrededor de una especialidad turística. El alcance de este objetivo implica una conversación permanente con la administración pública y los sectores económicos privados en pro de mejorar la infraestructura, la señalización turística, los sistemas de información, la promoción parroquial y la oferta local a favor de un dinamismo creciente en la movilidad turística; implica además, un compromiso permanente para diseñar y ejecutar un plan de acción de facilite la inserción de lo turístico en el desarrollo local.

El esfuerzo que realiza la comunidad debe ser conocido por las autoridades locales que permitan, entre otras cosas, la generación de recursos o estrategias de financiamiento para el fortalecimiento de estos emprendimientos.

3.7.5 Estrategia de Promoción y Difusión

Implica la generación de un portafolio de productos conjunto de la oferta turística de la parroquia. Este portafolio deberá ser dado a conocer a través de los medios de comunicación existentes en la localidad, así como la presentación del mismo en hoteles, hostales, restaurantes y agencias de viaje que permitan su divulgación en el público final.

Esta estrategia debe promover la creación de actividades específicas como ferias y muestras gastronómicas y artesanales aprovechando las potencialidades que tiene el lugar y que se establezca como una fecha institucional para el desarrollo, promoción y ejecución de actividades que permitan la vinculación de las unidades productivas turísticas con la demanda que éstas generan.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Luego de realizada la presente tesis se pueden determinar las siguientes conclusiones con pleno conocimiento en base a la realidad en la que se desenvuelven los emprendimientos turísticos tanto en su estructura gerencial al interior como en su parte organizativa con los demás emprendimientos del mismo tipo.

De esta manera se determinan las siguientes conclusiones:

- » Si bien el tema del turismo se encuentra insipientemente desarrollado en la localidad a pesar de varios esfuerzos realizados dentro del tema de capacitaciones y conformación de grupos para manejar proyectos en esta área, las personas ligadas a esta actividad no poseen aún habilidades gerenciales y organizativas que sirvan para mejorar la estructura en sus negocios que les sirvan como herramientas para liderar y guiar técnicamente sus emprendimientos turísticos.
- » Es de suma relevancia considerar que la parroquia Tarqui posee un sinnúmero de atractivos naturales, culturales, vivenciales, festivos, gastronómicos, etc. Los mismos que ofrecidos dentro de una programación turística planificada y bien estructurada darían excelentes resultados, la diferencia está en que existe una divergencia marcada entre emprendedores lo cual dificulta o impide que se puedan agrupar todos los negocios existentes y enmarcarse como un solo producto turístico.

- » Cada emprendedor en base a sus medios físicos y económicos procura dar la mejor imagen a su negocio con el fin de atraer a más turistas sean estos locales o extranjeros, pero de una manera totalmente empírica más que profesional. En cada emprendimiento se maneja la actitud del más fuerte, es decir, cada quien actúa de manera individualista, compiten en precios, no manejan un plan de marketing, y no piensan en cual podría ser su mercado potencial, tan solo les importa el hecho de que exista ingresos económicos.
- » De acuerdo al estudio realizado el 80% de los emprendimientos turísticos de la parroquia Tarqui, no cuentan con un Plan de Negocios previo al inicio de sus actividades dentro de este mercado, lo cual los conlleva a determinar aleatoriamente sus precios, su target, el manejo de sus ingresos, etc.
- » Al no existir una coordinación entre todos los actores dedicados a la prestación de servicios turísticos (propietarios de los emprendimientos turísticos), no existe un conjunto de personas representativo que gestione sus requerimientos y necesidades ante las autoridades locales, del ramo y provinciales, lo cual les hace ser menos competitivos e impiden forjar su normal desarrollo socioeconómico.
- » Finalmente se puede determinar que la actividad turística dentro de la parroquia Tarqui hasta el momento no puede ser considerada como factor de desarrollo, ya que como se ha hecho mención, existen varios factores sociales, administrativos, económicos y de gestión que no se hallan conjugados lo cual provoca el deterioro de la imagen turística y su constante puesta en riesgo de sus emprendimientos turísticos.

4.2 Recomendaciones

- » Con el único y principal objetivo de que Tarqui se convierta en un polo de desarrollo turístico, que sirva para generar alternativas económicas y sociales de manera directa a la población local en base al uso y apropiación de su patrimonio natural y cultural tanto tangible como intangible, se ha sugerido la propuesta para su fortalecimiento la misma que se enmarca en el desarrollo de cuatro ejes fundamentales (asociatividad, alianzas, sostenibilidad y complementariedad), los mismos que ejecutados de manera programada y dentro de los plazos sugeridos pudieren tener un alto rango de influencia en lograr la convergencia de todos y cada uno de los actores quienes emprendieran de manera directa (dueños de negocios), e indirectamente (autoridades locales, civiles y del ramo), ideas rentables económicamente y viables en relación a los recursos con los que poseen. Dentro del pilar de asociatividad se recomienda conformar un plan asociado de turismo con la finalidad de que todos los actores diversifiquen la oferta turística local y que ésta se ofrezca como un solo producto al visitante. En el pilar de alianzas se sugiere la creación de una red de actores locales que promuevan el tejido turístico en base de promociones y publicaciones a través de canales de distribución locales, por medio de alianzas con actores estratégicos vinculados a esa área. En el tema de sostenibilidad se recomienda otorgar una mayor importancia en lo que respecta a la conservación de la imagen cultural y natural de la parroquia, como uno de los mayores tesoros que poseen. La idea es que los actores involucrados utilicen estos elementos con prudencia para que perduren en el tiempo.

Finalmente para el último pilar el de complementariedad lo que se propone es que los propietarios de los emprendimientos busquen crear nuevos productos turísticos en base a sus propios recursos, con el único fin de diversificar la oferta por medio de productos que se diferencien del resto.

- » Por todo ello se hace más que necesario recomendar e incentivar a los empresarios, coordinadores, administradores y demás actores en el área del turismo que en base a esta investigación diagnostiquen la situación actual de sus negocios, ya que la mayoría de ellos poseen tendencia a desaparecer por una falta de visión y aprovechamiento de oportunidades que no vienen de fuera si no que poseen internamente como elementos endémicos ya sean naturales o culturales; y a que realicen y hagan turismo de una manera organizada y bien planificada.
- » La recomendación también se la expresa a las autoridades locales (Junta Parroquial de Tarqui y autoridades del ramo), a que sean quienes generen un liderazgo desde una óptica comunitaria en la realidad, en la cual todas las ideas de negocio generadas en torno al turismo puedan apoyarse para generar un cambio en base a los pilares expuestos con el fin de que todos se vean igualitariamente beneficiados.
- » Una vez que se posea un liderazgo establecido, se sugiere que se socialice este conjunto de acciones con entidades del sector privado (cooperativas, bancos, cámaras, etc.), con el objeto de ampliar la participación de actores y de que se abran oportunidades para mejorar ciertas necesidades en sus negocios.
- » Finalmente a mis amigos emprendedores tarqueños con quienes he afianzado una sólida amistad, les recomiendo reagruparse, identificar sus fortalezas nuevamente, trabajar en conjunto, definir estrategias y redefinir la o las tipologías de turismo que pudieren llevarse a cabo en cada comunidad

y verle al turismo como un medio óptimo generador de riquezas y no como un fin en donde las opacadas formas de hacer turismo por cuenta propia cada vez son menos.

5. BIBLIOGRAFIA

Libros:

Agencia Cuencana para el Desarrollo Integración Regional, ACUDIR y Comité Ecuatoriano de Desarrollo Económico y Territorial, CEDET. *Competitividad Territorial. Casos exitosos de Agencias de Desarrollo Económico Territorial.* Cuenca, Gráficas Gómez, 2010.

Berastain, Luis. *Aprender a crear una empresa turística.* España, Paidós Ibérica, 2006.

Dolabela, Fernando. *Taller del Emprendedor.* Rosario, Editorial de la Universidad Nacional del Rosario, 2005.

Freire, Andy. *Pasión por emprender.* Bogotá, Grupo Norma, 2005.

Harvard Business Review. *Iniciativa Emprendedora.* Buenos Aires, Deusto, 1999.

Krause, Martín. *Economía para Emprendedores.* Buenos Aires, Santillana, 2004.

Kreimer, Nataniel. *Como ser un emprendedor exitoso y no fracasar en el intento.* Buenos Aires, Grupo Clasa / Arquetipo, 2003.

Mochón, Francisco. *Economía y Turismo.* 2 da. Ed. Madrid, Mc Graw Hill, 2008.

Plan Binacional Capitulo Ecuador. *Fortalecimiento de los gobiernos locales para la generación de actividades económicas, Primer Paquete Tecnológico del Programa de Desarrollo Económico Local de la Región Fronteriza/Apoyo a Sistemas productivos Locales.* Quito, PANTONE Impresiones, 2009.

- Plan Binacional Capitulo Ecuador. *Estrategias Competitivas para el Fortalecimiento de las Mypimes dentro de las Cadenas de Valor locales, Tercer Paquete Tecnológico del Programa de Desarrollo Económico Local de la Región Fronteriza/Apoyo a Sistemas productivos Locales*. Quito, PANTONE Impresiones, 2009.
- Ponti, Franc. *Pasión por innovar*. Bogotá, Grupo Norma, 2009.
- Prefectura del Azuay, Universidad del Azuay e Instituto de Estudios de Régimen Seccional del Ecuador. *Atlas de la Provincia del Azuay*. Cuenca, Gráficas Hernandez, 2007.
- Sapag, Nassir. *Preparación y evaluación de proyectos*. Mexico, Mc Graw Hill, 2003.
- Tarapuez, Edwin et al. *Entrepreneurship y Pensamiento Neoclásico*. Armenia, Fussion Creativa, 2008.
- Torres, Leonardo y Alexandra Galarza. “El turismo binacional Ecuador - Perú”. *Cuadernos Docentes. Culturas, identidades y gestión turística*. Cuenca, Talleres gráficos de la Universidad de Cuenca, 2007. 249 – 252.
- Universidad de Medellín y Alcaldía de Medellín. *Redes Empresariales como estrategia de competitividad para micro, pequeñas y medianas empresas*. Medellín, s. ed., 2009.
- Universidad de Medellín y Alcaldía de Medellín. *Emprendimiento Social. Unidad Estratégica de Seguimiento y Control para la Comuna 16 - Belén*. Medellín, s. ed., 2009.
- Universidad de Medellín. *Fondo Rotatorio Capital Semilla*. Medellín, s. ed., 2009.

Villavicencio, Manuel y Marta Zenteno. "Fortalecimiento de Propuestas de Turismo Comunitario: Una experiencia piloto en la Provincia del Azuay". *Cuadernos Docentes*. Cuenca, Talleres gráficos de la Universidad de Cuenca, 2008.

Revistas:

Basantes, Xavier. "Los nuevos empresarios nacen y se hacen en el aula". *Líderes* (Quito), 21 junio 2010: 3.

Lasio, Maria. "Emprendedor rico, emprendedor pobre". *Gestión* (Quito), octubre 2009: 72-75.

Ramos, Holger. "El liderazgo, el riesgo y la sensibilidad caracterizan al emprendedor". *Líderes* (Quito), 21 junio 2010: 4.

Saquipay, Bolívar. "Tarqui y su historia". *La Tarqueñita* (Cuenca), octubre 2002: 4.

Ugalde, Ramiro y Patricio Quinde. "Tarqui, donde se mezclan la tradición y el progreso". *La Tarqueñita* (Cuenca), septiembre 2005: 4-5.

Ugalde, Ramiro y Patricio Quinde. "Ubicación de las 25 comunidades de la parroquia Tarqui". *La Tarqueñita* (Cuenca), septiembre 2005: 17.

Zhingri, Rolando. "Cushiwaira Turismo Comunitario". *La Tarqueñita* (Cuenca), octubre 2002: 24.

Internet:

"Emprendimientos Comunitarios". Internet.
<http://www.tusoco.com/es/comunidades/index.html>. Acceso: 9 marzo 2010.

Formichella, María. "El Concepto de Emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local". Internet.

<http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/agroindustria/MonografiaVersionFinal.pdf>. Acceso: 11 enero 2010.

Gaiger, Luiz. “Emprendimientos Económicos Solidarios”. Internet. http://www.tau.org.ar/upload/89f0c2b656ca02ff45ef61a4f2e5bf24/emprendimientos_econ_micos_solidarios.pdf. Acceso: 11 enero 2010.

Leonardi, Luiz. “Construcción de tipologías para el turismo en áreas rurales”. Internet. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185117322005000300004&script=sci_arttext. Acceso: 11 enero 2010.

“Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú”. Internet. http://www.turismoruralperu.facipub.com/facipub/upload/publicaciones/1/80/lineamientos_desarrollo_turismo_rural_arte.pdf. Acceso: 10 abril 2010.

Maya, Carlos. “Oportunidades de las Pymes turísticas frente a la globalización”. Internet. http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=_laJ5pffwAYC&oi=fnd&pg=PA77&dq=pymes+turísticas&ots=NDTriSo6oig=sz3aD0uKOiWTZJdFrBsCoeyPsoQ#v=onepage&q=&f=false. Acceso: 7 noviembre 2009.

Ministerio de Turismo. “Tarqui”. Internet. <http://www.turismoaustro.gov.ec/index.php/es/destino-sur/azuay/informacion-por-cantones/15-cuenca/40-tarqui>. Acceso: 8 marzo 2010.

Micro - Murcia. “Guía para Emprender”. Internet. <http://www.scribd.com/search?cat=redesign&q=guia+emprendimiento&x=21&y=17>. Acceso: 7 abril 2010.

Torres, Silvia. “Presentación Reporte GEM 2008”. Internet. <http://www.iae.edu.ar/SiteCollectionDocuments/Investigacion/GEMGlobalReport2008.pdf>. Acceso: 20 mayo 2010.

6. ANEXOS

Anexo No. 1

Listado de comunidades de la Parroquia Tarqui

COMUNIDAD	UBICACIÓN
Acchayacu	1
Atucloma	2
Bellavista	3
Cotapamba	4
Chilcachapar	5
Gulagpugro	6
Chaulayacu	7
Chilcatotora	8
El Verde	9
Frances Urco	10
Gullanzhapa	11
Las Américas - Estación	12
Manzanapamba	13
Morascale	14
Parcoloma	15
Rosa de Oro	16
San Francisco de Totorillas	17
San Pedro de Yunga	18
Santa Lucrecia	19
Santa Rosa	20
Santa Teresa	21
Tañiloma	22
Tutupali Chico	23
Tutupali Grande	24
Zhucay	25

Fuente: Junta Parroquial de Tarqui.

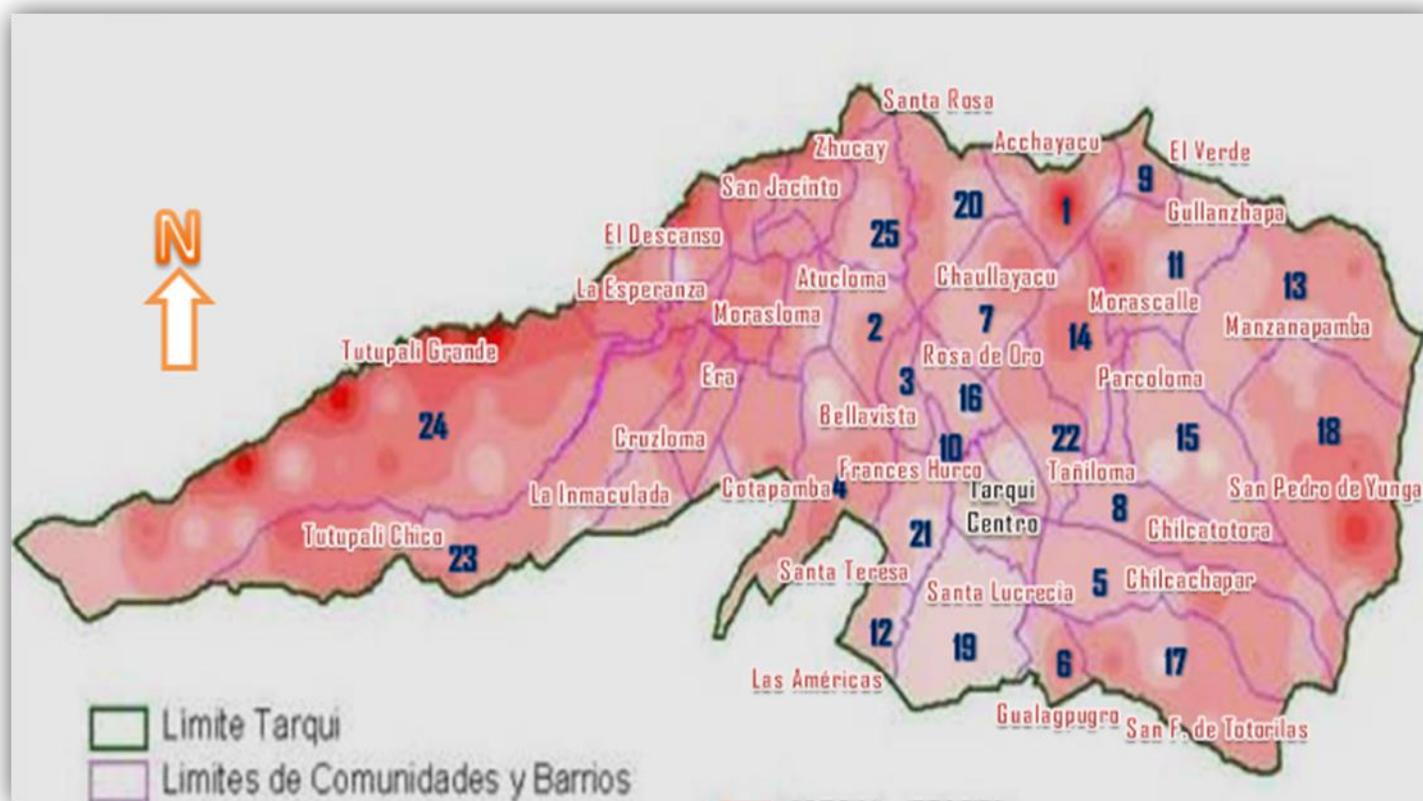
Autor: Gerardo Alvarracín.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

Anexo No. 2

Comunidades de la Parroquia Tarqui

(División Política)



Anexo No. 3

Listado de Presidentes por cada Comunidad

COMUNIDADES	PRESIDENTES
Acchayacu	Sr. Mauricio Quito
Atucloma	Sr. Juan Aucapiña
Bellavista	Sr. Hector Serrano
Cotapamba	Sr. Miguel Nivicela
Chaulayacu	Sr. Ramiro Duchitanga
Chilcatotora	Sr. Manuel Punin
Chilcachapar	Sr. Manuel Pucha
El Verde	Sr. Edgar Vele
Frances Urco	Sr. Braulio Pulla
Gullanzhapa	Sr. Juan Damian
Gulagpugro	Sr. Salvador Quito
Las Américas - Estación	Sr. Mauro Tepán
Manzana Pamba	Sra. Aurora Vele
Morascale	Sr. Juan Sigcha
Parcoloma	Sr. Eduardo Lojano
Rosa de Oro	Sr. Juan Muñoz
San Francisco de Totorillas	Sr. Rene Tenemea
San Pedro de Yunga	Sr. Segundo Guanoquiza
Santa Lucrecia	Sra. Ana Pizarro
Santa Rosa	Sra. Magdalena Zumba
Santa Teresa	Sr. Julio Cochancela
Tañiloma	Sra. Carmita Vele
Tutupali Chico	Sr. Angel Pintado
Tutupali Grande	Sr. Braulio Illescas
Zhucay	Sr. Raul Siguenza
Centro Parroquial	Sr. Manuel Ochoa

Fuente: Junta Parroquial de Tarqui.

Autor: Gerardo Alvarracín.

Anexo No. 4

**ENTREVISTA FORMULADA PARA BARRIDO DE DATOS DE EMPRENDIMIENTOS
TURÍSTICOS**

Investigador: _____ Entrevistado: _____
Comunidad: _____ Emprendimiento: _____
Fecha de entrevista: _____

1.- ¿Conoce usted cual es el significado de la palabra “emprendedor”?

2.- ¿Cómo surgió la idea de emprender un proyecto dentro del campo del turismo?

3.- ¿Cuándo se dio inicio al proyecto, cuántas personas formaban parte del mismo?

4.- ¿Qué tiempo llevan trabajando dentro del campo turístico?

5.- ¿Cuál es el nivel de aceptación tenido por la comunidad? _____

6.- ¿Cuántos turistas reciben, cada qué tiempo y de donde provenían? _____

7.- ¿Cuál es el costo que tiene cada bien o servicio que ustedes prestan?

8. ¿De qué manera se destinan los fondos obtenidos por prestación de servicios?

9.- ¿Cuáles cree usted que son las potencialidades que poseen para continuar desarrollando este tipo de emprendimiento?

10.- ¿Qué necesidades o impedimentos tienen como emprendimiento para la realización de este tipo de turismo?

Notas:

Anexo No. 5

AUTOEVALUACIÓN PARA DIAGNOSTICAR EL PERFIL EMPRENDEDOR DE LA PARROQUIA TARQUI

Nombre del Emprendedor:	Comunidad:
Nombre del Emprendimiento:	Investigador:

BLOQUE 1	1 Casi nunca	2 A menudo	3 Siempre
-----------------	--------------	------------	-----------

En mi trabajo diario realizo mis tareas sin esperar a que me digan lo que tengo que hacer.			
Me pongo metas y propósitos concretos para avanzar en el desempeño de mi trabajo.			
Soy una persona a la que le gusta investigar, preguntar...			
Fuera del trabajo también suelo ser una persona que toma iniciativas y hago propuestas para emplear el tiempo libre			
Cuando tomo la iniciativa, me hago responsable del éxito o fracaso de la acción.			
Propongo nuevas acciones o alternativas para alcanzar mis propósitos.			
TOTAL.....			

BLOQUE 2	1 Casi nunca	2 A menudo	3 Siempre
-----------------	--------------	------------	-----------

Insisto en conseguir mis objetivos a pesar de los obstáculos y contratiempos que se presenten.			
Los fracasos los vivo como una experiencia de la que puedo sacar algo positivo y no me desanimo.			
Realizo mis trabajos sin desanimarme.			
Si cometo un error, lo resuelvo y sigo adelante.			
Soy capaz de vencer los obstáculos para lograr lo que quiero.			
Ante una tarea compleja y difícil, puedo desanimarme, pero supero el desánimo y continuo.			
TOTAL.....			

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

BLOQUE 3	1 Casi nunca	2 A menudo	3 Siempre
Solo llevo a cabo una idea cuando tiene posibilidades de éxito.			
El riesgo no me asusta, siempre que lo pueda controlar			
Trato de identificar y calcular los riesgos al iniciar una acción o proyecto nuevo.			
Me gustan los desafíos y no temo equivocarme			
Si veo que un proyecto es muy arriesgado, lo abandono			
No vacilo en afrontar objetivos desafiantes y en asumir riesgos calculados			
TOTAL.....			

BLOQUE 4	1 Casi nunca	2 A menudo	3 Siempre
Ante situaciones que requieren decisiones rápidas, soy práctic@ y rápid@ para encontrarlas.			
Me gusta tomar desiones y asumirlas.			
Para tomar una decisión sopeso bien los "pros" y los contras" de la misma.			
Me considero una persona emprendedora y capaz de asumir decisiones importantes a pesar de la incertidumbre y las presiones.			
Ante una decisión, siempre elijo lo "más conveniente" y no lo que "más me gusta".			
Cuando surgen problemas, tiendo a encontrar soluciones de inmediato.			
TOTAL.....			

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

BLOQUE 5	1 Casi nunca	2 A menudo	3 Siempre
Soportar bien las situaciones confusas, poco claras o indefinidas.			
Me adapto a situaciones nuevas con facilidad.			
Estoy a gusto con la gente que tiene ideas diferentes a las mías.			
Me gusta discutir mis opiniones con otras personas.			
Soy capaz de admitir mis propios errores			
Sé adaptarme rápidamente a los cambios.			
TOTAL.....			

BLOQUE 6 (APRENDIZAJE)	1 Casi nunca	2 A menudo	3 Siempre
Soy una persona con inquietudes, me gusta aprender cosas nuevas.			
Estoy interesado@ en todos los aspectos de la gestión de una empresa, aunque algunos parecen algo aburridos o complicados.			
Aprovecho todas las oportunidades de aprender que se me presentan en el día a día.			
Me atraen las ideas muy nuevas.			
Las cosas nuevas que aprendo las relaciono fácilmente con las que ya conozco, lo que me permite tener una visión general mayor.			
Me gusta escuchar a las personas, pienso que de todo el mundo se puede aprender algo.			
TOTAL.....			

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

BLOQUE 7	1 Casi nunca	2 A menudo	3 Siempre
Cuando el trabajo se me acumula, soy capaz de establecer un orden según su importancia.			
El desorden me pone nervios@.			
Siempre me resulta fácil encontrar lo que busco.			
Siempre cumplo las fechas límite que me marco en mis tareas.			
Se organizar mis tareas para ganar tiempo.			
Siempre pongo cada cosa en su sitio después de utilizarla.			
TOTAL.....			

BLOQUE 8	1 Casi nunca	2 A menudo	3 Siempre
Soy una persona con mucha vitalidad en el desarrollo de mis actividades.			
Me considero una persona eficaz, capaz de asumir desafíos y dominar nuevas tareas.			
Generalmente, siempre tengo confianza en mi mism@.			
Soy capaz de convencer a los demás sobre la viabilidad de mis proyectos.			
Soy una persona tranquila que no teme las consecuencias de sus decisiones.			
No me resulta difícil convencer a los demás sobre lo acertado de mis decisiones			
TOTAL.....			

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*

BLOQUE 9	1 Casi nunca	2 A menudo	3 Siempre
Conozco cuales son mis principales habilidades y las utilizo para alcanzar lo que me propongo.			
Tengo una motivación muy fuerte para cumplir con mis objetivos y mis propias exigencias.			
Me gusta el triunfo, siempre que lo haya conseguido por mis propios medios.			
Soy capaz de buscar mil razones para conseguir lo que me propongo.			
Soy una persona con una meta clara, conseguir aquello que me propongo.			
Cumplo con todos los compromisos adquiridos.			
TOTAL.....			

Anexo No. 6

DISEÑO DE TESIS

1. TÍTULO DE LA TESIS:

“ANÁLISIS DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA TARQUI:
PROPUESTA PARA SU FORTALECIMIENTO”

2. NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

Gerardo Patricio Alvarracín Avilés.

3. RESUMEN DEL DISEÑO DE TESIS:

El siguiente proceso investigativo pretende la realización de un análisis exhaustivo de los Emprendimientos Turísticos desarrollados en la Parroquia Tarqui, con el propósito de diagnosticar sus efectos socioeconómicos y su nivel de desarrollo en cada una de las comunidades involucradas bajo este sistema, todos ellos derivados de la actividad turística.

En torno al tema fijado se utilizará los métodos tanto cuantitativo como cualitativo para poder determinar en base a criterios numéricos y al uso de técnicas respectivamente el avance de cada emprendimiento y su influencia en el desarrollo de la parroquia en mención.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

La razón principal en la cual se sustenta la realización de este tema investigativo es conocer cuáles son las características del desarrollo de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui, para determinar la viabilidad de los distintos proyectos ejecutados en dicha parroquia hasta el presente año y su repercusión en el mejoramiento del nivel su socioeconómico de la localidad.

De esta manera se aportará luego de realizado la investigación a determinar la incidencia y repercusión de los emprendimientos llevados a cabo y el análisis de perspectivas para los futuros emprendimientos que estén por surgir mediante una propuesta para su fortalecimiento.

5. MARCO TEÓRICO:

Se dará inicio al presente proceso investigativo analizando algunos conceptos relacionados al tema propuesto, con el fin de que dicho contenido refuerce de mejor manera todas y cada una de las ideas detalladas. Para ello se detallará claramente toda la bibliografía consultada tanto en textos como en fuentes de Internet, claramente identificadas y citadas en el literal que corresponde a bibliografía.

Desde el siglo XVI en Francia, la palabra “entrepreneur” la misma que traducida al español significa “pionero” comenzó a tener auge. Se consideraban pioneros a todas aquellas personas quienes emprendían cualquier tipo de actividad nueva sin ninguna certeza de llegar a tener un buen o mal resultado en torno a cualquier acción llevada a cabo.

En la actualidad la palabra emprendimiento es sinónimo de oportunidad y desarrollo. La creciente ola de desempleo que afecta principalmente a países como el nuestro, hace que día a día las personas busquen métodos y alternativas para surgir en torno a este fenómeno social. Esto ha llevado a que grupos organizados de personas, como en el caso de la Parroquia Tarqui, le hayan apostado a la actividad turística como una fuente importante de ingresos económicos, los mismos que de alguna manera sustentan en parte sus necesidades personales y coadyuvan al desarrollo del país.

Analizando textos que se relacionan al tema planteado y en los cuales se respaldará para tener una óptica más amplia de lo que se desea investigar se han analizado los siguientes documentos.

María Marta Formichella, autora de la monografía “El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.”, en su documento sostiene que:

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud.

El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro (Formichella, 4).

A más de ello Luiz Inácio Gaiger, Investigador en temas de Economía y Emprendimientos Sociales, en su publicación “Emprendimientos económicos solidarios”, publicado en el internet manifiesta:

Los emprendimientos económicos solidarios abarcan diversas modalidades de organización económica, originadas en la libre asociación de los trabajadores, con base en principios de autogestión, cooperación, eficiencia y viabilidad. Aglutinando a los individuos excluidos del mercado de trabajo, o motivados por la fuerza de sus convicciones, y en búsqueda de alternativas colectivas de supervivencia, los emprendimientos económicos

solidarios llevan a cabo actividades en los sectores de la producción o de la oferta de servicios, de la comercialización y del crédito.

Se presentan en forma de grupos de producción, asociaciones, cooperativas y empresas de autogestión y combinan sus actividades económicas con acciones de índole educativa y cultural, valorando el sentido de la comunidad de trabajo y el compromiso con la colectividad social en la cual se insertan (Gaiger, 229).

Con el propósito de reforzar los conceptos anteriores analizaremos parte del artículo “Oportunidades de las Pymes turísticas frente a la globalización”, de Carlos Maya publicado en el libro “Globalización y Regionalismo”. En el cual se sostiene que:

Las Pymes turísticas enfrentan actualmente una difícil competencia con los grandes corporativos internacionales del turismo. Sin embargo, cuentan con espacios y oportunidades que pueden aprovechar para no ser eliminadas del mercado. Entre estas oportunidades se encuentra el aprovechamiento de la cultura y tradición local, así como la tendencia contemporánea de los mercados a escindirse en segmentos y nichos. Sin embargo, para poder aprovechar estas oportunidades, las Pymes turísticas deben realizar avances sustanciales de calidad en los servicios que prestan y en la sustentabilidad de su operación, para lo cual previamente requieren desarrollar su capital humano (Maya, 77).

Desde esta perspectiva conceptual hasta ahora mencionada, ahora se analizará el grado de apoyo que necesitan los emprendimientos turísticos internamente para desarrollarse; para que estos a su vez sean generadores de actividades económicas de manera directa para las personas que allí se desenvuelven, tomándolo principalmente como un método productivo.

Como en toda sociedad, las autoridades desempeñan un papel muy importante a la hora de concertar políticas de desarrollo local, en nuestro medio la Municipalidad de Cuenca, tanto como el Gobierno Provincial y la Junta Parroquial del sector deberán ser entonces quienes coordinen estas políticas de manera directa y eficaz, promoviendo e incentivando el desarrollo local.

Para ilustrar de manera más clara y concisa hasta lo ahora expuesto, en adelante se tomarán algunos conceptos e ideas de los libros “Fortalecimiento de los gobiernos locales para la generación de actividades económicas” y “Estrategias Competitivas para el Fortalecimiento de las Mypimes dentro de las Cadenas de Valor locales”, escrito por el Plan Binacional Capítulo Ecuador (2009).

“En este marco, se concibe al **Desarrollo Económico Local** como un proceso que: debe liderar la municipalidad y demás actores, con el propósito de ampliar la base económica local, fortaleciendo el tejido económico y posibilitando el desarrollo de un proceso de acumulación de excedentes internos con propósitos de redistribución de la riqueza” (Plan Binacional, Fortalecimiento 2).

Otro elemento de igual importancia dentro del desarrollo de emprendimientos turísticos es la **Asociatividad** o llamadas también **Redes Empresariales**, que en definitiva:

Resultan de la unión de capacidades con el propósito de competir en un mercado global, generando así *eficiencia colectiva*, es decir ventajas competitivas derivadas de la acción conjunta (Plan Binacional, Estrategias 15).

De manera específica lo que se pretende, entonces con los emprendimientos turísticos es que se lleve adelante un proceso de “Desarrollo Institucional, es decir: tratar de impulsar las iniciativas socioeconómicas existentes en la comunidad, de tal manera que sean las propias asociaciones las que contribuyan al desarrollo económico” (Plan Binacional, Fortalecimiento 112).

Por último un elemento importante para los emprendimientos turísticos desarrollados en la Parroquia Tarqui, será contar con los actores necesarios y se deberá delimitar a cada uno sus roles a cumplir. Más adelante luego de la investigación realizada se estará en capacidad de delimitar una propuesta para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos identificados en la Parroquia Tarqui, para que en base de aquello se ejecuten y organicen de una mejor manera dichos proyectos con una visión más técnica.

Entonces, dentro de la labor investigativa lo que se propone será un estudio a profundidad de la Parroquia Tarqui en torno a su constante actividad turística, enfocándose principalmente en diagnosticar el impacto y grado de desarrollo de cada uno de los emprendimientos turísticos.

En base a las ideas presentadas en este diseño de tesis y a otras que más adelante surgirán mediante el proceso investigativo, propongo la realización del presente tema de investigación.

6. OBJETIVOS:

Objetivo general:

Analizar las características de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui, y cuál es el aporte para el desarrollo del sector.

Objetivos específicos:

1. Analizar la importancia de los emprendimientos turísticos de la Parroquia Tarqui.
2. Realizar un mapeo de los emprendimientos de la Parroquia Tarqui.

7. HIPOTESIS:

General:

El desarrollo de los emprendimientos turísticos de la Parroquia Tarqui conforma una experiencia exitosa que ayuda al desarrollo de sus comunidades.

Específicas:

1. Los emprendimientos turísticos de la Parroquia Tarqui constituyen un factor de importancia para las diferentes comunidades que la integran.
2. El mapeo de los emprendimientos turísticos de la Parroquia Tarqui coadyuvaran a mejorar su desarrollo.

8. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN:

El presente proceso investigativo requerirá de un análisis tanto cuantitativo como cualitativo.

El factor cuantitativo se establecerá por medio del análisis propuesto, el mismo que se lo reflejará en **estadísticas** como anexo al termino de la investigación, esta información me ayudará a determinar características como: el número de emprendimientos turísticos que se llevan ejecutando en la Parroquia Tarqui, el promedio de participantes de cada uno de ellos, su tiempo de duración en el mercado turístico, entre otros aspectos de igual relevancia.

En la investigación también se recolectará información de tipo financiera y contable o algún tipo de archivo económico que cada proyecto maneje, con el fin de ayudar a mejorar el manejo de su sistema financiero, como un aporte indispensable para los mismos.

El método cualitativo se lo desarrollará usando varias técnicas como la **observación participante** en las distintas comunidades donde se desarrollan este tipo de emprendimientos, para ello me apoyaré en la técnica conocida como el barrido de datos.

Se entrevistará al Señor Alfonso Saquipay actual dirigente y coordinador de la comunidad de Parcoloma, el mismo con quien organizaré **grupos focales** con los miembros de los distintos proyectos turísticos, para tener una visión más específica de lo que cada emprendimiento pretende lograr, analizaré su misión y visión y las distintas destrezas de cada uno de ellos.

Se analizará muy detenidamente el **factor cultural** de cada uno de los grupos, para de esta manera promover la reafirmación del carácter pluricultural del Ecuador conociendo más sobre sus prácticas, costumbres, saberes y tradiciones, las mismas que hasta la actualidad en su gran mayoría se mantienen vivas.

9. BIBLIOGRAFÍA:

Libros:

Berastain, Luis. *Aprender a crear una empresa turística*. España, Paidós Ibérica, 2006.

Freire, Andy. *Pasión por emprender*. Bogotá, Grupo Norma, 2005.

Harvard Business Review. *Iniciativa Emprendedora*. Buenos Aires, Deusto, 1999.

Plan Binacional Capitulo Ecuador. *Fortalecimiento de los gobiernos locales para la generación de actividades económicas, Primer Paquete Tecnológico del Programa de Desarrollo Económico Local de la Región Fronteriza/Apoyo a Sistemas productivos Locales*. Quito, PANTONE Impresiones, 2009.

Plan Binacional Capitulo Ecuador. *Estrategias Competitivas para el Fortalecimiento de las Mypimes dentro de las Cadenas de Valor locales, Tercer Paquete Tecnológico del Programa de Desarrollo Económico Local de la Región Fronteriza/Apoyo a Sistemas productivos Locales*. Quito, PANTONE Impresiones, 2009.

Ponti, Franc. *Pasión por innovar*. Bogotá, Grupo Norma, 2009.

Sapag, Nassir. *Preparación y evaluación de proyectos*. Mexico, Mc Graw Hill, 2003.

Tarapuez, Edwin. *Diccionario para Emprendedores*. Armenia, Fussion Creativa, 2007.

Tarapuez, Edwin. *Entrepreneurship y Pensamiento Neoclásico*. Armenia, Fussion Creativa, 2008.

Torres, Leonardo y Alexandra Galarza. “El turismo binacional Ecuador - Perú”. *Cuadernos Docentes. Culturas, identidades y gestión turística*. Cuenca, Talleres gráficos de la Universidad de Cuenca, 2007. 249 – 252.

Internet:

Formichella, María. “El Concepto de Emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local”. Internet. <http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/agroindustria/MonografiaVersionFinal.pdf>. Acceso: 11 enero 2010.

Gaiger, Luiz. “Emprendimientos Económicos Solidarios”. Internet. http://www.tau.org.ar/upload/89f0c2b656ca02ff45ef61a4f2e5bf24/emprendimientos_econ_micos_solidarios.pdf. Acceso: 11 enero 2010.

Leonardi, Luiz. “Construcción de tipologías para el turismo en áreas rurales”.
Internet.http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185117322005000300004&script=sci_arttext. Acceso: 11 enero 2010.

Maya, Carlos. “Oportunidades de las Pymes turísticas frente a la globalización”.
Internet.http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=_laJ5pffwAYC&oi=fnd&pg=PA77&dq=pymes+turísticas&ots=NDTriSo6oig=sz3aD0uKOiWTZJdFrBsCoeyPsoQ#v=onepage&q=&f=false. Acceso: 7 noviembre 2009.

10.RECURSOS HUMANOS:

“ANÁLISIS DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA
TARQUI: PROPUESTA PARA SU FORTALECIMIENTO”

Recurso	Dedicación	Honorarios	Valor Total
<u>Directora</u> Eco. Silvana Astudillo	1 hora semanal x 6 meses	\$ 6 por hora	\$ 144,00
<u>Estudiante</u> Gerardo Alvarracín	20 horas semanales / 80 horas al mes / 6 meses	\$ 4 por hora	\$ 1920,00
Total			\$ 2064,00

11. RECURSOS MATERIALES:

**“ANÁLISIS DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA
TARQUI: PROPUESTA PARA SU FORTALECIMIENTO”**

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Computador portátil HP Pavilion dv 6933 cl Notebook PC	\$ 800,00	\$ 800,00
2	Resmas papel bond A4	\$ 5,30	\$ 10,60
750	Fotocopias B/N	\$ 0,02	\$ 15,00
60	Impresiones A4 color	\$ 0,20	\$ 12,00
3	Unidades de esferográficos Faber - Castell	\$ 2,00	\$ 6,00
1	Flash Memory 4GB	\$ 28,00	\$ 28,00
1	Grapadora mas 500 grapas	\$ 5,80	\$ 5,80
1	Impresión del primer informe para revisión	\$ 10,00	\$ 10,00
4	Ejemplares de tesis empastadas	\$ 6,00	\$ 24,00
	Transporte y viáticos por concepto de movilización		\$ 60,00
Total			\$ 971,40

12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

	MES	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Presentación y aprobación del proyecto de investigación	■	■																						
2	Investigación bibliográfica			■	■																				
3	Recolección de la información teórica					■	■	■	■																
4	Diseño de información primaria (Visitas de campo, entrevistas y encuestas)									■	■	■	■												
5	Análisis y elaboración de estadísticas													■	■										
6	Recolección de información (Visita de campo)															■	■								
7	Análisis de la información recolectada															■	■								
8	Preparación y entrega del primer informe a la Directora de tesis																	■	■						
9	Ajustes y corrección del primer informe																			■	■				
10	Impresión y empastado de la tesis.																				■				
11	Presentación de la tesis a la universidad de acuerdo a las normas establecidas																					■	■	■	■

13.PRESUPUESTO:

**“ANÁLISIS DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA
TARQUI: PROPUESTA PARA SU FORTALECIMIENTO”**

Concepto	Aporte del estudiante	Otros aportes	Total
Recursos Humanos			
Directora		Aporte U. de Cuenca	\$ 144,00
Estudiante	\$ 1.920,00		\$ 1.920,00
Gastos de Movilización	\$ 40,00		\$ 40,00
Transporte	\$ 60,00		\$ 60,00
Viáticos y subsistencias			
Gastos de investigación			
Insumos	\$ 72,00		\$ 72,00
Material de escritorio	\$ 40,00		\$ 40,00
Bibliografía	\$ 50,00		\$ 50,00
Internet	\$ 180,00		\$ 180,00
Equipos, laboratorio y maquinaria			
Computador	\$ 800,00		\$ 800,00
Otros			
10 % del total			\$ 330,60
TOTAL			\$ 3636,60

10. ESQUEMA TENTATIVO:

“ANÁLISIS DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN LA PARROQUIA
TARQUI: PROPUESTA PARA SU FORTALECIMIENTO”

Capítulo 1

Emprendimientos turísticos y desarrollo local

- 1.1 Antecedentes de la Parroquia Tarqui.
- 1.2 Matriz histórica de acontecimientos económicos de la Parroquia Tarqui.
 - 1.2.1 Factores del desarrollo local.
 - 1.2.2 Desarrollo económico local
- 1.3 Vocaciones productivas en la Parroquia Tarqui.
- 1.4 Caracterización de los emprendimientos turísticos.
- 1.5 Impactos de los emprendimientos turísticos en la economía local.

Capítulo 2

Mapeo de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui

- 2.1 Mapeo de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui.
- 2.2 Estudio y caracterización de los emprendimientos turísticos.
 - 2.2.1 Estudio socioeconómico de los emprendimientos turísticos.
 - 2.2.2 Análisis en gestión empresarial de los emprendimientos turísticos.
 - 2.2.3 Perfil de la persona emprendedora.

2.3 Análisis de resultados.

2.4 Impactos del estudio realizado.

Capítulo 3

Propuesta para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos identificados en la Parroquia Tarqui

3.1 Propuesta de estrategias para el fortalecimiento de los emprendimientos turísticos.

3.1.1 Estrategias competitivas para emprendimientos turísticos.

3.2 Plan de acción general para el diagnóstico realizado.

3.2.1 Plan de acción turístico para los emprendimientos analizados.

3.2.2 Plan de acción económico para los emprendimientos analizados.

3.2.3 Plan de acción empresarial para los emprendimientos realizados.

Bibliografía.

Anexos.

*Análisis de los emprendimientos turísticos en la Parroquia Tarqui:
Propuesta para su fortalecimiento.*