UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO

MAESTRÍA EN PLANIFICACIÓN TURÍSTICA II

Turismo Sostenible: Una propuesta para el desarrollo local de la Comunidad de Paccha.

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de

Magister en Planificación Turística

AUTORA: LCDA. ANA PATRICIA HIDALGO C.

DIRECTORA: MST. NARCISA ULLAURI D.

Cuenca Ecuador

2015

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen……..4

Abstract……...5

Introducción……6

CAPITULO I

Resumen de la Literatura……8

Turismo Sostenible…….8

Turismo Cultural……10

Producto Turístico…….11

Diseño Ruta Turística……12

Rutas Turísticas del Ecuador…….13

Conocimiento Ancestral de la totora…….14

La totora en la actualidad……..16

CAPITULO II

Metodología y Análisis……..17

Análisis Territorio……..17

Información General……..18

Historia de Paccha…….21

Datos Sociodemográficos……..23

Diagnóstico y Evaluación Potencial turístico……..……..25

Análisis de la situación turística……25

Análisis FODA…….…….28

Conclusiones del Capítulo…….37

CAPITULO III

Una propuesta para el desarrollo local de la comunidad de Paccha……..38

Líneas de Acción……..38

Resultado Encuestas…….42

Diseño para la implementación de un nuevo modelo de producto turístico….43

Plan de Marketing…….47

Consolidación Producto……50

Indicadores Plan Marketing Operacional……..52

Indicadores Plan de Marketing Estratégico……...55

Evaluación del Plan de Marketing…….55

Conclusiones……..66

Bibliografía……67

Anexos……...71

Galería Fotográfica……71

Encuesta Realizada……81

Entrevista Realizada……..91

Resumen

Actualmente Ecuador, apuesta decididamente a que el turismo sostenible es el camino que le permitirá a la industria preservar sus culturas y etnias, proteger sus recursos naturales, garantizar un standard de calidad a sus visitantes, y generar rentabilidad a sus actores; es así que dentro de las políticas de estado dirigidas al turismo, en uno de sus puntos dice: "Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo". (Turismo, n.d.)

La presente investigación parte de este análisis, y tiene como resultado la presentación de un documento que expone una propuesta para el desarrollo local de la comunidad de Paccha, a través de un turismo sostenible para la zona.

Para alcanzar los objetivos planteados se utilizó una metodología que consistió en la recolección bibliográfica, observación directa en el campo, diagnóstico de la zona, herramientas como el FODA, encuestas, entrevista, análisis de datos estadísticos; los mismos que permitieron culminar de manera adecuada con la investigación.

Palabras clave: Turismo Sostenible, turismo cultural, producto turístico, ruta turística, totora.

ABSTRACT

Currently, Ecuador firmly advocates that sustainable tourism is the way that will allow the industry to preserve their cultures and ethnicities, protect their natural resources, ensure visitors a standard of quality, and generate returns to its participants; consequently, within state policies aimed at tourism, one of its points says: "We want the competitiveness of the tourism system with quality products and services, characteristics of sustainability, and differentiation of added value by the local contribution to tourism " (Tourism, n.d). The research starts from this analysis, and has as a result the presentation of a proposal for the development of the local community of *Paccha* through the sustainable tourism of the area. In order to achieve the objectives proposed, a methodology that consisted of a bibliographical collection, direct field observation, diagnosis of the area, the SWOT analysis, surveys, interviews, and statistical data analysis were used; methodology that allowed us to finish the investigation properly.

Keywords: Sustainable Tourism, Cultural Tourism, Tourism Product, Tourist Route, Cattail.

UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
DPTO. IDIOMAS

Translated by:
Lic. Lourdes Crespo

.

Introducción

La globalización impone nuevos retos al desarrollo humano. “El renacer del interés local para articularse de manera óptima en las dinámicas globales, permite identificar en el sector turístico nuevos desafíos y oportunidades. Los productos se transforman cuando encuentran nuevos mercados y son capaces de competir con ellos”.(Dachary, n.d.)

Según el PlandeTur, la visión del turismo en el Ecuador para el año 2020 ha consolidado al turismo sostenible como una herramienta eficaz para el desarrollo integral y con rentabilidad social del país.

Dentro de las políticas de estado dirigidas al turismo, en uno de sus puntos dice: “Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo”. Y su estrategia es la “creación e innovación de productos turísticos, planificación estratégica y operativa, y gestión integrada de la comercialización para la mejora continua de la competitividad”. (Turismo, n.d.)

Este panorama turístico significó el inicio del presente trabajo investigativo. La Parroquia Paccha, ubicada a 15 minutos de la ciudad de Cuenca, es una zona que presenta características geomorfológicas negativas para el desarrollo agrícola, según la información obtenida y diagnóstico realizado en el proceso de elaboración del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, dada su condición especial, por tratarse de una zona rodeada de fallas geológicas, se determinó que no es una parroquia agrícola ni industrial. Este condicionante ha dado lugar a buscar otras alternativas de producción y actualmente, las artesanías de esteras hechas a base de totora, las mismas que son comercializadas en la Plaza Rotari de Cuenca, no constituyen un importante aporte económico para la comunidad. Esto ha dado lugar a que se vaya perdiendo cada vez más este maravilloso arte y muchas personas del sector han dejado de trabajar en esta actividad por la poca rentabilidad; y por otro lado no existe

una diversidad de productos, y este es justamente uno de los problemas del turismo no solo de la provincia, sino del Ecuador y es que se vende los mismos productos. Estos productos considerados como tradicionales tampoco se han innovado. Por lo que esta Tesis de Maestría significó desarrollar una propuesta para el desarrollo local de la comunidad de Paccha, a través del diseño para la implementación de un nuevo modelo de producto turístico, basado en la totora, dirigido a reconocer y recuperar la historia ancestral de este material, con un concepto de producto turístico comercializable diferenciado e innovador que permita capturar y atender segmentos de mercado más amplio, lo que permitirá la creación de nuevas fuentes de trabajo y de esta manera aprovechar de la mejor manera este material y lograr una mayor productividad en la zona.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos planteados se utilizó una metodología que consistió en la recolección bibliográfica, observación directa en el campo, se levantó información para el diagnóstico de la zona, se utilizaron herramientas como el FODA, entrevistas, datos estadísticos; los mismos que permitieron culminar de manera adecuada con la investigación y presentar esta propuesta.

CAPITULO I

Resumen de la Literatura

El turismo como una de las mayores industrias, en la actualidad se rige mayoritariamente por un sistema capitalista globalizado, y es por eso que la mayoría de las nuevas modalidades propuestas para el turismo van enfocadas al desarrollo económicamente sostenible, como una forma de aumentar la competitividad de los destinos en el mercado. Este modelo de turismo ha ido adquiriendo mayor importancia con el paso del tiempo, debido a la creciente preocupación a nivel mundial por generar un desarrollo sostenible y sustentable en el tiempo, que permita a las futuras generaciones, el disfrute de recursos similares a los que actualmente aprovechamos.

Turismo Sostenible:

Según la organización Mundial del Turismo (OMT), define al turismo sostenible como: El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. (OMT, 2012).

Podemos decir entonces, que el turismo sostenible involucra a todas aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

Dentro de las causas por las que nace el turismo sostenible se pueden mencionar:

- Un incremento en la concientización sobre los temas ambientales.

- El mercado turístico comienza a darse cuenta del impacto que se ocasiona con las actividades turísticas.
- Los visitantes exigen mayores estándares de calidad de los productos y servicios que reciben, lo que ocasiona una mayor competitividad entre los ofertantes para cumplir con estos estándares.
- Los grupos ambientalistas ejercen presión sobre la opinión pública en relación a los efectos de las actividades turísticas sobre el medio ambiente.

Según la OMT, los principios que definen el turismo sostenible son:

- Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características, sin duda, hacen que el turismo sostenible sea una herramienta estratégica en el desarrollo económico local y nacional. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas urbanas y rurales, en las que no existen otras alternativas de actividad económica. A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales. Y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio, indistintamente para hombres, mujeres y jóvenes.

Esta tendencia del turismo denominada turismo Sostenible, es también respaldada por la UNESCO, quién argumenta que "El desarrollo del turismo sostenible debe ser

ecológicamente sostenible a largo plazo, económicamente viable, así como éticamente y socialmente equitativo" (BRESCE, 2009).

Si tomamos en cuenta estos datos y nos adentramos en el turismo cultural, sin duda, este proporciona importantes beneficios para los visitantes y para la comunidad donde se desarrolla la actividad.

Definición de Turismo Cultural:

Turismo que incorpora los aspectos culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. Busca rentabilizar económica y socialmente el espacio local o lugar donde se desarrolla, y se centra en que las personas viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas, que les permitan acercarse y comprender culturas distintas. Es decir, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado.

La UNESCO señala que el Turismo Cultural corresponde a una “dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos” como un “modelo de desarrollo humano integral y sostenible”. Es considerada una “actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales” (UNESCO, 1982).

Al Turismo Cultural lo encontramos en diferentes parcelas de nuestra vida cotidiana bajo diferentes formas (patrimonio, lengua, hábitos, tradiciones, gastronomía); Y a ello hay que añadir el viaje que, en sí mismo, adquiere una dimensión cultural a través de las múltiples experiencias que los viajeros viven durante su estancia. Esta visión amplia del turismo cultural incorpora una dimensión de mercado y consumo, que destaca el valor del mismo y de su oferta como herramienta de conservación del patrimonio. Desde esta perspectiva, sin duda, se da protagonismo al visitante en la creación de modelos de visita creativos y experienciales. (Molinero, 2013).

En el Ecuador hacia finales de la década de los ochenta, el turismo buscaba ofrecer productos turísticos que poseyeran un valor añadido. Bajo este panorama aparece el turismo cultural como una alternativa que invita a visitar sitios históricos y

arqueológicos, así como a deleitarse de las artes, filosofía, religión, folklore. Se puede decir que la experiencia directa del visitante, era la cultura misma. (www.ecuador.travel).

Producto Turístico:

En términos generales, se puede decir que producto turístico, es un conjunto de componentes que abarca tanto a bienes físicos como a los servicios que caracterizan a un destino específico, y que forman parte de la experiencia que vive un turista en el lugar.

El producto turístico, por lo tanto, tiene componentes tangibles (como ruinas arqueológicas), pero también intangibles (la hospitalidad de la gente, la calidad de atención). Sus características están dadas por la interacción y la combinación entre todos estos componentes, de características muy diversas entre sí. Puede decirse que el producto turístico incluye a todos los elementos que posibilitan el desarrollo de la actividad turística.

Según algunos autores, las rutas turísticas son consideradas como productos turísticos que están basados en un recorrido que es presentado con anterioridad y brinda una orientación a los consumidores sobre las actividades que llevará a cabo en un destino.

Es necesario, saber el producto que identificará la ruta, teniendo en cuenta las potencialidades y rendimiento de cada destino, así como también el nivel de empleo que podría generar. La finalidad es incentivar al consumo de dicho producto, para así promover al desarrollo local de la comunidad.

Diseño de una Ruta Turística:

Una ruta turística debe estar dada en función de un producto o de un rasgo cultural característico que le da su nombre, la misma está sujeta a una serie de variables para su posterior comercialización. Fernández y Guzmán, presentan las siguientes:

- La ruta debe construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga y la diferencie, es decir, debe tener un nexo de cohesión común, que

es el elemento clave para que el turista se sienta atraído por este tipo de turismo.

- El itinerario turístico debe desarrollarse sobre la base de una red viaria u otro tipo de vía de comunicación, ya que este elemento es fundamental para el traslado de los turistas. La no existencia de esta red vial implica la necesidad por parte de los diseñadores de las rutas de tomar medidas de transporte alternativas para los turistas.
- El itinerario turístico debe iniciarse en algún punto en el cual la empresa organizadora de la ruta debe estar perfectamente señalizada a lo largo de todo el recorrido, mostrando cuando se considere necesario, mapas de información que permitan a los demandantes de este producto ubicarse correctamente en la ruta. (Fernández y Guzman 2003).

La metodología a seguir para el diseño y construcción de una ruta turística, Szmulewicz, la explica a través de las siguientes etapas:

- Determinación de objetivos: los objetivos se determinan en función a la determinación de la temática y la definición de la estructura. La determinación de la temática puede ser general o específica, en base a un área geográfica o los atractivos del recorrido de la ruta. La Definición de la estructura se refiere a la duración estimada, la zona a recorrer, actividades a desarrollar, tipo y nivel de servicios de alojamiento, alimentación y transporte requerido, servicios complementarios, excursiones, tiempo disponible y grupos de pasajeros.
- Diagramación y relevamiento de área: enuncia miento del circuito, conocimiento histórico, cultural y geográfico del área de estudio. Determinación de atractivos a incluir de acuerdo a la distancia desde el centro base más cercano, y atractivo previamente seleccionado, considerando la accesibilidad.
- Diseño de la ruta: se lleva a cabo la estructuración del itinerario mediante un bosquejo de la ruta que está definida en cuanto al tiempo en ruta, tiempo de visita, tiempo libre paradas y atractivos propios de la ruta. La redacción del itinerario se realiza a partir del traspaso a papel de los antecedentes recopilados previamente. (Szmulewicz 2003).

Rutas Turísticas en el Ecuador:

En nuestro país actualmente contamos con algunas rutas turísticas de interés nacional e internacional, entre las que destacan:

La Ruta de los Volcanes: Esta espectacular ruta, recorre los Andes, en medio de más de 70 volcanes, desde Carchi hasta Loja. Todos representan inigualables atractivos para excursionistas y montañeros.

La Ruta del Spondylus: Conocida también como la Ruta del Sol, recorre todas las playas ecuatorianas y las poblaciones adyacentes, desde el norte de Esmeraldas hasta el sur del país, la ruta toma su nombre en honor a la ancestral concha Spondylus.

Ruta del Libertador: Recorre las ciudades y paisajes más importantes en los itinerarios que hiciera Simón Bolívar, antes y durante las gestas libertarias, explorando las facetas de la personalidad de Bolívar en el contexto de los paisajes que frecuento.

La Ruta del Agua: Comprende los variados y sorprendes encantos naturales y culturales del Ecuador amazónico. Se la denomina así por la importancia ecológica del agua y su íntima relación con las nacionalidades indígenas de la cuenca más grande y caudalosa del mundo.

Y si nos adentramos a las rutas existentes en nuestra Povincia, podemos hablar de:

Parque Nacional Cajas: Recorre el Parque Nacional Cajas, ubicado a 35km de la ciudad de Cuenca, tiene una extensión de 288 km2 (28.544 hectáreas) e incluye un complejo lacustre de 235 lagunas de origen glaciar, conectadas unas con otras por riachuelos y arroyos. Su temperatura oscila entre los -2ºC a 18ºC. En el parque se encuentran sitios de interés arqueológico, entre ellos varios tramos del QhapaqÑan (Camino Real Andino) que conectan la costa con la sierra y que en períodos pre-Inca e Inca servían, entre otros muchos fines, para la circulación de la concha Spondylus, objeto de alto valor económico de la época.

Ruta Santa Barbara: Constituye la visita de los cantones artesanales de nuestra Provincia: Gualaceo, Chordeleg, Sigsig, Paute, en donde se puede admirar talleres de tejido de Ikat (paños elaborados en telares), invernadero de orquídeas, sombreros y figuras de paja toquilla, etc.

Ruta Artesanal: En esta ruta se visita los principales talleres artesanales, existentes en la ciudad de Cuenca como son: Taller de Alfarería, Taller de Hojalatería (Vado), Esquina de las Artes, Taller del Sombrero "El Barranco", Museo de la joyería cuencana, Plaza Rotary, Museo Homero Ortega, Calle de las Herrerías y Galería de cerámica Vega.

Conocimiento Ancestral de la Totora:

"El patrimonio artístico y artesanal de cada país y de cada región se convierte en símbolo representativo y en países donde se reconoce la importancia de la artesanía, apenas puede concebirse una propaganda turística sin alusión a las riquezas artísticas artesanales que sus diferentes regiones poseen" (Ballestero, 2011).

Sabemos que históricamente el hombre ha utilizado en su beneficio los productos de la naturaleza, entre ellos las especies vegetales. Estos productos, en su variedad, le han servido como alimento, como material de construcción de sus viviendas, sus armas, utensilios de cocina, etc.

Entre ellos tenemos a la totora, la misma que ha servido desde tiempos ancestrales, en algunos pueblos del Perú, Ecuador, Bolivia. Su gran manejabilidad y fácil cultivo ha permitido que algunos pueblos conserven hasta hoy su uso tradicional. Por ejemplo en el norte de Chile, en Arica, se utilizaba para la elaboración de recipientes o vasijas para el transporte de vino y productos de comercio a través de navíos y animales de carga.

En Perú existen aún los famosos caballitos de totora que navegan como parte de un proyecto turístico, a partir de la muy conocida leyenda peruana del caballito de totora

que atravesó la bahía de Huanchaco llegando hasta las costas de una de las islas de Indonesia.

En Bolivia la utilización de la totora fue más importante aún; en el Lago Titicaca se acostumbraba construir las casas sobre balsas de totora y se tejía esteras para el servicio de gobernadores y caciques.

Según datos, tomados de algunos libros de historia. En las provincias del Tahuantinsuyo, la totora se empleaba para confeccionar la insignia o bastón de mando denominado “tiana”, que empleaba el jefe que tenía a su cargo diez tributarios.

En el Ecuador, la cultura Cara Caranqui (350-1560 d. C.), concentró grandes sembrío de totora, lo cual reflejaba el alto valor que dicha planta tenía para la economía y cultura de los pueblos de la Región Andina.

Los indios de la Comarca de Quito empleaban las esteras como cama de dormir y como mantel para poner los alimentos, estos mismos productos fueron también géneros de tributo para el inca, lo cual revela su gran utilidad en aquellos tiempos. También hay referencias procedentes de los lagos San Pablo y Yahuarcocha, en donde las raíces crudas de la totora eran usadas como alimento para personas, cuya excelencia y bondad fueron muy apreciadas.

Existe otra zona donde el origen de la totora fue de una forma muy diferente, como sucede en el lago de Colta. En este caso la totora fue introducida de otro lugar a 40 Km. al sur de Colta, hace aproximadamente 70 años. Desde entonces se produjo un proceso rápido de cambios culturales y adaptación a una nueva actividad, convirtiéndose en una zona productiva de esteras, empleándose la totora además como pasto para animales.

La habilidad de los antiguos indígenas ecuatorianos, junto con su situación social en cuanto a las comodidades tecnológicas que se iban desarrollando, conforme lo

demandaba cada comunidad, hizo de la totora un artículo muy importante en el entorno social, económico y hasta político.

La Totora en la Actualidad:

De acuerdo a las entrevistas realizadas, Gloria Guamán, quien cultiva totora, me supo decir que en Paccha existe la tradición de cultivar y tejer la totora desde hace muchos años, que es una de las principales actividades económicas de la zona.

Aproximadamente unas 30 treinta familias actualmente trabajan con la totora, sin embargo este arte se ha ido perdiendo poco a poco, ya que la gente ha dejado de dar importancia a este material y por otro lado los jóvenes prefieren migrar a la ciudad o incluso al exterior y buscar nuevas oportunidades, ya no quieren aprender de sus mayores.

Según el Arq. Juan Fernando Hidalgo, quien trabaja con este material desde hace algunos años, me indicó que la totora se la puede encontrar en todos los alrededores de Cuenca, "Crece en cualquier lugar donde exista humedales, desde el nivel del mar en la costa hasta incluso los 3800 m.s.n.m., como en el Lago Titicaca en el Perú".

Existen dos especies de totora Schoenoplectus y Scirpus Californicus, que tienen características muy similares y han sido incluso utilizadas de la misma manera. En la zona del Azuay encontramos la especie Schoenoplectus, y no existe ninguna variación en las diferentes zonas donde crece.

Un tallo de totora puede medir hasta tres metros, pero normalmente se encuentran tallos de 1,80 a 2 metros de alto.

Gloria cuenta que para poder cosechar la totora, tienen que meterse en el lugar pantanoso para poder cortarla de raíz, esta debe estar verde y su flor café, luego se hacen atados y se la procede a secar al sol por un mes. Un atado cuesta entre 1,50 a 2,00 dólares. Con la totora se tejen esteras, sopladores, sombreros, canastos que se los comercializa principalmente en la ciudad de Cuenca. Tejer una estera dependiendo el tamaño le toma entre cuatro y cinco horas ya que se debe golpear cada tallo de totora para que el tejido quede bien unido, "es bastante cansado".

Hidalgo por su lado afirma: "Por su rápido crecimiento y desarrollo, además de su adaptabilidad a diversas zonas climáticas en las que crece naturalmente y en

abundancia, podemos catalogarlo como un material de fácil renovación. Valernos de este tipo de recursos está a tono con la conciencia ecológica actual, que pone en evidencia la importancia de la conservación de nuestro entorno" (Juan Hidalgo.)

CAPITULO II

Metodología y Análisis

El esquema que se propone con el fin de elaborar la propuesta para el desarrollo local de la comunidad de Paccha, se compone de diferentes fases, de manera que la consecución de una lleve a la siguiente, y terminar con la obtención de un producto concreto y estructurado.

1. ANALISIS DEL TERRITORIO:

Antecedentes:

La importancia que tiene, para el desarrollo de nuestro País, los ingresos provenientes del turismo es innegable, por lo tanto, este es uno de los pilares sobre los que se debe basar la estrategia para la elaboración de nuevos productos turísticos, implementación de nuevos e innovadores proyectos.

Nuestra Provincia pertenece a una región dotada de atractivos turísticos y culturales. Actualmente San Francisco de Paccha, es una de las parroquias rurales del cantón Cuenca. Cuenta con 20 comunidades y 5000 habitantes aproximadamente. Sus habitantes se dedican a la agricultura, tejido de esteras e incluso en la actualidad se pueden encontrar panaderías tradicionales de horno de leña.

De acuerdo al diagnóstico realizado en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cuenca, este sector presenta características geomorfológicas negativas para el desarrollo agrícola e industrial, lo que ha dado lugar a que la comunidad busque otras alternativas de producción, encontrando en el cultivo de la totora y la confección de artesanías su fuente de ingresos, sin embargo este arte se va perdiendo cada día más y los lugares en donde crece esta planta se están secando, lo cual causa preocupación en todas aquellas familias que aún conservan esta práctica.

Es así que para manejar una propuesta que permita lograr un desarrollo local en la comunidad de Paccha, a través del diseño para la implementación de un nuevo modelo de producto turístico, es necesario desarrollar.

- Un diagnóstico de la situación actual de la zona.
- Una Propuesta para el desarrollo local que se base en los resultados del diagnóstico.
- Plan de Marketing del nuevo Producto.
- Aprobación del contenido del documento por parte de la comunidad involucrada.

Información General:

Parroquia Paccha:

f1.

Ref.img

f1. Parroquia Paccha, Foto: Hidalgo, Ana, 2014**.**

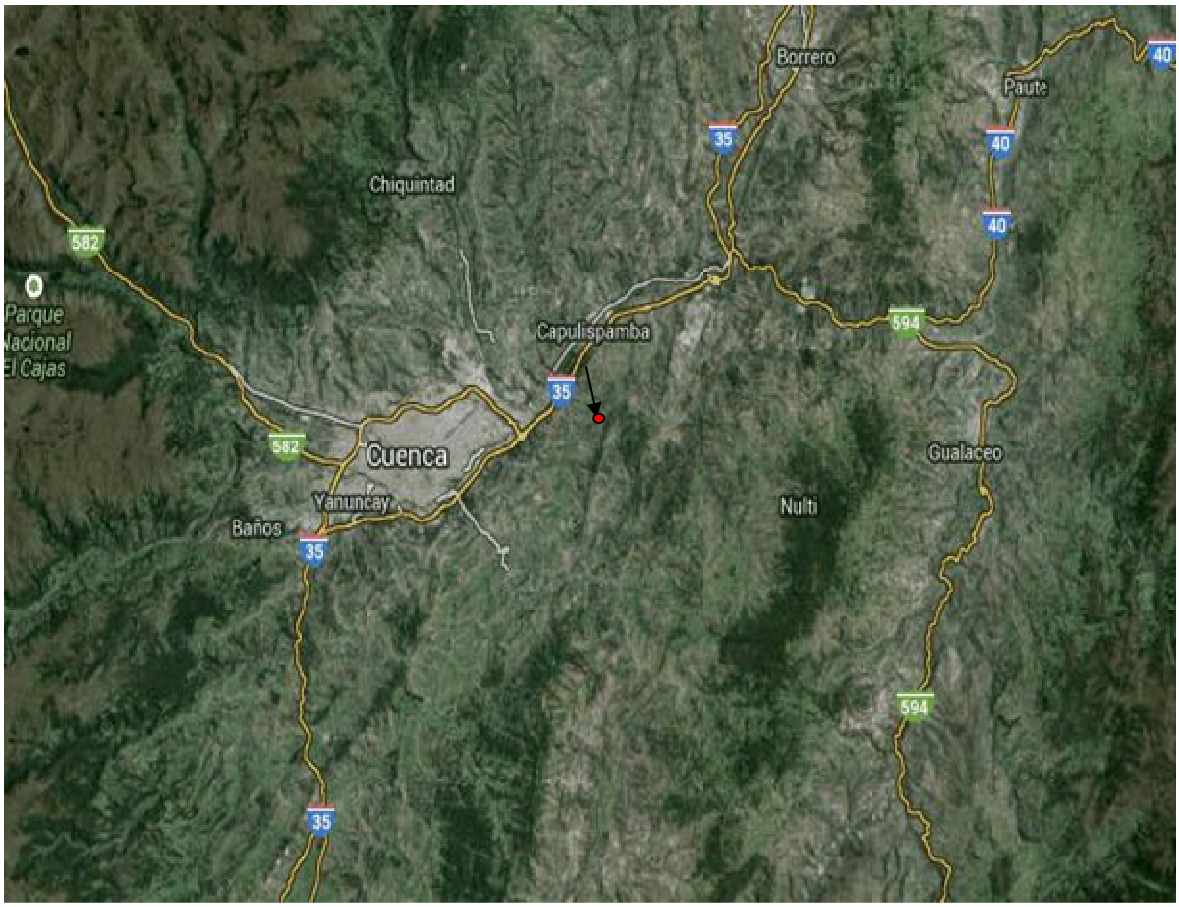
Mapa, coordenadas GPS e imagen satelital de Paccha en Cuenca

Paccha (Lugar poblado)

Provincia: Azuay, Cantón: Cuenca, Parroquia: Paccha

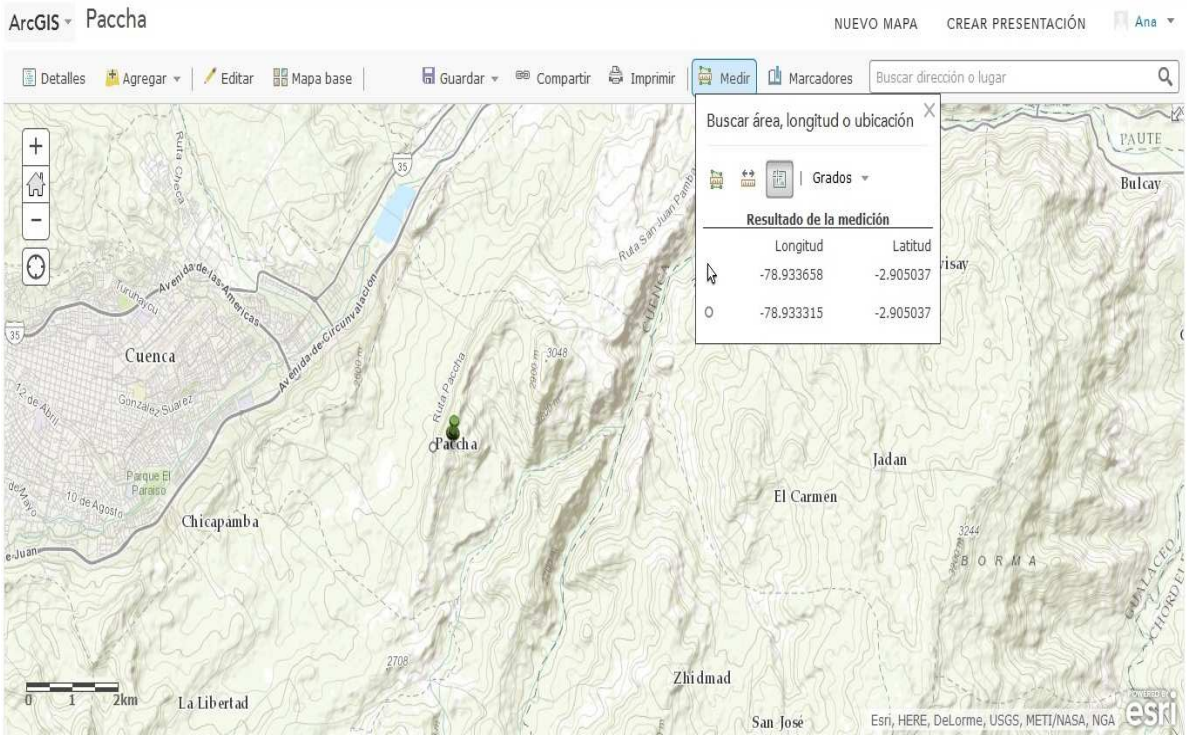
Latitud:-2.9 Longitud: -78.9333

Mapa 1 **Paccha**



Fuente: Elaboración propia en base a Google Maps 2014

Mapa 2 **Paccha**



Fuente: Elaboración Propia en base a ArcGis 2014

Historia de Paccha:

De acuerdo a lo investigado en la Enciclopedia Historia del Ecuador, nos dice que la Parroquia Paccha, es una población indígena que ya existía antes de que los españoles iniciaran la conquista.

La población, asentada en las faldas del Guagualzhumi, era asentamiento indígena, y fue fundada por los españoles en el año 1582 con el nombre de San Francisco de Paccha, integrando de inmediato el antiguo Corregimiento de Cuenca.

“El nombre de San Francisco se debe a que los primeros religiosos llegados a este rincón fueron los dominicos y franciscanos, quienes trajeron de España dos imágenes de San Francisco de Asís. El nombre de Paccha, cuyo significado en quichua se aplica a los surtidores de agua, fue escogido por los indígenas, quienes obtenían el agua de sitios lejanos y la cogían de caños, por medio de cántaros” (R. López Campos.- El Universo, abril 15/92).

A partir de 1957, una serie de deslizamientos advirtieron a la población que sus condiciones geológicas eran peligrosas; estos deslizamientos cobraron mayor intensidad a partir de 1993 y obligaron a muchos de sus pobladores a abandonar sus casas, muchas de ellas destruidas.

Actualmente San Francisco de Paccha, es una de las parroquias rurales del cantón Cuenca. Cuenta con 20 comunidades y 5000 habitantes aproximadamente. Sus habitantes se dedican a la agricultura, tejido de esteras e incluso aún se pueden encontrar panaderías tradicionales de horno de leña.

Según datos tomados de los diarios, la actual presidenta de la Junta Parroquial, Mariana Durán, indica que uno de los problemas de la parroquia es la vialidad, sin embargo está mejorando y actualmente la vía Ucubamba-Paccha está en buenas condiciones y se prevé en pocos meses se termine con la reconstrucción del tramo Monay-Baguanchi-Paccha, una vez que las obras de infraestructura terminen.

Y si hablamos de turismo, Paccha cuenta con varios atractivos turísticos como el "Mirador", con una vista espectacular del sector, "Laguna de Quituiña" o llamada "ojo del solrecto", en donde crece la totora. Según los habitantes, esta laguna es especial, ya que según cuenta la mitología cañari, es el sitio donde se presenta la mama huaca, una señora de cabellos largos con un peine de oro. Ella atrae a la laguna a los humanos y los lleva al fondo en donde hay un mundo mágico. Actualmente esta laguna se ha secado debido al descuido ambiental y ha pasado a ser sitio de ganado.

Se cuenta también con otros atractivos como "Guagualzhumi", lugar en donde todavía se encuentran restos de cerámica cañari, en una de sus colinas se halla una estructura de piedra lisa "Chapanhuasi", era una construcción que los cañaris tenían, en lugares altos y estratégicos, para observar a sus enemigos.

El 12 de mayo de cada año se lleva a cabo el festejo de parroquialización de Paccha, la misma que se agasaja con bandas de pueblo, ferias y fiestas populares.

f2.

Ref. Img
f2. Laguna de Quituiña, foto: Hidalgo, Ana, 2014.

Datos Sociodemográficos:

Según datos del INEC. 2010, Paccha cuenta con una superficie de 25,71Km2 y una densidad poblacional de 251,54. Tiene una temperatura promedio de 14'C.

Cuadro 1 **Población**

Hombre	Mujer	Total
2961	3506	6467

Fuente: INEC censo Poblacional 2010

De acuerdo al análisis realizado por rangos de edad nos permite identificar que la población de la parroquia es joven, ya que la edad media es de 25 años y al igual que toda la zona de la región austral, según datos del Censo de Población y Vivienda

realizado por el INEC en el 2010, tiene una alta emigración al exterior, sobre todo a Estados Unidos, España e Italia, y la principal razón es la búsqueda de trabajo.

En cuanto a educación, nos permite evidenciar la desigualdad que aún existe entre el área urbana y rural, y entre hombres y mujeres, además el nivel de educación de la población influye en las oportunidades para acceder a un empleo así como en otros factores importantes del desarrollo humano como prevención de enfermedades, conservación del medio ambiente, etc.

f3.

Ref.img

f3. Cabecera Parroquial, foto: Junta parroquial, 2013.

2. DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

Análisis de la Situación Turística:

De acuerdo al Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del destino Cuenca y su área de Influencia. El destino Cuenca es considerado como una de las ciudades más importantes del Ecuador y de Sudamérica y reconocido como un destino altamente recomendado en varias páginas web (Viva Travel Guides, Tripadvisor, Yahoo Travel, Expedia, Frommers) y guías de viajero (Lonely Planet, Footprint, The Rough Guide to Ecuador, Viva Travel Guides Ecuador and the Galápagos), sin embargo en el destino Cuenca y su área de influencia, el desarrollo del turismo se ha visto limitado por un relativo aislamiento geográfico y la carencia de un aeropuerto internacional lo que ha ocasionado que las operaciones turísticas se hayan centrado en Quito.

En el 2009 llegaron por vía aérea 511.615 pasajeros a Cuenca (DAC, 2010), se debe considerar que de estos arribos sólo una porción corresponden a turismo (estimada en un 20% por la DAC). Respecto al turismo interno durante el 2008 se realizó un estudio (MINTUR, 2008) en base a encuestas a hogares, el estudio arrojó una estimación de desplazamiento de turismo interno para el periodo de julio a septiembre, que ubicó a Cuenca como el séptimo destino escogido por ecuatorianos, captando a 31.898 visitantes que equivale al 3% del total que se desplaza en el país. (MINTUR, 2008). Según estimaciones del Gobierno Provincial del Azuay indican que al 2009 ingresaron a Azuay 240.000 turistas, generando para la provincia divisas por US$ 26.400.000. (Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del destino Cuenca y su área de Influencia, 2011).

Según datos tomados de la Oficina de Información turística, en el primer semestre del año 2012 se registraron ingresos de turistas nacionales a la ciudad de Cuenca de 44.087, que al año serían 88.174; de los cuáles, 64% corresponde a turistas nacionales y el 36% a turistas extranjeros.

La Parroquia Paccha, no cuenta con datos estadísticos de ingreso de turistas a la zona, sin embargo a través de la investigación realizada, se puede decir que esta Parroquia a pesar de estar relativamente cerca de la ciudad de Cuenca ha sabido mantener características únicas, tanto en la arquitectura como en la celebración de sus tradiciones y festividades, que atrae a miles de turistas cada año; una de ellas es la Fiesta de la Virgen de los Dolores. Los encargados de festejarla son dos personas denominadas los "guioneros", estos a su vez buscan priostes menores, quienes son los encargados de ayudar a arreglar el altar de la Virgen en la iglesia.

La procesión se ha convertido en una tradición del Viernes Santo en esta parroquia, el recorrido tiene una duración de aproximadamente tres horas donde los feligreses entonan diversos cantos y oraciones.

A esta fiesta acuden aproximadamente unas 5.000 personas solo el viernes santo y unas 20.000 durante la semana mayor. Devotos provenientes de diferentes partes de la provincia e incluso del país.

A su vez, Paccha cuenta con varios atractivos turísticos que aún no han sido explotados correctamente, así hablamos de El Mirador, Laguna de Quituiña, la elevación de "Huahualzhumi", lugar en donde todavía se pueden encontrar restos de cerámica Cañari, la plaza donde está la Iglesia, que está completamente remodelada. Actualmente en esta zona se cuenta con el centro de recreación Los Maderos, lugar donde se llevan a cabo programas culturales y donde se encuentran algunas reliquias originarias de este sector, es un espacio que funciona también como museo.

Y si hablamos de gastronomía, hay varios restaurantes, en donde se puede deleitar de comida típica como son la fritada y el cuy acompañados de la tradicional chicha de maíz, aquí aún se puede saborear los panes caseros, hechos en los tradicionales hornos de leña

Identificación del Producto Turístico Potencial:

De acuerdo a la investigación realizada, Paccha es una parroquia que desde hace más de un siglo cultiva y trabaja con la totora, sin embargo en la actualidad se está perdiendo cada vez más este arte y la gente del lugar ha dejado de preocuparse por el

cuidado de los totorales. Es así que se ha pensado en nuevo modelo de producto turístico dirigido a revalorizar y recuperar la fibra de totora, con un concepto de producto turístico comercializable diferenciado e innovador que logre capturar y atender segmentos de mercado más amplio sobre la base de un turismo sostenible. Lo que contribuirá al desarrollo local de la parroquia Paccha, a través de la creación de diferentes fuentes de trabajo, que posibilitará aprovechar de la mejor manera este material y lograr una mayor productividad en la zona.

Componentes del producto:

Los principales componentes de este nuevo modelo de producto son aquellos que motivarían el desplazamiento tanto de turistas nacionales como extranjeros, entre ellos esta esencialmente la experiencia personal del turista a conocer la historia y todo el proceso de cultivo de totora, hasta llegar a la elaboración de nuevos productos únicos y modernos.

Actividades a desarrollar:

- Visita a la laguna donde se cultiva la totora
- Visita a talleres artesanales de elaboración de esteras
- Visita a Plaza Rotary (productos elaborados en totora)
- Visita al taller (una nueva propuesta de objetos a base de la totora)
- Visita a la galería con los objetos terminados

Ventaja Competitiva:

Posicionamiento.- Nuevo modelo de producto turístico, que promueve la promoción y el desarrollo local, así como llegar a segmentos de mercado más amplio sobre la base de un turismo sostenible.

Diferenciación.- Es un producto único, de revalorización de la historia ancestral de la totora, que invita a la experiencia personal del turista de conocer todo el proceso de cultivo de esta fibra, hasta llegar a la elaboración de nuevos productos únicos y modernos.

Análisis FODA:

De acuerdo a la información recopilada, se realizó un análisis de las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas detectadas en el área de estudio FODA:

Fortalezas:

- Tradición oral (mitos y leyendas)
- Cuenta con tradición gastronómica y técnicas de cocción
- Desarrollo de un trabajo artesanal en torno a la pirotecnia
- Presencia de artesanos que trabajan con la totora
- Realización de fiestas culturales religiosas
- Fiesta de la Virgen de los Dolores (Semana Santa)
- Abundantes recursos naturales (bosques nativos, lagunas) y culturales
- Presencia de cultura viva
- Abundante producción agrícola
- Funciona como cabecera cantonal
- Apoyo de las autoridades locales
- Interés por parte de la población para el desarrollo turístico
- Desarrollo de programas de reforestación de plantas nativas.

Debilidades:

- Falta de valorización de restos arqueológicos existentes
- Carencia de frecuencias de transporte público
- Inexistencia de señalización turística

- Delimitación territorial escasa
- Contaminación de quebradas por desechos sólidos
- Escases de agua potable
- Déficit de alcantarillado y recolección de basura
- Desconocimiento del potencial turístico por parte de la población
- Falta de promoción y difusión turística
- Abundantes plantaciones de especies arbóreas introducidas (eucaliptus, pino)
- Presencia de deslizamientos geológicos
- Inseguridad
- Falta de un centro de interpretación adecuado
- Falta de una adecuada restauración de los establecimientos
- Falta de interés para potenciar los miradores turísticos
- Falta de variedad de eventos y actividades turísticas todo el año
- Falta de infraestructura adecuada para la accesibilidad a la zona

Oportunidades:

- Cercanía a la ciudad de Cuenca (centro emisor)
- Apoyo gubernamental
- Potencialidad para atraer turistas locales al lugar debido a su riqueza natural y cultural
- Incrementar la oferta turística al mercado cuencano
- Cercanía a los atractivos turísticos aledaños
- Líneas de crédito para financiar PYMES
- Incorporación de la comunidad a la actividad turística para el desarrollo local.

- Creciente interés por el desarrollo de nuevas actividades culturales y de naturaleza.

Amenazas:

- Alta inmigración
- Posibles concesiones mineras
- Clima impredecible
- Falta de mantenimiento de las vías de acceso
- Alta competitividad turística a nivel provincial.

Cuadro 2 **Análisis FODA Cruzado**

	Fortalezas	**Debilidades**
	- Tradición oral (mitos y leyendas) - Cuenta con tradición gastronómica y técnicas de cocción - Desarrollo de un trabajo artesanal en torno a la pirotecnia - Presencia de artesanos que trabajan con la totora - Realización de fiestas culturales religiosas - Fiesta de la	- Falta de valorización de restos arqueológicos existentes - Carencia de frecuencias de transporte público - Inexistencia de señalización turística - Delimitación territorial escasa - Contaminación de quebradas por desechos sólidos - Escases de agua potable - Déficit de alcantarillado y recolección de

	Virgen de los Dolores (Semana Santa) - Abundantes recursos naturales (bosques nativos, lagunas) y culturales - Presencia de cultura viva - Abundante producción agrícola - Funciona como cabecera cantonal - Apoyo de las autoridades locales - Interés por parte de la población para el desarrollo turístico - Desarrollo de programas de reforestación de plantas nativas.	basura - Desconocimiento del potencial turístico por parte de la población - Falta de promoción y difusión turística - Abundantes plantaciones de especies arbóreas introducidas (eucaliptus, pino) - Presencia de deslizamientos geológicos - Inseguridad - Falta de un centro de interpretación adecuado - Falta de una adecuada restauración de los establecimientos - Falta de interés para potenciar los miradores turísticos - Falta de variedad de eventos y actividades turísticas todo el año - Falta de infraestructura adecuada para la

		accesibilidad a la zona.
Oportunidades	**FO**	**DO**
- Cercanía a la ciudad de Cuenca (centro emisor) - Apoyo gubernamental - Potencialidad para atraer turistas locales al lugar debido a su riqueza natural y cultural - Incrementar la oferta turística al mercado cuencano - Cercanía a los atractivos turísticos aledaños - Líneas de crédito para financiar PYMES - Incorporación de la comunidad a la actividad turística para el desarrollo local. - Creciente interés por el desarrollo de nuevas actividades	- Con la colaboración de la población y Centro Parroquial. Crear una línea base en la cual se recopilen los mitos y leyendas así como la gastronomía, su historia y datos relevantes de la zona. - Crear convenios Interinstitucionales entre el sector público y privado, que permitan desarrollar nuevos proyectos que ayuden al desarrollo local. - Crear alianzas, con la finalidad de potenciar los atractivos más destacados del	- Reuniones estratégicas con la finalidad de aumentar las frecuencias de transporte público al lugar. - Con el apoyo gubernamental, establecer un plan de manejo que apunte al mejoramiento de la zona (mantenimientos de vías de acceso, recolección de basura y desechos, señalización turística, etc.) - Desarrollar un plan de marketing con la finalidad de reconocer todo el potencial natural y cultural del lugar. - Establecer un plan de contingencia con la finalidad de minimizar los daños producidos por los deslizamientos geológicos. - Proyecto para la creación de un

culturales y de naturaleza.	lugar. - Aprovechar las líneas de crédito existentes, para financiar nuevos proyectos de desarrollo local. - Aprovechar el interés que existe en la población, a través de programas que incentiven la capacitación en torno al desarrollo local y sus beneficios.	centro de interpretación adecuado en el sector. - Proyecto de restauración y adecuación de infraestructura básica en la zona. - Proyecto de restauración y mantenimiento de los atractivos naturales del lugar (miradores, lagunas, bosques).
Amenazas	FA	DA
- Alta inmigración - Posibles concesiones mineras - Clima impredecible - Falta de mantenimiento de las vías de acceso - Alta competitividad turística a nivel provincial.	- Establecer reuniones periódicas con la población y centro parroquial a fin de determinar problemas emergentes. - Establecer un plan de manejo que apunte al desarrollo local de la zona. - A través de	- Crear convenios interinstitucionales con el fin de gestionar adecuadamente los recursos necesarios para la ejecución de diversos proyectos, que impulsen el desarrollo local. - Generación de proyectos y programas que potencien a la parroquia Paccha como destino de

	convenios interinstitucionales locales establecer nuevos proyectos que permitan la competitividad turística.	visita.

Fuente: Elaboración Propia

Análisis FODA Ponderado:

Para desarrollar el FODA Ponderado, otorgare valores a cada una de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, de acuerdo a una escala establecida de 1 a 3, donde 3 indica el mayor nivel de actuación, 2 el medio y 1 el menor.

Cuadro 3 Análisis FODA Ponderado

Fortalezas	**Debilidades**	**Oportunidades**	**Amenazas**
- Tradición oral (mitos y leyendas) (3) - Cuenta con tradición gastronómica y técnicas de cocción (3) - Desarrollo de un trabajo artesanal en torno a la pirotecnia (2) - Presencia de	- Falta de valorización de restos arqueológicos existentes (3) - Carencia de frecuencias de transporte público (3) - Inexistencia de señalización turística (3) - Delimitación	-Cercanía a la ciudad de Cuenca (centro emisor) (3) - Apoyo gubernamental (3) - Potencialidad para atraer turistas locales al lugar debido a su riqueza natural y cultural (3) - Incrementar la oferta turística al mercado cuencano (3)	-Alta inmigración (3) - Posibles concesiones mineras (3) - Clima impredecible (3) - Falta de mantenimiento de las vías de acceso (3) - Alta competitividad

artesanos que trabajan con la totora (3) - Realización de fiestas culturales religiosas (3) - Fiesta de la Virgen de los Dolores (Semana Santa) (3) - Abundantes recursos naturales (bosques nativos, lagunas) y culturales (3) - Presencia de cultura viva (3) - Abundante producción agrícola (2) - Funciona como cabecera cantonal (2) - Apoyo de las autoridades locales (3) - Interés por parte de la población para el desarrollo turístico (3) -Desarrollo de programas de reforestación de plantas nativas. (3)	territorial escasa (2) - Contaminación de quebradas por desechos sólidos (2) - Escases de agua potable (3) - Déficit de alcantarillado y recolección de basura (3) - Desconocimiento del potencial turístico por parte de la población (2) - Falta de promoción y difusión turística (2) - Abundantes plantaciones de especies arbóreas introducidas (eucaliptus, pino) (2) - Presencia de deslizamientos geológicos (3) - Inseguridad (3) - Falta de un centro de interpretación adecuado (2) - Falta de una adecuada restauración de los establecimientos	- Cercanía a los atractivos turísticos aledaños (3) - Líneas de crédito para financiar PYMES (3) - Incorporación de la comunidad a la actividad turística para el desarrollo local.(3) - Creciente interés por el desarrollo de nuevas actividades culturales y de naturaleza. (3)	turística a nivel provincial. (3)

	(2) - Falta de interés para potenciar los miradores turísticos (2) - Falta de variedad de eventos y actividades turísticas todo el año (2) - Falta de infraestructura adecuada en el lugar. (3)		
Total 36	Total 42	Total 24	Total 15
TOTAL 117 = 100%			

Total en Porcentajes

Fortalezas	**Debilidades**	**Oportunidades**	**Amenazas**
30,77%	35,90%	20,51%	12,82%

Análisis

Factor de Optimización
F + O = 30,77 + 20,51 = 51,28

Factor de Riesgo
D + A= 35,90 + 12,82 = 48,72

Fuente: Elaboración Propia

Según los datos analizados, en la actualidad el factor de optimización, es mayor al factor de riesgo, por lo tanto es positivo el potencial turístico del área para la creación de un nuevo modelo de producto turístico.

Conclusiones del Capítulo II :

San Francisco de Paccha es una de las parroquias rurales del cantón Cuenca, en donde hasta la actualidad se cultiva la totora, esta fibra sigue siendo la materia prima de alrededor de 30 familias de campesinos que aún mantienen la tradición de cultivar y tejer la totora desde hace muchos años.

Desde un punto de vista cultural y etnográfico, hay que reconocer a la totora una riqueza especial, pues tiene hondas raíces históricas, que datan desde los primeros habitantes del continente americano.

Si nos decidimos hablar todos el mismo idioma. El Sumak Kawsay o Buen Vivir, es un reto para lograr profundas transformaciones en nuestra sociedad, es adoptar un nuevo paradigma civilizatorio. Implica el reto de armonizar en la realidad nuestras relaciones con la naturaleza, implica poner en práctica el reconocimiento de los derechos de la naturaleza, nos reta a escuchar, aprender las sabidurías de nuestros ancestros.

Abre la posibilidad de un diálogo con la naturaleza y a reconocer su dimensión espiritual, porque como dijo Martí “la inteligencia americana es un penacho indígena”.

Es por todo esto que es indispensable revalorizar la totora, un material, que por su rápido crecimiento y desarrollo, además de tener la capacidad de adaptarse a diversos climas en los que crece naturalmente y en abundancia, se puede hablar de una fibra de fácil renovación, que coincide incluso con la conciencia ecologista actual.

Cómo vemos en los resultados del Análisis realizado en la actualidad el factor de optimización, es mayor al factor de riesgo, por lo tanto es positivo el potencial turístico del área para la creación de un nuevo modelo de producto turístico.

CAPITULO III

UNA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO LOCAL DE LA COMUNIDAD DE PACCHA

La siguiente propuesta está basada en el diagnóstico desarrollado y va en función de establecer una propuesta que permita crear una conciencia en los pobladores de Paccha y los organismos gubernamentales del sector, al mismo tiempo que considera aspectos muy importantes con la finalidad de lograr el desarrollo local de la zona.

Líneas de Acción para el desarrollo local de la Comunidad de Paccha

Cuadro 4 Matriz Líneas de Acción

Línea de Acción	**Objetivo**	**Actores**	**Actividades**	**Tiempo**
- Establecer una línea base de los mitos, leyendas, gastronomía, historia y datos	Salvaguardar el legado de la Parroquia a través del tiempo.	Junta Parroquial y Población	- Crear encuestas y entrevistas, que permitan recopilar toda la información	Corto Plazo

relevantes de Paccha.			relevante de la zona - Procesar toda la información	
- Establecer convenios interinstitucionales entre el sector público y privado	Trabajo en conjunto.	Empresa Pública y Empresa Privada	- Crear convenios claves.	Corto Plazo
- Establecer alianzas estratégicas con la finalidad de potenciar los atractivos más destacados de la zona.	Mantener alianzas con diferentes instituciones, que impulsen el desarrollo del sector.	Junta Parroquial	- Crear alianzas estratégicas para el sector.	Corto Plazo
- Establecer el Financiamiento para nuevos proyectos de desarrollo local.	Aprovechar las mejores líneas de crédito existentes	Junta Parroquial y Empresa Privada.	- Contar con las mejores Líneas de crédito existentes.	Corto Plazo
- Establecer	Propiciar la	Junta	- Crear	

Programas de capacitación.	participación activa de la comunidad en las diferentes actividades.	Parroquial y Empresa Privada	programas de capacitación, dirigidos a la población en diferentes áreas de interés.	Largo Plazo
- Establecer Reuniones periódicas con el fin de determinar problemas emergentes.	Conocer ampliamente los problemas emergentes que acosan a la comunidad y dar soluciones.	Junta Parroquial	- Crear un calendario de reuniones periódicas con diferentes actores claves de la población. - Reuniones Estratégicas necesarias.	Corto Plazo
- Establecer un Plan de Manejo que apunte al desarrollo local de la zona.	Impulsar el desarrollo local.	Junta Parroquial	- Crear un plan de manejo que apunte al desarrollo de la zona.	Largo Plazo
- Establecer un plan de Contingencia.	Minimizar los daños producidos por los	Junta Parroquial	- Crear un plan de contingencia que ayude a	Corto

	deslizamientos geológicos, que dificulta la llegada a este sitio.		minimizar los daños producidos por los deslizamientos geológicos.	Plazo
- Establecer un Plan de Marketing del sector.	Reconocer y difundir los atractivos de la Parroquia.	Junta Parroquial, Empresa Privada	- Crear un plan de marketing que permita reconocer todo el potencial natural y cultural del lugar.	Largo Plazo
- Generación de nuevos programas y proyectos que potencien a la parroquia Paccha como destino de visita.	Promover la visita de turistas tanto nacionales como extranjeros.	Junta Parroquial, Empresa Privada.	- En base a las necesidades emergentes. Crear nuevos proyectos de potenciación del sector.	Largo Plazo

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos existen algunas líneas de acción que son necesarias para el desarrollo local de la Parroquia. Una de estas líneas establece la generación de nuevos programas y proyectos que potencien a Paccha como destino de visita, y sin duda la

zona actualmente presenta condiciones favorables para actividades turísticas, especialmente orientadas al turismo cultural y de naturaleza.

Resultados Obtenidos de la Encuesta realizada a los pobladores de la Parroquia Paccha

La investigación tomó en cuenta la aplicación de encuestas como instrumento de recolección de datos. El universo de la población fueron las personas que viven en Paccha y la muestra seleccionada para el estudio fue de 35 encuestados.

La selección de la muestra se realizó a juicio propio, tomando en consideración a personas que conozcan la zona.

La técnica para el estudio de la muestra se realizó mediante la aplicación de un cuestionario con 12 preguntas referentes al tema, donde se obtuvieron datos que permitieron brindar información importante.

Los resultados obtenidos nos indican que el 83% de la muestra está totalmente de acuerdo con la creación de un nuevo producto turístico para el desarrollo local de la parroquia. El 100% de la muestra está totalmente de acuerdo con el desarrollo y la implementación de un nuevo modelo de producto turístico que ayude a la incrementación de visitas al lugar. El 100% está totalmente de acuerdo que actualmente en la parroquia, existe la necesidad de crear nuevos productos turísticos para su comercialización y que Paccha posee los recursos naturales y culturales que permitirán sustentar el desarrollo de los mismos e incluso podrán ser comercializados internacionalmente. El 63% de la muestra afirma que existe seguridad en el sector, frente a un 37% que no lo considera seguro e indica que hace falta más control por parte de las autoridades. El 83% afirma que existe el apoyo institucional para poder desarrollar actividades turísticas en la zona. El 63% considera que actualmente se está impulsando el desarrollo del turismo, frente a un 37% que indica que todavía falta mucho por hacer. El 100% de la muestra considera necesario que la población se capacite con el fin de conocer e incluso participar activamente en el desarrollo local. El 100% afirma que la totora forma parte de la tradición cultural de Paccha y hasta el día de hoy existen familias enteras que siguen trabajando con este material e

incluso viven de él, opinan que sin duda la totora puede ser un elemento aglutinador que beneficie al desarrollo de la parroquia y a partir de este material se podría crear una nueva ruta turística que destaque la expresión propia de nuestra cultura a través de un nuevo modelo de producto innovador.

PROYECTO:

DISEÑO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN NUEVO MODELO DE PRODUCTO TURÍSTICO

Objetivos:

- Establecer el Producto.
- Identificar los recursos y actividades.
- Establecer los actores a ser involucrados.
- Proponer Proyectos en base a las necesidades del Producto.
- Desarrollar un Plan de Marketing Promocional.

Diseño del Producto:

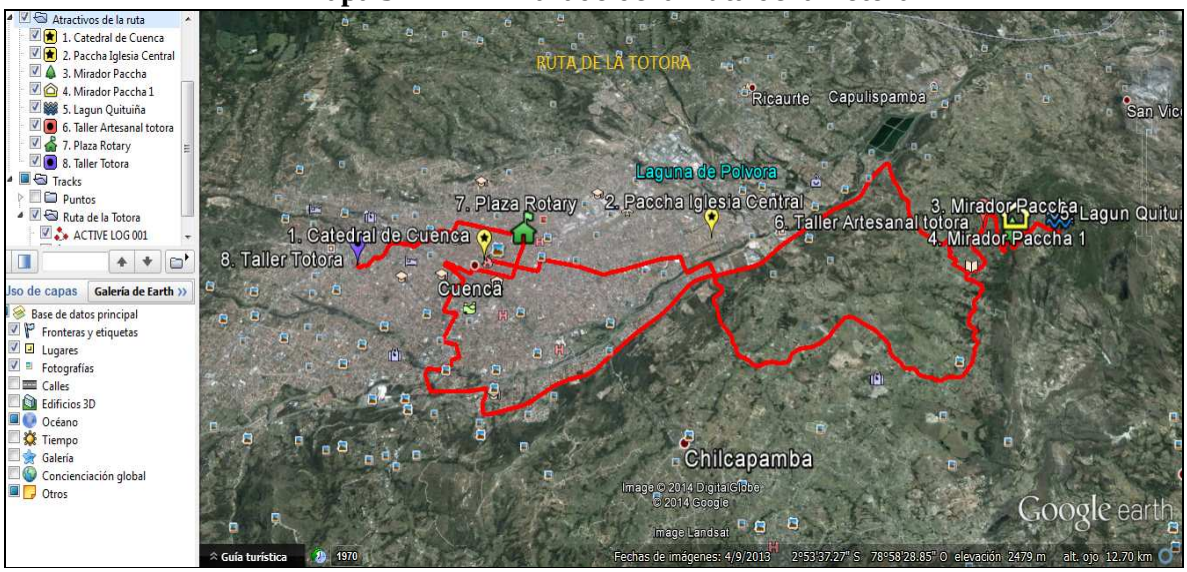
Se realizará en base a las siguientes características:

1. Nombre del Producto
2. Recursos Involucrados
3. Actividades Propuestas
4. Actores a ser involucrados
5. Responsable Directo

1. Nombre del Producto:

RUTA DE INTERPRETACIÓN CULTURAL DE LA TOTORA

Mapa 3 Trazado de la Ruta de la Totora



Fuente: Elaboración propia, 2014

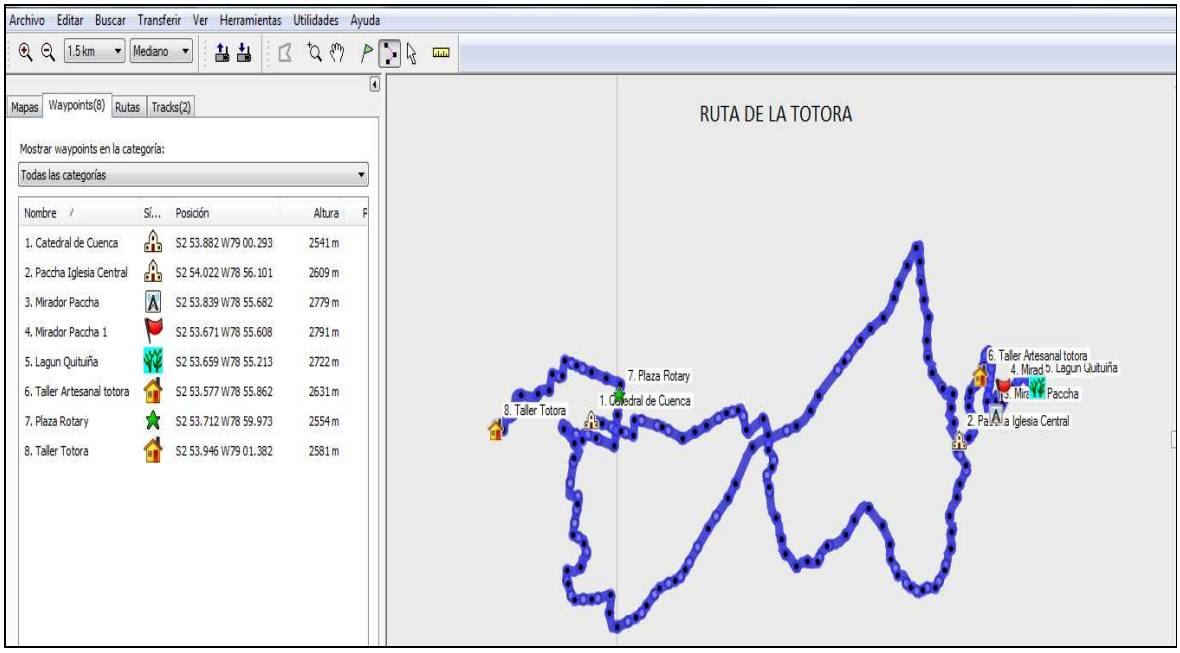
Este nuevo modelo de producto, tiene como temática principal el desarrollo de actividades turísticas de interpretación cultural, basada en la totora, para la promoción y el desarrollo local de la Parroquia Paccha.

2. Recursos Involucrados:

- Paccha (Mirador)
- Laguna de Quituiña
- Talleres Artesanales (cultivadores de totora)
- Restaurante tradicional
- Mercado Rotari
- Taller de elaboración de Muebles de diseño.

3. Actividades Propuestas:

Mapa 4. **Atractivos Referenciados**



Fuente: Elaboración propia, 2014

Recurso Ubicación	Actividad
Mirador (Paccha): S 2 53.671 W78 55.618 2791 m.s.n.m.	1. Explicación sobre la historia y utilización de la totora desde tiempos ancestrales. 2. Observación de la zona.
Laguna de Quituiña: S 2 53.659 W78 55.213 2722 m.s.n.m.	1. Explicación sobre el cultivo de la totora. 2. Historias, leyendas de la zona.
Taller Artesanal: S 2 53.577 W78 55.862 2631 m.s.n.m.	1. Observación y explicación por parte de los artesanos del lugar. 2. Explicación del proceso de elaboración de la estera.
Restaurante Típico	1. Almuerzo
Mercado Rotary:	1. Observación de las artesanías

S 2 53.713 W78 59.973 2554 m.s.n.m.	a base de totora que se venden en este mercado artesanal.
Taller de Diseño: S 2 53.946 W79 01.382 2581 m.s.n.m.	1. Observación y Explicación por parte del diseñador, sobre la elaboración de nuevos productos de diseño, con su base de totora (taller). 2. Visita a la galería con los productos de diseño terminados.

4. Actores a ser involucrados:

- Junta Parroquial
- Cultivadores de Totora
- Artesanos de esteras
- Comunidad de Paccha
- Arquitecto Diseñador de muebles

5. Responsables Directos:

- Empresa Pública (Junta Parroquial)
- Empresa Privada (Por definir)

Plan de Marketing

Este Plan de Marketing pretende anticiparse y responder a los cambios del entorno, tratando de mantener la organización turística adaptada, de forma óptima y continua para aprovechar al máximo las oportunidades que se presenten y los recursos internos que puedan proporcionarle una ventaja competitiva.

La Parroquia Paccha, a través de su Junta Parroquial, viene desarrollando hace tiempo varias acciones con el fin de promover el turismo en este sector. Esta experiencia servirá como base para el desarrollo adecuado de este nuevo producto.

Cuadro 5 **Presupuesto de Marketing:**

Rubro	**Valor Unitario/ USD**	**Valor Total/ USD**	**No. de veces**	**Responsable**
Personal: 1 Coordinador de Turismo 1 Guía del sector 1 Secretaria	800 300 300	800 300 300	1 vez al año	Junta Parroquial
	Costo	1400	1400	

Rubro	**Valor Unitario/ USD**	**Valor Total/ USD**	**No. de veces**	**Responsable**
Estudio de Mercado: - Oferta turística: servicios y paquetes - Competencia - Mecanismos de evaluación y control de afluencia turística	600	600	1 vez al año	Técnicos de Turismo
	Costo	600	600	

Rubro	Valor Unitario/ USD	Valor Total/ USD	No. de veces	Responsable
Paquetes turísticos: - Circuitos - Itinerarios - Precio - Beneficios	500	500	1vez al año	Técnico de Turismo
	Costo	500	500	

Rubro	Valor Unitario/ USD	Valor Total/ USD	No. de veces	Responsable
Capacitación a personal	1500	1500	1 vez al año	Junta Parroquial
	Costo	1500	1500	

Rubro	Valor Unitario/ USD	Valor Total/ USD	No. de veces	Responsable
Formación de personas del lugar	1500	1500	1 vez al año	Junta Parroquial
	Costo	1500	1500	

Rubro	Valor Unitario/ USD	Valor Total/ USD	No. de veces	Responsable
Señalética turística - Identificar la ruta - Mapa del lugar - Contratar material - Diseño iconografía - Implementación señalética	600 15000 2000 2000	600 15000 2000 2000	1 vez al año	Junta Parroquial en coordinación con Empresa Privada
	Costo	19600	19600	

Rubro	Valor Unitario/ USD	Valor Total/ USD	No. de veces	Responsable
Plan de Publicidad Turística:				

1 diseño de marca 2000 afiches 2000 trípticos 1000 adhesivos 1 página web 1 video promocional 1 cuña radial Anuncios prensa 3 participación en feria	600 0,27 0,27 0,21 1200 1600 700 800 2000	600 540 540 210 1200 1600 700 800 2000	1 vez al año	Municipio de Paccha en coordinación con el Mintur y Empresa Privada
	costo	8190	8190	

Fuente: Elaboración Propia

Rubro	Subtotal/USD
Personal	1400
Estudio de Mercado	600
Paquetes turísticos	500
Capacitación personal	1500
Capacitación a personas involucradas	1500
Señalética turística	19600
Plan de Publicidad	8190
Total	**33290**

Fuente: Elaboración Propia

Para la ejecución de los rubros que forman parte del Presupuesto de Marketing se necesita la cantidad de 33290 USD, monto que es una inversión aprovechable por los pobladores locales, ya que es de vital importancia planificar y preparar a Paccha para participar en la actividad turística.

Igualmente, es importante mencionar que para la obtención de dicha cantidad juega un papel substancial la autogestión que realice la Junta Parroquial, a través de proyectos viables involucrando al Ministerio de Turismo y otras instituciones; quienes financian propuestas para beneficio de la actividad y sus localidades.

Consolidación del Producto:

Es necesario indicar que De acuerdo a la investigación realizada, se indican los requerimientos necesarios, para que este nuevo modelo de producto, pueda ser puesto en valor y sea posible su mantenimiento a largo plazo, estas acciones se proponen para los recursos, infraestructura pública y privada, y la gestión de las mismas.

1. Requerimientos en relación a los atractivos:

- Proyecto para la Implementación de áreas para visita
- Proyecto para el mantenimiento de la ruta
- Proyecto para la rehabilitación y conservación de la laguna en la que se cultiva la totora.

2. Requerimientos en relación a la infraestructura:

- Proyecto de mantenimiento de la vía.
- Proyecto para la Creación de un centro comunal.

3. Requerimientos en relación a la gestión de la ruta

- Establecer un modelo de gestión de operación de la ruta.
- Proyecto para la concientización a la comunidad.
- Proyecto de capacitación continua, a fin de mejorar los niveles de servicio.

Matriz de los requerimientos necesarios para la Consolidación del Producto

Cuadro 6 Matriz de Requerimientos para Consolidación del producto

Proyecto	Actores	Actividades	Tiempo
Implementación de áreas para visita.	Junta Parroquial	Acoplar los espacios destinados, para la visita.	Largo Plazo
Mantenimiento de la Ruta.	Junta Parroquial	Mantenimiento permanente de los atractivos naturales. Mantenimiento de las vías de acceso a los atractivos.	Largo Plazo
Rehabilitación y conservación de la Laguna de totora.	Junta Parroquial	Realizar el estudio de factibilidad para la intervención en la Laguna.	Largo Plazo
Mantenimiento de la vía.	Junta Parroquial.	Mantenimiento constante de las vías de acceso a la Parroquia.	Largo Plazo
Creación de un Centro Comunal.	Junta Parroquial	Implementar un espacio comunal de información turística tanto de la ruta como de los	Largo Plazo

		atractivos del sector.	
Concientización a la Comunidad.	Junta Parroquial Empresa Privada	Programas de concientización sobre el manejo de recursos, a la población en general.	Largo Plazo
Capacitación continua a fin de mejorar la calidad de los servicios.	Junta Parroquial Empresa Privada	Programas de capacitación de acuerdo a las necesidades de los involucrados.	Largo Plazo

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores del Plan de Marketing Operacional:

RUTA DE INTERPRETACIÓN CULTURAL DE LA TOTORA

f.4 Catedral Cuenca

f.5 Iglesia Paccha

f.6 Mirador Paccha

f.7 Laguna de Quituiña

f.8 Taller Artesanal

f.9 Plaza Rotary

f.10 Mueble de Totora

f.11 Mesa de Totora

Ref. img.

f.4 a f.11: Ruta de la Totora

fotos: Hidalgo, Ana, 2014.

Descripción del Producto:

El producto consiste en una ruta turística de interpretación cultural, basado en la totora desde sus orígenes, hasta llegar a la elaboración de productos modernos de diseño, que permita la revalorización y recuperación de esta fibra, con un concepto de producto turístico comercializable diferenciado e innovador que logre capturar y atender segmentos de mercado más amplio sobre la base de un turismo sostenible. Lo que contribuirá al desarrollo local de la parroquia Paccha, a través de la creación de diferentes fuentes de trabajo, que posibilitará aprovechar de la mejor manera este material y lograr una mayor productividad en la zona.

Centro Base de la Ruta:

El centro base de la Ruta, será la ciudad de Cuenca, debido a que constituye la principal vía de acceso a la zona.

La ruta Turística tendrá a Cuenca como centro base, ya que los visitantes procedentes de otras ciudades y estados pueden permanecer fácilmente en este punto.

Periodo de Funcionamiento:

La Ruta, está orientada a funcionar de forma continua durante todo el año, debido a las condiciones climáticas que presenta esta zona.

Transporte:

La parroquia Paccha, ubicada a 15 minutos de la ciudad de Cuenca, cuenta con dos vías al momento completamente renovadas, la vía Monay-Baguanchi-Paccha y la Ucubamba-Paccha. Actualmente, la 15 es la única línea de bus urbano que hace un recorrido hasta el centro de Paccha hasta las 19:00.

Alimentación:

En la parroquia Paccha existen restaurantes de comida típica y un dato particular es que aquí encontramos los famosos panes de leña; 24 familias mantienen la tradición de hacer el pan en hornos de leña. Los propietarios han recibido capacitación para mejorar la calidad del producto, normas de urbanidad y la buena presentación en la vestimenta para recibir a los turistas que visitan la zona. Y actualmente la Junta Parroquial está impulsando los proyectos productivos para promocionar los cultivos orgánicos, es así que dispone de un tractor agrícola para laborar en las parcelas donde es posible el cultivo de hortalizas y legumbres.

Paquete turístico referencial:

Día 1

09 00 Salida desde el centro Histórico de Cuenca

09 20 Llegada a Centro de Paccha

09 25 Charla Informativa sobre Historia de Paccha

09 45 Visita al Mirador (Observación del lugar)

09 50 Charla informativa sobre Historia de la Totora

10 30 Visita a la Laguna Quituiña (leyendas de la laguna)

10 35 Charla explicativa sobre el cultivo de la Totora

11 00 Visita Taller Artesanal (observación y explicación del proceso de elaboración de una estera)

12 30 Almuerzo, comida típica en Paccha.

14 00 Visita a la Plaza Rotary (observación de artesanías)

15 00 Visita al taller de Diseño

15 00 Charla sobre la elaboración de nuevos productos de diseño

15 30 Visita a la galería para la observación de productos terminados

El Paquete Incluye:

- Transporte durante el recorrido
- Alimentación Almuerzo y refrigerio
- Gianza guía especializado nativo
- Material Informativo
- Recuerdo de la visita

Cuadro 7 Estructura de costos del Paquete (sobre una base de 8 personas)

Concepto	Costo Total	8 Pax precio Unitario
Costos Fijos	**115,00**	**14,38**
1 Gianza	15,00	1,88
1Transporte terrestre	100,00	12,5
Costos Variables	**52,00**	**4,75**
1 Almuerzo	24,00	2,00
1 Refrigerio	18,00	1,50
1 Artesanía	8,00	1,00
1 Material Informativo	2,00	0,25
Subtotal	**167,00**	**19,13**
Gastos de Administración y Ventas	17,00	2,00
Impuestos	20,04	2,30
Costos totales	**204,04**	**23,43**
Utilidad 30%	**61,21**	**7,03**
Precio de Venta	**265,25**	**30,46**

Fuente: Elaboración propia.

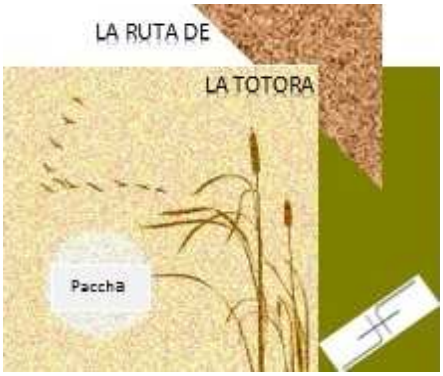
Marca:

Para la definición de la marca, se ha considerado diversos aspectos:

- La Marca propiamente dicha, con el logotipo más el símbolo.
- El mensaje permanente que contempla a la marca definiendo el posicionamiento competitivo de la oferta en función a la imagen turística del sector.

Es así que es necesario considerar tres cosas que sin duda deben estar incorporados en esta marca:

1. Colorido, que identifique a la zona de Paccha junto con el tono característico de la totora.
2. Símbolo, que muestre la diversidad cultural de la zona, en función al atractivo relevante.
3. Mensaje, una frase corta que acompañe a la marca, complementando y cualificando el mensaje gráfico.



Vive la Experiencia

Fuente: Elaboración Propia

MODELO DE TRIPTICO

RUTA DE LA TOTORA

PACCHA

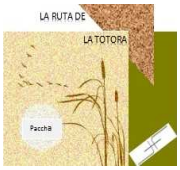
"El patrimonio artístico y artesanal de cada país y de cada región se convierte en símbolo representativo y en países donde se reconoce la importancia de la artesanía, apenas puede concebirse una propaganda turística sin alusión a las riquezas artísticas artesanales que sus diferentes regiones poseen" (Ballestero, 2011).

LA RUTA DE LA TOTORA

Históricamente el hombre ha utilizado en su beneficio los productos de la naturaleza, entre ellos las especies vegetales. Estos productos, en su variedad, le han servido como alimento, como material de construcción de sus viviendas, sus armas, utensilios de cocina, etc.

San Francisco de Paccha, es una de las parroquias rurales del cantón Cuenca, en donde desde hace más de un siglo se cultiva y trabaja con la totora.

Tejiendo una estera.



Vive la Experiencia

Es el momento para lograr profundas transformaciones en nuestras sociedades, es el momento de adoptar un nuevo paradigma civilizatorio. Implica el reto de armonizar en la realidad nuestras relaciones con la naturaleza, implica poner en práctica el reconocimiento de los derechos de la naturaleza, nos reta a escuchar, aprender las sabidurías de nuestros ancestros.

"¡Venga a vivir la experiencia."

TOTORA

"Por su rápido crecimiento y desarrollo, además de su adaptabilidad a diversas zonas climáticas en las que crece naturalmente y en abundancia, podemos catalogarlo como un material de fácil renovación. Valernos de este tipo de recursos está a tono con la conciencia ecológica actual, que pone en evidencia la importancia de la conservación de nuestro entorno" (Hidalgo, 2006).

Fuente: Elaboración Propia

Precio:

La fijación del precio, es un proceso en el que intervienen los involucrados; sin embargo, luego del análisis realizado se pudo obtener un referente del costo de este producto que integra elementos individuales como: transporte, alimentación, guianza, material informativo y recuerdo.

Cuadro 8 **Precio Paquete**

Concepto	Costo Total	8 pax Precio Unitario
Costos Fijos	115,00	14,38
Costos Variables	52,00	4,75
Subtotal	**167,00**	**19,13**
Gastos Administración y Ventas 10%	17,00	2,00
Impuestos 12%	20,04	2,30
Costos Totales	**204,04**	**23,43**
Utilidad 30%	**61,21**	**7,03**
Precio de Venta	**265,25**	**30,46**

Fuente: Elaboración propia

Plaza:

De acuerdo a la investigación de mercado, los productos o servicios turísticos deben ser ofertados en plazas que peritan captar clientes del mercado nacional e internacional.

Sin duda los canales de distribución son la herramienta adecuada y fundamental para llegar a las diferentes plazas turísticas, es así que se propone ofertar el producto en las principales ciudades emisoras de turísticas como son: Quito, Guayaquil y Cuenca.

El objetivo principal del canal de distribución es la entrega de la calidad de un producto turístico, en el lugar y tiempo preciso, con el precio adecuado, y al cliente exacto.

Cuadro 9 Acciones Estratégicas de Marketing

Estrategia	Táctica	Objetivo	Política Funcionamiento	Público Objetivo
VENTA :				
Venta Directa	Presentar el Producto	Dar a conocer al público el nuevo producto.	Contacto personal entre vendedor y comprador.	Visitantes que llegan a Cuenca o a Paccha.
	Visita a Empresas	Dar a conocer el nuevo producto.		Empresas públicas y privadas
Intermediarios	Agencias de Viajes y Operadoras	Presentar el nuevo producto.	Elaborar un acuerdo económico en la que se beneficien ambas partes, entregar material promocional.	Turistas que viajan a través de paquetes turísticos.

Fuente: Elaboración Propia

Para la venta a través de intermediarios, es necesario la realización de fam trips, que permitan poner al intermediario en contacto con el producto y también establecer tarifas especiales para negociar con las agencias y operadoras.

Promoción:

Cuadro 10 Estrategias de Comunicación

Posicionamiento e Imagen	Táctica	Objetivo	Política de Funcionamiento	Target
Publicidad	Presencia permanente en medios y papelería	Posicionar al producto, dentro del mercado turístico	De acuerdo al Plan de Publicidad	Población de Quito, Guayaquil y Cuenca
Presentación	Participación en ferias	Lograr posicionamiento del producto a grandes masas y costos accesibles	Alquiler de Stand para promoción	Población en general
Reuniones Estratégicas	Con entidades afines e involucrados al nuevo producto	Establecer relaciones que faciliten el desarrollo a largo plazo del nuevo producto	Establecer y participar en reuniones estratégicas	Personas e instituciones con capacidad técnica en el ámbito turístico
Capacitación	Capacitación permanente	Mantener una imagen de calidad	Programas de capacitación	Personas involucradas.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 11 **Plan de Publicidad**

Tipo Publicidad	**Objetivo**	**Política Funcionamiento**	**Target**	**Presupuesto Anual**
Radio	Difundir el nuevo producto	Presencia radial permanente	Población local	700
Revistas	Difundir el nuevo producto	Participación en revistas que tengan alcance nacional.	Población nacional	800
Televisión	Difusión del producto	Proyección de videos promocionales en los canales de mayor rating	Población nacional	2000
Internet	Captar turistas que buscan destinos a través de internet	Creación de una página web	Turistas de diversas nacionalidades	1200
Papelería Marca Turística	Definir la Marca del nuevo producto	Posicionar el producto a través de una marca que se plasme en la mente del turista	población	600
Afiches	Facilitar información del producto	Distribución en puntos estratégicos de	Pobladores y turistas	540

		la ciudad y el país.		
Trípticos	Facilitar información del producto	Entrega de forma masiva en empresas, ferias y sitios de información turística	Pobladores y turistas	540
Papelería Especial: Adhesivos, postales, separadores lectura,etc.	Posicionar la imagen del nuevo producto en la mente del mercado actual y potencial	Material publicitario opcional, para la entrega en fechas o eventos importantes	Clientes actuales y potenciales.	800
Total:				**7180**

Fuente: Elaboración Propia

Financiamiento:

Cabe indicar que los costos son referenciales, y al momento de la ejecución pueden variar, sin embargo el presupuesto aquí descrito es operativo y totalmente factible. Considera las prioridades para la implementación de este nuevo producto.

El financiamiento de la ejecución depende directamente de la Junta Parroquial de Paccha, pero sin duda existen otras instituciones con las que se pueden lograr alianzas estratégicas con el fin de financiar parte de los costos, estas podrían ser el Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial del Azuay, Empresa privada.

Evaluación del Plan de Marketing:

De acuerdo al análisis de otros productos, para el desarrollo eficaz, sin duda se debe mantener una evaluación constante de acuerdo a los siguientes indicadores:

Indicadores Evaluativos del plan de Marketing Estratégico:

1. Evaluación post-venta con los clientes finales e intermediadores mediante la utilización de encuestas de satisfacción y medición de la calidad en el servicio:
La aplicación de esta encuesta permitirá ir midiendo la efectividad de las campañas promocionales y publicitarias con respecto a lo percibido por el cliente después de haber consumido el servicio.

2. Análisis financiero una vez finalizada alguna acción promocional: Comparar los montos de inversión inicial con los resultados finales, ya que muchas veces las acciones en gestión comercial turística no se miden de manera inmediata sino vienen posteriormente en el tiempo.

3. Análisis del Gasto promedio Diario efectuado por el turista: Lo importante en turismo ya no es medir la cantidad de turistas que llegan, sino más bien el gasto realizado por ello, y el impacto económico que esto ha generado en la comunidad receptora. Este control lo lleva cada unidad empresarial, y después se complementa con la aplicación de alguna encuesta a los turistas.

4. Estudio de sostenibilidad de los recursos turísticos naturales: Una vez implementado los programas turísticos, especialmente en aquellos relacionados con actividades en medios naturales, cada cierto tiempo se deberá analizar el comportamiento del lugar para ver si la actividad turística está generando algún impacto negativo sobre el medio. Este estudio se podrá efectuar con la colaboración de alguna Universidad, para que sea desarrollado de manera sistemática ocupando los mismo indicadores e instrumentos evaluativos.

5. Evolución del número de turistas por segmentos. Con esta información se podrá conocer si efectivamente están llegando los turistas objetivos de acuerdo a las estrategias promocionales implementadas.

Conclusiones

Como vemos en los últimos años se está dando una evolución en la demanda turística, y con esto aparecen nuevos productos que intentan satisfacer las necesidades de este nuevo turista y si hablamos del turismo cultural, sin duda, este proporciona importantes beneficios para los visitantes y para la comunidad donde se desarrolla la actividad.

En este trabajo de investigación se ha cumplido con los objetivos planteados a través de la propuesta para la creación de un nuevo modelo de producto, basado en el desarrollo de la totora desde sus orígenes hasta la producción de trabajos a partir de este material, con un concepto de producto turístico comercializable diferenciado e innovador que permita capturar y atender segmentos de mercado más amplio sobre la base de un turismo sostenible, lo que permitirá el desarrollo local de la Parroquia Paccha, a través de la creación de diversas fuentes de trabajo, que posibilitará aprovechar de la mejor manera este material y lograr una mayor productividad en la zona.

Sin duda, el principal elemento que indica la sostenibilidad de este proyecto proviene de la apropiación del mismo por parte de sus beneficiarios, ya que el objetivo fue ayudar al desarrollo local, a través de una actividad que esta comunidad ha estado realizando desde hace mucho tiempo y que los identifica como pueblo. El darles las bases para un enfoque diferente de lo que ya sabían hacer y ayudarlos a identificar otras opciones en su procesamiento y uso para mejorar sus condiciones de vida, le asegura continuidad a largo plazo.

Bibliografía

Dachary, A. C. (n.d.). GLOBALIZACIÓN Y TURISMO.

Turismo, M. de. (n.d.). PLANDETUR 2020. PlandeTur 2020.

Reyes, A. Bercial (2002) Turismo Sostenible. España, Editorial IEPALA.

Organización Mundial del Turismo OMT, 2012.

SUSTAINABLE TOURISM, 2009, Training the Trainers Programme, UNESCO Regional Bureau of Science, and Culture in Europe (BRESCE), pp.33-43.

Turismo Cultural, UNESCO, 1982

Molinero, M. Nuria (2013) Turismo Cultural, España, EOI

Briedenhann y Wickens (2003) Tourism and sustainability: development and new tourism in the Third World. Editorial Routledge.

Fernández y Guzmán (2003) La Creación de Productos Turísticos Utilizando Rutas Enológicas. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Pasos. Disponible en Página Web: http://www.pasosonline.org.

Szmulewicz, Pablo (2003) Cátedra asignatura Métodos de Análisis del Fenómeno Turístico. Chile.

Ballestero, G. Pablo (2011) Aproximación a las relaciones entre antropología, artesanía y turismo.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del Cantón Cuenca, 2011

Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del destino Cuenca y su área de Influencia, 201.

Hidalgo, J. F. (2007). Usos tradicionales y aplicaciones de Totora.

Avilés Pino, Efren (2000) Historia del Ecuador

Fuentes de Internet:

www.totorasisa.com

www.rutasnomadas.bolgspot.com/2013/01/ruta-de-la-totora.html

www.pasosonline.org/publicados/1203/ps030603.pdf

www.totoraecuador.blogspot.com

www.peruecologico.com.pe

www.titicacaylosuros.blogspot.com

www.juanfernandohidalgo.com

www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA_Americas.pdf

www.academia.edu/aproximacion_a_las_relaciones_entre_antropología_artesania_turismo

Referencias Bibliográficas:

Agustil. L. (2002) I Congreso Internacional del Turismo Cultural: La Formación e Investigación, El Turismo Cultural en España. España.

Plan Nacional de Competitividad turística

García J. y Poyato M (2002) La Función Social del Patrimonio Histórico: El Turismo Cultural. Universidad de Castilla de la Mancha: España

Barreto, Margarita. (2007) Turismo y Cultura: Relaciones, Contradicciones y Expectativas. España: Editorial Pasos.

Gráficos:

Mapa 1 Paccha Coordenadas en base a Google Maps 2014

Mapa 2 Paccha Ubicación en base a ArcGis 2014

Cuadro 1 Población Paccha en base a INEC 2010

Mapa 3 Trazado Ruta de la Totora, Google Earth 2014

Mapa 4 Atractivos Referenciados 2014

Cuadro 2 Análisis FODA Cruzado en base a datos reales 2014

Cuadro 3 Análisis FODA Ponderado en base a datos reales 2014

Cuadro 4 Matriz de Líneas de Acción en base a datos reales 2014

Cuadro 5 Presupuesto de Marketing en base a costos reales 2014

Cuadro 6 Matriz de Requerimientos para consolidación del producto 2014

Cuadro 7 Estructura de costos del paquete turístico en base a costos reales 2014

Cuadro 8 Precio del paquete en base a costos reales 2014

Cuadro 9 Acciones Estratégicas de Marketing 2014

Cuadro 10 Estrategias de Comunicación 2014

Cuadro 11 Plan de Publicidad 2014

Imágenes:

f1. Parroquia Paccha: Hidalgo, Ana (2014)

f2. Laguna de Quituiña: Hidalgo, Ana (2013)

f3. Cabecera Cantonal: Junta Parroquial (2013)

f4 a f11. Ruta de la Totora: Hidalgo, Ana (2014)

f12. Iglesia de Paccha: Hidalgo, Ana (2014)

f13.Mapa de la Parroquia: Hidalgo, Ana (2014)

f14. Camino al Mirador Paccha: Hidalgo, Ana (2014)

f15. Mirador de Paccha: Hidalgo, Ana (2014)

f16. Camino Laguna Quituiña: Hidalgo, Ana (2014)

f17. Camino a pie Laguna Quituiña: Hidalgo, Ana (2014)

f18. Laguna Quituiña: Hidalgo, Ana (2014)

f19. Secado Totora: Hidalgo, Ana (2014)

f20. Taller Artesanal, Sra. Cruz Faican: Hidalgo, Ana (2014)

f21. Taller Artesanal, Sra. Cruz Faican: Hidalgo, Ana (2014)

f22. Tejido de una estera de totora: Hidalgo, J.F. (2006)

f23. Tejido de una estera totora: Hidalgo, Ana (2014)

f24. Plaza Rotary: Hidalgo, Ana (2014)

f25. Taller Experimental con totora: Hidalgo, Ana (2014)

f26. Mesa Totora, Premio UNESCO: Hidalgo, Ana (2014)

f27. Mueble Totora: Hidalgo, Ana (2014)

f28 a f31. Elaboración de una estera de totora: Hidalgo, J.F. (2006)

f32. Taller Experimental con totora: Hidalgo, Ana (2014)

f33, f34. Maison et Objet: Hidalgo, J.F. (2013)

f35. Feria CIDAP: Hidalgo, Ana (2014)

f36. Mesa Totora: Hidalgo, Ana (2011)

Anexos

GALERIA FOTOGRAFICA

f.12: Iglesia de Paccha.

f. 13: Mapa de la Parroquia

f. 14: Camino al Mirador Paccha

f.15: Mirador de Paccha

f.16: Camino Laguna de Quituiña

f.17: Camino a pie Laguna Quituiña

f.18: Laguna de Quituiña

f.19: Secado de totora

f.20: Taller Artesanal, Sra Cruz Faican.

f. 21: Taller Artesanal, Sra Cruz Faican.

f.22: Tejido de una estera de totora

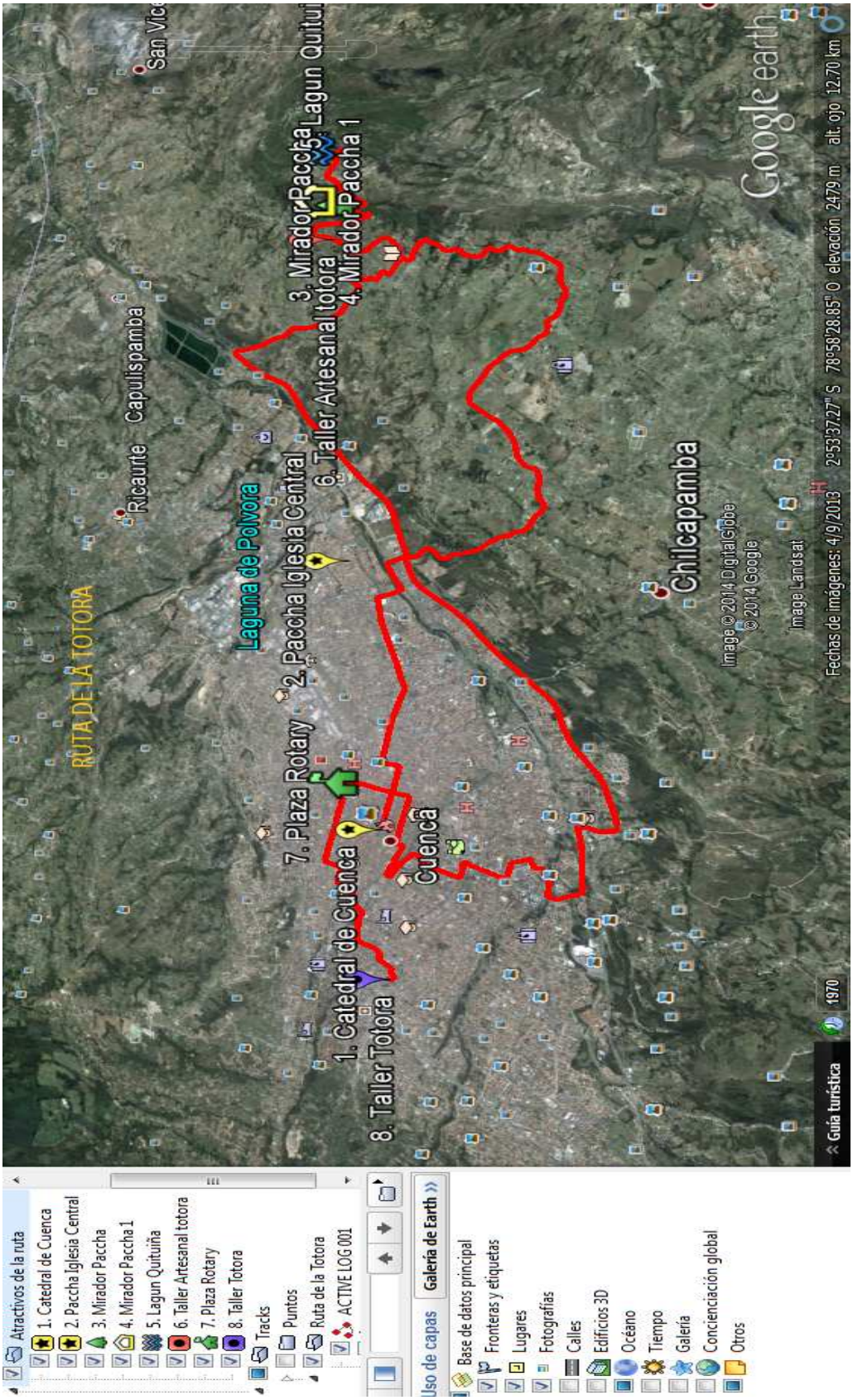
f.23: Tejido de una estera totora

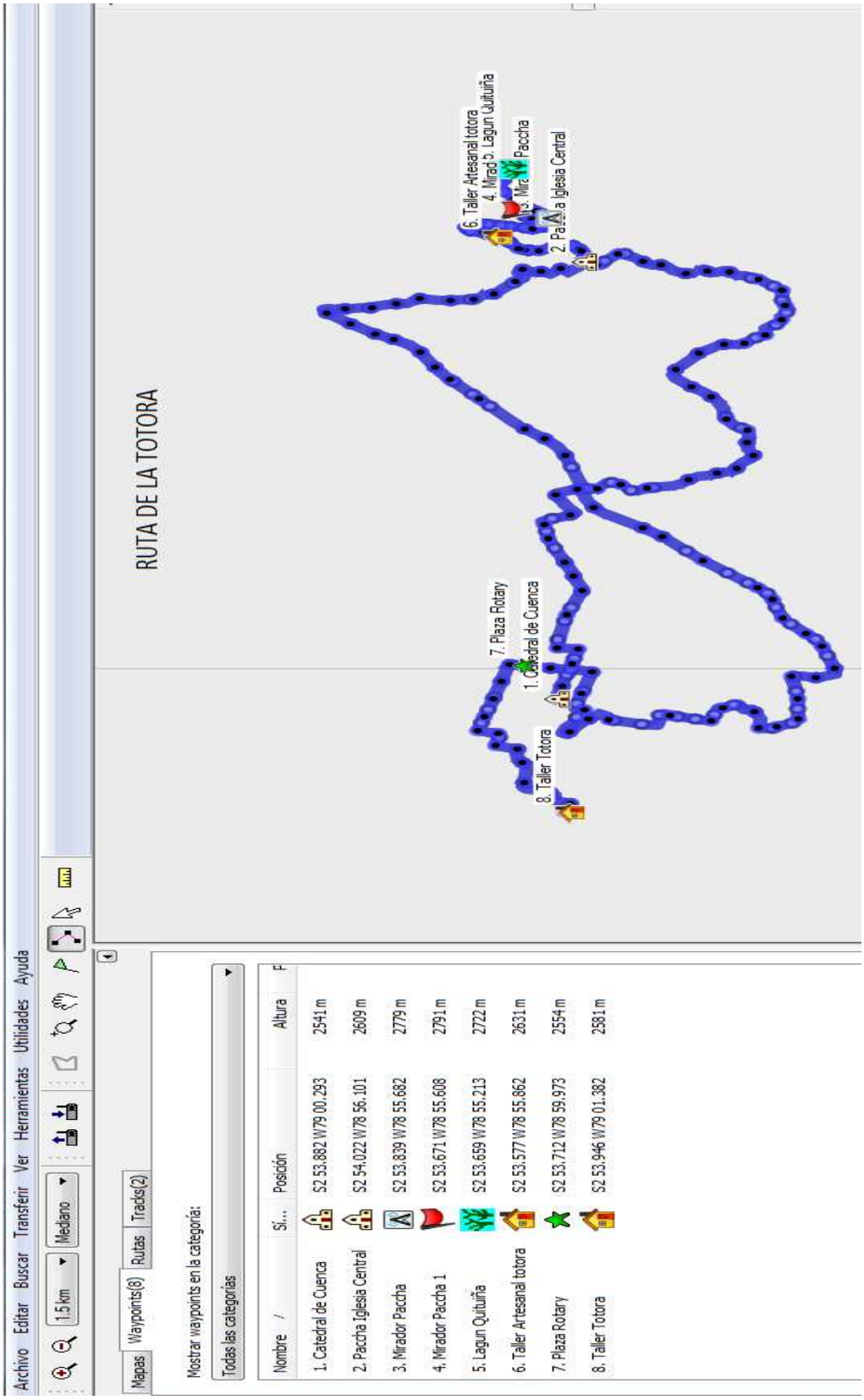
f.24: Plaza Rotary, esteras.

f.25: Taller experimental de diseño con totora.

f.26: Mesa de Totora, premio UNESCO, 2014

f.27: Mueble de totora, diseño Arq. Juan Fernando Hidalgo, 2014


Atractivos de la ruta
1. Catedral de Cuenca
2. Paccha Iglesia Central
3. Mirador Paccha
4. Mirador Paccha 1
5. Lagun Quituiña
6. Taller Artesanal totora
7. Plaza Rotary
8. Taller Totora
Tracks
Puntos
Ruta de la Totora
ACTIVE LOG 001
Uso de capas
Galería de Earth
Base de datos principal
Fronteras y etiquetas
Lugares
Fotografías
Calles
Edificios 3D
Océano
Tiempo
Galería
Concienciación global
Otros
RUTA DE LA TOTORA
Ricaurte
Capulispamba
Laguna de Polvora
2. Paccha Iglesia Central
3. Mirador Paccha
5. Lagun Quituiña
6. Taller Artesanal totora
4. Mirador Paccha 1
7. Plaza Rotary
1. Catedral de Cuenca
8. Taller Totora
Cuenca
Chilcapamba
Image © 2014 DigitalGlobe
© 2014 Google
Image Landsat
Google earth
Guía turística
1970
Fechas de imágenes: 4/9/2013 2°53'37.27" S 78°58'28.85" O elevación 2479 m alt. ojo 12.70 km



Ruta GPS, Geo referenciada, Hidalgo, Ana, 2014.

ENCUESTA APLICADA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA PACCHA

Muestra: 35 encuestados

CUESTIONARIO

Instrucciones:

A continuación se presenta una serie de afirmaciones y preguntas, responda conforme a su opinión personal.

1. La creación de un nuevo modelo de producto turístico en la parroquia Paccha, podría conllevar a la promoción y el desarrollo local del sector.

Totalmente de acuerdo _____

De acuerdo _____

Indeciso _____

En desacuerdo _____

2. El desarrollo e implementación de un nuevo modelo de producto turístico, posibilitaría la incrementación de visitas a la parroquia.

Totalmente de acuerdo _____

De acuerdo _____

Indeciso _____

En desacuerdo _____

3. Actualmente en la parroquia existe la necesidad de crear nuevos productos turísticos para su comercialización.

Totalmente de acuerdo _____

De acuerdo _____

Indeciso _____

En desacuerdo _____

4. Actualmente la parroquia posee los recursos naturales y culturales que permitan el desarrollo de un nuevo producto turístico para ser comercializado a nivel nacional e incluso internacional.

Totalmente de acuerdo _____

De acuerdo _____

Indeciso _____

En desacuerdo _____

5. Actualmente la parroquia cuenta con las bases que permitan sustentar el diseño de un nuevo producto turístico.

Si _____

No _____

6. En su opinión considera que la seguridad que brinda el sector, es la adecuada para realizar un paseo tranquilamente.

Si _____

No _____

7. En su opinión existe el apoyo Institucional para poder desarrollar actividades turísticas en la zona.

Si _____

No _____

8. En su opinión cree que actualmente se está impulsando el desarrollo del turismo en el sector.

Si _____

No _____

9. En su opinión la población necesita capacitarse y conocer más sobre el desarrollo local.

Si _____

No _____

10. En su opinión la totora forma parte de la tradición cultural de Paccha

Si _____

No _____

11. En su opinión la totora puede ser un elemento aglutinador que beneficie al desarrollo de la parroquia Paccha.

Si _____

No _____

12. En su opinión se podría crear en la zona, una nueva ruta turística que destaque la expresión propia de nuestra cultura, con un concepto de producto turístico comercializable diferenciado e innovador, que tenga como base a la totora.

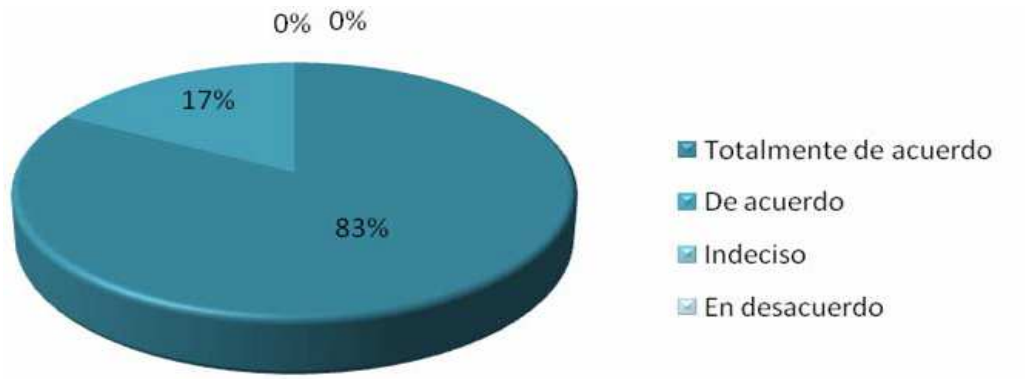
Si _____

No _____

RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LA POBLACIÓN DE PACCHA

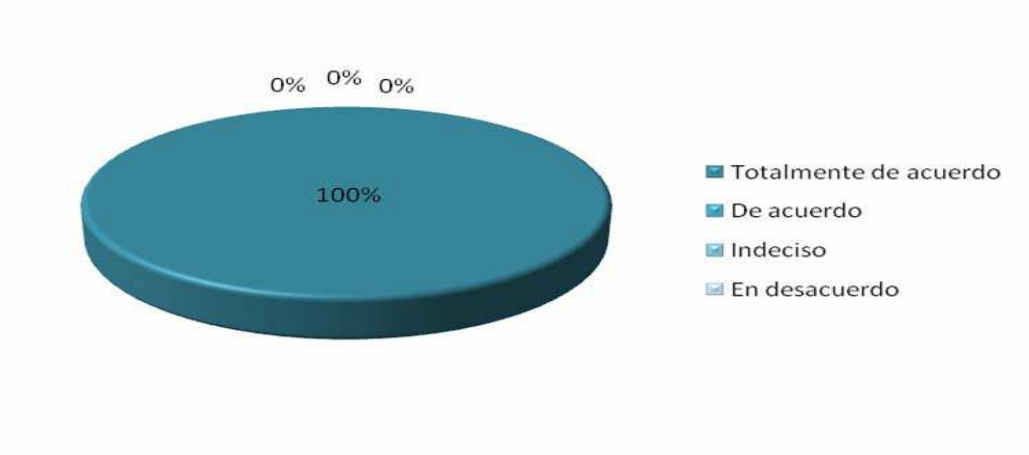
1. La creación de un nuevo modelo de producto turístico en la parroquia Paccha, podría conllevar a la promoción y el desarrollo local del sector.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Totalmente de acuerdo	29	83%
De acuerdo	6	17%
Indeciso	0	0%
En desacuerdo	0	0%



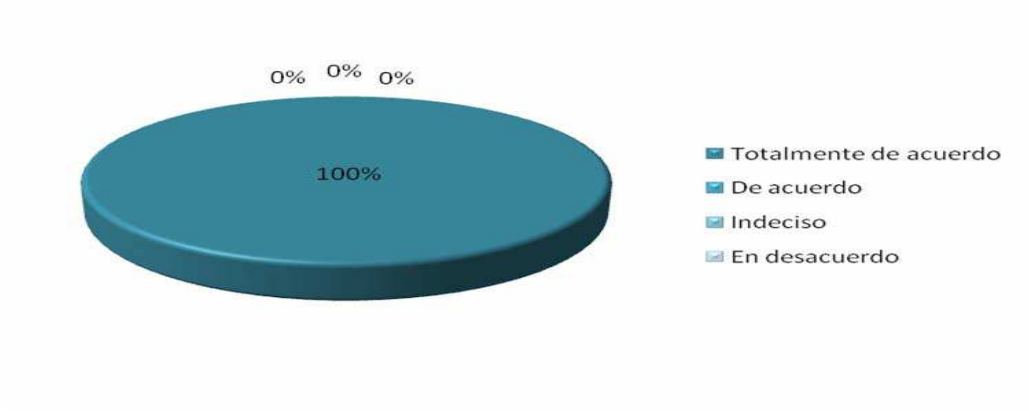
2. El desarrollo e implementación de un nuevo modelo de producto turístico, posibilitaría la incrementación de visitas a la parroquia.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Totalmente de acuerdo	35	100%
De acuerdo	0	0%
Indeciso	0	0%
En desacuerdo	0	0%



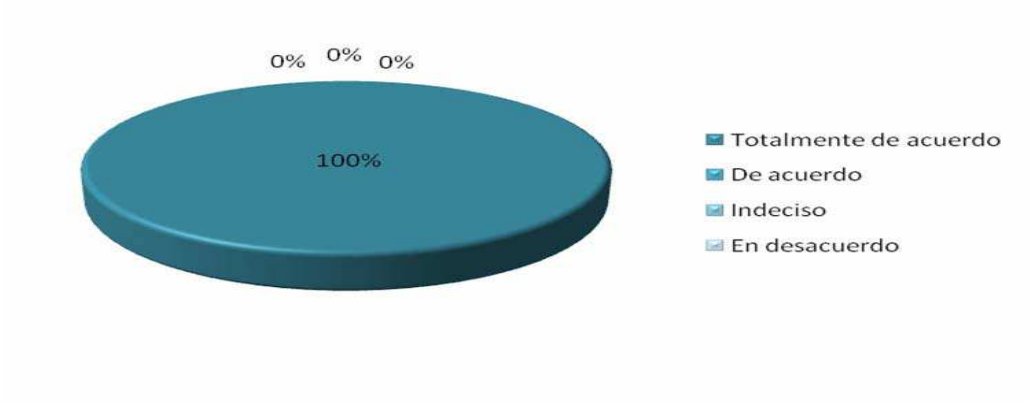
3. Actualmente en la parroquia existe la necesidad de crear nuevos productos turísticos para su comercialización.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Totalmente de acuerdo	35	100%
De acuerdo	0	0%
Indeciso	0	0%
En desacuerdo	0	0%



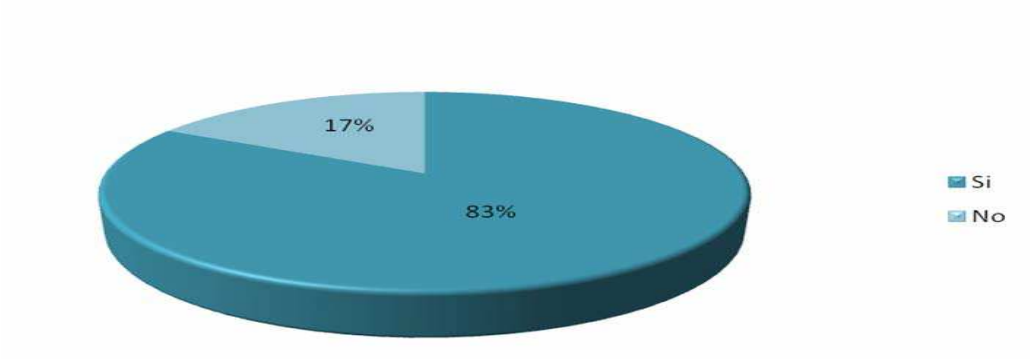
4. Actualmente la parroquia posee los recursos naturales y culturales que permitan el desarrollo de un nuevo producto turístico para ser comercializado a nivel nacional e incluso internacional.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Totalmente de acuerdo	35	100%
De acuerdo	0	0%
Indeciso	0	0%
En desacuerdo	0	0%



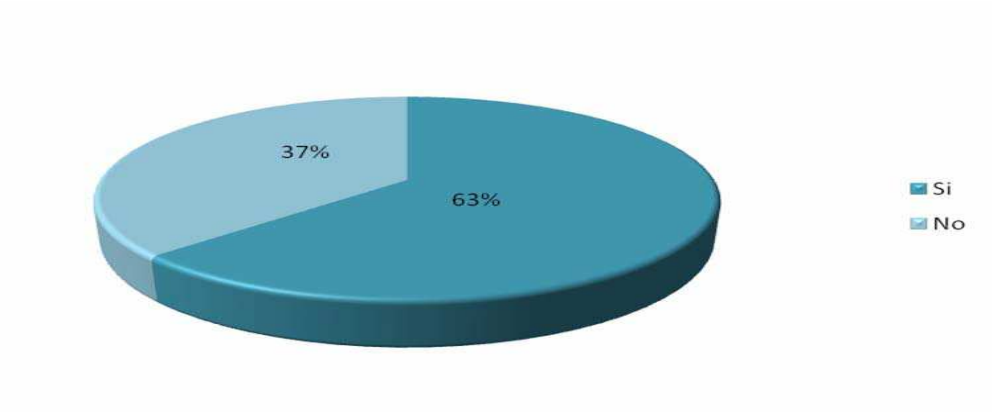
5. Actualmente la parroquia cuenta con las bases que permitan sustentar el diseño de un nuevo producto turístico.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	29	83%
NO	6	17%



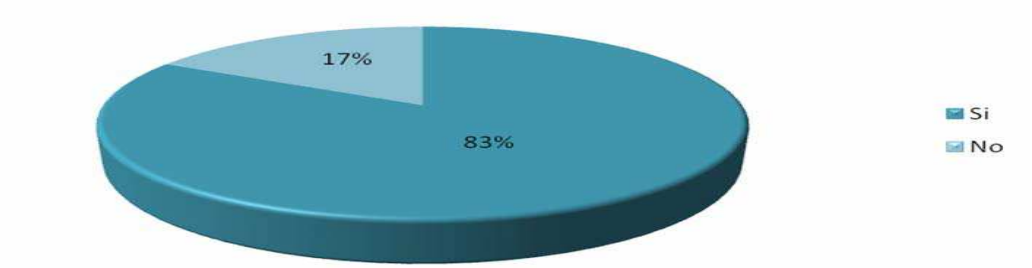
6. En su opinión considera que la seguridad que brinda el sector, es la adecuada para realizar un paseo tranquilamente.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	22	63%
NO	13	37%



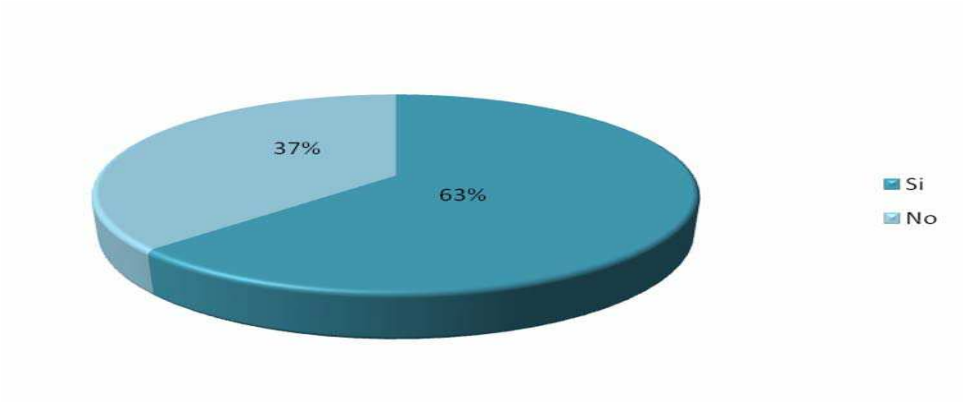
7. En su opinión existe el apoyo Institucional para poder desarrollar actividades turísticas en la zona.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	29	83%
NO	6	17%



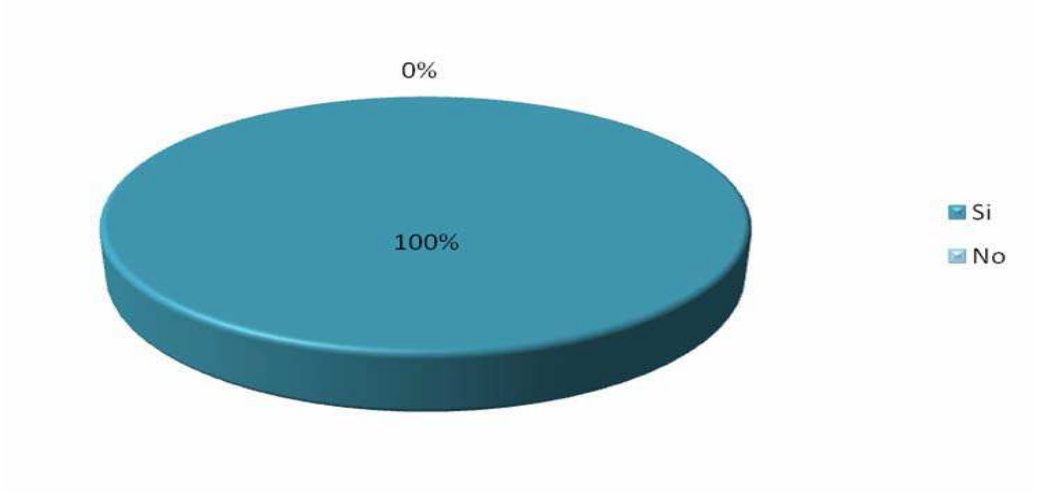
8. En su opinión cree que actualmente se está impulsando el desarrollo del turismo en el sector.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	22	63%
NO	13	37%



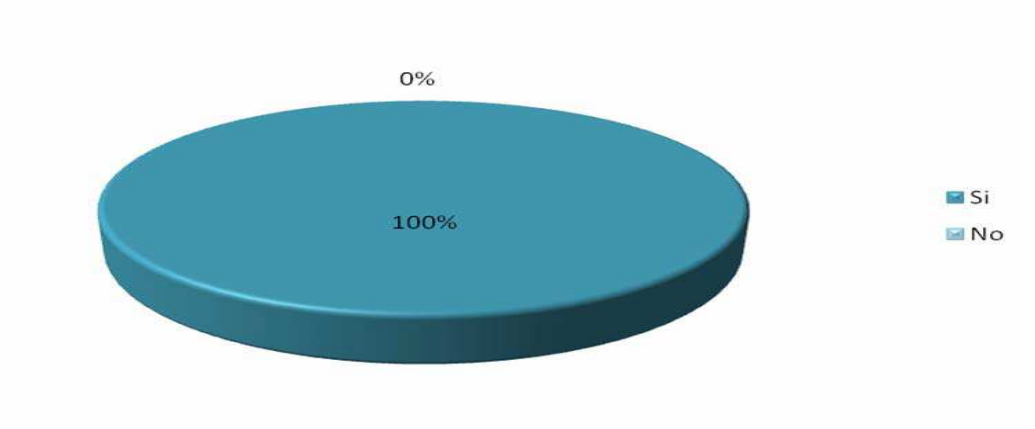
9. En su opinión la población necesita capacitarse y conocer más sobre el desarrollo local.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	35	100%
NO	0	0%



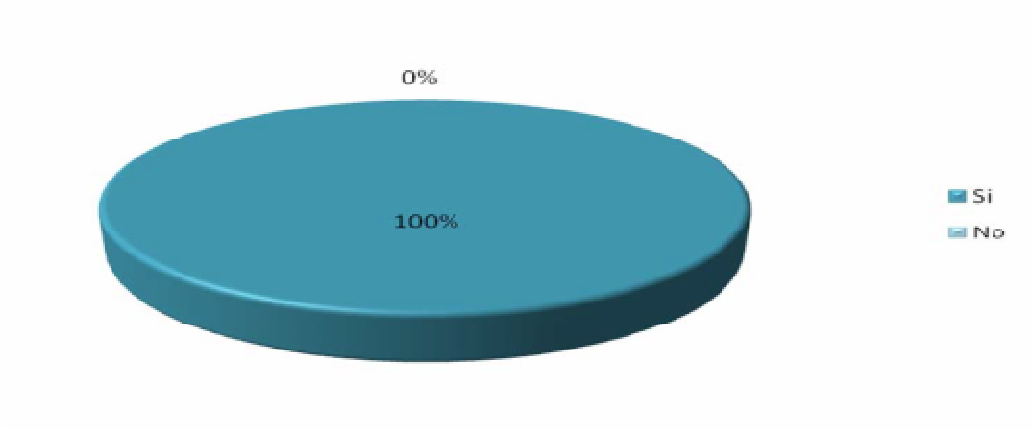
10. En su opinión la totora forma parte de la tradición cultural de Paccha

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	35	100%
NO	0	0%



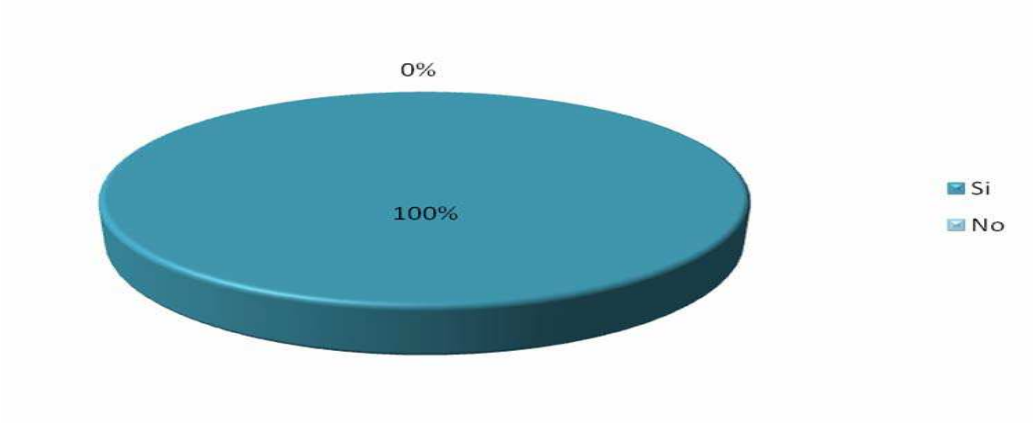
11. En su opinión la totora puede ser un elemento aglutinador que beneficie al desarrollo de la parroquia Paccha.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	35	100%
NO	0	0%



12. En su opinión se podría crear en la zona, una nueva ruta turística que destaque la expresión propia de nuestra cultura, con un concepto de producto turístico comercializable diferenciado e innovador, que tenga como base a la totora.

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	35	100%
NO	0	0%



ENTREVISTA REALIZADA

Entrevistado: Sra. Gloria Guamán
Fecha: febrero, 2014.

Gloria Aprendió el oficio de cultivar y tejer la totora, desde que era niña, y ahora toda su familia se dedica a este arte.

¿Desde cuándo se usa la totora?

Tenemos la tradición de cultivar y tejer con este material desde hace muchísimos años, a mí me lo enseño mi mama desde que era muy pequeña. Es una de las principales actividades económicas de esta parte.

¿Más o menos cuántas familias trabajan actualmente con la totora en Paccha?

Aproximadamente unas 30 familias cultivamos y tejemos actualmente con totora

¿Cuánto mide un tallo de totora?

Puede medir hasta tres metros, pero lo normal es de 1,80 a 2 metros de alto, y cada atado cuesta entre 1,50 y 2,00 dólares.

¿Cómo es el proceso de cosecha de la totora?

Es un trabajo bastante duro, primero hay que meterse en el lugar, que es bastante pantanoso, para así cortarla de raíz, debe estar verde y su flor color café. La cosecha se hace cada seis meses; luego de cortarla se coloca una sobre otra para secarla durante un mes y posterior a eso se hacen los atados.

¿Es verdad que en la actualidad se está perdiendo la totora y su arte?

Si, por que la gente construye o plantan en los lugares donde se la cultiva.

A parte los jóvenes ya no quieren aprender y prefieren migrar hacia la ciudad o incluso al exterior en busca de nuevas oportunidades.

¿Es posible que cambie la especie de totora de un sector a otro?

La totora es la misma por estos sectores, es igual aquí en Paccha que en el Valle, Tarqui, Llacao, Ricaurte, donde también hay totora.

¿Qué artesanías hacen ustedes con la totora?

Se hace de todo: esteras, sopladores, sombreros, canastos y se los comercializa en Cuenca principalmente. Lo que más se vende son las esteras, una grande cuesta más o menos 20 USD y un sombrero unos 15 USD dependiendo del tamaño.

¿Cuánto tiempo le toma tejer una estera?

Depende el tamaño, una estera mediana más o menos unas 4 a 5 horas, porque para poder trabajar hay que golpear cada tallo para que el tejido quede bien unido, es bastante cansado.

ENTREVISTA REALIZADA

Entrevistado: María Cruz

Fecha: febrero 2014

La Sra. María Cruz trabaja con la totora desde hace más de 30 años y comercializa sus artesanías en la Plaza Rotary de Cuenca.

¿Dónde crece la totora?

La totora crece espontáneamente en áreas cubiertas por bastante agua, son zonas fangosas.

¿Por qué se destruyen estos lugares donde crece la totora?

La destrucción se da principalmente por que se deja ingresar el ganado a los lugares donde se cultiva la totora, cuando se realiza el corte de la totora muy cerca de la raíz y esta tarda en crecer y al no existir totora, falta la materia prima para nuestro trabajo, especialmente para tejer las esteras.

¿Cómo es el proceso de cultivo?

El corte es más o menos cada seis meses, se realiza cuando las ramas alcanzan un poco más del metro de altura sobre el agua; para cortar hay que meterse en el agua tomar desde arriba varias plantas formando un manojo y cuidando que los tallos no se doblen y quiebren. El corte debe ser en sesgo, dejando unos 30 o 40 centímetros sobre la raíz, así la planta se reproducirá bien.

Las plantas ya cortadas se estiran bien para formar camas, y se las deja bien estiradas, unas sobre otras, cuidando de no pisarlas. Allí se las deja algunos días al aire para que la totora se seque.

Cuando la totora está más o menos seca, se realiza el amarre con dos hojas de totora, amarrando con una la parte de debajo de la planta y con otra la de arriba. Así, juntando varias chingas, se forman los huangos. Después, se los cubre con un plástico para protegerlos de la lluvia y mantenerlos en buen estado de conservación hasta su empleo.

¿Cómo se transporta la totora?

La totora para poder ser transportada al lugar de trabajo, primeramente debe formarse las chingas que son atados menores de totora cuyo diámetro aproximado es de 20 a 25cm., y amarrados con la misma totora. Uniendo 6 u 8 chingas se forma un huango que es un atado más grande de 50 a 60 cm. de diámetro y es amarrado con la totora y con una soga adecuadamente fuerte; el huango tiene un peso aproximado de 25 Kg., que puede ser cargado por un artesano. También se acostumbra transportar el

material empleando un transporte, así es posible transportar mayores cantidades de totora al lugar de trabajo.

¿Cómo es el proceso de elaboración de una estera?

La totora debe estar húmeda para lo que se la remoja por unos 20 segundos, luego se la deja en posición horizontal y a la sombra durante una hora, hasta que el material absorba la humedad y se ablande para poder ser tejido sin que se quiebre.

Al dejar reposar la totora en posición horizontal se evita que se pierda la humedad por sus extremos. Durante el tejido se golpea la estera con una piedra pequeña o algo similar para que se aprieten los tallos.

Es necesario presionar los tallos de manera que pierdan el exceso de volumen que adquirieron al humedecerse y así al secarse no se afloje el tejido.

El trabajo es bastante duro porque hay que estar en el suelo, y toma alrededor de tres a cuatro horas para poder elaborar una estera mediana.

f.28 f.29 f.30 f.31

Ref. img
f.28 a f.31: Elaboración de una estera de totora, Foto: Hidalgo, 06

ENTREVISTA REALIZADA

Entrevistado: Arq. Juan Fernando Hidalgo

Fecha: febrero, 2014

Arquitecto y artesano, desde hace nueve años trabaja con la totora. Con su línea de muebles ha participado en ferias a nivel nacional e internacional, y hace poco obtuvo el premio de la UNESCO a la excelencia artesanal.

¿Cómo nació esta idea?

Ya conocía sobre el material desde que estaba en la universidad, sin embargo no fue hasta mi tesis de grado en el 2005 que inicie la investigación de la totora. Para esto viaje hasta las islas Uros que están sobre el Lago Titicaca en la frontera entre Perú y Bolivia, ahí permanecí algunos días.

Los Uros son un pueblo indígena, que hace muchos años, por el avance de la conquista inca, decidieron abandonar sus tierras para internarse en las aguas del lago Titicaca. En medio del agua construyeron sus viviendas sobre islas flotantes artificiales. Estas islas fueron hechas de totora, sobre las que erigieron sus casas con este mismo material. Construyeron también de totora sus embarcaciones, sus muebles, utensilios etc.

Desde esa época hasta nuestros días, este pueblo sigue viviendo en estas islas, constituyéndose en un ejemplo muy singular de uso y aprovechamiento de la totora, pero a su vez, de clara dependencia para subsistir dentro de sus condiciones de vida.

En nuestro país, la totora crece desde la costa hasta las montañas de la cordillera. Es aprovechada en algunas regiones, especialmente en los pueblos asentados a las orillas del lago San Pablo, en la provincia de Imbabura, destacándose por la fabricación de esteras, artesanías etc.

La totora ha sido utilizada desde tiempos ancestrales por algunos pueblos del Perú, Ecuador, Bolivia, en la construcción de sus viviendas, elaboración de utensilios, esteras, etc. Su gran manejabilidad y fácil cultivo ha permitido que algunos pueblos conserven hasta hoy su uso tradicional, de donde existe ya un conocimiento sobre su cultivo y formas de tratamiento y preservación.

Por su rápido crecimiento y desarrollo, además de su adaptabilidad a diversas zonas climáticas en las que crece naturalmente y en abundancia, podemos catalogarlo como un material de fácil renovación.

Valernos de este tipo de recursos está a tono con la conciencia ecológica actual, que pone en evidencia la importancia de la conservación de nuestro entorno y en la necesidad del uso de materiales renovables en nuestro vivir.

¿Qué es la totora?

La totora es una planta de raíz acuática que crece en lagos y humedales, con una longitud promedio de 3.5m y diámetro de 2.5cm, su crecimiento es muy rápido y por lo tanto su capacidad de renovación, pudiendo volver a cosecharse cada seis meses. Tiene una estructura porosa al interior, formada por cámaras de aire como una esponja, que la vuelve un material muy liviano y con propiedades aislantes.

¿Cuántas especies de totora hay?

La especie más común conocida como totora es la Schoenoplectus o Scirpus Californicus, pero en realidad existe una amplia gama de plantas de raíz acuática, que tienen características muy similares y han sido incluso utilizadas de la misma manera.

Aquí en el Azuay se encuentra la especie Schoenoplectus, y no hay diferencia en los diferentes sectores donde se la cultiva.

¿Dónde crece la totora?

Crece en cualquier zona donde haya humedales, desde el nivel del mar hasta los 3800 m.s.n.m. en el lago Titicaca.

¿De dónde trae la totora para sus trabajos?

Con quienes trabajo desde hace mucho tiempo es principalmente con los artesanos de Paccha, porque ahí están las señoras que cultivan la totora y tejen las esteras. Ellos no solo me proveen la materia prima, sino también trabajan conmigo en la elaboración de los productos.

¿Cuál es el costo de la totora?

Yo generalmente compro 100 atados a 150USD más 10USD del transporte, es decir cuesta aproximadamente de 1,50 a 2,00 dólares cada atado.

¿Qué sucede con la disminución del cultivo de totora?

Cada vez se está perdiendo más y más el cultivo de este vegetal y es que en nuestro medio, no es aprovechada en toda su capacidad, quizá porque desconocemos de sus bondades, pero si tomamos conciencia de sus características de resistencia, durabilidad y baja densidad, aprovechadas en la construcción de embarcaciones y viviendas en otros lugares, podemos darnos cuenta de las posibilidades que ofrece.

¿Qué pasa con los artesanos?

Cada vez menos artesanos se dedican a este oficio, porque lamentablemente no es rentable y no han recibido ningún apoyo por parte de instituciones. Por ello, creo que

es necesario diversificar los usos y propuestas, porque la totora si la cuidamos como es debido tenemos para muchísimos años.

¿Cree que es posible mejorar la calidad de vida de la comunidad de Paccha al proyectar una ruta turística de interpretación cultural de la totora?

Claro que es posible, si en verdad la comunidad se apropia de este proyecto y toma conciencia de la importancia de cuidar los totorales.
Hay un claro ejemplo de desarrollo comunitario en la parroquia de San Rafael de la Laguna en Otavalo. Una empresa comunitaria dirigida a potencializar la producción de artesanías de totora en beneficio directo de las comunidades involucradas, promoviendo la participación y autogestión.

En conclusión se puede decir que esta fabulosa investigación sobre la Totora se orienta a generar propuestas innovadoras para el uso y aplicación de la misma, de manera que se convierta en una opción contemporánea como material de construcción que aproveche los beneficios de las fibras naturales y el elevado valor estético de la fibra. Además el proyecto busca fortalecer la práctica tradicional del cultivo de la Totora, la preservación de los humedales en donde crece, valorizar la estructura social y nivel de vida de las comunidades que trabajan con este material.

Durante la investigación Juan Fernando instaló el taller experimental de trabajo con fibras vegetales en el cual se elaboraron constantes pruebas sobre los procesos de producción. Para la obtención de información y aprendizaje se trabajó en conjunto con las personas de las comunidades artesanales tradicionales. Como resultado de todo el proceso se planteó una revolución de las técnicas de uso de la Totora conocidas hasta ese momento. Con las nuevas técnicas y procesos se producen prototipos para elementos arquitectónicos como paredes, pisos, tumbados y pruebas de mobiliario experimental. Estos elementos despiertan gran interés entre la comunidad de arquitectos y diseñadores nacionales recibiendo muy buenas críticas de la prensa nacional e internacional.

f.32

Ref imag
f.32: Taller experimental: Foto: Hidalgo, Ana, 2014

En el año 2008 el proyecto de mobiliario de Totora es uno de los cuatro seleccionados para formar parte del grupo COLECCIÓN EC que tuvo el apoyo del Gobierno Ecuatoriano para la introducción de productos de diseño nacional en el mercado internacional. Junto al proyecto COLECCIÓN EC el proyecto Totora ha asistido por 5 ocasiones a *Maison et Objet* en París. En septiembre del año 2013 el proyecto fue seleccionado para participar en el *Paris Design Week* en el pabellón *Now le Off!*; recibiendo excelentes críticas de la prensa especializada nacional e internacional.

f.33

f.34

Ref. img.
f.33, f.34: Maison et Objet; fotos: Hidalgo, Juan, 2013.

En el año 2014 el proyecto Totora recibe el *"Reconocimiento de Excelencia para la Artesanía – Región Andina 2014"* por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO. Este reconocimiento valora el rescate de tradiciones, la responsabilidad social, la sostenibilidad y la innovación.

f.35

Ref.img.
f.35: Feria CIDAP, foto: Hidalgo, Ana, 2014

El proyecto Totora es una muestra de innovación sobre técnicas artesanales y de producción que involucra a la cultura y tradiciones, al mismo tiempo que se inserta en mercados de consumo de diseño y tendencias contemporáneas. La investigación realizada al inicio del proyecto ha sido el eje fundamental para valorar la tradición y reinterpretarla con respeto.

f.36

Ref.img.
f.36: Mesa de Totora, foto: Hidalgo, Ana, 2011

EL ARTE DEL TEJIDO DE LA TOTORA PERDURA EN PACCHA

María Cruz Faicán teje la totora en la parroquia Paccha. Elabora adornos como recubrimientos de macetas. Foto: Xavier Caivinagua/EL COMERCIO.

Mariuxi Lituma. Redactora 21 de agosto de 2014 23:46

En los patios y corredores de las casas de adobe, bloque o madera de la parroquia Paccha, ubicada al sureste de Cuenca, se seca la totora.

Esas fibras son la materia prima de más de 20 familias de campesinos que se dedican a tejer y elaborar artículos como canastos, esteras, abanicos y adornos para el hogar.

Este poblado de carreteras lastradas, a excepción de la principal que está asfaltada, mantiene la tradición de tejer la totora desde hace más un siglo. Es una de las principales actividades económicas junto con la agricultura.

En el Ecuador el uso de esta fibra se inició en la época prehispánica. Y, en la actualidad, las parroquias rurales de Llacao, Sinincay, Baños y Paccha son conocidas por esta actividad en el sur del país. En Chile, Bolivia y Perú hay poblados que mantienen la tradición.

María Cruz Faicán, de 60 años, vive en el sector de Auzhangata, en la parroquia Paccha. En el dormitorio principal de su vivienda de una planta tiene apilada la totora para tejer esteras, sopladores y sombreros, principalmente.

Esta cuencana se sienta todos los días sobre las tablas y empieza a tejer. Ella se vale de una piedra redonda pequeña, que cabe en su mano, y empieza a golpear las cuatro hebras para darles forma.

Faicán es la cuarta generación de su familia, que se dedica a este oficio. Ella lo practica desde hace 50 años. Para tener más ingresos también se dedica al cuidado de los animales. Otra parte de su tiempo emplea en los quehaceres domésticos.

En el sector de Auzhangata, la familia de María Sárate también se dedica a esta producción, que comercializa en el centro de Cuenca.

La planta baja de su vivienda de bloque, cuyos ventanales están cubiertos con plásticos, está destinada al almacenamiento de la totora y de productos elaborados con la fibra.

Sárate extiende una alfombra de cuero de borrego para sentarse y tejer. Para ella y su familia lo más difícil es conseguir las lagunas donde crece la totora. “Se están acabando, porque construyen o porque plantan árboles”.

Su familia suele buscar su materia prima en las lagunas de su parroquia o en las cochas existentes en El Valle, Llacao, Baños, entre otras zonas, en el cantón Cuenca.

Una vez encontrada la laguna con la totora cancelan al propietario un promedio de USD 140. Se sumergen en el agua para cortarla. Debe tener un color verde, una flor café y una altura de dos metros. La cosecha se realiza cada seis meses.

En la casa, los Sárate inician el secado hasta que la fibra adquiera una tonalidad amarilla. Los seis miembros de la familia elaboran una diversidad de adornos y productos como alpacas, mariposas, macetas, individuales, aventadores, porta-botellas y las esteras, que son las más demandas.

Estas últimas son utilizadas en las zonas rurales para colocarlas debajo de los colchones.

La cuencana María Zambrano, de 55 años, dice que agosto es uno de los meses de mayor demanda, porque los devotos de la Virgen de El Cisne compran las esteras para la peregrinación hacia Loja. Las utilizan para acostarse en los improvisados albergues.

Ella vive en el barrio La Dolorosa, en la parroquia Paccha. Está acostumbrada a sentarse en el cemento frío y a sus manos ásperas, debido a que todos los días usa una piedra para golpear la totora. Tres horas le toma confeccionar una estera para una cama de dos plazas. La vende en USD 9.

Todos los jueves, Zambrano entrega su mercadería a las comerciantes de la plaza Rotary, ubicada en el Centro Histórico de Cuenca. Al mes elabora 40 esteras, que le generan una ganancia de USD 150.

María Tocachi, de la comunidad de Delegsol, ubicada en la parroquia de San Bartolomé (Sígsig), compró la semana pasada tres esteras para llevar a la romería de 'La Churona'. Ella compra todos los años, porque no tiene dónde acostarse. Solo lleva las cobijas y no los colchones que son pesados.

El arquitecto Juan Fernando Hidalgo trabaja diseñando muebles de totora desde el 2008. Según él, cada vez menos campesinos azuayos se dedican a este oficio, "porque lamentablemente no es rentable y no han recibido ningún apoyo". Por ello, cree que es necesario diversificar los usos porque la totora es atractiva por la textura y es fácil de moldear. Él elaboró sofás, lámparas..., que se enviaron a Holanda, Francia, Italia, Grecia y Albania. (El Comercio, 2014)

Este contenido ha sido publicado originalmente por **Diario EL COMERCIO en la siguiente dirección: http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-cuenca-paccha-arte-tejido.html. Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este contenido. ElComercio.com**