



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

“Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Ingeniero en Gestión
Turística y Hotelera”

“CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA “MIRADOR SAN ANDRÉS”
PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN
LA PARROQUIA SAN ANDRÉS DEL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO”

AUTOR: Vicente José Riofrío Montiel

DIRECTORA: Ing. Margoth Cali

Riobamba – Ecuador

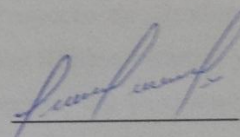
Año 2015

CERTIFICACIÓN

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación de título: CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA "MIRADOR SAN ANDRÉS" PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PARROQUIA SAN ANDRÉS DEL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, presentado por: Vicente José Riofrío Montiel y dirigida por: Ing. Margoth Cali Pereira. Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ingeniería de la UNACH.

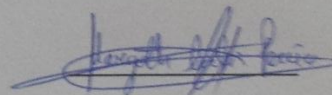
Para constancia de lo expuesto firman:

Ing. Paula Moreno
Presidente del Tribunal



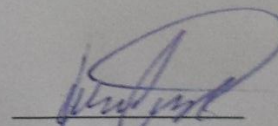
Firma

Mgs. Margoth Cali Pereira
Directora del Proyecto



Firma

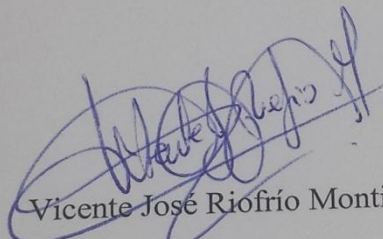
Ing. Bacilio Pomaina
Miembro del Tribunal



Firma

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Graduación, nos corresponde exclusivamente a: Vicente José Riofrío Montiel y a la Mgs. Margoth Cali Pereira en calidad de Directora del Proyecto; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Vicente José Riofrío Montiel
C.C: 091577625-6

DEDICATORIA

A mi Madrecita con mucho amor y cariño infinito en la eternidad, le dedico todo mi esfuerzo y trabajo puesto, para la realización de esta tesis.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi MADRE; Ángela Montiel, a mi PADRE, a mis hermanos por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

Por último a los técnicos de planificación del Consejo Provincial de Chimborazo y a mi director de tesis quién me ayudó en todo momento, Ing. Margoth Cali Pereira, y por supuesto a la Universidad Nacional de Chimborazo.

Vicente José Riofrío Montiel

Contenido

SUMMARY	;	Error! Marcador no definido.
RESUMEN		14
INTRODUCCIÓN		16
CAPITULO I		17
1. MARCO REFERENCIAL		17
1.1 IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA		17
1.2 OBJETIVOS		18
1.2.1 Objetivo General		18
1.2.2 Objetivos Específicos		18
1.3 JUSTIFICACIÓN		18
1.4 HIPÓTESIS DE TRABAJO		19
CAPITULO II		20
2. MARCO TEÓRICO		20
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN		20
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA		21
2.2.1 Turista		21
2.2.2 Turismo		21
2.2.3 Dimensiones de la actividad turística		22
2.2.4 Tipologías del turismo		23

2.2.5 Información Turística	25
2.2.6 Centros de Información Turística o Centros de Visitantes.....	26
2.2.7 El Servicio	27
2.2.8 Oficina de Turismo.....	27
2.2.9 Objetivos de un Centro de Información	27
2.2.10 ¿Qué es un Centro de información?	28
2.2.11 Recursos necesarios para la creación de un centro de información	30
2.2.13 Desarrollo Turístico.....	32
2.2.14 Objetivos principales del desarrollo turístico:.....	35
2.2.15 El Desarrollo Turístico en Ecuador	35
2.2.16 Estudio administrativo.....	36
2.2.17 Estudio legal	36
2.2.18 Estudio Técnico.	37
2.2.19 Estudio Económico Financiero.....	38
CAPITULO III	39
2 METODOLOGÍA	39
2.2 TIPO DE ESTUDIO.....	39
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	39
2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	41
2.5 PROCEDIMIENTOS	42
2.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	42
CAPÍTULO IV	43
3 RESULTADOS	43
4.1 DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA PARROQUIA SAN ANDRÉS	43
4.1.1 Características Geográficas	43

4.1	REGISTRO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN ANDRÉS	48
4.2.1	Inventario de Atractivos Turísticos	48
4.2	INVENTARIOS DE RUTAS TURÍSTICAS.....	72
4.3	ESTUDIO DE MERCADO.....	90
4.4.1	Análisis e Interpretación de las encuestas.	90
4.4.2	Discusión de la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros para determinar la oferta y demanda.....	103
4.4.3	Flujo Turístico de Referencia	105
4.4.4	Flujo Turístico Futuro.....	106
4.4.5	Demanda.....	107
4.4.6	Oferta.....	107
	CAPITULO V.....	108
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	108
5.1	CONCLUSIONES.....	108
5.2	RECOMENDACIONES.	109
	CAPITULO VI.....	110
6	PROPUESTA.....	110
6.1	NOMBRE DEL PROYECTO.....	110
6.2	COBERTURA Y LOCALIZACIÓN.	110
6.2.3	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	110
6.3	OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	111
6.3.1	Objetivo General.....	111
6.3.2	Objetivos Específicos	111
6.4	BENEFICIARIOS	111
6.4.1	Beneficiarios directos	111

6.4.2	Beneficiarios Indirectos.....	111
6.5	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	112
6.5.1	MODELO ADMINISTRATIVO	112
6.5.2	ASPECTOS INSTITUCIONALES, LEGALES Y JURÍDICOS.....	121
6.6	ESTUDIO TECNICO.....	123
6.6.1	Sector y tipo de proyecto de Acuerdo a la Planificación de Proyectos 2014 (PPCH 2014). 123	
6.6.2	Distribución De Ambientes	124
6.6.3	Dotación de mobiliarios y montaje de pared artificial.	125
6.6.4	Elaboración del producto genérico del centro de información turística.....	127
6.6.5	Información Relevante de la Parroquia San Andrés necesaria para un turista.	128
6.7	ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO	132
6.7.1	Identificación, cuantificación y valoración de Costos.....	132
6.7.2	Presupuesto de Inversiones.....	133
6.7.3	Ingresos y costos operacionales.....	134
6.7.4	Costos y Gastos	136
6.7.5	Depreciación.....	138
6.7.6	Identificación, cuantificación y valoración de los ingresos.....	139
6.7.7	Indicadores económicos (TIR, VAN).....	140
6.7.8	Presupuesto aporte del GAD provincial	141
6.7.9	Presupuesto aporte GAD parroquial.....	142
7	BIBLIOGRAFÍA.....	143
8	ANEXOS.....	144

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Fuente de Ingresos familiares en la Parroquia Rural de San Andrés	46
Tabla 2: Personas migrantes dentro del país según motivaciones para migrar de la población perteneciente a la parroquia Rural de San Andrés	47
Tabla 3: Atractivos Turísticos	48
Tabla 4: Usos	51
Tabla 5: Valorización	51
Tabla 6: Usos	54
Tabla 7: Valorización de atractivos	55
Tabla 8: Usos	57
Tabla 9: Valorización del Atractivo	57
Tabla 10: Usos	60
Tabla 11. Valorización del Atractivo	60
Tabla 12: Usos	63
Tabla 13: Valorización del Atractivo	63
Tabla 14: Permisos y Restricciones	65
Tabla 15: Valorización del atractivo	65
Tabla 16: Usos	68
Tabla 17: Valorización del Atractivo	68
Tabla 18: Usos	71
Tabla 19: valorización del Atractivo	71
Tabla 20: Sexo	90

Tabla 21: Edad.....	91
Tabla 22: País de Origen	92
Tabla 23: Presupuesto de Gasto.....	93
Tabla 24: Conoce usted su Parroquia	94
Tabla 25: Atractivos Turísticos	95
Tabla 26: Impacto.....	96
Tabla 27: Problema.....	97
Tabla 28: Actividad Turística.....	98
Tabla 29: Atractivos turísticos.....	99
Tabla 30: Tipo de Turismo	100
Tabla 31: Medios de Información	101
Tabla 32: Centro de Información Turística	102
Tabla 33: Rutas Turísticas	72
Tabla 34: Centros Poblados.....	73
Tabla 35: Infraestructura vial y de Acceso	74
Tabla 36: Rutas Turísticas	75
Tabla 37: Infraestructura de Acceso	76
Tabla 38: Asociación con otros Atractivos.....	77
Tabla 39: centros poblados al Atractivos	78
Tabla 40: Centros Poblados al Atractivo	80
Tabla 41: Infraestructura Vial y de Acceso	81
Tabla 42: Asociación con otros Atractivos.....	82
Tabla 43: Centros poblados al atractivo	83
Tabla 44: Infraestructura vial y de acceso	85
Tabla 45: Asociación con otros Atractivos.....	86
Tabla 46: Centros poblados al atractivo	86
Tabla 47: Infraestructura de Acceso	88
Tabla 48: Asociación con otros atractivos.....	89
Tabla 49: Presupuesto para el Ejercicio Económico 2015;	Error! Marcador no definido.
Tabla 50: Costos y gastos	Error! Marcador no definido.

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Iglesia de San Andrés	49
Ilustración 2: Minas de Piedra Negra	53
Ilustración 3: Capilla de Lourdes.....	56
Ilustración 4: Estación Urbina	59
Ilustración 5: Picapedreros San Pablo	62
Ilustración 6: Centro Artesanal Pulingui	64
Ilustración 7: Centro Artesanal Artesana.....	67
Ilustración 8: Minas de Hielo Chimborazo.....	69
Ilustración 9 : Ubicación del Proyecto	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 10: ruta turística eucaliptos.....	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1: Pirámide poblacional de la parroquia Rural de San Andrés.....	45
Gráfico 2: Sexo.....	90
Gráfico 3: Edad.....	91
Grafico 4: País de origen	92
Grafico 5: Presupuesto de costo	93
Gráfico 6: Conoce la Parroquia	94
Gráfico 7: Atractivos Turísticos	95
Gráfico 8: Impacto.....	96
Gráfico 9: Problemas	97
Gráfico 10: Actividad Deportiva	98
Gráfico 11. Atractivos Turísticos	99
Gráfico 12: Tipo de Turismo	100
Gráfico 13: Medios de Información	101
Gráfico 14: Centro de Información Turística	102



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

CENTRO DE IDIOMAS



Lic. Eduardo Heredia

15 de Diciembre del 2015

SUMMARY

A tourist information center is an organization responsible for providing information to potential tourists that visit a particular place, in turn, it facilitates the decision-making of tourist when traveling, their stay, and moreover it decreases the risk of negative experiences during their trip by influencing the image of the tourist destination positively.

San Andrés is a predominantly agricultural area, it has 34 rural communities and 8 urban neighborhoods that are located in the parish header named Populated center, the aforementioned communities and neighborhoods possess a cultural wealth from the beginning of its creation in the pre-Hispanic era, furthermore, it has a natural richness with the conservation of the moors where 205 slopes are born from the shores of the Chimborazo Volcano to the Guano river, this makes this place unique and matchless.

The objectives were established in order to take advantage of the beauty of its landscapes and the various attractions of the parish of San Andrés, as a matter of fact, many tourists are unaware of this place that is why a design of a tourist information center is proposed in order to let tourists and local people know about the attractions which the parish has.

Therefore, a survey was conducted to domestic and foreign tourists with the purpose of knowing their expectations, wishes and preferences when making tourism in the parish of San Andrés, in this respect, to know whether there is a demand to its attractions as well as knowing whether the creation of a tourist information center is needed.

In addition, it is mandatory to mention that the collection of data regarding the tourist attractions of the parish as well as the whole research work was done jointly with the advice of the unit of planning and development of projects of GADPCH



RESUMEN

Un centro de información turística es la organización encargada de proveer información a los turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico.

San Andrés es una zona eminentemente agrícola, tiene 34 comunidades rurales y 8 barrios urbanos que se encuentran en la cabecera parroquial denominada Centro Poblado, las mismas que poseen riqueza cultural desde el origen de su formación en la etapa Prehispánica; y una riqueza natural, con la conservación de los páramos donde nacen desde las faldas del Chimborazo 205 vertientes dando lugar al río Guano y otros, esto lo caracteriza como un lugar inigualable.

Los objetivos se establecieron con la finalidad de aprovechar de la belleza de sus paisajes y los diversos atractivos de la parroquia de San Andrés, que para varios turistas son desconocidos, es así que se propone el diseño de un centro de información turística con el afán de dar a informar los atractivos y servicios con los que cuenta la parroquia.

Es así que en el desarrollo de la propuesta se realizó estudios en los cuales se determinó los recursos necesarios para el diseño del centro de información turística, tales como recursos humanos, recursos informativos, recursos físicos y recursos financieros, lo cual nos ayudó a establecer de una manera correcta el fin y propósito de un centro de información, así como su correcto diseño tanto administrativo, técnico y económico financiero.

Es importante resaltar que este trabajo se realizó conjuntamente con la asesoría de la Unidad de Planificación y Desarrollo de Proyectos del GADPCH.

INTRODUCCIÓN

La parroquia de San Andrés perteneciente al cantón Guano de la provincia de Chimborazo, cuenta con una población de 13481 habitantes, el mismo que posee un medio ambiente especial, sublime en cuanto a sus paisajes, especies de flora, fauna y su riqueza cultural su territorio conserva los páramos de las faldas del volcán Chimborazo, del cual nacen 205 vertientes de agua, lo que forman parte de parajes típicos de la serranía ecuatoriana

San Andrés posee una riqueza cultural como costumbres y tradiciones ancestrales manifestaciones que son presenciadas en diferentes festividades en el transcurso del año, así tenemos: las fiestas del carnaval en el mes de febrero, igualmente la celebración de las fiestas parroquiales en noviembre, y diciembre las fiestas navideñas, en cada una de ellas se derrama cultura, colorido, música, costumbres, y tradiciones, las cuales al turista le proporcionan una estadía satisfactoria.

Siendo el turismo una de las actividades que en la actualidad generan economía, al realizar el diseño de un centro de información turística se pretende proveer información a los turistas nacionales y extranjeros para que visiten un determinado lugar con el fin de ayudar en su decisión de viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico y además lograr que sus habitantes se beneficien económicamente y culturalmente manteniendo un equilibrio ambiental mediante el uso sustentable de sus recursos, concientizando a la población para que protejan las áreas en beneficio del medio ambiente y la colectividad, ya que la dinamización del turismo busca activar el desarrollo de la actividad turística en la parroquia San Andrés.

Pretendiendo que la comunidad participe en las actividades de turismo para así ofertar sus recursos los mismos que ayudaran a la captación de nuevos ingresos a la población, considerando que la falta de información hace difícil la promoción.

CAPITULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

San Andrés se caracteriza por ser un punto estratégico turístico debido a que mayor parte de la Reserva de producción de fauna Chimborazo se encuentra en el cantón Guano de la cual la parroquia de San Andrés es la que contiene mayor parte de su territorio, su clima se caracteriza por presentar una heterogeneidad climática, así, sobre los 4.600 metros sobre el nivel del mar es de tipo glacial; entre los 3.000 y 4.600 metros de páramo. Bajando a los 2.000 metros encontramos un clima mesotérmico seco.

En las zonas cercanas a la costa predomina un clima mesotérmico húmedo y semihúmedo. La temperatura promedio es de 13°C., tomando en cuenta que posee alrededor de 205 vertientes, varias especies de flora y fauna se determinó las necesidades solicitadas por dicha parroquia, ya que poseen una estructura como es un mirador, el cual no se le da uso en la actualidad y se desea receptor turistas con la finalidad de que exista un desarrollo turístico es por esto que la posición del mirador de San Andrés, se propone crear un Centro de Información Turística, además tomando en cuenta que según datos otorgados por Ferrocarriles del Ecuador, en el año 2014 hubo una afluencia de turistas al sector de San Andrés – Urbina, de 5967 visitantes.

El problema Turístico de la parroquia de San Andrés, específicamente es la carencia de un centro de información con el cual se faciliten las guías necesarias para que el turista se pueda desenvolver y conocer los atractivos de la zona.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

“Diseñar un Centro de información Turística “Mirador San Andrés” para contribuir al desarrollo de la actividad turística en la parroquia San Andrés del cantón Guano, provincia de Chimborazo”

1.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar el diagnóstico situacional de la Parroquia San Andrés para conocer el estado actual el que se encuentra.
- Actualizar el Inventario de los atractivos turísticos existentes y rutas con los que cuenta la Parroquia San Andrés para su posterior empleo en el desarrollo de la propuesta.
- Establecer el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda potencial.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La investigación del presente trabajo se constituye en un eje fundamental para el desarrollo de toda sociedad, debido a que en la actualidad el turismo es una de las actividades más rentables, por ello se crean diferentes formas y medios, con la finalidad de proporcionar y dar a conocer al turista las riquezas tanto naturales como culturales que posee un determinado entorno, es así que los centros de información son necesarios para poder dar a conocer distintos servicios, rutas, atractivos, medios informativos y normas de seguridad. Teniendo como objetivo principal el diseñar un centro de información en el que se proporcionará información turística, además se podrá realizar fotografía avistamiento del paisaje y escalada.

Con el desarrollo de un centro de información se aspira obtener una mayor concurrencia de turistas los cuales busquen información y a su vez distracción en la oferta y así fomentar el

desarrollo turístico de la zona. Los beneficiarios principales son los pobladores de la parroquia de San Andrés, además los turistas locales como son los habitantes de Riobamba y sin duda alguna, turistas nacionales e internacionales.

Con el apoyo brindado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo GADPCH conjuntamente con los pobladores de la parroquia San Andrés han visto factible el desarrollo del proyecto diseño de un centro de información ya que dicho proyecto impulsara a la captación de nuevos turistas por encontrarse en las cercanías de uno de los principales potenciales turísticos del Ecuador como es el Nevado Chimborazo, el cual por si solo atrae numerosos turistas, y a la vez la diversificación de productos en beneficio de la población.

1.4 HIPÓTESIS DE TRABAJO

El Diseño de un centro de información turística, contribuirá al desarrollo de la actividad turística de la parroquia San Andrés, Cantón Guano, provincia de Chimborazo.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo, desde el año 2006, como política pública, está aplicando la metodología de Planificación y Presupuesto Participativo, el mismo que está orientado, a transformar la vieja tradición de la democracia representativa a la práctica de la democracia participativa; a pasar del reparto injusto de los recursos a la equidad y justicia a un reparto fundamentado en criterios sociales, políticos, técnicos y con consensos ciudadanos.

Actualmente, la implementación del Presupuesto Participativo se ve fortalecida con la normativa vigente constante en la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 100, numeral 3, que dispone que todos los niveles de gobierno se conformarán instancias de participación para, entre otras cosas, para “Elaborar presupuestos participativos de los Gobiernos Autónomos Descentralizados” y en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización establece como una de las funciones de los consejos de participación ciudadana elaborar presupuestos participativos de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

El Gobierno de la Provincia de Chimborazo con estos antecedentes realizó la priorización de programas y proyectos para el ejercicio económico 2015 en base a las competencias asignadas por la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 263 (fomento productivo, riego, vialidad rural y gestión ambiental), a través de las Asambleas participativas con los actores sociales en los diez Cantones de nuestra Provincia de Chimborazo considerando como insumos principal los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de los distintos niveles de gobierno, como son: parroquial, cantonal nacional y provincial. (Chimborazo, 2014)

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Turista

Toda persona que viaja a un sitio distinto de su residencia habitual y ajena a su entorno habitual, por un período mínimo de una noche y no superior a un año, y cuyo principal motivo de visita no sea ejercer una actividad remunerada en el país visitado. El término abarca a las personas que viajan por ocio, recreo o vacaciones para visitar familiares o amigos, por negocios o motivos profesionales. Por tratamiento de salud, por religión, peregrinación u otros motivos. No se consideran turistas a aquellas personas que se encuentran de paso, desplazados, diplomáticos, viajes de rutina, personal fuerzas armadas, viajeros temporales. (Turismo, 1994)

2.2.2 Turismo

Conjunto de relaciones entre turistas, empresarios, entidades del gobierno en el origen y el destino, comunidades receptoras, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales, y entre los procesos de atracción, transportación, alojamiento, y administración de esos turistas y visitantes. (Oppermann, 2000)

Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (Turismo, 1994)

CUADRO N° 1

ACTORES	ACCIONES
TURISTAS Y VISITANTES	PRACTICA Y VALORA
EMPRESARIOS	PROPICIA ACTIVIDADES
COMUNIDAD	RECIBE Y ATIENDE

Fuente: OMT.

Elaboración: Vicente José Riofrío M.

Industria del turismo: Conjunto de industrias y actividades comerciales que producen bienes y servicios total o principalmente para el consumo turístico como alojamiento,

transporte, alimentos y bebidas, agencias de viaje, operadores de turismo, atracciones comerciales, merchandising, artesanías y recuerdos, que suceden en el origen y en el destino. (Oppermann, 2000)

Industrias culturales: según la UNESCO, son actividades de producción y comercialización que tienen como materia prima una creación protegida por el derecho de autor, con impactos como generador de sociedad, que implica, entre otros procesos de conocimiento y aprendizaje y generador de producto económico, por su posibilidad de generar riqueza económica susceptible de ser apropiada privadamente y su contribución al crecimiento económico.

2.2.3 Dimensiones de la actividad turística

La actividad turística como fenómeno de masas del siglo veinte, comprende diversas dimensiones del ser humano: la dimensión económica, social, cultural y ambiental, entre otras, con efectos positivos o negativos pero resulta difícil sugerir a la comunidad anfitriona renunciar a ésta, pues los visitantes también tienen un derecho a disfrutar del lugar y las personas vinculadas a las diferentes actividades facilitan los viajes y atienden a los visitantes.

Dimensión económica: produce efectos en las comunidades ingresos, empleos e inversión. ‘Es una libre transferencia de personas y de réditos, entre países y localidades, originada durante un tiempo en el cual se realizan actos particulares de consumo’ (Bertolino Alberto, Citado por Sessa, 1988).

Dimensión social: satisfacción de una necesidad más allá de las básicas, consistente en el deseo de conocer cosas nuevas. El ser humano aspira a obtener tal satisfacción mediante el uso de ciertos servicios y la contemplación de unos bienes considerados como objetos. ‘El turismo es un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual, sin que sean motivadas por el lucro’ (Hunziker y Krapf, citado por Jiménez Luis Fernando, 1990) (Gomez, 2009)

Dimensión cultural: intercambio que se produce entre visitantes y comunidad anfitriona o receptora. Portador de valores culturales, históricos y de identidad y respeto, en la medida que recuerda que las civilizaciones se han enriquecido con el itinerario de los individuos y grupos, que las culturas se hubieran agotado en sí mismas de no haber existido viajeros. Cuando se habla del turismo cultural la finalidad del viaje se orienta al aprendizaje, a la adquisición de conocimientos y a la valoración y respeto por las culturas y sus manifestaciones (UNESCO, 1996).

Dimensión ambiental: El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida' (OMT, 1999).

Capacidad de carga en el contexto del turismo en zonas naturales: 'nivel de explotación turística que una zona puede soportar asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos'. Supone límites al uso de visitantes a partir del área promedio individual definida con base en variables: capacidad física, psicológicas y ecológicas, para determinar el total de visitas diarias posibles (OMT, 1992) (Gomez, 2009)

2.2.4 Tipologías del turismo

Las tipologías están clasificadas de acuerdo al componente espacial, temporal, propósito del viaje, viajeros (turistas, alojados, internacionales, domésticos, excursionistas internacionales y domésticos).

Turismo cultural: contempla como uno de sus objetivos, el conocimiento de bienes del patrimonio cultural, lo cual en efecto puede hacer parte de la industria cultural dada su contribución como generador de sociedad y de producto económico (disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos).

Turismo rural: es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Complementa las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores. No vincula a los visitantes con las Actividades agropecuarias. Las motivaciones: contemplativo, paisajístico, recreación y descanso

Agroturismo: Vinculación a las labores del campo. Turismo activo, dinámico. Su principal motivación es la vinculación de los turistas con las actividades económicas tradicionales.

Ecoturismo: actividad dirigida y controlada que respeta el patrimonio natural y cultural, se desarrolla dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible, busca la educación y esparcimiento mediante la observación y estudio de los valores del lugar y su desarrollo debe generar recursos para su preservación y para la comunidad aledaña (Ley 300 de 1996 artículo 26)

Turismo residencial: se refiere al desplazamiento que realizan las personas a aquellos lugares cercanos a las grandes ciudades y cuyo alojamiento está caracterizado por su estadía en segunda vivienda.

Según el origen de los viajeros: turismo doméstico, turismo receptivo, turismo emisor. (Gomez, 2009)

Componentes del sistema turístico

- Atractivos Turísticos
- Planta turística
- Superestructura
- Infraestructura.

2.2.5 Información Turística

La información turística es el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística a través de informadores turísticos o guías, intérpretes, correos de turismo, acompañantes de grupo, videotex, etc.

La definición incluye aquellos servicios públicos dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información.

La información hay que considerarla dentro del sistema de actividades turísticas como una actividad de naturaleza turística, ya que, de una manera u otra, es parte imprescindible del proceso productivo turístico.

Existen dos tipos de información diferenciada:

- La proporcionada en el origen de la demanda a los turistas, cuyo principal objetivo es atraerlos a un destino determinado.
- La que se les hace llegar cuando ya están en él, en cuyo caso consiste en proporcionales datos de utilidad para sus acciones e inducirlos a determinados comportamientos que interesan a las empresas y responsables públicos de la zona (como puede ser acudir a un establecimiento o consumir unos servicios concretos). Desde otra perspectiva, la información puede ser genérica o específica dependiendo del grado de concreción que posea.

La genérica podemos dividirla en de imagen o temática, y la específica, en de producto o de empresa, según el carácter de los contenidos de cada una. Es evidente que la información que se proporciona a los turistas potenciales en su lugar de residencia suele ser fundamentalmente genérica, ya sea de imagen o temática, mientras que cuando ya están en el destino es mucho más concreta, y tratara de orientarles acerca de los productos que oferta ese lugar y sobre las empresas o instituciones que los proporcionan. (Turmero, 2011)

2.2.6 Centros de Información Turística o Centros de Visitantes

Como concepto de base podemos afirmar que los Centros de información turística son aquellos espacios físicos que existen "para dar la bienvenida a los visitantes, hacer más grata su experiencia y facilitarles información de forma que permanezcan más tiempo en la localidad"

Los Centros de visitantes incluyen a la definición precedente la prestación y venta de servicios al turista y la orientación más precisa de este en el entorno a través de señalamiento interpretativo sobre el destino.

La información otorgada incluye datos de contacto de prestadores de servicios turísticos (oferta turística: alojamientos, agencias de viajes, guías, restaurantes, transportes y otros como hospitales, cabinas de Internet y teléfonos, vacunas), atractivos, lugares, eventos y actividades de interés, horarios de atención, tarifas, rutas, sugerencias de seguridad y otros datos relevantes para el turista.

Las oficinas de turismo suelen proporcionar materiales informativos gratuitos como mapas, planos y folletos, postales, afiches, souvenirs, videos, listados de empresas registradas y otros materiales de interés. La oficina de turismo suele ubicarse en puntos de concentración de visitantes como aeropuertos, terrapuertos, puertos marítimos y fluviales, Plaza de Armas (plaza mayor o plaza principal de la ciudad), cámaras de comercio o local gubernamental. La primera oficina nacional de turismo fundada en el mundo se estableció en 1910, en Francia. (OMT, 1993)

- Centro de información turística

Lugar creado con la finalidad de darle facilidades a todos los turistas sean estos nacionales o extranjeros brindándoles información propicia sobre todos los destinos turísticos. Uno de los principales objetivos de gestión es potenciar la Parroquia San Andrés a los turistas, vecinos y la comunidad en general. La idea es dar a conocer los lugares emblemáticos, la diversa oferta que ofrece el comercio local y la riqueza patrimonial que tiene nuestro cantón.

2.2.7 El Servicio

Los centros de información turística brindan orientación sobre todo lo que la Ciudad o lugar ofrece. En ellos se puede conseguir información sobre visitas guiadas, alojamientos con tarifas económicas, eventos, actividades culturales, horarios de museos, lugares para visitar y mapas de la parroquia.

2.2.8 Oficina de Turismo

Una oficina de turismo, oficina de información turística o centro de información turística es la organización encargada de proveer información a los turistas potenciales y turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico.

2.2.9 Objetivos de un Centro de Información

- Los objetivos fundamentales de una oficina de turismo son: Prestar un servicio público
- Mejorar calidad de los destinos turísticos de la zona.
- Hacer más fácil la estancia a los potenciales turistas
- Aumentar la llegada de más turistas facilitando y haciendo más cómoda sus futuras reservas, estancias y recorridos en su radio de acción.

Tipos

- Permanentes y temporales.
- Locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Generales del Estado.

Información turística Las oficinas de turismo ofrecen información sobre:

- Recursos y actividades culturales: monumentos, museos, espacios rurales, lugares de interés turístico, ferias, congresos y festivales.
- Información y orientación sobre actividades turísticas: culturales, recreativas, deportivas y de ocio o esparcimiento.
- Información y orientación sobre oferta turística: servicios, servicios de interés (transportes, hospital, teléfonos)
- Facilitar material de propagan o informativo: folletos, carteles, guías, mapas y planos.
- Participar en comercialización de empresas de su ámbito de información.
- Poner en marcha proyectos de información, encuentro, debate, e incluso asesoramiento para las empresas de su ámbito de gestión. (Gomez, 2009)

2.2.10 ¿Qué es un Centro de información?

Un centro de información es:

- un espacio físico y virtual donde se puede acceder a servicios, productos y recursos de información, y compartirlos;
- un punto focal para la identificación, el análisis y la diseminación de información orientado hacia el servicio y la interacción con los/as usuarios/as;
- un proveedor de productos y servicios de información basados en las tecnologías de la información;
- un promotor de una cultura de intercambio de información mediante el fomento de acciones cooperativas entre instituciones y personas;
- una plataforma para la transferencia de conocimiento con incidencia en los procesos educativos y formativos.

Introducción

Si nos preguntamos por las funciones de un centro de información turística, generalmente lo asociamos a: abrir un plano, situar e informar al visitante sobre los recursos turísticos más destacados de un lugar. Podemos afirmar, también, que la función de informar puede realizarla cualquier persona aunque no disponga de formación específica.

Desde mi punto de vista “la mayoría de personas están capacitadas para informar a un turista, pero no todos/as pueden hacerlo con profesionalidad, motivación y entusiasmo”.

Es en estos tres aspectos dónde recae la calidad del servicio de la información turística y dónde surgen nuevos retos como dar un paso más: ofrecer nuevas oportunidades para conocer la zona y sensibilizar ambientalmente al turista.

Recursos

En los centros de información disponemos de dos tipologías de recursos para ayudar a los/as informadores/as a despertar el interés y respeto por el entorno a los visitantes: en primer lugar, el conocimiento propio de cada informador/a y en segundo lugar, los recursos materiales didácticos. El primer recurso, el conocimiento del informador/a, se consigue con experiencia y empatía con el visitante (es decir, ponerse en su lugar) y transmitirle los conocimientos de forma ágil y amena para facilitar la comprensión. Por otra parte, juega un papel muy importante la motivación de los informadores/as. La estabilidad del personal es un tema clave para favorecer la eficiencia del personal y conseguir una mejora en el conocimiento del territorio para desarrollar proyectos nuevos de sensibilización a los visitantes.

Y por último, es de gran importancia, la formación base y la formación continua anual. En resumen, se trata de crear un buen ambiente de trabajo y unas condiciones laborales dignas.

La segunda tipología son los recursos materiales didácticos elaborados para dar soporte al informador/a en la tarea de informar y sensibilizar a los visitantes. Estos recursos materiales consisten en unas láminas plastificadas con imágenes, esquemas, dibujos, explicaciones, etc. dónde se reflejan los elementos: geología, flora y fauna; También disponemos de una caja con una muestra de materiales volcánicos (rocas de distintos tamaños); Para temas de vegetación, hemos creado un pequeño herbario con el nombre de

las plantas en distintos idiomas. Estos recursos van destinados mayoritariamente al público general adulto.

Conclusión

Como conclusión, el objetivo principal es intentar mostrar que los centros de información no sirven sólo para informar a los visitantes sobre aquello que nos preguntan, sino que podemos dar un paso más y apostar por la calidad del servicio y conseguir comunicar más cosas de interés y/o educar ambientalmente a los visitantes de los espacios naturales protegidos. Es difícil evaluar si conseguimos el objetivo, pero sí podemos evaluar nuestra capacidad de atender de esta manera a los visitantes y el nivel de satisfacción respecto a estas acciones. Siempre con la predisposición de seguir intentando mejorar la calidad de los servicios informativos año tras año. (Innovacion, 2010)

Identificación de actividades y determinación de recursos necesarios para la puesta en marcha de un centro de información.

2.2.11 Recursos necesarios para la creación de un centro de información

Al crear un centro de información, tenga en cuenta cuáles son los recursos básicos:

- Recursos de información
- Recursos humanos
- Recursos materiales
- Recursos financieros

Recursos de información

Son las fuentes de información y los materiales que el centro pone a disposición de los/as usuarios/as.

Recursos humanos

Son transcendentales para la existencia de cualquier grupo social, factor fundamental en la marcha de una empresa, de ello depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos. Tome en consideración que una sola persona puede asumir varios roles.

Recursos materiales: espacio y mobiliario

Un centro de información exige un espacio adecuado a sus necesidades y a los servicios que presta. Se sugiere un espacio físico mínimo de 60 m². Esta superficie irá aumentando en función del crecimiento del centro. También se puede hacer el cálculo sobre la base de 15 m² por persona, cifras que incluyen el espacio para el equipo y la colección (Sánchez, 1983).

Instalaciones: edificios, terrenos.

Equipos: maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario.

Recursos financieros

Los recursos financieros permiten la creación, funcionamiento y sostenibilidad de un centro de información.

La institución que alberga el centro de información asigna a este un presupuesto determinado, en función de la planificación realizada. Asimismo, el centro de información puede obtener fondos adicionales presentando proyectos y candidaturas a concursos, entre otros.

A fin de planificar y controlar los recursos financieros, es necesario preparar un presupuesto.

Presupuesto

El presupuesto es un plan de gastos para un período determinado de tiempo y permite llevar a cabo las actividades del centro de información.

Es un instrumento para:

- La planificación: porque refleja la distribución de recursos.

El control: porque fija restricciones con respecto a inversiones y gastos.

Al elaborar el presupuesto, es conveniente tener en cuenta diversos aspectos. (Toolkit, 2015)

2.2.13 Desarrollo Turístico

La teoría del ciclo de vida, permite explicar cómo es la evolución de un destino turístico, así mismo es como un instrumento de planificación que, al reconocer los problemas inherentes al desarrollo, trata de prevenir el declive del destino. La relación entre el desarrollo turístico sólo es problemática a partir de que los destinos alcanzan un nivel de afluencia, es decir devienen destinos desmasificados. Así mismo para lograr el desarrollo de un lugar se debe considerar no la afluencia turística de visitantes sino el bienestar generado por la actividad turística., es decir el número de óptimo de visitantes de acuerdo a los recursos ambientales de la zona, la capacidad de la población local de organizar y orientar el desarrollo turístico y la definición de productos y servicios que se adapten a la cualificación de las necesidades de la población local, que ha de ser la máxima beneficiaria del proceso turístico, considerando además los intereses de generaciones futuras. (VIÑALS 2002, 85)

Sugiere para poder determinar las condiciones de desarrollo turístico de un lugar se debe diferenciar el término de entorno turístico, con destino turístico dándonos las siguiente definiciones: el entorno comprende al sistema o conjunto de elementos turísticos o no turísticos, dentro de una estructura orgánica, donde todos estos elementos se interrelacionan en un espacio determinado y delimitado, acorde a estrategias y políticas turísticas, de primera instancia. En cambio destino se refiere al sistema de elementos turísticos o no turísticos dentro de una estructura funcional, donde todos ellos interactúan en un espacio y tiempo determinado pero con una funcionalidad entre sí. (CROSBY 2009, 52)

La participación del sector público es fundamental en cualquier intento de planificar e implementar un proyecto de desarrollo turístico en un área rural. El papel de coordinar a los diversos actores implicados en el desarrollo turístico rural para la provisión de bienes y servicios para la competitividad.

Es necesario conocer el sistema turístico y comprender como se interrelacionan para lograr un desarrollo integrado de todos sus elementos, por lo tanto el factor demanda que comprende los mercados turísticos actuales y potenciales; el factor oferta compuesto por el

desarrollo de productos turísticos consistente en atractivos, instalaciones turísticos y no turísticos.

La infraestructura, equipamientos, servicios públicos, el estado de conservación del medio ambiente, las actuaciones públicas municipales, y el grado de implicación social son algunos de las principales condicionantes que influyen en el desarrollo de la actividad turística de un área determinada.

Las variables a considerar, entre otras, son las siguientes (VIÑALS 2002, 134):

- Infraestructuras y servicios generales: accesibilidad, tráfico, transporte público, abastecimiento de agua, limpieza y recogida de basuras, alumbrado público, asistencia sanitaria, seguridad ciudadana, etc.
- Aspectos relacionados con el medio ambiente: saturación del destino, conservación medioambiental del entorno, contaminación acústica, etc.
- Equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos, áreas recreativas, oferta comercial, oferta cultural, y de ocio, profesionalidad de los trabajadores del sector turístico y gestión turística.

Los nuevos escenarios de los espacios de las actividades turísticas también hacen aparición cuando analizamos las modalidades turísticas y las actividades recreativas asociadas al turismo en espacios rurales. Para MJ Viñals no existen modalidades turísticas puras, sino que el dinamismo por crear nuevos productos turísticos y la creatividad empresarial, han dado lugar a una gran mixtura de tipologías turísticas: turismo en espacios rurales, ecoturismo, agroturismo, turismo cultural, turismo aventura, turismo deportivo o turismo recreativo.

Si el turismo rural es ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilo de vida de la población local. Entonces comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el

medio rural de manera sostenible con la participación prioritaria de las comunidades campesinas y/o nativas.

Por lo tanto el turismo rural es un producto que combina la experiencia tradicional del ámbito rural y la expectativa del visitante en estos espacios.

Por otro lado el potencial del desarrollo endógeno sería la cantidad de bienes y servicios que un área puede llegar a producir mediante la utilización eficiente de los recursos disponibles. Esto puede significar el desempeño del turismo como factor de desarrollo local dada su endogeneidad. (LLORET, 52)

Los recursos materiales y naturales, infraestructura de transporte, comunicaciones, estructuras urbanas, capital físico, humano, aptitud para dirigir empresas, son los elementos que contribuyen al crecimiento de un territorio e incluso al potencial de desarrollo turístico endógeno.

El potencial de desarrollo turístico, se puede encontrar dividido en dos grandes espacios de actividades turísticas:

- Turismo litoral: es aquel que se desarrolla en las costas y su principal interés es sol y playa.
- Turismo de interior: es el que se desarrolla en zonas geográficas diferente a los litorales.
- Turismo urbano: sería el que se desarrolla en ciudades por diferentes modalidades: turismo cultural, turismo de congreso, turismo de negocio, turismo de eventos deportivos y turismo religioso.
- Turismo en espacio rural: es aquel que se desarrolla en pequeños municipios por diferentes modalidades: turismo cinegético, turismo de balneario y ecoturismo.

La combinación de grandes factores de desarrollo del turismo en espacio interior condiciona su imagen y su funcionamiento. El territorio, el paisaje entendido en un sentido amplio, es muy sensible, a la interacción de los cuatro grandes factores del desarrollo turístico territorial (AVILA 2002, 61):

- La protección, conservación del medio ambiente y cultura
- El desarrollo y valoración del patrimonio
- El crecimiento y la consolidación económica
- La calidad de vida de los habitantes

La OMT: foro intergubernamental en turismo, 30 años de labor, agencia de UN desde 2004 (www.world-tourism.org), Las Naciones Unidas han asignado a la Organización Mundial de Turismo (OMT) un papel fundamental: Promover el desarrollo del Turismo, Responsable, Sostenible que contribuya al desarrollo económico y humano. A prestar atención a los intereses de los países en desarrollo y los más pobres para contribuir a cumplir con los Objetivos del Desarrollo del Milenio de NU. La OMT promueve el Programa STEP, (Sustainable Tourism and Erradication of Poverty).

2.2.14 Objetivos principales del desarrollo turístico:

- Eliminar la pobreza a través del desarrollo del turismo sostenible.
- Conservar la cultura y el medio ambiente natural.
- Promover turismo desde un punto de vista social, económico y ecológico.
- Aportar el desarrollo y puestos de trabajo en pro de personas que viven con menos de 1 dólar al día.

2.2.15 El Desarrollo Turístico en Ecuador

El turismo, como se conoce, no es una industria en el sentido tradicional del término, pues se trata de una amalgama de actividades tales como el transporte, el alojamiento, los servicios de alimentación y bebidas, las agencias de viajes, las actividades recreativas, culturales y deportivas, cuya cuantificación se realiza a partir de la elaboración de un sistema de cuentas satélites del turismo.

La estructura del sector turístico ecuatoriano es extremadamente heterogénea; junto a actividades cuyo aporte a la generación de valor es determinante (como el transporte de pasajeros por carretera y las agencias de viaje, el servicio de alojamiento y el prestado por restaurantes) se ubican actividades que han sido rezagadas o no explotadas adecuadamente desde el punto de vista turístico como es el caso del transporte por agua (marítimo y fluvial) o por ferrocarril.

La base de este sector es el atractivo natural, la belleza y variedad de ecosistemas existentes en el país, que promueve la práctica y el desarrollo del turismo ecológico.

2.2.16 Estudio administrativo

En una empresa, la administración consiste en la manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones, esenciales como planeación (determina los objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara los resultados con los planeado), llamado en su conjunto “Proceso administrativo” o “funciones de la administración” (VALDIVIESO, L. 2000)

2.2.17 Estudio legal

El ámbito legal de un proyecto implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra y espíritu se relaciona con la ejecución y operación de la empresa en estudio. (HERNÁNDEZ, E. 1990)

Al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado. Así, por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas, entre otras. Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería.

Además, muchas veces es importante todo esto, por ejemplo a los fabricantes de bebidas alcohólicas o de cigarrillos, la ley les exige poner leyendas en su publicidad para cuidar la salud como "todo con medida", "el abuso en el consumo de este producto, puede causar cáncer". Incluso hay una normatividad para el diseño de una etiqueta: el código de barras debe tener un tamaño determinado, el contenido neto es con "g" minúscula y sin punto, los ingredientes, datos de fabricante, entre otros aspectos (CONTRERAS, C. 2005).

2.2.18 Estudio Técnico.

“Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir?

¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?

Las unidades y términos esperados en este estudio son heterogéneos tales como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias; así como coeficientes e índices de rendimiento; relaciones tales como hora.

-hombre; hora

-maquinaria; etc.

El estudio técnico debe de ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. Este puede desarrollarse en los niveles de idea, prefactibilidad, factibilidad y proyecto definitivo.

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva.

El estudio de materias primas localización general y específica del proyecto dimensionamiento o tamaño de la planta; y el estudio de ingeniería del proyecto.

Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que emane del estudio de mercado. Tendrá sus respectivos objetivos específicos, con el propósito de contar con la profundidad y calidad de la información que se necesite para el análisis y la toma de decisión, concretamente referida a la continuidad o no del proyecto. (RODRÍGUEZ, F. 2001)”

2.2.19 Estudio Económico Financiero

“En el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. En la concreción de esta viabilidad se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad. En este punto centraremos este capítulo, en nuestro intento de clarificar los conceptos, técnicas y metodologías acerca de la formulación y evaluación de proyectos. (CUARTAS, 2008)”.

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?.. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos. (GRATEROL, 1997).

CAPITULO III

2 METODOLOGÍA

2.2 TIPO DE ESTUDIO

Se aplicó el método científico descriptivo, realizando análisis y síntesis de la información obtenida de fuentes primarias y secundarias. Lo que permitió conocer las potencialidades de la parroquia, del mercado al cual está dirigido el producto turístico y los beneficiarios del mismo.

Las técnicas que se emplearon en este caso son las encuestas dirigidas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad, como población efectivo las personas que hicieron uso del ferrocarril de Riobamba en la ruta Riobamba – Urbina, con un total de 5967 personas en el año 2014.

2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La determinación del universo se lo realizara por medio de los datos estadísticos de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad, realizados por el FEEP. En lo que comprende a la ruta Riobamba – Urbina.

CUADRO N° 2

Demanda ruta Riobamba – Urbina. Año 2014.	5967 turistas.
--	-----------------------

Fuente: FEEP.

Autor: Vicente José Riofrío M.

El tamaño total de la población de turistas que visitaron los el ferrocarril e hicieron uso de la ruta Riobamba – Urbina del cantón Riobamba en el año 2014 fue de 5967, tomando en cuenta estos datos, se calculó el tamaño de la muestra para conocer a cuantos turistas se encuestará.

Formula:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{\frac{(N-1)E^2}{k^2} + p \cdot q}$$

Datos:

N=5967 (Tamaño de la población)

n = (Tamaño de la muestra)

p = 0.50 (Probabilidad 1)

q = 0.50 (Probabilidad 2)

E = 0.05 (5%) (Error muestral)

K = 1.28 (Coeficiente de correlación, nivel de confianza)

$$n = \frac{(5967)(0.50)(0.50)}{\frac{(5967-1)(0.05)^2}{(1.28)^2} + (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{1491.75}{(9.10) + (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{1491.75}{9.35}$$

$$n = 160$$

Las encuestas se las deben realizaran a 160 Turistas nacionales y extranjeros.

2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Tabla N. 1: Operacionalización de variables

VARIABLE	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADOR	TECNICAS INSTRUMENTOS E
DEPENDIENTE Centro de información turística “Mirador de San Andrés”	Son aquellos espacios físicos que existen "para dar la bienvenida a los turistas, hacer más grata su experiencia y facilitarles información turística de forma que permanezcan más tiempo en la localidad, (OMT, 1993).	Turístico Turistas	Atractivos naturales y culturales Nacionales y Extranjeros	Observación: Fichas De Observación Encuestas: Cuestionario
INDEPENDIENTE Desarrollo de la actividad turística	El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos (AVILA 2002).	Desarrollo Servicios	Plan Nacional Buen Vivir Número de establecimientos de alojamiento, alimentación, productos y servicios	Observación: Diario de campo Observación directa: Fichas de Observación

Realizado por: Vicente José Riofrío Montiel

2.5 PROCEDIMIENTOS

Se recepto la información necesaria de la población de Riobamba en torno a la muestra arrojada así como a los turistas nacionales y extranjeros para lo que se realizó un recorrido por todos los principales sectores de Riobamba, entre los cuales podemos mencionar los parques: Sucre, Maldonado, Estación del Ferrocarril, y Plaza Eloy Alfaro.

Cabe mencionar que en base al desarrollo de los PPCH 2014 (Presupuestación Participativa de Chimborazo), realizado conjuntamente por el GADPCH y el GAD Parroquial de San Andrés en las asambleas parroquiales, se determinó entre otros proyectos de ejecución, la necesidad del desarrollo de un Centro de Información Turística para impulsar la actividad económica y turística de la parroquia.

2.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Para el análisis de datos se utilizó la hoja electrónica de Excel: cuadros y gráficos estadísticos de la información obtenida a través de las diferentes técnicas e instrumentos que se utilizó.

CAPÍTULO IV

3 RESULTADOS

4.1 DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA PARROQUIA SAN ANDRÉS

4.1.1 Características Geográficas

4.1.1.1 Ubicación Geográfica

La parroquia de San Andrés se encuentra ubicada en la sierra central del país, en una pequeña meseta andina al noroeste de la provincia de Chimborazo políticamente perteneciente al cantón Guano. Se encuentra a 10 km de la ciudad de Riobamba. Geográficamente se encuentra 17M 755833 9823884 (UTM). (Chimborazo, 2014)

La superficie aproximada de 190 km² ocupa el 40% del territorio cantonal. Tiene una altitud que oscila desde los 3020 m.s.n.m. hasta los 6310 m.s.n.m. (nevado Chimborazo), por esto registra temperaturas que oscilan desde los 0 ° centígrados hasta los 19° centígrados. Su clima es templado y frío en las zonas altas, la temperatura media está entre los 12 a 18° centígrados y la precipitación media anual 250 a 500 mm.1. (Chimborazo, 2014)

4.1.1.2 Fisiografía y Suelos

El suelo es considerado como uno de los recursos naturales más importantes de la parroquia, de ahí la necesidad de mantener su productividad, para que a través de este y las prácticas agrícolas adecuadas se establezca un equilibrio entre la producción de alimentos y el incremento de la población.

En cuanto a su geología, los suelos de la parroquia son de tipo inceptisol los mismos que se caracterizan por un débil desarrollo de horizontes, origen volcánico reciente y ocurrencia típica en zonas recientemente deglaciadas. Los Inceptisoles se presentan en cualquier tipo de clima y se han originado a partir de diferentes materiales parentales (materiales resistentes o cenizas volcánicas); en posiciones de relieve extremo, fuertes pendientes, depresiones o superficies geomorfológicas jóvenes. (Chimborazo, 2014)

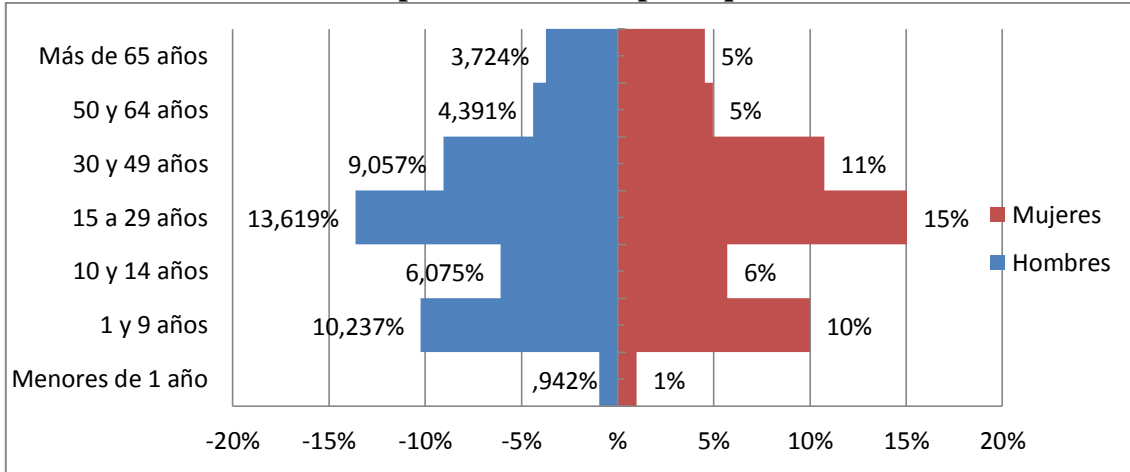
El clima es el típico de la zona alto andina, que va desde los 4° centígrados hasta los 18° durante la época de verano. De acuerdo con los resultados del Diagnóstico participativo, las estaciones no son tan marcadas como hace varios años, esto se debe a los procesos de la tala indiscriminada de los bosques y por la emisión de ceniza producto de la erupción constante del volcán Tungurahua; la una época lluviosa en nuestra zona suele ser en los meses de febrero, marzo, abril, y parte de mayo; una estación de verano durante los meses de agosto, hasta noviembre. Los meses restantes son de transición ya que normalmente suelen presentar un clima húmedo frío pero con presencia de lluvias moderadas. (Chimborazo, 2014)

4.1.1.3 Hidrología

En la Parroquia San Andrés según datos proporcionado por el SENAGUA (Secretaría Nacional del Agua) existen 205 vertientes de agua que nace desde sus páramos y de los deshielos del Chimborazo, de las cuales 87 se utilizan para riego y 82 se utiliza para consumo humano y 36 vertientes son adjudicadas para abrevadero de los animales, estas vertientes además forman varios ríos como son: Río Guaico, que nace en las faldas del Chimborazo por sus filtraciones que hace su recorrido por el límite entre San Andrés y San Isidro, y al pasar por el Cantón Guano toma el nombre de río Guano, el río Batzacon de igual forma nace de los deshielos del Chimborazo realiza un recorrido por el Oeste de la parroquia, es de gran importancia ya que sirve como fuente de riego para muchas comunidades de la Parroquia, otro de los ríos que tiene su origen en las faldas del Chimborazo son el río Chibunga y el río Mocha, además existen un sin número de pequeñas lagunas, sobre todo en los páramos. Estas son utilizadas para riego y para el uso doméstico en las comunidades de la parroquia y en otros cantones como Riobamba, Guano, Mocha y Quero, lo cual hace falta formar alianzas estratégicas con los Municipios de estos cantones para preservar el medio Ambiente. (Chimborazo, 2014)

4.1.1.4 Características Demografía.

Grafico 1: Pirámide poblacional de la parroquia Rural de San Andrés



Fuente: Taller comunal/ Mesa de trabajo socio-cultural

Elaborado por: Equipo Técnico GAD San Andrés

De acuerdo a los últimos datos proporcionado por el INEC la población de San Andrés es de 13481 habitantes, de los cuales, desde 10 hasta 14 años es la de mayor número con 1589 habitantes que representa un 11.79% de la población total, posteriormente tenemos que el 11,48% representa a edades comprendidas entre 5 y 9 años con 1548 habitantes , luego tenemos con el 11,24% corresponde a la edad comprendida entre 15 a 19 años con 1515 habitantes, con estos datos podemos decir es una población bastante joven, sin embargo la población menor a un año representa el 1,93% con 1180 habitantes.

La población de la parroquia San Andrés de acuerdo al diagnóstico comunitario realizado es de 13810 habitantes, hay una diferencia de 329 habitantes, esto se debe que varios comuneros tienen sus tierras en las comunidades, tienen derecho a los servicios que tienen cada comunidad pero no viven. (Chimborazo, 2014)

A. Fuentes de Ingresos Familiares

Un aspecto importante que se ha determinado en el levantamiento de información en cuanto a fuentes de ingresos familiares de la parroquia la población en su mayoría se dedica a la actividad pecuaria es decir a la crianza de animales para producción de leche (50.37%), en cuanto a la actividad agrícola los cultivos de mayor importancia tenemos a

las papas, habas, maíz, cebada, la crianza de especies menores también tiene su rol importante dentro de los ingresos familiares.

En la parroquia de San Andrés las actividades pecuarias y agrícolas se realizan simultáneamente. A pesar de ser San Andrés una población la mayor parte de los ingresos familiares provienen de la actividad agropecuaria también se realiza actividades comerciales, de albañilería, artesanales, empleadas domésticas, en un menor porcentaje en el sector público y privado.

Se puede revisar a continuación un detalle de las principales fuentes de ingreso de cada uno de los asentamientos humanos de la Parroquia Rural de San Andrés

Tabla 1: Fuente de Ingresos familiares en la Parroquia Rural de San Andrés

Fuentes de ingresos familiares	Número	Porcentaje
Actividad agrícola	4766	34,51%
Actividad pecuaria	6956	50,37%
Actividades de construcción	698	5,05%
Actividades relacionadas con el comercio	357	2,59%
Actividades artesanales	330	2,39%
Empleados en el sector público	354	2,56%
Empleados en el sector privado	349	2,53%
TOTAL	13810	100%

Fuente: Diagnóstico comunitario 2011

Elaborado: Equipo Técnico GAD- San Andrés

Como podemos ver en el cuadro el 50,35 de la población los ingresos económicos son por la actividad pecuaria, seguido por la actividad agrícola con un 35, 51%, esto nos da a entender que los mayores ingresos económicos son de la actividad agropecuaria, un rubro importante es igual las actividades relacionadas a la construcción.

La población económicamente activa de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC 2010 es de 44,73%, en cambio la población que se encuentra en edad de trabajar es (3790

personas), es del 70%, si consideramos desde los 10 años hasta 64 años, población que se dedica a las actividades.

- **Migración.**

El fenómeno migratorio se ocasiona a partir del año 2000, esto guarda relación con la desintegración familiar, se puede hablar de migración interna y externa, cuando es interna se produce hacia las principales ciudades como Riobamba, Quito, Guayaquil, Ambato y Cuenca.

De acuerdo a la población existe una constante de la migración en base a la baja productividad de la zona, a la falta de fuentes de trabajo, a la constante pérdida de sus cultivos, debido a las condiciones climáticas y la falta de una tecnología apropiada para la producción.

- **Caracterización del fenómeno migratorio**

La población de la Parroquia Rural de San Andrés tiene entre sus principales motivaciones para migrar las que se describen en el cuadro siguiente.

Tabla 2: Personas migrantes dentro del país según motivaciones para migrar de la población perteneciente a la parroquia Rural de San Andrés

	Trabajo	Estudios	Unión familiar	Otro	Total
Hombre	57	4	2	2	65
Mujer	25	2	4	3	34
Total	82	6	6	5	99

Fuente: INEC 2010

Elaborado: Equipo Técnico GAD- San Andrés.

En total, se registran 99 casos de migración temporal, esto se da generalmente por la búsqueda de fuentes complementarias de ingresos, teniendo como principal ocupación trabajos ocasionales, relacionados con la construcción y el comercio informal. El desarrollo de estas actividades ocurre por un lapso que no supera los tres meses.

La migración hacia ciudades dentro del país se produce más en la gente joven, con edades comprendidas entre los 18 y los 45 años. (Chimborazo, 2014)

4.1 REGISTRO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN ANDRÉS

4.2.1 Inventario de Atractivos Turísticos

Tabla 3: Atractivos Turísticos

Nº	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Iglesia San Andrés	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura religiosa
2	Minas de San Andrés	Manifestaciones Culturales	Histórica	Minas Antiguas
3	Capilla de Lourdes	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura religiosa
4	Estación Urbina	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Civil
5	Picapedreros San Pablo	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Tallado de Piedra
6	Centro Artesanal Pulingui	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Artesanías en Tejido
7	Centro Artesanal Artesa	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Artesanía en Paja
8	Minas de Hielo Chimborazo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Minas Antiguas
9	Laguna de Chimborazo	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna
10	Cascada el Molino	Sitios Naturales	Ríos	Cascada
11	Cascada Cóndor Samaná	Sitios Naturales	Ríos	Cascada

Elaborado: Unidad de Proyectos - Planificación-GADPCH – 2015

Fuente: GADPCH - 2015

1) **ATRACTIVO : IGLESIA DE SAN ANDRÉS**

- **Datos Generales**

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Histórica

Subtipo: Arquitectura Religiosa

- **Ubicación**

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés

Coordenadas: (UTM)

Longitud: 755833 Latitud: 9823884

Su ubicación está a 10 minutos del cantón Riobamba, en automóvil o autobús, se encuentra en la plaza central de la parroquia

Ilustración 1: Iglesia de San Andrés



Fuente: Vicente Riofrio M.

- **Características Físicas del Atractivo**

Altitud: 3051 m.s.n.m

Temperatura: 12 – 18 ° C

Precipitación Pluviométrica: 250 a 500 mm promedio anual

- **Descripción del Atractivo**

La iglesia actual y el convento parroquial son un monumento a la arquitectura en piedra extraídas de las minas de la parroquia, su construcción se inició en 1916 y concluyó en 1972, en el suelo de la fachada hay grandes piedras negras labradas que pertenecían al edificio antiguo, también junto al convento hay muros antiguos y que son parte del inventario cultural del Banco Central. Dentro del templo se encuentra la imagen del Señor de la Caridad, de la Agonía, María Inmaculada y el apóstol San Andrés patrono del pueblo, junto a estas imágenes custodias, cruces, cuadros que son verdaderos tesoros de arte colonial.

- **Asociación con otros atractivos.**

Nevado Chimborazo, la montaña más alta del Ecuador, icono turístico de la provincia que se encuentra ubicada dentro de la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, es un destino importante con atractivos complementarios sobre el cual se realizan diferentes actividades turísticas.

- **Permisos y Restricciones**

La fachada de la iglesia se la observa sin ningún problema sin embargo para el ingreso está restringido a los días domingos.

- **Usos**

Tabla 4: Usos

ACTUALES	POTENCIALES
Es utilizada por los feligreses para las fiestas del calendario religioso.	Observación y fotografía Interpretación ambiental

- **Estados de conservación del atractivo**

Estado: Conservado

Causas: Tanto la fachada como la parte interna están en un buen estado gracias al cuidado de la comunidad religiosa y las adecuaciones que se le realiza periódicamente.

Entorno: Alterado

Causas: El paisaje alrededor esta por las viviendas locales y los cultivos andinos.

- **Valoración del Atractivo**

Tabla 5: Valorización

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación	7
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	

	d) Internacional	
TOTAL		45
JERARQUÍA	II	

2) **ATRACTIVO : MINAS DE SAN ANDRÉS**

- **Datos Generales**

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Histórica

Subtipo: Minas Antiguas

- **Ubicación**

Provincia: Chimborazo Ciudad y/o Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés

Coordenadas: (UTM)

Longitud: 755472 Latitud: 9824637

Se encuentra a cinco minutos de la cabecera parroquial San Andrés en automóvil en el sector de Tulutus.

Ilustración 2: Minas de Piedra Negra



Fuente: Vicente Riofrio M.

- **Características Físicas**

Altitud: 3056 m.s.n.m.

Temperatura: 12 – 18 °C

Precipitación Pluviométrica: 250 A 500 mm promedio anual

- **Descripción del Atractivo**

Esta mina de piedra negra fue explotada hace varios años para fabricar adoquines para las calles y bloques para la construcción de las casas, algunas viviendas y el templo de la parroquia San Andrés fueron construidas con piedras de estas minas, varios pueblos y ciudades utilizaron el material de esta mina para sus construcciones, actualmente está abandonada y son dos talladores apenas quienes trabajan ocasionalmente la piedra, debido a la diversificación en los materiales para la construcción y diseño la demanda es muy poca para este trabajo.

- **Asociación con otros atractivos.**

Nevado Chimborazo. La montaña más alta del Ecuador, icono turístico de la provincia que se encuentra ubicada dentro de la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, es un destino importante con atractivos complementarios sobre el cual se realizan diferentes actividades turísticas.

Mirador de Tulutus. Desde la parte alta de esta colina se observa la parroquia de San Isidro, parte de San Andrés, el nevado Chimborazo.

Río Guano. Este río divide a las parroquias de San Andrés y San Isidro y en las orillas existe un lugar de descanso junto a un abandonado molino de agua.

- **Permisos y Restricciones**

Es necesario seguir los caminos, debido a que los terrenos son propiedades privadas.

- **Usos**

Tabla 6: Usos

ACTUALES	POTENCIALES
Artesanal	Observación y fotografía Interpretación ambiental Caminata

- **Estados de Conservación**

Estado: Deteriorado

Causas: Las minas fueron abandonadas y se encuentra gran cantidad de restos rodeados de vegetación arbustiva.

- **Entorno**

Entorno: Deteriorado

Causas: Alrededor se hallan bosques de eucalipto, se evidencia erosión y contaminación por desechos inorgánicos, además la infraestructura civil de la tubería de agua potable para Riobamba.

- **Valoración del Atractivo**

Tabla 7: Valorización de atractivos

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación	3
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25
JERARQUÍA	I	

3) **ATRACTIVO : CAPILLA DE LOURDES**

- **Datos Generales**

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Histórica

Subtipo: Arquitectura Religiosa

- **Ubicación**

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés

Comunidad: Batzacón

Coordenadas: (UTM)

Longitud: 754134 Latitud: 9823205

Se encuentra a 10 minutos de la parroquia San Andrés, en automóvil o autobús, cerca de la plaza Central de la comunidad.

Ilustración 3: Capilla de Lourdes



Fuente: Vicente Riofrio M.

- **Características Físicas del Atractivo**

Altitud: 3077 m.s.n.m

Temperatura: 12 a 18 ° C

Precipitación Pluviométrica: 250 a 500mm promedio anual.

- **Descripción del Atractivo**

Esta capilla de construcción contemporánea con una mezcla de estilos fue levantada por la comunidad hace apenas un año, y es el lugar donde se celebran las fiestas religiosas de la comunidad cristiana católica. La fachada sobresale por la piedra de río utilizada en las tanto en paredes frontales como en columnas.

- **Asociación con otros atractivos.**

Nevado Chimborazo.- La montaña más alta del Ecuador, icono turístico de la provincia que se encuentra ubicada dentro de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, es un destino importante con atractivos complementarios sobre el cual se realizan diferentes actividades turísticas.

- **Permisos y Restricciones**

La fachada de la iglesia se la observa sin ningún problema, para el ingreso es necesario notificar al presidente de la comunidad.

- **Usos**

Tabla 8: Usos

ACTUALES	POTENCIALES
Es utilizada por los feligreses para las fiestas del calendario religioso.	Observación y fotografía Interpretación ambiental

- **Estados de conservación del atractivo:**

Estado: Conservado

Causas: La construcción es nueva y aun está en adecuaciones.

- **Entorno**

Entorno: Alterado

Causas: Las viviendas, el paisaje agrícola y contaminación por basura.

Tabla 9: Valorización del Atractivo

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseca	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación	5

APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24
JERARQUÍA	I	

4) **ATRACTIVO : ESTACIÓN URBINA**

- **Datos Generales**

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Histórica

Subtipo: Arquitectura Civil

- **Ubicación**

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés

Coordenadas: (UTM)

Longitud: 754528 Latitud: 9835423

Se encuentra a 20 minutos de la parroquia San Andrés, en automóvil o autobús, a pocos metros de la panamericana norte.

Ilustración 4: Estación Urbina



Fuente: Vicente Riofrio M.

- **Características Físicas del Atractivo**

Altitud: 3563 m.s.n.m.

Temperatura: 4 – 13 ° C

Precipitación Pluviométrica: 722 mm promedio anual.

- **Descripción del Atractivo**

Esta construcción de la época republicana antiguamente funcionaba como estación del ferrocarril en la ruta Riobamba-Quito, su construcción data de 1906, el cual conserva su diseño original.

Actualmente funciona como un refugio y paradero turístico manejado por la empresa privada. Dentro de la estación se encuentra un centro artesanal con trabajos en tagua, tejidos y pintura, donde se puede observar la confección y existe una tienda de comercialización de estas artesanías.

- **Asociación con otros atractivos.**

Nevalo Chimborazo. La montaña más alta del Ecuador, icono turístico de la provincia que se encuentra ubicada dentro de la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, es un destino importante con atractivos complementarios sobre el cual se realizan diferentes actividades turísticas.

- **Permisos y Restricciones**

No existe ninguna restricción para el ingreso funciona todo el año.

- **Usos**

Tabla 10: Usos

ACTUALES	POTENCIALES
Observación y fotografía Alimentación, Hospedaje, Guianza	Interpretación ambiental

- **Estados de Conservación del Atractivo**

Estado: Conservado

Causas: Esta Infraestructura está a cargo de la empresa privada quien se preocupa constantemente de su mantenimiento y cuidado.

- **Entorno**

Entorno: Alterado

Causas: Esta afectado por la expansión de la frontera agrícola

- **Valoración del Atractivo**

Tabla 11. Valorización del Atractivo

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación	9
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	9
	c) Asociación con otros atractivos	3

SIGNIFICADO	a) Local b) Provincial c) Nacional d) Internacional	4
TOTAL		50
JERARQUÍA	II	

5) ATRACTIVO: PICAPEDREROS SAN PABLO

- Datos Generales

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Etnográfica

Subtipo: Tallado en piedra- Artesanía en piedra

- Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés.

Comunidad. San Pablo

Coordenadas: (UTM)

Longitud: 753543 Latitud: 9827330

Se encuentra a diez minutos de la parroquia San Andrés en automóvil, en sentido Riobamba – Ambato, pasando el peaje.

Ilustración 5: Picapedreros San Pablo



Fuente: Vicente Riofrio M.

- **Características Físicas del Atractivo**

Altitud: 3152 m.s.n.m.

Temperatura: 12 – 18 ° C

Precipitación Pluviométrica: 250 a 500 mm promedio anual

- **Descripción del Atractivo.-** Son alrededor de quince artesanos pertenecientes a una asociación de picapedreros autónomos quienes tallan piedra blanca y negra para dar singulares formas de animales, personas como también realizan objetos decorativos mesas, sillas, columnas, piletas. Las minas de su material están localizadas por el sector del Arenal.

- **Asociación con otros atractivos**

Nevado Chimborazo. La montaña más alta del Ecuador, icono turístico de la provincia que se encuentra ubicada dentro de la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, es un destino importante con atractivos complementarios sobre el cual se realizan diferentes actividades turísticas.

- **Permisos y Restricciones**

No se considera ninguna restricción los picapedreros exhiben sus trabajos en el borde de la carretera.

- Usos

Tabla 12: Usos

ACTUALES	POTENCIALES
Comercialización de las artesanías.	Fotografía Interpretación ambiental.

- Valoración del Atractivo

Tabla 13: Valorización del Atractivo

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación	5
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		40
JERARQUÍA	II	

6) **ATRACTIVO : CENTRO ARTESANAL PULINGUÍ**

- **Datos Generales**

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Etnográfica

Subtipo: Artesanía en tejido

- **Ubicación**

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés.

Comunidad. Pulinguí

Coordenadas: (UTM)

Longitud: 750196 Latitud: 9826732

Se encuentra a veinte minutos de la parroquia San Andrés en automóvil, ingresando por la vía antigua García Moreno, en el sector del motel El Castillo.

Ilustración 6: Centro Artesanal Pulinguí



Fuente: Vicente Riofrio M.

- **Características Físicas del Atractivo**

Altitud: 3272 m.s.n.m.

Temperatura: 12 – 18 ° C

Precipitación Pluviométrica: 250 a 500 mm promedio anual.

- **Descripción del Atractivo**

Este centro artesanal pertenece a la Asociación de Mujeres Trabajadoras Autónomas de la comunidad de Pulingui, y gracias a la labor de este centro las mujeres tienen otra alternativa de ingreso a través de la confección y comercialización de prendas de vestir y artesanías tejidas en lana, paja y cabuya. Estos son realizados con materiales de la zona, algunos con tinturas naturales y en los diseños especialmente de la vestimenta de la mujer se encuentran motivos precolombinos antiguos que intentan rescatar el valor histórico cultural de los mismos.

- **Asociación con otros atractivos.**

Nevado Chimborazo. La montaña más alta del Ecuador, icono turístico de la provincia que se encuentra ubicada dentro de la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, es un destino importante con atractivos complementarios sobre el cual se realizan diferentes actividades turísticas.

- **Permisos y Restricciones**

Es necesario informar a la presidenta de la asociación para ingresar al centro artesanal.

Tabla 14: Permisos y Restricciones

ACTUALES	POTENCIALES
Elaboración, confección y venta de vestimenta típica, elaboración y venta de artesanías.	Fotografía Interpretación ambiental.

- **Valoración del Atractivo**

Tabla 15: Valorización del atractivo

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5

	d) Estado de Conservación	5
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		39
JERARQUÍA	II	

7) ATRACTIVO : CENTRO ARTESANAL ARTESA

- Datos Generales

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Etnográfica

Subtipo: Artesanía en paja

- Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés.

Comunidad. Santa Lucia

Coordenadas: (UTM)

Longitud: 749168 Latitud: 9831875

Ilustración 7: Centro Artesanal Artesana



Fuente: Vicente Riofrio M.

Se encuentra a cuarenta y cinco minutos de la parroquia San Andrés en automóvil, ingresando por la comunidad de Santa Lucia de Chuquipogio.

- **Características Físicas del Atractivo**

Altitud: 3610 m.s.n.m.

Temperatura: 4 -14 ° C

Precipitación Pluviométrica: 722 mm promedio anual

- **Descripción del Atractivo**

Dentro del centro comunitario de Artesa un grupo de mujeres se reúnen para trabajar la paja y realizar varios motivos como floreros, canastas, llaveros, estas mujeres trabajan minuciosamente cada detalle y los amarres lo realizan con hilo de cabuya, también realizan algunos tejidos los cuales los ponen a exposición y los comercializan cuando llegan visitantes al centro.

- **Asociación con otros atractivos.**

Nevado Chimborazo. La montaña más alta del Ecuador, icono turístico de la provincia que se encuentra ubicada dentro de la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, es un destino importante con atractivos complementarios sobre el cual se realizan diferentes actividades turísticas.

- **Permisos y Restricciones**

Es necesario informar a los coordinadores del centro comunitario de Artesa para ingresar.

- **Usos**

Tabla 16: Usos

ACTUALES	POTENCIALES
Alojamiento, Alimentación Elaboración, confección y venta de Artesanías en paja.	Fotografía Interpretación ambiental.

- **Valoración del Atractivo**

Tabla 17: Valorización del Atractivo

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación	5
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		31
JERARQUÍA	II	

8) ATRACTIVO : MINAS DE HIELO CHIMBORAZO

- Datos Generales

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Histórica

Subtipo: Minas antiguas

- Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés.

Coordenadas: (UTM)

Longitud: 744746 Latitud: 9834385

Ilustración 8: Minas de Hielo Chimborazo



Fuente: Vicente Riofrio M.

Se encuentra a una hora de la parroquia San Andrés en automóvil, ingresando por la comunidad de Santa Lucía hasta el sector de “FRUTAPAMBA”, desde este punto se empieza una caminata de tres horas hasta llegar a la mina.

- **Características Físicas del Atractivo**

Altitud: 4761 m.s.n.m.

Temperatura: -2 a 8 ° C

Precipitación Pluviométrica: 491 mm promedio anual.

- **Descripción del Atractivo**

Estas minas se encuentran a 4800 m.s.n.m, y se trata de una mina de hielo de donde se extraen bloques para el consumo en la ciudad. Esta actividad actualmente lo realiza una sola persona (el último hielero) debido a que no resulta rentable la comercialización de estos bloques. En aproximadamente tres horas se arriba a la mina recorriendo el ecosistema de puna donde se observan claramente vicuñas camélidos andinos reintroducidos a este entorno.

- **Asociación con otros atractivos.**

Nevado Chimborazo. La montaña más alta del Ecuador, icono turístico de la provincia que se encuentra ubicada dentro de la Reserva de Producción Fauna Chimborazo, es un destino importante con atractivos complementarios sobre el cual se realizan diferentes actividades turísticas.

- **Permisos y Restricciones**

No existe ninguna restricción para el ingreso y es necesario llevar un guía nativo.

- **Estados de conservación del atractivo**

Estado: Alterado

Causas: Se ve afectado por la extracción del hielo lo cual modifica la mina, también la presencia de desechos inorgánicos.

- **Entorno**

Entorno: Alterado

Causas: Se evidencia contaminación por desechos inorgánicos.

- **Usos**

Tabla 18: Usos

ACTUALES	POTENCIALES
Caminata. Fotografía. Interpretación ambiental.	Observación de flora y fauna

- **Valoración del Atractivo**

Tabla 19: valorización del Atractivo

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación	6
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		50
JERARQUÍA	II	

4.2 INVENTARIOS DE RUTAS TURÍSTICAS

Es un camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo, estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia.

La parroquia San Andrés cuenta con las siguientes rutas turísticas:

Tabla 20: Rutas Turísticas

Nº	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Ruta Ciclo eucaliptos	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Religiosa
2	Ruta de las Vicuñas	Manifestaciones Culturales	Histórica	Minas Antiguas
3	Ruta Mágica del Altura	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Lagunas
4	Ruta Agro comunitaria	Sitios Naturales	Ríos	Cascada
5	Ruta San Andrés Cultura de Piedra	Manifestaciones	Etnográficas	Tallado de Piedra
6	Ruta Turística Pacha Yachachi	Manifestaciones	Etnográficas	Artesanías en tejidos

Elaborado: Vicente Riofrio-GADPCH – 2015

Fuente: GADPCH - 2015 fiscalización consultoría

1) Ruta Turística Ciclo – Eucaliptos

La ruta ciclo-eucaliptos es una ruta a campo través una modalidad muy difundida del ciclismo de montaña, esta ruta permite ir disfrutando y admirando en bicicleta el paisaje andino en las zonas bajas, con condiciones climáticas agradables y de grado de dificultad medio, debido a ligeras pendientes. Se recorren las comunidades de La Esperanza, Tualag y Batzacón donde se aprecia la forma de vida de estos lugares, una característica común en este recorrido son los árboles de eucaliptos que van cubriendo partes del trayecto y que ya son parte del entorno a pesar de ser especies introducidas.

El recorrido tiene una duración estimada de 3h00 con dos descansos, el uno en la subida a Tualag y el otro en la iglesia de Batzacón, de regreso se toma la vía Batzacón- San Andrés en descenso hasta llegar al centro poblado y culminar en el Mirador de Agua Santa.

✓ **Datos Generales del Atractivo**

Categoría: Manifestaciones Culturales.

Tipo: Histórica

Subtipo: Arquitectura religiosa

✓ **Ubicación**

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés.

✓ **Centros Poblados al Atractivo** (Punto de partida: Ref. San Andrés)

Tabla 21: Centros Poblados

Nombre	Distancia	Coordenadas (en Km) UTM
Comunidad La Esperanza	2,1	17 M 754346 9825082
Comunidad Tualag	6,2	17 M 750824 9830620
Comunidad Batzacón	2,7	17 M 754069 9823259
Comunidad Tunsalao	5,1	17 M 750456 9826286

✓ **Características Físicas del Atractivo**

Altitud: La Esperanza 2965 msnm (Lugar de salida) Batzacón 3082 msnm (Lugar de llegada)

Coordenadas: Iglesia Batzacón 17 M 754134 9823205 (UTM)

Temperatura: 16 Grados Centígrados (aprox)

✓ **Vía de Acceso San Andrés – La Esperanza**

Distancia: 2,10Km (Vehículo).

Duración: 5 min aprox.

El ciclo turismo es la práctica del ciclismo sin ánimo competitivo usando la bicicleta como medio de ejercicio físico, diversión, transporte o turístico. Se pueden realizar viajes cortos durante el día, o viajes más largos que pueden durar días, semanas o más, es una modalidad ecológica, sana y de aventura, generalmente son circuitos cerrados de al menos 6 km de longitud, y dependiendo de las categorías de los ciclistas se puede correr aproximadamente 1 hora 45 minutos hasta 2 horas 30 min. Los circuitos naturales son a través de bosques por caminos angostos con cuestas empinadas y descensos muy rápidos.

✓ **Infraestructura Vial y de Acceso**

Tabla 22: Infraestructura vial y de Acceso

ITINERARIO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE
Riobamba – San Andrés	Terrestre, clase 1	Asfaltado	Bueno	Bus, automóvil
San Andrés-La Esperanza	Terrestre, clase 1	Asfaltado	Bueno	Bus, automóvil
La Esperanza-Tahualag	Terrestre, clase 3	Lastrado	Bueno	Automóvil, bicicleta
Tahualag-Batzacon	Terrestre, clase 2	Empedrado	Bueno	Bus, automóvil
San Andrés- Batzacon	Terrestre, clase 3	Lastrado	Bueno	Automóvil, bicicleta

Fuente: Vicente Riofrio M.

2) Ruta Turística de las Vicuñas

✓ Datos Generales

Categoría: Manifestaciones Culturales

Tipo: Histórica

Subtipo: Minas antiguas

✓ Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés.

✓ Centros Poblados al Atractivo (Punto de partida: Ref. San Andrés)

Tabla 23: Rutas Turísticas

Nombre	Distancia en Km	Coordenadas UTL
Comunidad La Esperanza	2,1	17 M 754346 9825082
Comunidad Calshi	6,9	17 M 750466 9828570
Comunidad Silveria	8,0	17 M 749926 9829409
Comunidad Santa Lucia	12,8	17 M 749168 9831875

✓ Características Físicas del Atractivo

Altitud

Artesa 3610 msnm (Lugar de salida)

Minas de Hielo 4761 msnm (Lugar de llegada)

Mirador Pato Cocha 4495 msnm (Lugar de llegada)

Coordenadas

Minas de Hielo 17 M 744743 9834428

Mirador Pato cocha 17 M 746805 9835046 (UTM)

Temperatura 4 - 13 Grados Centígrados (aprox)

✓ Infraestructura Vial y de Acceso

Tabla 24: Infraestructura de Acceso

ITINERARIO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE
Riobamba – San Andrés	Terrestre Clase 1.	Asfaltado	Bueno	Bus, automóvil
San Andrés - La Esperanza	Terrestre Clase 1.	Asfaltado	Bueno	Bus, automóvil
La Esperanza – Silveria	Terrestre Clase 3.	Lastrado	Bueno	Bus, automóvil
La Silveria – San Rafael	Terrestre Clase 2.	Empedrado	Bueno	Bus, automóvil, motocicleta.
San Rafael - Santa Lucia- Frutapamba	Terrestre Clase 3.	Lastrado	Regular	Automóvil 4x4, motocicleta

Fuente: Vicente Riofrio M.

✓ **Facilidades Turísticas**

Alojamiento: OTC Artesa (6 pax)

Alimentación: OTC Artesa (8 pax)

Esparcimiento: Ninguna

Agencia de viajes: Ninguna

Correo: Ninguna

Almacenes-Artesanías: Artesa

Teléfono, Fax, Internet: No.

Señal Telefonía Celular: Sí.

✓ **Infraestructura Básica**

Agua: Entubada

Energía Eléctrica: Sistema interconectado

Alcantarillado: Letrinas.

✓ **Asociación con otros Atractivos**

Tabla 25: Asociación con otros Atractivos

Atractivo	Coordenadas UTM	Altitud msnm
OTC Artesa	17 M 749168 9831875	3610
Mirador Pato Cocha	17 M 747231 9835046	4495
El Chimborazo	17 M 743097 9838033	6310

3) Ruta Turística Magia de Altura

✓ Datos Generales Atractivo

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Ambientes Lacustres

Subtipo: Lagunas

✓ Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés.

✓ Centros Poblados al Atractivo (Punto de partida: Ref. San Andrés)

Tabla 26: centros poblados al Atractivos

Nombre	Distancia en (Km)	Coordenadas UTM
Comunidad 12 de octubre	16	17M 754528 9835423
Comunidad Santa Rosa	19	17M 752395 9834774

✓ Características Físicas del Atractivo

Altitud Portal Andino 4024 msnm (Lugar de salida)

Lagunas-Glaciares 4766 msnm (Lugar de llegada)

Cascada Cóndor Samana 4080 msnm (Lugar de llegada)

Coordenadas Lagunas 17 M 744767 9840795 (UTM)

Temperatura 2 – 8 Grados Centígrados (aprox)

La ruta magia de altura recorre varios parajes de páramo, bordeando el lado norte del nevado Chimborazo, las dos subrutas transcurren entre pajonal, vegetación de almohadilla, donde se observan especies como conejo, rastros de lobos, y en la avifauna el más abundante es el curiquingue (*Phalcoboenus carunculatus*), cuya forma de vuelo, según la tradición, augura la fortuna de las comunidades locales, otros quindes como el pico de espada, junto a algunos gorriones y mirlos que habitan en los matorrales, completan el cuadro de páramo del lugar.

Para llegar a la lagunas se continúa un sendero bien marcado desde el sector de Rumipamba hasta el valle de Abraspungo punto desde el cual se inicia un ascenso desde los 4400 hasta los 4600 variando las altitudes y los pisos climáticos de páramo de pajonal y almohadillas a páramo seco de hierbas, musgos y líquides, el esfuerzo es alto y requiere de concentración para no perder el ritmo de caminata mientras a esta altura se avizora un extenso valle, parte del Carihuairazo y algunas fuentes de agua, al llegar a las lagunas que son de color café claro producto de la concentración de minerales como el hierro se observa el glaciar nororiental del Chimborazo donde la vista se pierde en el intenso blanco de la nieve.

Para llegar a las lagunas desde el sector de Rumipamba se toma un desvío hacia la quebrada de Gavilán Machan la cual se desciende y donde abunda el pajonal y la almohadilla, en el punto de la cascada se observa claramente especies de arbustos como las achupallas y árboles como el quishuar que forman parte del entorno en esta caída de agua de 40 metros aproximadamente desde la cual se origina el Río Mocha, esta agua es proveniente de uno de los deshielos del Chimborazo. La formación del río, la vista del Carihuairazo y las vertientes de agua complementan este extenso paisaje.

4) RUTA TURÍSTICA AGROCOMUNITARIA (San Andrés – Silveria – Calshi)

✓ Datos Generales

Categoría: Sitios Naturales

Tipo: Ríos

Subtipo: Cascada

✓ Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés.

✓ Centros Poblados al Atractivo (Punto de partida: Ref. San Andrés)

Tabla 27: Centros Poblados al Atractivo

Atractivo	Coordenadas UTM	Altitud msnm
Comunidad La Esperanza	2,1	17 M 754346 9825082
Comunidad Calshi	6,9	17 M 750466 9828570
Comunidad Silveria	8,0	17 749926 9829409

✓ Características Físicas del Atractivo

Altitud: La Silveria 3445 msnm (Lugar de salida)

Cascada: El Molino 3270 msnm (Lugar de llegada)

Coordenadas: 17 M 751816 9828417 (UTM)

Temperatura: 7 – 12 Grados Centígrados (aprox)

La Ruta Agro comunitaria es una ruta para apreciar el paisaje agrícola, con sus varias formas de vida en la comunidad, desde la Silveria se transita por la estación antigua del tren y una mina abandonada de piedra negra que antiguamente sirvió para construir la vía García Moreno, en bajada se observa una larga peña que termina en la comunidad de Calshi, que a su vez se envuelve entre varios y extensos cultivos de habas, papas, maíz, cebada, que realizan un perfecto contraste con el nevado Chimborazo. Después de recorrer los cultivos se toma el camino principal y a 1km de recorrido encontramos la cascada el Molino denominada así debido a que antiguamente funcionaba un molino que aprovechaba la fuerza del agua que desciende de una vertiente del Chimborazo y que da origen a esta caída, después de visitar la cascada se dirige al mirador de Calshi, para terminar en el centro comunitario. El recorrido tiene una duración estimada de 3h00 caminado y 2h00 en caballo.

✓ **Infraestructura Vial y de Acceso**

Tabla 28: Infraestructura Vial y de Acceso

ITINERARIO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE
Riobamba – San Andrés	Terrestre Clase 1.	Asfaltado	Bueno	Bus, automóvil
San Andrés - La Esperanza	Terrestre Clase 1.	Asfaltado	Bueno	Bus, automóvil
La Esperanza – Calshi-Silveria	Terrestre Clase 3.	Lastrado	Bueno	Automóvil, camioneta

Fuente: Vicente Riofrio M.

✓ **Facilidades Turísticas**

Alojamiento:	OTC Calshi (8 pax)
Alimentación:	OTC Calshi (16 pax)
Esparcimiento:	Ninguna
Agencia de viajes:	Ninguna
Correo:	Ninguna
Almacenes-Artesanías:	Ninguna
Teléfono, Fax, Internet:	Si.
Señal Telefonía Celular:	Sí.

✓ **Infraestructura Básica**

Agua: Entubada
Energía Eléctrica: Sistema interconectado
Alcantarillado: Pozos sépticos.

✓ **Asociación con Otros Atractivos**

Tabla 29: Asociación con otros Atractivos

Atractivo	Coordenadas UTM	Altitud msnm
Antigua Estación Tren Silveria	17 M 749926 9829409	3445
Virgen de la Peña	17 M 750273 9828464	3341
Mirador Calshi	17 M 750577 9829037	3423
El Chimborazo	17 M 743097 9838033	6310

5) Ruta Turística San Andrés Cultura de Piedra (San Andrés - San Pablo)

✓ Datos Generales

Categoría: Manifestaciones

Tipo: Etnográfica

Subtipo: Tallado en Piedra

✓ Ubicación

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés.

✓ Centros Poblados al Atractivo (Punto de partida: Ref. San Andrés)

Tabla 30: Centros poblados al atractivo

Nombre	Distancia (Km.)	Coordenadas UTM
Comunidad San Pablo	5,9	17 M 753543 9827330
Comunidad Tuntatacto	8,6	17 M 749950 9829420

✓ Características Físicas del Atractivo

Altitud San Andrés 3051 msnm (Lugar de salida) San Pablo 3152 msnm (Lugar de llegada)

Coordenadas 17 M 753858 9826529 (UTM)

Temperatura 11 – 19 Grados Centígrados (aprox.)

“San Andrés Cultura de Piedra” permite conocer la historia de este tradicional pueblo que construyó su historia en base a una mina de piedra negra que fue el sustento de muchas familias san andreñas por los años 50s donde la demanda de adoquín era grande para la construcción de calles y viviendas de algunas ciudades del país, inicia en la iglesia de la parroquia que fue construida en 1916 y recorre sus calles y viviendas que conservan las fachadas de piedra hasta llegar a la casa de Alcatraz, bautizada de este modo por su similitud a la prisión en la forma y distribución de las piedras, esta casa pertenece a la familia Humanante Valdivieso y data del año 1950.

En automóvil o caminando se llega a las antiguas minas de piedra donde aún se hallan vestigios y escombros de piedra que contrarrestan el paisaje seco y árido del sector, por este rumbo se toma un sendero corto que lleva a una orilla del río Guano que nace en una vertiente del Chimborazo y es el que divide a las parroquias de San Andrés y San Isidro, este lugar invita al descanso entre la sombra de los árboles y el paisaje agrícola, junto al mismo se halla un molino antiguo abandonado de piedra, continuando la ruta se toma un camino de segundo orden que transita entre zonas verdes y una obra de infraestructura civil que distorsiona el paisaje, sin embargo se observa en el camino parcelas de cultivos de papas y grupos de ganados que manifiestan la forma de vida de este pueblo, finalmente al final de este camino se toma la panamericana norte y tras pocos metros se llega a los picapedreros de San Pablo donde al filo de carretera se puede observar las obras de arte que confeccionan.

✓ **Infraestructura Vial y de Acceso**

Tabla 31: Infraestructura vial y de acceso

ITINERARIO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE
Riobamba – San Andrés	Terrestre Clase 1.	Asfaltado	Bueno	Bus, automóvil
San Andrés - San Pablo	Terrestre Clase 3.	Lastrado	Bueno	Bus, automóvil

Fuente: Vicente Riofrio M.

✓ **Facilidades Turísticas**

Alojamiento:	No
Alimentación:	Complejo San Juan Loma (48 pax)
Esparcimiento:	Complejo san Juan Loma
Agencia de viajes:	Ninguna
Correo:	Ninguna
Almacenes-Artesanías:	San Pablo
Teléfono, Fax, Internet:	Sí.
Señal Telefonía Celular:	Sí.

✓ **Infraestructura Básica**

Agua: Potable	Energía Eléctrica: Sistema interconectado
Alcantarillado: Alcantarillado.	

✓ **Asociación con otros Atractivos**

Tabla 32: Asociación con otros Atractivos

Atractivo	Coordenadas UTM	Altitud msnm
Mirador Tulutus	17 M 755200 9824842	3080
Mirador Agua Santa	17 M 755885 9823708	3040
El Chimborazo	17 M 743097 9838033	6310

6) **Ruta Turística Pacha Yachachi (San Andrés - Cuatro Esquinas – Pulinguí)-
Cabalgata**

✓ **Datos Generales**

Categoría: Manifestaciones

Tipo: Etnográfica

Subtipo: Artesanía en Tejidos

✓ **Ubicación**

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guano

Parroquia: San Andrés.

✓ **Centros Poblados al Atractivo** (Punto de partida: Ref. San Andrés)

Tabla 33: Centros poblados al atractivo

Nombre	Distancia (Km.)	Coordenadas UTM
Comunidad Sigsipamba	3,5	17 M 753847 9823281
Comunidad Batzacón	3,8	17 M 754069 9823259

Comunidad Pulinguí	4,5	17M 749776 9827712
Comunidad Cuatro Esquinas	5,5	17 M 749647 9826853

✓ **Características Físicas del Atractivo**

Altitud: Pulinguí 3051 msnm (Lugar de salida)

Mirador Utuculoma 3282 msnm (Lugar de llegada)

Mirador Cushitulo 3251 msnm (Lugar de llegada)

Coordenadas: Mirador Utuculoma 17 M 750267 9826586 (UTM)

Mirador Cushitulo 17 M 750324 9826501 (UTM)

Temperatura: 4 – 11 Grados Centígrados (aprox)

La Ruta Pacha Yachachi, tienen dos opciones de senderos para practicar cabalgata, ambas transitan entre senderos comunitarios, parcelas agrícolas donde se puede ir observando la forma de vida de la población con el relato de su costumbres ancestrales, historias, leyendas, el ultimo hielero del Chimborazo, y la oportunidad de convivir con la gente de la comunidad bajo las faldas del majestuoso Chimborazo. Al terminar las rutas se dirige hacia el centro artesanal de Pulinguí donde se puede observar una colección de artesanías en tejido, paja, cabuya.

✓ **Infraestructura Vial y de Acceso**

Tabla 34: Infraestructura de Acceso

ITINERARIO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VIAS	TRANSPORTE
Riobamba – San Andrés	Terrestre Clase 1.	Asfaltado	Bueno	Bus, automóvil
San Andrés - Sigsipamba	Terrestre Clase 1.	Asfaltado	Bueno	Bus, automóvil
Sigsipamba- Cuatro Esquinas	Terrestre Clase 2.	Empedrado	Bueno	Bus, automóvil

Fuente: Vicente Riofrio M.

✓ **Facilidades Turísticas**

Alojamiento: Asociación Razuñan. Santa Anita (25 pax)

Alimentación: Asociación Razuñan Santa Anita (25 pax)

Esparcimiento: Ninguna

Agencia de viajes: Ninguna

Correo: Ninguna

Almacenes-Artesanías: Asociación Mujeres Pulinguí

Teléfono, Fax, Internet: No.

Señal Telefonía Celular: Sí.

✓ **Infraestructura Básica**

Agua: Entubada

Energía Eléctrica: Sistema interconectado

Alcantarillado: Letrinas.

✓ **Asociación con otros Atractivos**

Tabla 35: Asociación con otros atractivos

Atractivo	Coordenadas UTM	Altitud msnm
Centro Interpretación Santa Anita	17 M 750538 9826140	3266
Centro Artesanal Pulinguí	17 M 750267 9826856	3282
Proyecto de Llamas	17 M 750538 9826140	3266
Chimborazo	17 M 743097 9838033	6310

4.3 ESTUDIO DE MERCADO

Para efectuar el estudio de mercado, partimos de la realización de encuestas dirigidas a los visitantes, para obtener la información básica acerca del mercado, el tamaño, los clientes, la oferta y la demanda.

El objetivo con las encuestas realizadas es conocer la situación actual de la actividad turística en la parroquia rural de San Andrés, del mismo modo conocer su desarrollo y alcance por medio del perfil del turista que visita la ciudad, los resultados obtenidos de las encuestas, fueron analizados por medio de tablas y cuadros, los mismos que indican el desarrollo turístico.

Cabe resaltar que el análisis se lo realizará en porcentajes, los mismos que son visualizados en los siguientes cuadros.

De acuerdo al estudio realizado, a nuestro tamaño de muestra se ha logrado recopilar 160 encuestas.

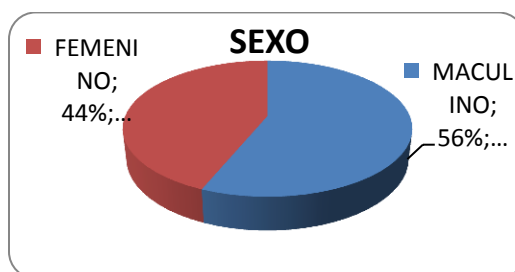
4.4.1 Análisis e Interpretación de las encuestas.

1. ¿Cuál es su Sexo?

Tabla 36: Sexo

SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	90	56%
Femenino	70	44%
Total	160	100%

Gráfico 2: Sexo



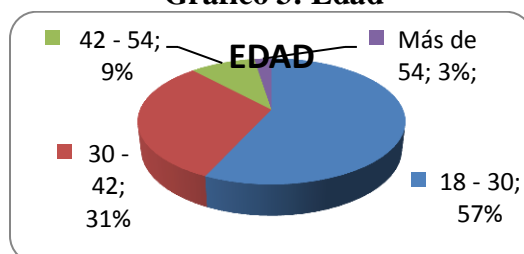
Análisis e Interpretación: De acuerdo a las encuestas realizadas se puede ver que el 56 % se ha realizado a turistas de sexo masculino, mientras que el 44% pertenece a las turistas de sexo femenino.

5 ¿Cuál es su Edad?

Tabla 37: Edad

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
18 – 30	91	57%
30 – 42	50	31%
42 – 54	15	9%
Más de 54	4	3%
TOTAL	160	100%

Gráfico 3: Edad



Análisis e Interpretación: Como podemos observar en el cuadro de datos la mayoría de turistas se encuentran entre los 18 y 30 años de edad, estos representan un 57%, en segundo lugar representan a los de 30 a 42 años que representa a un 31%; y un 9% a los que tienen la edad entre 42 a 54 años y un 4% a los de más de 54 años.

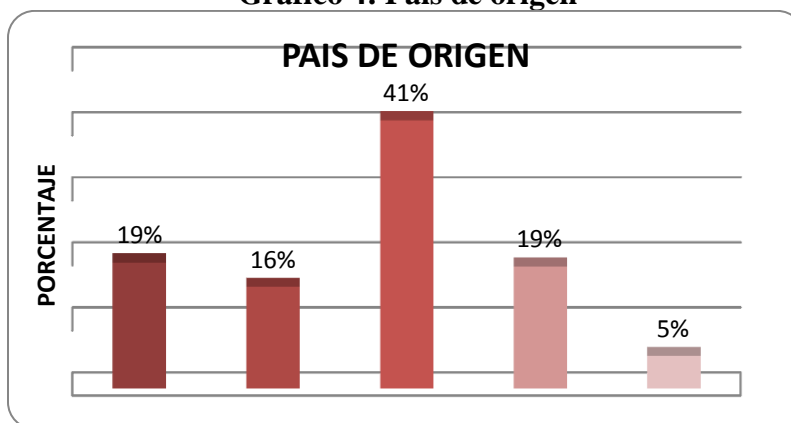
Los encuestados son personas económicamente activas en su mayoría de acuerdo a las edades que fluctúan en la encuesta.

6 ¿Cuál es su País de origen?

Tabla 38: País de Origen

P. ORIGEN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Latinoamérica	31	19%
Europeo	25	16%
Ecuatoriano	66	41%
Norteamericano	30	19%
Asiático	8	5%
TOTAL	160	100%

Grafico 4: País de origen



Análisis e Interpretación: podemos observar que el 59% de los encuestados son personas extranjeras de otros países según los porcentajes obtenidos, y un 41% se lo ha realizado a turistas Ecuatorianos.

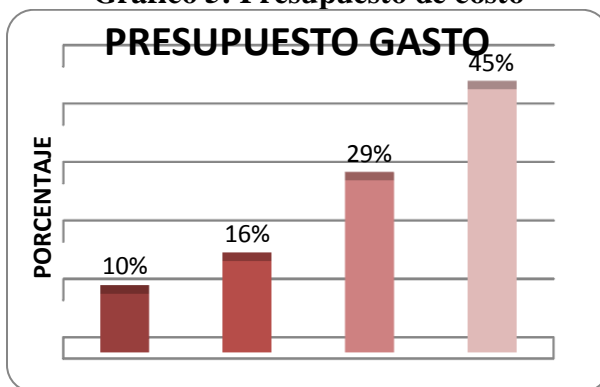
Estos resultados nos dan a conocer que las encuestas se lo han realizado a personas que gustan del turismo, y por lo mismo tienen criterios e ideas que pueden ayudar para la realización de la misma.

7 ¿Cuál es su Presupuesto de gasto para el viaje?

Tabla 39: Presupuesto de Gasto

DINERO V.	CANTIDAD	PORCENTAJE
60 -80	16	10%
80 - 100	25	16%
100 - 120	47	29%
Más 120	72	45%
TOTAL	160	100%

Grafico 5: Presupuesto de costo



Análisis e Interpretación: En el cuadro de datos se puede observar que los turistas cuando viajan por turismo gastan más de más de \$120 que representa un 45% en segundo lugar gastan entre \$ 100 y \$120 esto representa un 29% y un 16% gastan entre \$80 a \$100, y un 10% gastan de \$60 a \$80 dólares.

Podemos darnos cuenta que la mayoría de los turistas cuentan con un presupuesto de \$120 o mayor para invertir en turismo.

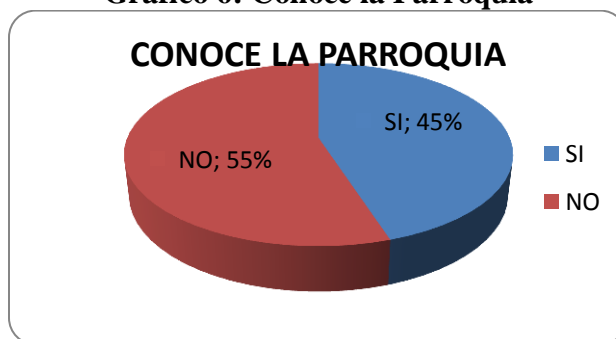
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DE LOS TURISTAS

8 ¿Conoce usted la Parroquia de San Andrés perteneciente al cantón Guano?

Tabla 40: Conoce usted su Parroquia

CONOCE P.	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	72	45%
NO	88	55%
TOTAL	160	100%

Gráfico 6: Conoce la Parroquia



Análisis e Interpretación: Como se puede observar el 55% de turistas encuestados desconocen sobre la existencia de la Parroquia San Andrés y solo el 45% tienen conocimiento de la Parroquia.

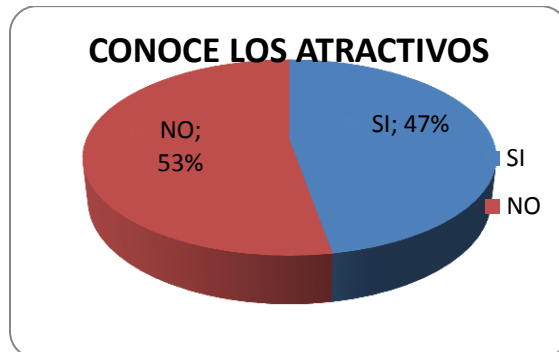
Estos resultados nos indican que la Parroquia San Andrés necesita hacerse conocer más mediante implementaciones en el sector turístico.

9 ¿Conoce usted los atractivos turísticos de la parroquia rural de San Andrés perteneciente al cantón Guano?

Tabla 41: Atractivos Turísticos

CONOCE A.	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	34	47%
NO	38	53%
TOTAL	72	100%

Gráfico 7: Atractivos Turísticos



Análisis e Interpretación: Entorno al análisis realizado hemos podido apreciar el 47% si conocen los atractivos turísticos mientras tanto que el 53% desconocen.

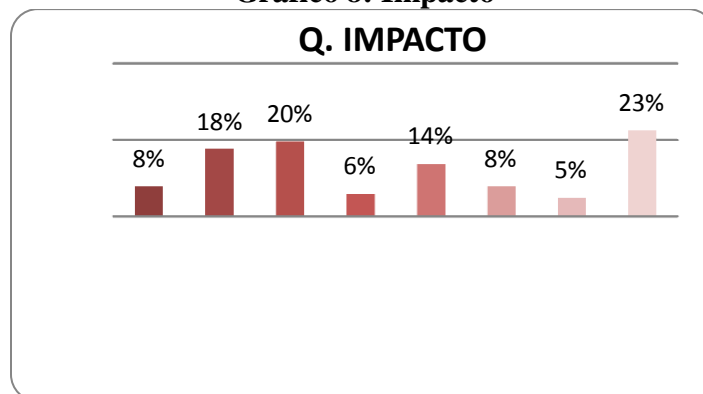
Estas respuestas nos dá la pauta de que se necesita de un centro informativo de los atractivos turísticos que tiene la Parroquia, y promocionar los mismos.

10 ¿Qué es lo que más le impacto de la Parroquia San Andrés?

Tabla 42: Impacto

Q. IMPACTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mirador San Andrés	8	8%
R. Magia de Altura	18	18%
Ruta Vicuñas	20	20%
R. Agro comunitaria	6	6%
R. Cultura de Piedra	14	14%
R. Pacha Yachachy	8	8%
R. Ciclo de Eucaliptos	5	5%
Otro	23	23%
TOTAL	102	100%

Gráfico 8: Impacto



Análisis e Interpretación: Según los datos obtenidos a los turistas encuestados el mayor impacto está representado en un 23% de otros lugares, seguido por un 20% la Ruta de las Vicuñas, un 18% a la Rutas Magia de las Alturas, en un 14% la Ruta Cultura de Piedras, en un 8% visitan el Mirador de San Andrés y un 6% representa a la Ruta Agro Comunitaria y un 5% a la Ruta Ciclo de Eucaliptos.

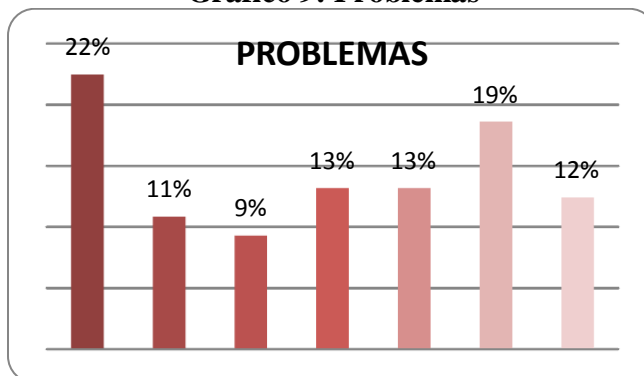
Los resultados arrojados en esta pregunta se pueden identificar claramente que los turistas no conocen o no tienen información de los diferentes atractivos turísticos que existen en la Parroquia, por lo que la afluencia turística a los mismos es demasiado baja.

11 ¿Qué problema encontró al visitar la parroquia?

Tabla 43: Problema

PROBLEMAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Información	29	22%
Alimentación	14	11%
Hospedaje	12	9%
Guías	17	13%
Transporte	17	13%
Señalética	24	19%
Ninguno	16	12%
TOTAL	129	100%

Gráfico 9: Problemas



Análisis e Interpretación: en la encuesta realizada los principales problemas encontrados por los turistas en la Parroquia se pueden observar que un mayor porcentaje es en la información representada en un 22%, seguida por un 19% el problema de señalética; además en cuanto a las guías y transporte están representadas cada una en un 13% y un 12% menciona que no existe ningún inconveniente.

Al analizar esta respuesta confirmamos que el mayor problema que existe para el incremento de turistas es la falta de información existente.

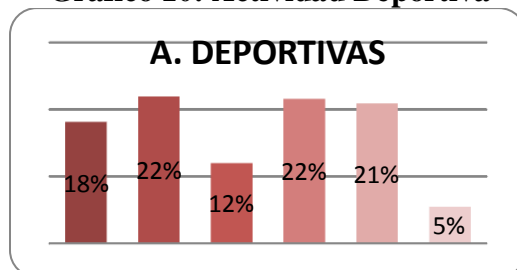
ACTIVIDAD TURÍSTICA

12 Por cuál de las siguientes actividades deportivas se inclina usted.

Tabla 44: Actividad Turística

DEPORTES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Rapel	53	18%
Escalada	64	22%
Cabalgata	35	12%
Treacking	63	22%
Beaking	61	21%
Otros	16	5%
TOTAL	292	100%

Gráfico 10: Actividad Deportiva



Análisis e Interpretación: En el siguiente cuadro de datos podemos observar que los turistas encuestados se inclinan en un 22% a realizar actividad de escalada deportiva y al treacking, seguida en un 21% a la actividad de Beaking, además en un 18% a la actividad de rapel, seguida por un 12% que realizan la actividad de cabalgata y un 5% a otras actividades.

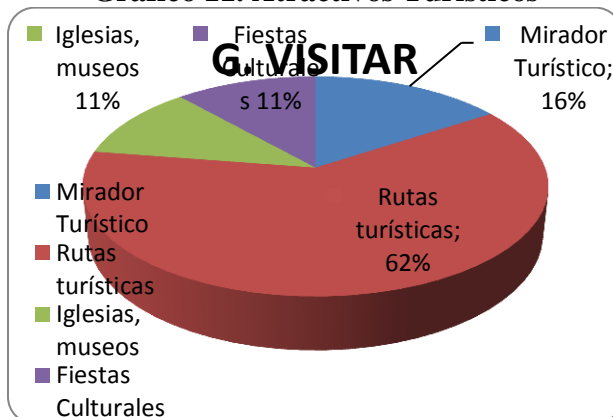
El resultado arrojado en esta pregunta nos indica que uno de los atractivos turísticos que más gusta a los turistas es la actividad de escalada deportiva y el treacking por lo que sería una buena opción para la parroquia incrementar éste deporte para el incrementar el turismo.

13 De las siguientes opciones. ¿Qué tipo de atractivos de turismo le gustaría conocer?

Tabla 45: Atractivos turísticos

G. VISITAR	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mirador Turístico	53	16%
Rutas turísticas	208	62%
Iglesias, museos	37	11%
Fiestas Culturales	39	12%
TOTAL	337	100%

Gráfico 11. Atractivos Turísticos



Análisis e Interpretación: Según los datos obtenidos el 62% de turistas prefieren conocer Rutas Turísticas, seguida de un 16% que prefieren ir a miradores, un 12% que desean conocer las Fiestas Culturales y un 11% anhelan recorrer museos e iglesias.

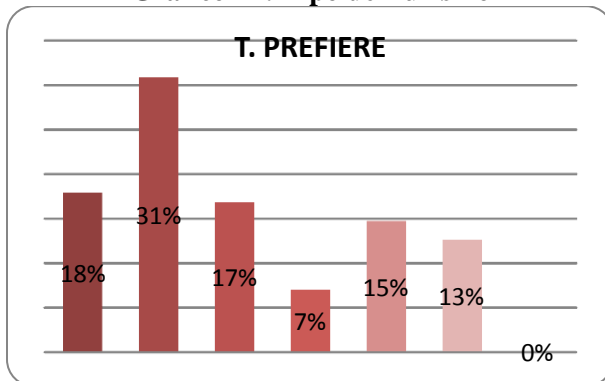
Siendo las rutas turísticas una de las opciones más apetecidas por el turista dentro de los atractivos turísticos, se debería poner más énfasis en las mismas en cuanto a su conservación, protección de la naturaleza, mejoramiento, y promoción.

14 ¿Qué tipo de turismo prefiere?

Tabla 46: Tipo de Turismo

T. PREFIERE	CANTIDAD	PORCENTAJE
T. Ecológico	51	18%
T. Aventura	88	31%
T. Deportivo	48	17%
Agroturismo	20	7%
T. cultural	42	15%
T. Comunitario	36	13%
Otros	0	0%
TOTAL	285	100%

Gráfico 12: Tipo de Turismo



Análisis e Interpretación: Según los datos obtenidos por las encuestas realizadas obtuvimos que el 31% prefieren el turismo de aventura, 18% turismo ecológico, 17% turismo deportivo, 15% turismo cultural, 13% turismo comunitario, 7% agrocomunitario y con un 0% otros.

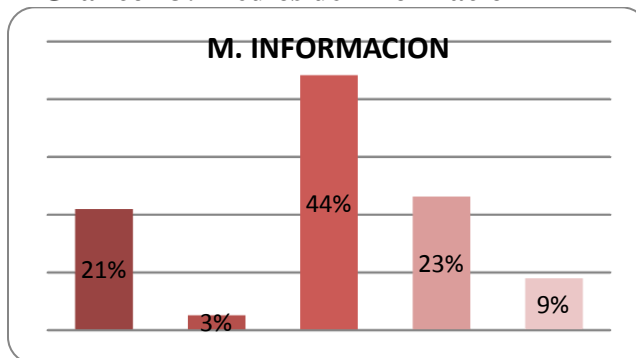
Siendo el turismo de aventura el más votado en las encuestas, se debe buscar e implementar más atractivos de ésta índole.

15 ¿Cuál es el medio de información más utilizado para conocer las zonas turísticas?

Tabla 47: Medios de Información

M. INFORMACION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Televisión	49	21%
Radio	6	3%
Internet	103	44%
Amigos	54	23%
Familia	21	9%
TOTAL	233	100%

Gráfico 13: Medios de Información



Análisis e Interpretación: Según el cuadro de datos los medios de información que los turistas más utilizan están representados en un 44% por medio de internet, seguido por un 23% por amigos, un 21% por medio televisivo, un 9% por familiares y un 3% por medio radial.

Siendo internet uno de los medios más vistos por el turista se debería crear una página web de la Parroquia San Andrés donde se dan a conocer por medio del centro de información turística, todos los atractivos turísticos que ofrecen.

16 ¿Cree Ud. Necesario la creación de centros de información turística? ¿Por qué?

Tabla 48: Centro de Información Turística

NECESARIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	152	95%
NO	8	5%
TOTAL	160	100%

Gráfico 14: Centro de Información Turística



Análisis e Interpretación: de acuerdo al cuadro de datos la necesidad de contar uno un centro de información esta representada por un 95% seguido por un 5% que consideran que no es necesario.

Casi la totalidad de los encuestados coinciden de que no existe información por lo que se hace necesario e inminente la creación de un centro turístico de información y promoción de los atractivos turísticos existentes, y de planes y programas para la creación e implementación de otros; ya que la generación del turismo vendrá a incrementar la economía y el nivel de vida de la parroquia San Andrés.

4.4.2 Discusión de la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros para determinar la oferta y demanda.

1. De acuerdo a las encuestas realizadas se puede ver que el 56 % se ha realizado a turistas de sexo masculino, mientras que el 44% pertenece a las turistas de sexo femenino.
2. Como podemos observar en el cuadro de datos la mayoría de turistas se encuentran entre los 18 y 30 años de edad, estos representan un 57%, en segundo lugar representan a los de 30 a 42 años que representa a un 31%; y un 9% a los que tienen la edad entre 42 a 54 años y un 4% a los de mas de 54 años. Los encuestados son personas económicamente activas en su mayoría de acuerdo a las edades que fluctúan en la encuesta.
3. podemos observar que el 59% de los encuestados son personas extranjeras de otros países según los porcentajes obtenidos, y un 41% se lo ha realizado a turistas Ecuatorianos. Estos resultados nos dan a conocer que las encuestas se lo han realizado a personas que gustan del turismo, y por lo mismo tienen criterios e ideas que pueden ayudar para la realización de la misma.
4. En el cuadro de datos se puede observar que los turistas cuando viajan por turismo gastan más de más de \$120 que representa un 45% en segundo lugar gastan entre \$ 100 y \$120 esto representa un 29% y un 16% gastan entre \$80 a \$100, y un 10% gastan de \$60 a \$80 dólares. Podemos darnos cuenta que la mayoría de los turistas cuentan con un presupuesto de \$120 o mayor para invertir en turismo.
5. Como se puede observar el 55% de turistas encuestados desconocen sobre la existencia de la Parroquia San Andres y solo el 45% tienen conocimiento de la Parroquia. Estos resultados nos indican que la Parroquia San Andrés necesita hacerse conocer mas mediante implementaciones en el sector turístico.
6. Entorno al analisis realizado hemos podido apreciar el 47% si conocen los atractivos turisticos mientras tanto que el 53% desconocen. Estas respuestas nos dá la pauta de

que se necesita de un centro informativo de los atractivos turísticos que tiene la Parroquia, y promocionar los mismos.

7. Según los datos obtenidos a los turistas encuestados el mayor impacto está representado en un 23% de otros lugares, seguido por un 20% la Ruta de las Vicuñas, un 18% a la Rutas Magia de las Alturas, en un 14% la Ruta Cultura de Piedras, en un 8% visitan el Mirador de San Andrés y un 6% representa a la Ruta Agro Comunitaria y un 5% a la Ruta Ciclo de Eucaliptos. Los resultados arrojados en esta pregunta se pueden identificar claramente que los turistas no conocen o no tienen información de los diferentes atractivos turísticos que existen en la Parroquia, por lo que la afluencia turística a los mismos es demasiado baja.
8. En la encuesta realizada los principales problemas encontrados por los turistas en la Parroquia se pueden observar que un mayor porcentaje es en la información representada en un 22%, seguida por un 19% el problema de señalética; además en cuanto a las guías y transporte están representadas cada una en un 13% y un 12% menciona que no existe ningún inconveniente. Al analizar esta respuesta confirmamos que el mayor problema que existe para el incremento de turistas es la falta de información existente.
9. En el siguiente cuadro de datos podemos observar que los turistas encuestados se inclinan en un 22% a realizar actividad de escalada deportiva y al trekking, seguida en un 21% a la actividad de Biking, además en un 18% a la actividad de rapel, seguida por un 12% que realizan la actividad de cabalgata y un 5% a otras actividades. El resultado arrojado en esta pregunta nos indica que uno de los atractivos turísticos que más gusta a los turistas es la actividad de escalada deportiva y el trekking por lo que sería una buena opción para la parroquia incrementar este deporte para el incrementar el turismo.
10. Según los datos obtenidos el 62% de turistas prefieren conocer Rutas Turísticas, seguida de un 16% que prefieren ir a miradores, un 12% que desean conocer las Fiestas Culturales y un 11% anhelan recorrer museos e iglesias. Siendo las rutas turísticas una de las opciones más apetecidas por el turista dentro de los atractivos

turísticos, se debería poner más énfasis en las mismas en cuanto a su conservación, protección de la naturaleza, mejoramiento, y promoción.

11. Según los datos obtenidos por las encuestas realizadas obtuvimos que el 31% prefieren el turismo de aventura, 18% turismo ecologico, 17% turismo deportivo, 15% turismo cultural, 13% turismo comunitario, 7% agrocomunitario y con un 0% otros. Siendo el turismo de aventura el mas votado en las encuestas, se debe buscar e implementar mas atractivos de ésta índole.
12. Según el cuadro de datos los medios de informacion que los turistas mas utilizan estan representado en un 44% por medio de internet, seguido por un 23% por amigos, un 21% por medio televisivo, un 9% por familiares y un 3% por medio radial. Siendo internet uno de los medios mas vistos por el turista se debería crear una página web de la Parroquia San Andrés donde se dan a conocer por medio del centro de información turística, todos los atractivos turísticos que ofrecen.
13. De acuerdo al cuadro de datos la necesidad de contar uno un centro de informacion esta representada por un 95% seguido por un 5% que consideran que no es necesario. Casi la totalidad de los encuestados coinciden de que no existe información por lo que se hace necesario e inminente la creación de un centro turístico de información y promoción de los atractivos turísticos existentes, y de planes y programas para la creación e implementación de otros; ya que la generación del turismo vendrá a incrementar la economia y el nivel de vida de la parroquia San Andrés.

4.4.3 Flujo Turístico de Referencia

Utilizando los datos de ingreso y registro de turistas al Ecuador 2014, actualizaremos los datos al año 2015, evidenciándose un incremento, la demanda de referencia (nacional) a 1'507500 turistas, la demanda de potencial (provincial) de 78139 turistas y la demanda de efectiva (Riobamba - Urbina) de 5997 turistas.

Tabla 49: Proyección de la Afluencia Turística

DEMANDA	DETALLE	AÑOS	
		2014	2,015
Referencia	Turistas Nacionales	1500000	1507500
Potencial	Turistas Provincial	77750	78139
Efectiva	Turistas Riobamba – Urbina	5967	5997

Elaborado: Vicente Riofrio – 2015.

Fuente: MITUR y FEED año 2014.

4.4.4 Flujo Turístico Futuro

El proyecto a implementarse se estima una recuperación en más de cinco años para lo cual realizaremos la proyección de la demanda tanto referencial, potencial y efectiva al año 2020

Tabla 50: Proyección de la Flujo Turístico Futuro

DEMANDA	DETALLE	AÑOS					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Referencia	Turistas Nacionales	1507500	1522613	1530226	1537877	1545566	1553294
Potencial	Turistas Provincial	78139	78922	79317	79714	80112	80513
Efectiva	Turistas Riobamba – Urbina	5997	6057	6087	6118	6148	6179

Elaborado: Vicente Riofrio – 2015

Fuente: MINTUR, FEED año 2014.

En este sentido la Flujo turístico de referencia la constituye los Turistas Nacionales al año 2020 se incrementará la afluencia Turística a 1553294 pax. Mientras que los turistas demandantes potenciales corresponde a 80513 pax provinciales, y los demandantes efectivos serán 6179 pax turísticos correspondientes a la ruta Riobamba Urbina.

4.4.5 Demanda

Posterior a la implementación del centro de información turística y la implementación de una práctica deportiva (escalada deportiva), se plantea receptor aproximadamente 14 personas diarias.

Tabla 51: Proyección de la Demanda

PROYECCION		
DEMANDA	CANTIDAD	TOTAL
AÑO 1	5132	\$ 10.263,24
AÑO 2	5542	\$ 11.084,30
AÑO 3	5986	\$ 11.971,04
AÑO 4	6464	\$ 12.928,73
AÑO 5	6982	\$ 13.963,02
	TOTAL	\$ 60.210,33

Elaborado: Vicente Riofrio – 2015

4.4.6 Oferta

Definimos oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición del público en un mercado competitivo.

El producto turístico es un determinado recurso natural, histórico o cultural que ofrece un conjunto de servicios y productos elaborados y asociados, de manera que satisface las demandas, en este caso el producto es el turismo comunitario y los turistas son los consumidores. La oferta turística está relacionada con otros sectores de la vida nacional: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión. En la Parroquia de San Andrés se encuentra una gran variedad de esta oferta, que hace al sector un lugar de turismo, el mismo que goza de las siguientes rutas y atractivos turísticos:

CAPITULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES.

Luego de haber realizado el estudio se concluye:

- Que la cabecera parroquial San Andrés está ubicado estratégicamente para desarrollar la actividad turística e implementar un centro de información puesto que es uno de los principales pasos para acceder a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, por otro lado cuenta con el completo apoyo para el desarrollo del proyecto con el fin de impulsar el desarrollo turístico.
- Que la parroquia San Andrés cuenta con una variada cantidad de atractivos turísticos, donde destaca su flora y fauna propia de zona, los cuales no se encuentran adecuadamente conservados, señalizados y actualizados.
- Que al realizar el estudio de mercado se pudo constatar que se cuenta con turistas que visitan y conocen la parroquia de San Andrés los cual ayudara al desarrollo de y cumplimiento de la propuesta.

5.2 RECOMENDACIONES.

Se recomienda:

- ✓ Que al tener una ubicación estratégica, debe ser aprovechada de la mejor manera con la implementación del centro de información, para proporcionar información en cuanto a los distintos atractivos turísticos.
- ✓ Que los atractivos y rutas turísticas son de gran importancia para el desarrollo turístico de la parroquia, los mismos que no están debidamente señalizados ni conservados, por lo que se recomienda se realicen actualizaciones periódicas e implementar señalética acorde a los requerimientos de cada lugar.
- ✓ Que analizado el estudio de mercado, se diseñe la propuesta de un Centro de información Turística, el cual provea información sobre los distintos atractivos y rutas, apoyándose de los diferentes materiales promocionales siendo uno de estos una guía de rutas, y que al contar la parroquia con un centro de información se incremente la afluencia de turistas y fomente el desarrollo de la actividad turística.

CAPITULO VI

6 PROPUESTA

6.1 NOMBRE DEL PROYECTO.

CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PARROQUIA SAN ANDRÉS DEL CANTON GUANO, PROVINCIA DEL CHIMBORAZO.

6.2 COBERTURA Y LOCALIZACIÓN.

6.2.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

El proyecto es realizado para el Barrio Santa Rosa de la parroquia San Andrés del Cantón Guano, provincia de Chimborazo.

5.2.1.1 LÍMITES

Norte: Provincia de Tungurahua

Sur: Calpi, San Juan (Riobamba)

Este: Guano y San Isidro

Oeste: San Juan y Provincia Bolívar

5.2.1.2 SUPERFICIE

La Superficie de la parroquia de San Andrés es de aproximada es de 159,9 Km² ocupa el 34,82% del territorio cantonal.

5.2.1.3 ALTURA

La altura en la cual se desarrolla el proyecto se encuentra entre los 6310 correspondientes al coloso de los Andes el Chimborazo hasta los 2800 msnm.

6.3 OBJETIVOS DEL PROYECTO

6.3.1 Objetivo General

Plantear el diseño de un Centro de Información Turística “Mirador San Andrés” para promover el desarrollo de la actividad turística en la parroquia San Andrés.

6.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un Estudio Administrativo Legal para el correcto funcionamiento del centro de información.
- Efectuar un Estudio Técnico para el de centro de información, adecuado a sus necesidades, servicios e información que prestará.
- Elaborar un Estudio Económico Financiero, el cual determine y permita el correcto manejo del recurso económico.

6.4 BENEFICIARIOS

6.4.1 Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos del proyecto es la población de la Cabecera Cantonal de San Andrés perteneciente al cantón Guano de la provincia de Chimborazo.

6.4.2 Beneficiarios Indirectos

Son los pobladores de las 34 comunidades que son: Cabecera Parroquial, Batzacon, San Rafael, Hondón del Norte, El Quinual, El Rosal, Santa Rosa de Chuquipogio, Los Retoños, Tuntatacto, Laturun, 12 de Octubre, Langos la Paz, Tomapamba, Langos San Andrés, Calshi Grande, Miraflores, Calshi Hierva Buena, Sigsipamba, Paquibug San Pablo, Uchanchi, Paquibug San Gerardo, El Progreso, San Pablo, Pulingui, La Esperanza, San José de la Silveria, Llío, Sanjapamba, Tatacto, Tahualag, Tunsalao, Santa Lucia de Chuquipogyo, Balzayan, Cuatro Esquinas

Nombre:

CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA “MIRADOR SAN ANDRÉS”

Slogan:

“PUEBLO HISTÓRICO, MI QUERIDO SAN ANDRÉS”

6.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**6.5.1 MODELO ADMINISTRATIVO****6.5.1.1 Misión:**

Nuestra misión es ser un ente reconocido por sus servicios de calidad, su continua preocupación por mejorar y actualizar información de manera periódica, así como respetar el medio ambiente, lo que será un sello distintivo de nuestra gestión. Además de esta forma contribuir al crecimiento de la actividad turística de la Parroquia San Andrés con nuestros servicio de Centro de Información Turística.

6.5.1.2 Visión:

En un futuro cercano, queremos ser una entidad líder en la Parroquia que promueva la calidad en el servicio de información, la sustentabilidad y el propicio de obtener el desarrollo de la actividad turística en la zona.

6.5.1.3 Objetivos del Centro de información

- Proporcionar Recursos y actividades culturales: monumentos, museos, espacios rurales, lugares de interés turístico, ferias, congresos y festivales.
- Dar Información y orientación sobre actividades turísticas: culturales, recreativas, deportivas y de ocio o esparcimiento.
- Dar Información y orientación sobre oferta turística: servicios, servicios de interés (transportes, hospital, teléfonos)
- Facilitar material de propagan o informativo: folletos, carteles, guías, mapas y planos.
- Participar en comercialización de empresas de su ámbito de información.

6.5.1.4 Recurso Humano

Descripción de puestos de trabajo.

Presidente de la Junta Parroquia.

En lo correspondiente a la estructura organizacional será encabezado por el Presidente de la junta parroquial de San Andrés, el Sr. Milton Bravo.

El presidente de la empresa es la máxima autoridad inmediata. Se encuentra ubicado entre los niveles más altos de la organización y sus funciones son: Dirigir y controlar el funcionamiento del centro. Representar al centro se encarga de recibir y pedir informes de manera periódica al administrador a fin de que se disponga de material informativo suficiente, así como supervisión en la actualización de información y nuevos diseños de material POP.

Administrador del centro de información turística.

Los empleados de centros de información turística ayudan al público proporcionándole información y libros, folletos y revistas relacionados con la zona en la que se encuentran. El trabajo puede incluir reservar alojamiento, organizar exposiciones y vender material de la zona como mapas y recuerdos.

La función principal de los empleados de centros de información turística es proporcionar al público, especialmente visitantes y turistas, información precisa sobre una zona geográfica concreta. Entre los temas de información se encuentran alojamiento, viajes, y sitios de entretenimiento y ocio. También realizan reservas y venden billetes y souvenirs.

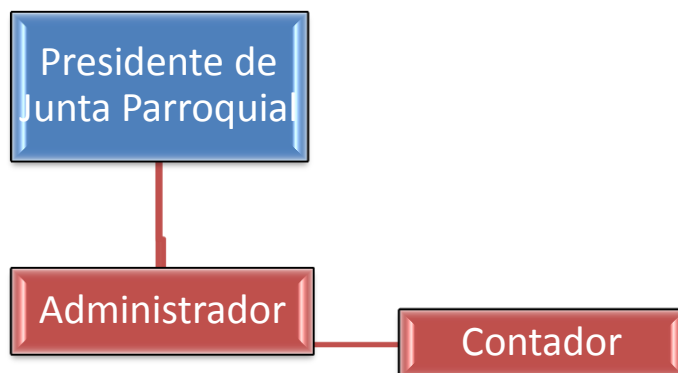
Gran parte del trabajo, especialmente durante la temporada alta de verano, consiste en atender presencialmente al público y responder a sus consultas. Las preguntas son sobre horarios de apertura y direcciones o bien preguntas más complejas que requieren buscar la respuesta.

Usan habitualmente ordenadores, libros de consulta y horarios. Almacenan y archivan información de modo que resulte fácilmente accesible. Parte del material informativo, como folletos y mapas, está expuesto. Los grandes centros de información turística suelen tener instalaciones de vídeo, que son manejados o supervisados por los empleados.

La atención telefónica puede ser una de las principales funciones de estos empleados, así como responder correos electrónicos y cartas. Además, pueden visitar lugares turísticos durante la temporada baja.

Organigrama

Organigrama Centro de Información Turística “Mirador San Andrés”



Fuente: GAD Parroquial San Andrés.

Autor: Vicente Riofrio M.

6.5.1.5 Manual de funciones

Área Administrativa

Identificación del cargo: Presidente de la Junta (Gerente)

Finalidad del cargo: Responsable del Centro de Información

Entre sus funciones esta:

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Supervisar al administrador |
| <ul style="list-style-type: none">• Ordenar. |
| <ul style="list-style-type: none">• Designar todas las posiciones gerenciales. |
| <ul style="list-style-type: none">• Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos. |

- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con la oficina administrativa y contador para asegurar que los registros y los análisis se están ejecutando correctamente.

Identificación del cargo: Administrador

Finalidad del cargo: Responsable del correcto funcionamiento del establecimiento

Habilidades y características personales

Para ser empleado de centro de información turística se necesita:

- Poseer buenas aptitudes para las relaciones interpersonales: es importante ser cortés y paciente cuando se trabaja de cara al público.
- Desenvolverse con amabilidad al teléfono.
- Tener buena memoria para retener datos.
- Tener un carácter curioso y ser resolutivo.
- Estar dispuesto a investigar más y saber cómo hacerlo.
- Conocer la zona en la que se va a trabajar.
- Tener capacidad de trabajar tanto en equipo como por su cuenta.
- Poseer conocimientos de TIC. (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
- Tener buenas aptitudes para escuchar y preguntar.
- Ser capaz de mantener la calma y trabajar con eficacia bajo presión.

En algunos centros de información turística es útil hablar otros idiomas.

Competencias

- Amable.
- Aptitudes para la escucha.

• Aptitudes para las lenguas extranjeras.
• Aptitudes para trabajar en el servicio al cliente.
• Atiende a los clientes por teléfono.
• Buen trato por teléfono.
• Buena memoria.
• Capacidad para trabajar en equipo.
• Capacidades organizativas.
• Capaz de dar información.
• Capaz de mantener la calma bajo presión.
• Capaz de respetar a personas de todos los orígenes.
• Capaz de tomar la iniciativa.
• Conocimientos sobre la historia/cultura de los destinos turísticos.
• De aspecto inteligente.
• Destrezas en informática.
• Discreto.
• Dispuesto a trabajar por las noches y en fin de semana.
• Educado.
• Enfoque flexible.
• Entusiasta.
• Expone folletos/mapas.
• Flexible.
• Habilidad para la investigación.
• Habilidad para los números.
• Habilidad para resolver problemas.
• Habilidades comunicativas.
• Habilidades para presentar.
• Habilidades sociales.
• Hace que los clientes se sientan bien acogidos.

• Lidia con problemas y atiende reclamaciones o consultas.
• Mente inquisitiva.
• Paciente.
• Preciso.
• Proporciona a los visitantes información precisa.
• Realiza investigación en busca de respuestas para consultas difíciles.
• Reserva alojamientos/viajes/espectáculos.
• Responsable.
• Responsable.
• Seguro.
• Trabaja en equipo.
• Trata a clientes en persona.
• Vende tiques/souvenirs.

Estudios oficiales para ejercer el cargo

A continuación se relacionan algunos de los estudios oficiales (ciclos formativos o carreras universitarias) que permiten ejercer esta profesión. Hay que tener en cuenta que dependiendo del ámbito de especialización, es posible que se tenga que complementar la formación con otros cursos más específicos del sector. La formación continua es un aspecto clave para la mejora profesional. Título en gestión turística o egresado en turismo.

Identificación del cargo: Contador

Finalidad del cargo: Responsable de la contabilidad del centro de información

Funciones.

- Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.
- Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.
- Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados, y realizar los ajustes en caso de no cumplir con las disposiciones.
- Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.
- Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los Principios Contables generalmente Aceptado, a objeto de obtener los estados financieros.
- Cualquier otra actividad fijada por el Gerente Administrativo de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal, formuladas por el Contralor Interno, Asesor fiscal / financiero.

<ul style="list-style-type: none"> • Llevar todos los movimientos o registros contables al Programa que es el software utilizado por la organización para dicha actividad.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios.
<ul style="list-style-type: none"> • Llevar libros contables (Diario, mayor y inventarios).
<ul style="list-style-type: none"> • Control y ejecución de solvencias de Seguro Obligatorio.
<ul style="list-style-type: none"> • Realización de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar.

<p>Responsabilidad y Autoridad.</p>
--

<ul style="list-style-type: none"> • Revisar que se cumplan con los principios de contabilidad de aceptación general.
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.
<ul style="list-style-type: none"> • Responsable en cumplimiento de las funciones y objetivos del área.
<ul style="list-style-type: none"> • Velar por la aplicación de la norma y el cumplimiento de las normas de la organización.
<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud en el trabajo.

6.5.1.6 Jornada laboral.

La jornada laboral el locales abrirán de 11 AM a 8 PM de domingos a jueves, y los viernes y sábados de 11 AM a 9 PM. Para una mejor atención a los turistas.

6.5.1.7 Estrategias de reclutamiento.

Para la incorporación de personal administrativo se utilizarán los métodos formales de reclutamiento utilizados en las áreas de Recursos Humanos del GAD parroquial: solicitud de personal, recepción de Hojas de vidas, selección, entrevista.

6.5.2 ASPECTOS INSTITUCIONALES, LEGALES Y JURÍDICOS.

6.5.2.1 Políticas sectoriales de gobierno.

El Gobierno Parroquial de San Andrés como ente responsable del desarrollo de todas las comunidades y organizaciones que están dentro de su circunscripción territorial, preocupado por el bienestar de sus habitantes y por el deterioro del medio ambiente y desarrollo turístico en el sector rural.

Por parte del Ministerio de Turismo

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;

4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

6.6 ESTUDIO TECNICO

En los últimos años la actividad turística se ha constituido en una de las principales fuentes de ingresos económicos, generando una serie de beneficios reflejados en el incremento de fuentes de trabajo que permite mejorar el nivel de vida de la población local así como crear una cultura turística de sus habitantes, dándoles la oportunidad de compartir sus costumbres, creencias, tradiciones con los turistas, generando así un intercambio cultural y a la vez una alternativa económica. Frente a la situación actual, tanto en parroquia como en la provincia de Chimborazo es necesario implementar medidas orientadas a obtener unos buenos servicios turísticos, que fortalezca la actividad turística y de igual manera que permita mejorar los ingresos económicos de la población.

6.6.1 Sector y tipo de proyecto de Acuerdo a la Planificación de Proyectos 2014 (PPCH 2014).

- Sector 12: Turismo
- Subsector 12.2 Promoción turística y 12.3 Infraestructura.

Tabla 52: Inserción del Proyecto en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Provincial.

PROVIN CIA	CANT ON	PARROQUI A	SISTEM A	PROGRAM A	PROYECTO
06	07	54	02	39	008
Chimborazo	Guano	San Andrés	Fomento Productivo	Promoción Infraestructura	Diseño del centro de información turística en el barrio Santa Rosa perteneciente a la parroquia San Andrés.

Elaborado: Vicente Riofrío – 2015

Fuente: PPCH - 2014

Objetivo del Plan del buen vivir

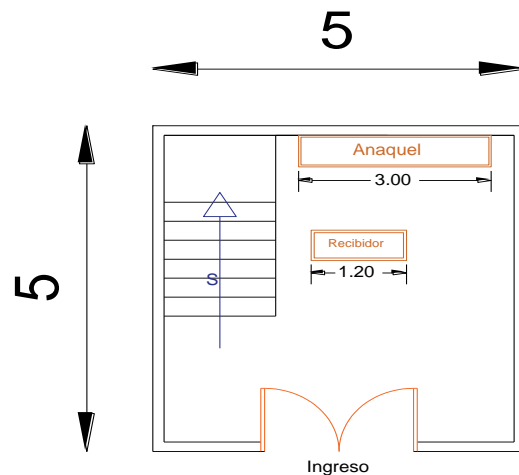
- **Objetivo 10.** Impulsar la transformación de la matriz productiva.
- **Objetivo 10.3.** Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios.
- **Literal (g).** Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

6.6.2 Distribución De Ambientes

6.6.2.1 Planta Baja

Como se observa posee una dimensión de 5 metros de frente, por 5 metros de fondo y una altura aproximada de 2,5 metros, en la planta baja encontramos la puerta doble de ingreso y salida la cual posee una altura de 2 metros de altura por 0.90 cm. Cada una.

Aquí se desarrollara la recepción de los visitantes, los cuales se les proporcionara toda la información solicitada y en especial la guía de San Andrés, la cual posteriormente se detallara. Además en este sitio se ofrecerá el servicio de escalada y también el ascender al miador para poder realizar avistamiento del paisaje y fotografía.



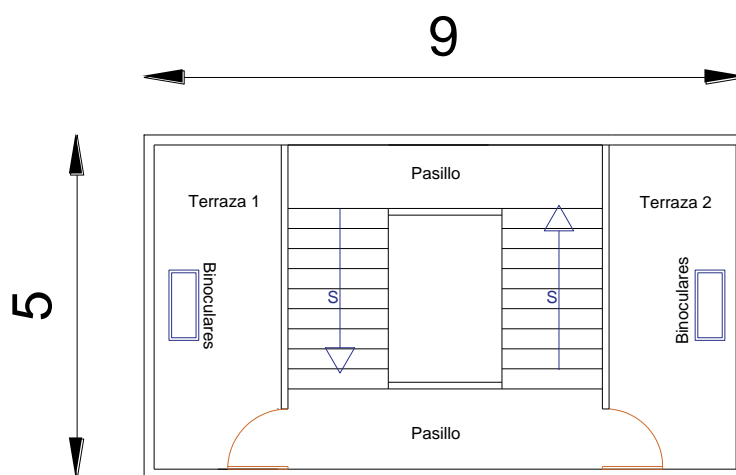
Planta Baja

6.6.2.2 Planta de (avistamiento).

cubierta

En la gráfica como se observa, posee una dimensión igual a la base de 5 metros por 5 metros, con una estructuración de dos terrazas a los costados de 5 metros de fondo por 2 metros de ancho.

En las terrazas se desarrollara el avistamiento paisajístico y además se colocara dos binoculares, uno en cada terraza, el cual permitirá un mejor deleite paisajístico, también contara con una cubierta en policarbonato y madera en cada lado.



Planta de cubierta

6.6.2.3 Área Exterior

De frente a la edificación en el costado derecho se ejecutara la construcción d una pared de escalada deportiva, la cual impulsará el desarrollo de la práctica de este tipo de deporte.

Esta estructura poseerá una altura de 8 metros por 4, 50 metros de ancho.

6.6.3 Dotación de mobiliarios y montaje de pared artificial.

Este componente tiene el objetivo de adecuar, equipar el centro de información turística y también la construcción y el montaje del muro de escalada deportiva, dar seguimiento y contratación para su implementación.

6.6.3.1 Mobiliario.

La dotación de un anaquel de 3 metros por 45 cm de fondo y una altura 1.20 metros. Y un counter o mueble de recepción con una dimensión de 40cm. De fondo por 1,20 metros de largo y 1 metro de altura, los cuales se realizaran en madera, cabe mencionar que la proforma de construcción y costo encuentran en los anexos de este documento.

El anaquel tendrá la finalidad de guardar todo lo que es folletería y material informativo para los turistas y archivos de interés para el centro de información.

En el counter se realizara la recepción de los visitantes y además se realizara un registro de todos los turistas que visiten el lugar, el formato que se utilizara se puede apreciar a continuación.

Modelo hoja de registro de visitantes

Registro de visitantes al centro de información					
"Mirador San Andrés"					
FECHA			NOMBRE	EDAD	PROCEDENCIA
AÑO	MES	DIA			

FIRMA:	NOMBRE RESPONSABLE:				

Elaborado por: Vicente Riofrío

6.6.3.2 Montaje pared artificial

Se plantea la ejecución del montaje de una pared de escalada artificial la cual proporcionara un ingreso económico el mismo que servirá para la sostenibilidad del centro de información, la cual tendrá una altura de 8 metros por 4, 50 metros de ancho, además tendrá la finalidad de incentivar el desempeño del deporte de escalada.

Para seguridad de los deportistas se ubicaran dos colchonetas por motivos de seguridad en el desarrollo del deporte, además existirá la indumentaria necesaria para la ejecución del deporte.

6.6.4 Elaboración del producto genérico del centro de información turística.

6.6.4.1 Desarrollo de promoción de la oferta del servicio turístico

Este componente se basa en ejecutar los recursos para la ejecución de planes de promoción y mercadeo turístico y de fortalecimiento a la competitividad del sector, con el fin de incrementar el turismo receptivo y el turismo doméstico, mediante la realización de una guía turística de las rutas de San Andrés

6.6.5 Información Relevante de la Parroquia San Andrés necesaria para un turista.

6.6.5.1 Red vial

CUADRO No. 2 VIAS Y RAMALES PARROQUIA SAN ANDRÉS

VIAS Y RAMALES				
DE	A	TIPO	ESTADO	KM
RIOBAMBA	SAN ANDRES	ASFALTO	BUENO	10 KM.
SAN ANDRES	SAN ISIDRO	EMPEDRADA	REGULAR	2 KM.
SAN ANDRES	SIGSIPAMPA - 4 ESQUINAS	ASFALTADO - EMPEDRADO	BUENO	12 KM.
SAN ANDRES	LA ESPERANZA - LA SILVERIA	ASFALTADO - EMPEDRADO	REGULAR	11 KM.
SAN ANDRES	URBINA	ASFALTADO	BUENO	14 KM.
URBINA	4 ESQUINAS	EMPEDRADO	REGULAR	.
SAN ANDRES	AL ROSAL – CALSHI	ASFALTADO- LASTRADO	REGULAR	.
SAN ANDRES	PAQUIBUG SAN PABLO-CALSHI	ASFALTADO- LASTRADO	REGULAR	.
SAN ANDRES	BATZACON	LASTRADO	REGULAR	3 KM.

Elaborado por: Vicente Riofrio Montiel

6.6.5.2 Centros de salud

La infraestructura que cubre la asistencia médica en la parroquia está conformada por las siguientes unidades:

CUADRO No. 3 UNIDADES OPERATIVAS DE SALUD

ESTABLECIMIENTO	TIPO	LUGAR
SAN ANDRES	SUBCENTRO DE SALUD	SAN ANDRES
TATACTO	PUESTO DE SALUD	TUBTATACTO
BALSAYAN	PUESTO DE SALUD	BALSAYAN
TUNTATACTO	PUESTO DE SALUD	TUNTATACTO
SEGURO SOCIAL CAMPECINO	DISPENSARIO MEDICO	CALSHI

Elaborado por: Vicente Riofrio Montiel

Las enfermedades más graves son atendidas en el Sub- centro de Salud de la Parroquia San Andrés, hospitales de la ciudad de Riobamba o Seguro Social, mientras que las enfermedades más frecuentes como: mal aire, dolor de estómago, partos, son tratadas a base de la medicina tradicional, practicadas por los curanderos o comadronas de la comunidad que utilizan plantas medicinales y otras bondades de la naturaleza para curar a sus pacientes.

6.6.5.3 Transporte terrestre

Dentro de la parroquia funcionan tres cooperativas con las rutas que cubren las siguientes rutas:

- Riobamba- San Andrés – San Pablo - Tuntatacto
- Riobamba - San Andrés – San Isidro
- Riobamba – Cuatro Esquinas – La Silveria - Calshi

Las cooperativas que funcionan son San Andrés, Córdor, San Isidro con frecuencias diarias cada quince minutos.

6.6.5.4 PLANTA TURÍSTICA

Alimentación

Existe un solo restaurante en la parroquia que ofrece varios servicios San Juan Loma que labora los fines de semana y bajo reservación para la organización de eventos.

CUADRO No. 4 PLANTA TURÍSTICA - ALIMENTACIÓN

NO.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CAPACIDAD	TELEFONO
1	SAN JUAN LOMA	48	2904514

Elaborado por: Vicente Riofrio Montiel

Alojamiento

Las hosterías y moteles se encuentran localizados en la Panamericana Norte vía Riobamba-Ambato, son de fácil acceso y laboran todos los días del año, cabe destacar los albergues que se encuentran en el sector de Urbina y Portal Andino, y tres OTC (Operación de Turismo Comunitario) ubicados en las comunidades de Calshi, Santa Lucia y Pulinguí.

CUADRO No. 5 PLANTA TURÍSTICA - ALOJAMIENTO

No.	Nombre del establecimiento	CAPACIDAD	TELEFONO
HOSTERIA			
1	LA ANDALUZA	116	2949370
2	LOS EUCALIPTOS	13	2904419
3	PORTON ANDINO*	12	
ALBERGUE			
4	POSADA ESTACION URBINA	16	2942245
5	POSADA PORTAL ANDINO	13	
6	OTC CALSHI	8	
7	OTC ARTESA	6	
8	SANTA ANITA. RAZUNAN	25	
MOTELES			
9	PALERMOTEL	74	2602549
10	EL PARAISO	40	2602544
11	EL CASTILLO	44	2904250
12	NEPTUNO	32	2944297

Elaborado por: Vicente Riofrio Montiel

Cultura y tradiciones

Gran parte de las tradiciones se han perdido con el pasar de los tiempos, muchas manifestaciones culturales tanto mestizas como indígenas han quedado sepultados en el corazón de los más ancianos quienes recuerdan con nostalgia, las expresiones culturales y religiosas que se celebraban en casi todos los meses. A continuación se detalla las actividades más sobresalientes de los pobladores de la parroquia, algunas que ya se extingue, otras que continúan y otras que se han retomado como parte de la identidad de este pueblo.

CUADRO NO. 6. CALENDARIO FOLKLÓRICO

MES	FESTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
ENERO	AÑO NUEVO	En el barrio La Panadería el primer día del año se realiza una corrida de toros de pueblo, con banda y música.
FEBRERO	CARNAVAL	Esta fiesta la organiza la Liga parroquial de San Andrés, al cual se unen los barrios y clubes que en conjunto programan las actividades, iniciando con la elección del TAITA CARNAVAL, un prioste al cual le entregan un bastón, una bufanda, una cinta, y es el personaje que presidirá los eventos, el principal es el corso, sumado los eventos deportivos, bailes, bandas de pueblo.
MARZO	SEMANA SANTA	Lunes Santo, la hermandad de la Virgen de los Dolores celebra una misa y una procesión en la noche. Jueves Santo, se celebra una misa y chamizas en honor al Señor de la Caridad Viernes Santo es la velación del Santísimo hasta las 12 pm. Sábado de Gloria se celebra la bendición del agua y se realiza una procesión con banda de pueblo.
ABRIL	ROMERÍA - VIRGEN AGUA SANTA	Esta celebración inicia con las vísperas donde hay retreta, chamizas, alazos para continuar al siguiente día la romería hacia el cantón Baños donde casi todos los pobladores participan en una procesión con banda de pueblo.
MAYO	DÍA DE LAS CRUCES	Se celebra el día tres en cada barrio, Santa Rosa, El Calvario y La Panadería donde se realiza una velación a la cruz, se ofrece una misa y chamizas
JUNIO	SAN PEDRO - SAN PABLO	Es una celebración ya casi extinta donde se realiza chamizas y bailes.

NOVIEMBRE	FIESTAS PATRONALES	El 30 de noviembre se celebra las fiestas en honor al apóstol San Andrés, patrono de la parroquia, empieza con el tradicional sistema de priostes quienes organizan diferentes eventos, se inicia con las vísperas, donde resaltan los juegos pirotécnicos, bandas de pueblo, los albazos, el día 30 se realiza un desfile, programas en la plaza central y la misa en la noche.
DICIEMBRE	NAVIDAD	Esta festividad inicia con la novena del niño a partir de día quince, los priostes entregan a todos los participantes el tradicional champús (bebida dulce de maíz con mote), el día 23 se realiza las vísperas con chamizas y retreta. El día 24 se inicia con el albazo, el embanderamiento de la calle César Naveda para el pase del niño que va desde la iglesia hasta el barrio el Calvario, donde se halla un gran pesebre, a la media noche se realiza la misa del gallo, la cual termina con la elección de los nuevos priostes.

Elaborado por: Vicente Riofrio Montiel

Fuente: Estudio de campo

6.7 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

6.7.1 Identificación, cuantificación y valoración de Costos

A raíz de contar con una infraestructura de un Mirador que se construyó en 1996, es ahí donde va a funcionar el Centro de Información turística, el cual necesita ser implementado y aquí radica la elaboración del presente proyecto.

En la actualidad la Junta Parroquial de San Andrés, persona jurídica autónoma, por mandato constitucional es quien maneja el Centro de Información turística, por lo tanto es quien se encargará de organizar, administrar y comercializar directamente todas las actividades que se realicen en el mismo con el fin de que los recursos económicos obtenidos se inviertan en la capacitación a la comunidad en materia turística, promoción de sus atractivos y mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

6.7.1.1 Análisis de Costos

Se consideraron como costos de inversión los necesarios para iniciar el proyecto

6.7.2 Presupuesto de Inversiones

Dentro de los activos fijos que posee para la implementación de un Centro de Información recreacional se encuentra lo correspondiente a terreno y edificio. La implementación de este Centro de Información se realizará mediante el presupuesto participativo.

Inversiones: estos costos son necesarios para las operaciones de los proyectos (tangibles e intangibles) y los materiales a adquirirse con el aporte de las instituciones considerándolo como un capital inicial.

Tabla 53: Plan inversión

PLAN DE INVERSION	
RUBRO	VALOR (USD)
Activos fijos operativos	
Construcción de muro de escalada	\$ 12.127,00
Equipos de escalada (colchonetas) + pie de gato	\$ 1.700,00
Construcción de Cubierta exterior	\$ 3.333,82
Equipos prismáticos	\$ 600,00
Activos fijos Administración	
Equipos de Computación	\$ 497,00
Muebles y enseres	\$ 1.055,00
TOTAL	\$ 19.312,82

Elaborado: Vicente Riofrío – 2015

6.7.3 Ingresos y costos operacionales

Durante el primer año de funcionamiento del Centro de Información Turística se plantean cumplir con un número determinado en cada una de la actividad detallada y cobrar el precio descrito en la siguiente tabla:

Tabla 54: Ingresos

Ingresos	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
a. Cantidad de servicios vendidos(Servicio 2)	0	5132	5542	5986	6464	6982
b. Precio de venta (\$)	\$ -	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Ingreso Total (\$)	\$ -	\$ 10.263,24	\$ 1.084,30	\$11.971,04	\$12.928,73	\$13.963,02

Elaborado: Vicente Riofrío – 2015

6.7.3.1 Descripción de los principales servicios

Servicios Deportivo

- **Deporte de aventura.-** El deporte a lo largo de la historia de la humanidad ha sido inherente al desarrollo del ser humano, la diversificación y mejoramiento de disciplinas, herramientas y técnicas amplían cada vez más los límites y actualmente es la aplicación de la ciencia en los deportes la principal responsable de los más importantes logros en el campo deportivo.
- La escalada no es la excepción, y ha sido evidente a lo largo de su desarrollo la importancia que ha tenido la aplicación de la ingeniería al mejoramiento del nivel de este deporte, un deporte que a lo largo de su avance y crecimiento abarcaría diversas épocas, en muchas de las cuales el ingenio y la creatividad serian pilares fundamentales en el desarrollo de técnicas, herramientas, metodologías y nuevos materiales

Tabla 55: Venta Escalada

PLAN DE VENTAS SERVICIO 2 (escalada artificial)			
AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
0	4875	1,50	\$ 7.312,56
1	5119	1,50	\$ 7.678,19
2	5375	1,50	\$ 8.062,10
3	5643	1,50	\$ 8.465,20
4	5926	1,50	\$ 8.888,46
5	6222	1,50	\$ 9.332,88
Total			\$ 49.739,39

Elaborado: Vicente Riofrío – 2015

Equipos Prismáticos

Potenciar el turismo y generar una imagen panorámica de la localidad y que los turistas puedan apreciar en detalle el hermoso paisaje que ofrece la parroquia, son los objetivos de los dos binoculares de alto alcance.

En el siguiente cuadro tenemos:

Tabla 56: Venta Binoculares

PLAN DE VENTAS SERVICIO 1 (binoculares)			
AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
0	0		-
1	257	0,50	\$ 128,29
2	269	0,50	\$ 134,71
3	283	0,50	\$ 141,44
4	297	0,50	\$ 148,51

5	312	0,50	\$ 155,94
Total			\$ 708,89

Elaborado: Vicente Riofrío – 2015

6.7.4 Costos y Gastos

Tenemos los costos administrativos, servicios y venta

- **Administrativos:** Se ha considerado la conformación de un Comité de Gestión para los cinco años de ejecución del proyecto el mismo que será elegido en el primer año, quien coordinara las acciones entre los beneficiarios y las instituciones así como la identificación de estrategias que permita la sostenibilidad del proyecto en el tiempo.
- **Costos de producción:** Consideramos todos los costos relacionados con el servicio turístico

Tabla 57: Costos y gastos

3. COSTOS Y GASTOS FIJOS	MENSUAL	CANTIDAD	COSTO TOTAL
a. Costos Fijo			
Costos de administración			
Pago administrador	\$ 354,00	12	\$ 4.248,00
Pago contador	\$ 5,00	12	\$ 60,00
Pago Servicios básicos	\$ 10,00	12	\$ 120,00
Material de limpieza y aseo	\$ 5,00	12	\$ 60,00
Pago de servicio de Internet	\$ 30,00	12	\$ 360,00
Costos de Constitución			
Rentas Internas	\$ 5,00	12	\$ 60,00
Patente municipal	\$ 1,67	12	\$ 20,04

(anual)			
Permiso del municipio	\$ 1,00	12	\$ 12,00
Permiso de funcionamiento	\$ 6,67	12	\$ 80,04
Permiso de bomberos	\$ 0,60	12	\$ 7,20
Material de oficina	\$ 5,00	12	\$ 60,00
Mantenimiento	\$ 20,00	12	\$ 240,00
Publicidad y promoción	\$ 30,00	12	\$ 360,00
Depreciaciones	\$ 112,10	12	\$ 1.345,20
Total Costo fijo			\$ 7.032,48

Elaborado: Vicente Riofrío – 2015

6.7.5 Depreciación

Son los costos virtuales, esto, se trata de y tiene el efecto de un costo sin serlo. En este componente hemos considerado la depreciación de los siguientes equipos:

Tabla 58: Depreciación

DESCRIPCIÓN ACTIVO	VALOR ADQUISICIÓN	VIDA UTIL/ AÑOS	% DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACION POR AÑOS (Línea recta)				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Construcción de muro de escalada	\$ 12.127,00	20	0,05	\$ 606,35	\$ 606,35	\$ 606,35	\$ 606,35	\$ 606,35
Construcción de Cubierta exterior	\$ 3.333,82	20	0,05	\$ 166,69	\$ 166,69	\$ 166,69	\$ 166,69	\$ 166,69
Equipos prismáticos	\$ 600,00	10	0,10	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Equipos de Computación	\$ 497,00	3	0,33	\$ 164,01	\$ 164,01	\$ 164,01	\$ 164,01	\$ 164,01
Muebles y enseres	\$ 1.055,00	3	0,33	\$ 348,15	\$ 348,15	\$ 348,15	\$ 348,15	\$ 348,15
TOTAL	\$ 17.612,82			\$ 1.345,20	\$ 1.345,20	\$ 1.345,20	\$ 1.345,20	\$ 1.345,20

Elaborado: Vicente Riofrío – 2015

El gasto por concepto de depreciación se mantiene igual en los próximos cinco años ya que utilizamos el método de depreciación lineal durante el tiempo de vida útil de los bienes. Es decir, como en el proyecto no se prevé nuevas adquisiciones de activos fijos durante los próximos cinco años, el valor del gasto anual será igual en cada ejercicio económico hasta que se extinga el valor de cada rubro del activo.

6.7.6 Identificación, cuantificación y valoración de los ingresos

Los ingresos del proyecto se generarían en función de la producción y venta del servicio.

Tabla 59: Ingresos Generados

PROYECCION DEMANDA	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL
AÑO 1	5132	2,00	\$ 10.263,24
AÑO 2	5542	2,00	\$ 11.084,30
AÑO 3	5986	2,00	\$ 11.971,04
AÑO 4	6464	2,00	\$ 12.928,73
AÑO 5	6982	2,00	\$ 13.963,02
		TOTAL	\$ 60.210,33

Elaborado: Vicente Riofrío – 2015

6.7.7 Indicadores económicos (TIR, VAN)

- **Valor Actual Neto (VAN)**

Es el valor que surge de la inversión inicial y la sumatoria de todos los ingresos y egresos descontados a una determinada tasa (k), que para este proyecto se consideró de un 1248,71

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Es la tasa de interés que hace cero el valor actual de los flujos de fondos. De acuerdo a los resultados obtenidos la tasa de interés efectiva es mayor al 14,90 % anual.

Tabla 60: Indicadores Económicos

Valor Actual Neto	1114,98
Tasa Interna de Retorno	14,08%

Elaborado: Vicente Riofrío – 2015

La tasa de descuento utilizada para el presente cálculo es del 12%, con la cual hemos obtenido los siguientes datos; el valor actual neto (VAN) es positivo, la tasa interna de retorno (TIR) es mayor que la tasa de descuento utilizada, de igual forma la relación costo beneficio es mayor que uno, consecuentemente este proyecto es viable.

6.7.8 Presupuesto aporte del GAD provincial

Tabla 61: Presupuesto para el Ejercicio Económico 2015

APORTACIONES USD			
APORTE DEL GOBIERNO DE LA PROVINCIA "GADPCH"			
Características	Requerimiento	Cant.	P. Total
Construcción de muro de escalada	Muro artificial	1	\$ 12.127,00
Equipos de escalada	Equipos	1	\$ 1.700,00
Construcción de Cubierta exterior	Cubierta	1	\$ 3.333,82
Equipos prismáticos	Equipos	1	\$ 600,00
Equipos de Computación	Equipos	2	\$ 497,00
Muebles y enseres	Muebles	2	\$ 1.055,00
Costos indirectos			\$ 2.417,08
Total Aporte del Gobierno Provincial			\$ 21.729,90

Elaborado: Vicente José Riofrío Montiel – 2015

6.7.9 Presupuesto aporte GAD parroquial.

APORTE JUNTA PARROQUIAL SAN ANDRES			
Detalle- Características	Requerimiento	Cantidad	P. Total
Publicidad y promoción	Materiales POP	3000	\$ 1.537,20
Costos Indirectos			\$ 288,00
Total Aporte del Gobierno Parroquial			\$ 1.825,20

INSTITUCIÓN/ORGANIZACIÓN	USD	%
Aporte del Gobierno de la provincia de Chmborazo	\$ 21.729,90	94,51
Aporte del Gobierno Parroquial	\$ 1.825,20	5,49
TOTAL PROYECTO	\$ 23.555,10	100

Elaborado: Vicente José Riofrío Montiel – 2015

7 BIBLIOGRAFÍA

- Andres, G. A. (2014). PLAN DEDESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA SAN ANDRÉS . San Andres: GADPCH.
- Chimborazo, G. A. (2014). Plan de Ordenamiento Territorial. Riobamba: GADPCH.
- Gomez, D. A. (Junio de 2009).
<https://diegoalexgomez.files.wordpress.com/2009/06/el-turismo.docx>. Recuperado el Abril de 2015
- OMT. (1993). Desarrollo Turístico Sostenible, guía para planificadores locales. Madrid.
- Oppermann, W. y. (2000). Gestión del Turismo. Australia.
- Tierra, C. d. (1995). Agenda XXI.
- Turismo, O. M. (1994). OMT. Londres: OMT.
- wordpress. (2009). <https://diegoalexgomez.files.wordpress.com/2009/06/el-turismo.docx>.
- ÁVILA, Reyes Turismo sostenible, 1º ed. Editorial IEPALA, Madrid 2002.
- CROSBY, Arturo, Re-inventando el turismo rural: Gestión y Desarrollo. 1ed. Laertes S.A. Barcelona, 2009.
- VALDIVIESO, L. 2000. “Texto Básico de Administración de Empresas”. Riobamba -Ecuador. 34 -35p.
- CONTRERAS, C. 2005 “Estudio de Mercado”. Consultado 6 oct. 2008.
- RODRÍGUEZ, F. 2001. “Estudio técnico”. Consultado 6 oct. 2008
- CUARTAS, F. 2008. “Evaluación Económica y Financiera de los Proyectos”.
- GRATEROL, M. 1997. “Proyectos de Inversión” . Venezuela.

8 ANEXOS

Anexo 01.- Carta de aceptación

Anexo 02.- Encuesta

ENCUESTA PARA TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la situación actual de la actividad turística en la parroquia rural de San Andrés, del mismo modo conocer su desarrollo y alcance por medio del perfil del turista que visita la ciudad.

A) INFORMACION GENERAL

1. **Sexo**
 Masculino Femenino

2. **Edad**
 18 – 25 25 – 35 35 – 55
 Más de 55

3. **País de origen**
 Latinoamericano Europeo Ecuatoriano
 Norteamericano Asiático

4. **¿Cuál es su presupuesto económico para este viaje en dólares?**
 60-80
 80-100
 100-120
 Más de 120

B) CARACTERISTICAS SOCIO DEMOGRAFICAS DE LOS TURISTAS:

5. **¿Conoce usted la Parroquia de San Andrés perteneciente al cantón Guano?**
 Si pase a la pregunta 6
 No pase a la pregunta 9

6. **¿Conoce usted los atractivos turísticos de la parroquia rural de San Andrés perteneciente al cantón Guano?**
 Si
 No

7. **¿Qué es lo que más le impacto de la Parroquia San Andrés?**

NATURAL		CULTURAL	
Mirador San Andrés		Ruta Cultura de Piedra	
Ruta Magia de Altura		Ruta Pacha Yachachy	
Ruta Vicuñas		Ruta Ciclo de Eucaliptos	
Ruta Agro comunitaria		Otro.....	

8. **¿Qué problema encontró al visitar la parroquia?**

Información		Alimentación		Hospedaje	
-------------	--	--------------	--	-----------	--

Guías		Transporte		Señalética	
-------	--	------------	--	------------	--

C) ACTIVIDAD TURISTICA

9. Por cuál de las siguientes actividades deportivas se inclina usted.

Rapel	<input type="checkbox"/>	Escalada	<input type="checkbox"/>	Cabalgata	<input type="checkbox"/>
Treking	<input type="checkbox"/>	Beaking	<input type="checkbox"/>	Otros.....	<input type="checkbox"/>

10. De las siguientes opciones. ¿Qué tipo de atractivos de turismo le gustaría conocer?

a) Mirador Turístico	<input type="checkbox"/>
b) Rutas turísticas	<input type="checkbox"/>
c) Cascadas	<input type="checkbox"/>
d) Ríos, Lagunas	<input type="checkbox"/>
e) Bosques	<input type="checkbox"/>
f) Iglesias, museos	<input type="checkbox"/>
g) Fiestas Culturales	<input type="checkbox"/>

11. ¿Qué tipo de turismo prefiere?

a) Turismo Ecológico	<input type="checkbox"/>
b) Turismo de aventura	<input type="checkbox"/>
c) Turismo Deportivo	<input type="checkbox"/>
d) Agroturismo	<input type="checkbox"/>
e) Turismo cultural	<input type="checkbox"/>
f) Turismo comunitario	<input type="checkbox"/>
g) Otros (especifique)	<input type="checkbox"/>

12. ¿Cuál es el medio de información más utilizado para conocer las zonas turísticas?

Televisión Rad et gos a

13. ¿Cree Ud. Necesario la creación de centros de información turística? ¿Por qué?

SI
NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANEXO 03.- Fotografías de atractivos y rutas turísticas atractivos

Ilustración N°01: Iglesia de San Andrés



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 02: MINAS DE PIEDRA NEGRA



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 03: Capilla de Lourdes



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 04: Estación Urbina



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 05: Picapedreros San Pablo



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 06: Centro Artesanal Pulinguí



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustracion N° 07: Centro Artesanal Artesa



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 08: Minas de Hielo Chimborazo



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Anexo 04.-

FOTOGRAFÍAS DE RUTAS TURÍSTICAS

Ilustración N° 01: Ruta Turística Ciclo – Eucaliptos



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 02: Ruta Turística Ciclo – Eucaliptos



Foto: Equipo Técnico

Ilustración N° 11: Ruta Turística Ciclo – Eucaliptos



Foto: Equipo Técnico

Ilustración N° 12: Ruta Turística de las Vicuñas



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 13: Ruta Turística de las Vicuñas



Foto: Equipo Técnico

Ilustración N° 13: Ruta Turística de las Vicuñas



Foto: Equipo Técnico

Ilustración N° 14: Ruta Turística Magia de Altura



Foto: Equipo Técnico

Ilustración N° 15: Ruta Turística Magia de Altura



Foto: Equipo Técnico

Ilustración N° 16: Ruta Turística Magia de Altura



Foto: Equipo Técnico

Ilustración N° 17: Ruta Turística Agro comunitaria



Foto: Equipo Técnico

Ilustración N° 18: Ruta Turística Agro comunitaria



Foto: Equipo Técnico

Ilustración N° 19: Ruta Turística Agro comunitaria



Foto: Equipo Técnico

Ilustración N° 20: San Andrés Cultura de Piedra



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 21: San Andrés Cultura de Piedra



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 22: San Andrés Cultura de Piedra



Fuente: Vicente Riofrío Montiel

Ilustración N° 23: Ruta Turística Pacha Yachachi



Fotos: Equipo Técnico

Ilustración N° 24: Ruta Turística Pacha Yachachi



Fotos: Equipo Técnico