



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE INGENIERÍA

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Turística y
Hotelera

TÍTULO

**PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA DEL
TURISMO EN EL CANTÓN CHUNCHI PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Autora: Tania Mariela Humala Ojeda

Director: Dr. José Álvarez Román

Riobamba – Ecuador

2017

Los miembros del Tribunal de Graduación del proyecto de investigación de título: PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA DEL TURISMO EN EL CANTÓN CHUNCHI PROVINCIA DE CHIMBORAZO presentado por: Tania Mariela Humala Ojeda y dirigida por: Dr. José Álvarez Román. Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe del proyecto de investigación con fines de graduación escrito en el cual se ha conestado 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. Víctor Velasco.
Miembro del Tribunal



Firma

Ing. Silvia Aldaz
Miembro del Tribunal



Firma

Dr. José Álvarez Román.
Director del proyecto de investigación



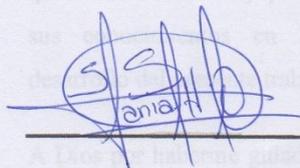
Firma

AGRADECIMIENTO

Un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad Nacional de Chimborazo, so

AUTORÍA

La responsabilidad del contenido de esta investigación, es de total correspondencia de Tania Mariela Humala Ojeda y Dr. José Álvarez Román en calidad de director del trabajo de investigación, y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Tania Mariela Humala Ojeda

0605003029

AGRADECIMIENTO

Un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad Nacional de Chimborazo, su Facultad de Ingeniería y a la Carrera de Gestión Turística y Hotelera que contribuye en nuestra preparación para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

De manera especial a mi tutor del proyecto de investigación el Doctor José Álvarez Román, quien con sabiduría y paciencia ha impartido sus conocimientos en la orientación del desarrollo del presente trabajo.

A Dios por haberme guiado por un camino de amor, de paz, sabiduría, salud, y sobre todo la fortaleza para alcanzar una de mis varias metas.

DEDICATORIA

A Dios por acompañarme en todos los momentos buenos y malos, por permitirme terminar favorablemente mis estudios.

El presente documento está dedicado con admiración y amor a mis padres María y Cristóbal Mejía.

A mis Hermanos y mi sobrino Sabiana, Byron, Henry y Matías Sebastián, a un ser único y especial que significa mucho para mí, quien con su amor, su cariño, su comprensión, su apoyo incondicional su paciencia supo enseñarme muchas cosas en mi vida diaria, amigos y demás familiares.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	3
1.1. Antecedentes de la investigación	3
1.2. Producto turístico	4
1.2.1. Componentes de un producto turístico	4
1.2.2. Aspectos del producto turístico	5
1.2.3. Tour	7
1.2.4. Ruta	7
1.2.5. Circuito turístico	7
1.2.6. Estrategia para el producto turístico	7
1.2.7. Estrategia de diversificación turística	8
1.2.8. Diversificación	9
1.2.9. Oferta turística	9
1.2.10. Oferta turística	9
1.2.11. Componentes de la oferta turística	10
1.2.12. Tipos de turismo	10
1.2.13. Inventario de atractivos turísticos	11
1.3. Términos y definiciones	13
1.3.1. Atractivos turísticos	13
1.3.2. Actividad turística	14

1.3.3.	Accesos.....	14
1.3.4.	Diagnóstico.....	14
1.3.5.	Desarrollo turístico.....	14
1.3.6.	Facilidades.....	14
1.3.7.	Paquetes turísticos.....	15
1.3.8.	Oferta turística.....	15
1.3.9.	A culturización.....	15
CAPÍTULO II.....		16
II.	METODOLOGÍA.....	16
2.1.	Tipo de estudio.....	16
2.2.	Diseño de la investigación.....	17
2.3.	Población y muestra.....	18
2.3.1.	Estratificación.....	19
2.4.	Operacionalización de variables.....	20
2.5.	Procedimientos.....	21
2.5.1.	Técnica.....	21
2.6.	Procesamiento y análisis.....	21
CAPÍTULO III.....		23
III.	RESULTADOS.....	23
3.1.	Diagnóstico situacional turístico del Cantón Chunchi.....	23
3.1.1.	Datos Generales.....	23
3.1.2.	Ubicación geográfica.....	23
3.1.3.	Límites.....	24
3.1.4.	Reseña histórica.....	25
3.1.5.	Servicios básicos.....	27
3.2.	Aspectos socio económicos.....	30

3.3.	Aspectos políticos	30
3.4.	Aspectos Turísticos	32
3.4.1.	Resultado de la encuesta de los turistas	32
3.4.2.	Resultado de la encuesta de la población económicamente activa (PEA)	44
3.5.	Priorizar el inventario turístico de los Atractivos Naturales y Culturales del Cantón	57
3.6.	Diseñar componentes turísticos para el desarrollo de la propuesta.	61
3.6.1.	Servicio Turístico	61
3.6.2.	Prestadores de servicio alojamiento	62
3.6.3.	Festividades y expresiones culturales	63
3.6.4.	Especies de Flora y Fauna	65
CAPITULO IV		68
IV. DISCUSIÓN		68
CAPITULO V		70
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		70
5.1.	Conclusiones	70
5.2.	Recomendaciones	71
CAPITULO VI		72
VI. PROPUESTA		72
6.1.	Introducción	72
6.2.	Objetivos	73
6.2.1.	General	73
6.2.2.	Específicos	73
6.3.	Fundamentación Científico –Técnica	74
6.3.1.	Producto turístico	74
6.3.2.	El precio	74

6.3.3.	Los Costos	74
6.3.4.	Los Consumidores	74
6.3.5.	Publicidad	75
6.3.6.	Medio o canal publicitario	75
6.3.7.	Mensaje Publicitario	75
6.3.8.	Emisor.....	75
6.3.9.	Receptor.....	75
6.3.10.	Logotipo.....	76
6.3.11.	Red Social	76
6.3.12.	Trípticos	76
6.4.	Descripción de la propuesta	76
6.4.1.	Macro localización	77
6.4.2.	Micro Localización.....	78
6.4.3.	Canal de Distribución	88
6.4.3.1.	Nombre y Logotipo	88
6.4.3.2.	Postales Turísticas	90
6.4.3.3.	Redes Sociales.....	92
6.4.3.4.	Tríptico	94
6.5.	Conclusiones y Recomendaciones	97
6.5.1.	Conclusiones.....	97
6.5.2.	Recomendaciones	97
CAPÍTULO VII.....		98
VII. BIBLIOGRAFÍA		98
CAPÍTULO VIII		100
VIII. ANEXOS		100
8.1.	Ante proyecto.....	100

8.2.	Catastro turístico del cantón Chunchi	119
8.3.	Fichas de jerarquización	120
8.4.	Encuesta	144

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Líneas de producto por destino turísticos regionales del Ecuador.....	11
Tabla N° 2 Estratificación	19
Tabla N° 3 Servicio de transportes	29
Tabla N° 4 Género de los turistas.....	32
Tabla N° 5 Edad de los turistas	33
Tabla N° 6 Procedencia de los turistas.....	34
Tabla N° 7 Instrucción de los turistas.....	35
Tabla N° 8 Motivación de viaje de los turistas.....	36
Tabla N° 9 Con quién viaja usualmente	37
Tabla N° 10 Servicios consumidos por los turistas	38
Tabla N° 11 Medios de información	39
Tabla N° 12 Tiempo de pernoctar	40
Tabla N° 13 Actividades realizadas turistas.....	41
Tabla N° 14 Productos Turísticos que consumió	42
Tabla N° 15 Productos turísticos para competitividad.....	43
Tabla N° 16 Género de la población (PEA)	44
Tabla N° 17 Edad de la población (PEA).....	45
Tabla N° 18 Procedencia de la población (PEA)	46
Tabla N° 19 Instrucción de la población (PEA)	47
Tabla N° 20 Motivación de viaje de la población (PEA).....	48
Tabla N° 21 Con quién viaja usualmente	49
Tabla N° 22 Servicios consumidos de la población (PEA).....	50
Tabla N° 23 Medios de información	51
Tabla N° 24 Tiempo de pernoctar	52

Tabla N° 25 Actividades realizadas de la población (PEA).....	53
Tabla N° 26 Productos turísticos que consumió.....	54
Tabla N° 27 Productos turísticos para competitividad.	55
Tabla N° 28 Atractivos que desean visitar	56
Tabla N° 29 Prestadores de servicio alojamiento	62
Tabla N° 30 Prestadores de servicio de alimentación	62
Tabla N° 31 Prestadores de servicio de alimentación (comida rápida).....	63
Tabla N° 32 Prestadores de servicio lugares de esparcimiento	63
Tabla N° 33 Principales especies de flora	66
Tabla N° 34 Principales especies de mamíferos.....	66
Tabla N° 35 Principales especies de aves.....	67
Tabla N° 36 Costo del Paquete N°2	82
Tabla N° 37 Costo del Paquete N°1	87
Tabla N° 38 Catastro turístico del cantón Chunchi	119
Tabla N° 39 Ficha del Cerro Puñay.....	120
Tabla N° 40 Ficha Iglesia Matriz del cantón Chunchi	122
Tabla N° 41 Ficha Gruta de Agua Santa	124
Tabla N° 42 Ficha Bosque Nativo Bacún.....	126
Tabla N° 43 Ficha Cascada de Pailahuayco	127
Tabla N° 44 Ficha Cascada Saguan.....	129
Tabla N° 45 Ficha Padre Urcu.....	132
Tabla N° 46 Ficha Laguna de Yahuarcocha.....	133
Tabla N° 47 Ficha Cascada Espínola	136
Tabla N° 48 Ficha Tramo Mejor conservado del Camino del Inca.....	137
Tabla N° 49 Ficha Laguna de Culebrillas	140
Tabla N° 50 Ficha Ruinas de Paredones	141

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Operacionalización de variables.....	20
Cuadro N° 2 Resumen de Jerarquización Atractivos Naturales	58
Cuadro N° 3 Resumen de Jerarquización Atractivos Culturales.....	60
Cuadro N° 4 Producto Turístico I.....	78
Cuadro N° 5 Producto Turístico II	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Estratificación	19
Gráfico N° 2 Género de los Turistas.	32
Gráfico N° 3 Edad de los turistas	33
Gráfico N° 4 Procedencia de los turistas.	34
Gráfico N° 5 Instrucción de los turistas	35
Gráfico N° 6 Motivación de viaje de los turistas	36
Gráfico N° 7 Con quién viaja usualmente	37
Gráfico N° 8 Servicios consumidos por los turistas	38
Gráfico N° 9 Medios de información	39
Gráfico N° 10 Tiempo de pernoctar	40
Gráfico N° 11 Actividades realizadas turistas	41
Gráfico N° 12 Productos turísticos para competitividad.	42
Gráfico N° 13 Productos turísticos para competitividad.	43
Gráfico N° 14 Género de la población (PEA)	44
Gráfico N° 15 Edad de la población (PEA).....	45
Gráfico N° 16 Procedencia de la población (PEA).	46
Gráfico N° 17 Instrucción de la población (PEA).....	47
Gráfico N° 18 Motivación de la población (PEA)	48
Gráfico N° 19 Con quién viaja usualmente	49
Gráfico N° 20 Servicios consumidos de la población (PEA).....	50
Gráfico N° 21 Medios de información	51
Gráfico N° 22 Tiempo de pernoctar	52
Gráfico N° 23 Actividades realizadas de la población (PEA).....	53

Gráfico N° 24 Productos turísticos para competitividad.....	54
Gráfico N° 25 Productos turísticos para competitividad.....	55
Gráfico N° 26 Atractivos que desean visitar.....	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Oferta Turística.....	9
Figura N° 2 Diseño de la Investigación.....	17
Figura N° 3 Ubicación geográfica	23
Figura N° 4 Estructura orgánica del gobierno autónomo descentralizado Municipal del Cantón Chunchi	31
Figura N° 5 Macro localización	77
Figura N° 6 Logotipo Ruta de los Ancestros.....	88
Figura N° 7 Logotipo Ruta Arqueológica del Nacimiento.....	89
Figura N° 8 Postal Ruta de los ancestros.....	90
Figura N° 9 Postal Ruta Arqueológica del Nacimiento.....	91
Figura N° 10 Red social ruta de los ancestros	93
Figura N° 11 Red social ruta arqueológica del nacimiento.....	94
Figura N° 12 Tríptico ruta de los ancestros lado anverso	95
Figura N° 13 Tríptico ruta de los ancestros lado reverso	95
Figura N° 14 Tríptico Ruta Arqueológica del Nacimiento lado anverso	96
Figura N° 15 Tríptico Ruta Arqueológica del Nacimiento lado reverso.....	96

RESUMEN

El turismo cada día adquiere un rol importante en muchos cantones del país, convirtiéndose en una fuente principal en la económica nacional, generando así empleo e ingresos para sus habitantes. Los recursos turísticos de la provincia de Chimborazo pueden ser estos naturales y culturales no han gozado de un correcto manejo y aprovechamiento por parte de gobiernos encargados de su administración, el cantón Chunchi tiene diferentes actividades que impulsan el desarrollo económico entre las que puedan destacar la agricultura, la ganadería y el comercio. En el aspecto turístico existe poco interés de parte de la población y de las autoridades. La carencia de productos turísticos y el desconocimiento de los atractivos por parte de los turistas que llegan en el cantón Chunchi ocasionando la falta de ingresos económicos de sus habitantes.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal: diseñar productos turísticos para diversificar la oferta turística del cantón Chunchi provincia de Chimborazo, por lo que se realizó un diagnóstico situacional obteniendo como resultado de que existe dos productos turísticos que no son comercializados por la falta de promoción, y desinterés por parte de las autoridades, una priorización de los atractivos turísticos naturales y culturales obteniendo como resultados 7 atractivos naturales y 5 atractivos culturales con jerarquización de II, III y IV siendo atractivos que ayudarían al desarrollo turísticos del cantón.

Por lo que es factible la propuesta del diseño de productos turísticos que permite diversificar la oferta para nuevas oportunidades de crecimiento de la demanda turística del cantón Chunchi.

INTRODUCCIÓN

Abstract

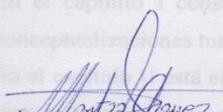
The tourism acquires an important role in many cantons of the country every day, becoming a major source in the national economy, generating employment and income for its inhabitants. The present investigation has as main objective: to design tourism products to diversify the tourist offer of the canton Chunchi Chimborazo province; in the type of research was applied the deductive method where it can get general conclusions from particular premises, field research to prioritize the attractions through observation forms in the month of June, filling the new tabs of the tourist inventories by the Ministry of Tourism, documentary research essentially allows the compilation of the sufficient bibliographic material using the proper handling of books, texts, guides, magazines, results of other research related to the topic.

The implementation of the survey with the question would you like to implement the design of tourism products in the canton Chunchi? It was determined that 95.8% said yes, and 4.2% said that no; also analyzed that a 54% want to perform adventure tourism and an 18 % cultural tourism. The attractions that the tourists want to visit is the 29% of tourists want the Camino del Inca, the 20.3% Puñay mountain the 18.8 %, the waterfall Pailahuayco, the 13% goes to the grotto of holy water the ,11.5% visit the Native Forest of Bacun and 7.24% visit the waterfall of San Pablo. In this way, we can conclude that the development of tourist packages within the canton Chunchi is necessary; to perform the ranking of attractions we got that 7 are natural attractions with hierarchy II, III and IV and 5 of cultural manifestations, this reflects that the canton has tourist potential in order to attract domestic and foreign tourists and improve their quality of life on the basis of the tourist activity.

El presente trabajo se ejecutó de acuerdo a los capítulos que a continuación detallamos:

En el capítulo I consta la fundamentación teórica, la cual contiene las diferentes conceptualizaciones turísticas que se utilizarán en esta investigación.

En el capítulo II se muestra el análisis de la información que se utilizó en la investigación es decir el estudio de la población y muestra en donde se aplicaron las variables y concluiremos demostrando los procedimientos, presentaciones y análisis.


Reviewed by: Chávez, Maritza
Language Center Teacher



INTRODUCCIÓN

El Ecuador gracias a su privilegiada posición posee una gran variedad de recursos naturales y culturales que lo ubican como uno de los 17 países con mayor diversidad en el mundo. Las diferentes tradiciones y costumbres de la gente que lo habitan, contribuyen con la imagen de un país exótico y de cromática belleza.

La industria del turismo genera demandas e impactos en sectores tan variados como: la agricultura, pesca, construcción, transporte, artesanías y el patrimonio cultural. Esta industria ofrece desencadenar un proceso de desarrollo con inclusión social, basado en las poblaciones y comunidades locales que podrían verse implicadas, no sólo en las actividades turísticas, sino también en los sectores conexos antes mencionados.

Al hablar del sector rural de la provincia, hay una gran variedad de atractivos turísticos que contiene el cantón Chunchi los mismos que están ubicados en el cantón y las comunidades, la insuficiencia de productos turísticos y el desconocimiento de los atractivos por parte de los turistas que llegan en el cantón Chunchi están ocasionando la falta de ingresos económicos de sus habitantes.

Es transcendental que se diseñen productos turísticos en esta zona de la provincia de Chimborazo para diversificar la oferta turística con servicios de calidad para los turistas que desean visitar el cantón Chunchi, y cambiar esta situación a largo plazo dando un valor agregado a sus productos tradicionales, logrando la intensificación productiva y mejorar la calidad de vida de la población.

El presente trabajo se ejecutó de acuerdo a los capítulos que a continuación detallamos:

En el capítulo I consta la fundamentación teórica, la cual contiene las diferentes conceptualizaciones turísticas a utilizar dentro de esta investigación.

En el capítulo II está el análisis, la metodología a utilizar en la investigación es decir el tipo de estudio; técnicas e instrumentos, cálculo de la población y muestra en donde se operacionalizarán las variables y concluiremos demostrando los procedimientos, procesamientos y análisis.

En el capítulo III, se determinará el diagnóstico situacional del cantón Chunchi para conocer su actual realidad en la educación, salud, actividades económicas, políticas, servicios básicos y turismo. Se realizará una priorización de atractivos turísticos del cantón, tomando como punto de partida los inventarios elaborados por la ESPOCH y UNACH, estas validaciones se las realizará con el apoyo de una Unidad de Turismo y su técnico encargado.

En el capítulo IV, se determinará la discusión con el resumen de los resultados obtenidos en la investigación.

En el capítulo V, están las conclusiones y recomendaciones.

En el capítulo VI, se hace referencia a la propuesta, en la cual se detalla su estructura y su forma de difusión.

CAPÍTULO I

I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes de la investigación

La actividad turística cuyas intenciones es conseguir el desarrollo turístico ordenado, coordinado, participativo, e integral, porque la proyección integral de un destino debe contar con la información necesaria del sistema turístico, información que constituye la base para evaluarla situación del territorio, además para que la planificación sea efectiva debe contemplar con la participación de la comunidad local, de lo contrario sería imposible hablar de un desarrollo turístico sostenido. “Plan de desarrollo es el instrumento del Gobierno Ecuatoriano para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública, se ha venido operando en los últimos años por algunas provincias y cantones. Chunchi está ubicado en el extremo sur de la provincia y es conocido también como el “Sillón Andino del Ecuador”, fue catonizado el 4 de julio de 1944 bajo la presidencia del Dr. José María Velasco Ibarra. Limita al norte este y oeste con el Cantón Alausí, y al sur con la Provincia del Cañar”(Bonilla, 2013).

El Cantón Chunchi tiene variedad de atractivos turísticos, que por la falta de promoción no se han dado a conocer, tenemos lugares como el tramo mejor conservado del Camino del Inca en Ecuador ubicado en la comunidad de Launag, el cerro Puñay centro adoratorio de los Cañarís, y muchos más.

“El cantón cuenta con proyecto para la Implementación de un Parque Arqueológico en el Centro Ceremonial Puñay”(Guillen, 2017). “Que se ha venido realizando en un 40% del proyecto que está establecido en un periodo de 5 años y se ha investigado la parte científica pero falta un 60% del proyecto Un Plan Estratégico de Desarrollo para la Comunidad de Launag. Que solo está realizado en papeles ya que por falta de interés de la comunidad y del GAD Municipal del cantón Chunchi no se lo ha ejecutado. Diseño de Circuito de Cabalgata para la Ruta Arqueológica Launag Grande de Chunchi. Este proyecto es el que por pocas ocasiones se ofrece al turista con dos familias de la comunidad”(Turismo u. d., 2017)

1.2. Producto turístico

“Un producto es cualquier cosa que se ofrece en el mercado para su adquisición, uso y consumo para satisfacer una necesidad o deseo del cliente; “sin embargo” el concepto de producto no está limitado a objetivos físicos, tangibles e intangibles que el consumidor percibe en el mismo para satisfacer deseos o necesidades”(Iglesias, 2007)

“El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores” (OMT, 2010).

1.2.1. Componentes de un producto turístico

El producto turístico se compone de dos partes individuales, la parte tangible la constituye el producto en sí mismo, tal como es ofrecido en el mercado por la empresa correspondiente. La parte intangible que es la percepción y expectativas que los consumidores tienen del producto.(Iglesias, 2007)

Se puede decir que un producto turístico se conforma en resumen en:

- Recursos turísticos.

- Infraestructura.
- Empresas y servicios turísticos.
- A su vez el producto turístico se logra relacionarse con:
- La naturaleza
- La historia
- La cultura
- Las facilidades de los servicios.

1.2.2. Aspectos del producto turístico

Al definir al producto turístico como tal, encontramos que podemos aplicarle varias definiciones concretas; algunas parecen estar en contradicción total con la actividad comercial.

➤ Recursos turísticos del destino.

“Éstos son los elementos que en su mayoría determinan la motivación de desplazarse al lugar. Estos recursos pueden ser naturales, culturales, sociales, artificiales, entre otros”.
(Rivera, 2012)

➤ Atractivos naturales

Lugar que se relaciona con la naturaleza, donde se pretende su conservación y aumento, pudiendo existir cosas sin arte o variación.

➤ Atractivos culturales

“Lugar que guarda historia, así como también, lugar que ofrece en formas variables la estructura colectiva de un lugar. Cultura significa el conjunto de elementos materiales o inmateriales lengua, ciencia, técnicas, normas tradicionales, valores y símbolos,

modelos de comportamiento socialmente transmitidos y asociados; que caracteriza a un pueblo que se ha esforzado por dotarse de una personalidad específica” (MINTUR, 2004)

➤ **Servicios y equipamientos del destino.**

Se refiere a la oferta de alojamientos, servicios de alimentación, transporte, lugares de entretenimiento, oficinas de información turística, otros servicios e instalaciones.

➤ **Paquete turístico**

Conjunto de dos o más servicios turísticos, que puede ser adquirido por un cliente individual o grupal sin importar el número de personas. Normalmente incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, (Alliance).

➤ **Accesos.**

Carreteras, aeropuertos, trenes, transporte disponible.

➤ **Precio de venta**

“Percepción de destino: Imagen positiva y/o negativa del lugar. Este punto es importante ya que hay que desarrollar una imagen que pueda influenciar positivamente las expectativas de los potenciales clientes y su comportamiento en la compra” (Valdivia, 2011)

Para la elaboración de un producto turístico se debe tomar en cuenta la rentabilidad económica, social y ambiental además de la posible satisfacción de la demanda. Y estar sujeto con los siguientes componentes (Ara, 2007).

1.2.3. Tour

Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimentaria. (Morales, 2011).

Demanda de mercado, análisis de competencia, inventario, generación de ideas, conceptos y atributos, despliegue de clientes, diseño de productos, cotizaciones, fijación de precio, posición canal de distribución.

1.2.4. Ruta

Es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

1.2.5. Circuito turístico

“Algunos turistas viajan a un destino y en lugar de tomar una sede central, deciden ver diversos lugares desplazándose de un lugar a otro, en vez de volver siempre al mismo centro.” (TOUR, s.f.)

1.2.6. Estrategia para el producto turístico

Habrà que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias

turísticas:

- Estrategia de penetración: Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.
- Estrategia de desarrollo del producto turístico: Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existente. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.
- Estrategia de extensión del mercado turístico: Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta regiones poco explotadas o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

1.2.7. Estrategia de diversificación turística

- Horizontal: Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.
- Vertical: Los nuevos productos actualmente desarrollados por las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.
- Concéntricas: Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas. (J, 2007)

1.2.8. Diversificación

La diversificación es el proceso en el cual una empresa para a ofertar nuevos productos y entra a un nuevo mercado, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios

1.2.9. Oferta turística

“La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.” (Secretaria de estado de Turismo , s.f.)

1.2.10. Oferta turística

“Es la cantidad de bienes que clientes o empresas producen y ponen a disposición en el mercado para ser usados por los consumidores.” (Perez, 2015)

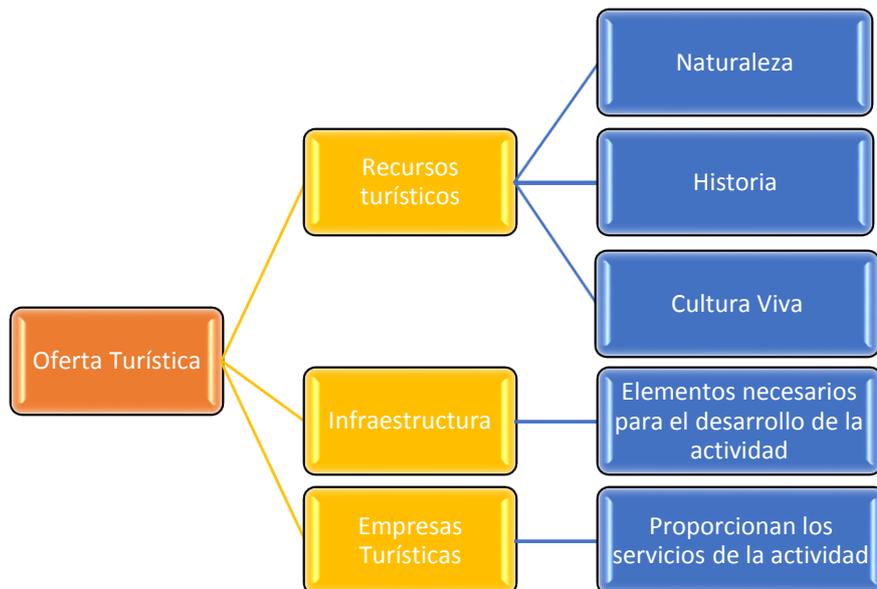


Figura N° 1 Oferta Turística

Fuente:Artículo Científico de Sara Pérez

Elaborado por: Tania Humala

1.2.11. Componentes de la oferta turística

- Alojamiento la oferta de alojamiento es diversa por tipología o por propiedad.
- Alimentación relativa al consumo de bebidas y comida que se realiza en la estancia turística.
- Transporte siempre sirve para transportar personas de un lugar a otro origen destino.
- Intermediarios son los que básicamente crean el producto y lo comercializan pueden crear paquetes turísticos que se venden directamente al consumidor.
- Entretenimientos actividades recreativas.
- Servicios destino guías turísticos, ventas de postales se encuentran en el lugar de destino.

1.2.12. Tipos de turismo

Según como lo estipula el Plandetur 2020 los productos turísticos están clasificados en sus diversas tipologías, en el Ecuador los productos que reúnen, como punto de partida, los mejores atributos considerando los criterios técnicos de unicidad, valor intrínseco, carácter local, notoriedad y concentración de la oferta, de acuerdo con las líneas de producto identificadas y el inventario de productos específicos del Ecuador.

Tabla N° 1 Líneas de producto por destino turísticos regionales del Ecuador

PRODUCTO DESTACABLES	VARIANTES
Sol y playa	sol y playa
Turismo comunitario	Turismo comunitario
Turismo cultural	Patrimonio natural y cultural
	Mercados y artesanías
	Gastronomía
	Shamanismo
	Fiestas populares
	Turismo arqueológico
Ecoturismo	Parques nacionales
	Reservas y bosques privados
	Ríos, lagos, lagunas y cascadas
	Observación de flora y fauna
Turismo de deporte y aventura	Deportes terrestres
	Deportes de fluviales
	Deportes acuáticos
Turismo de salud	Termalismo
	Medicina ancestral
Agroturismo	Haciendas, fincas, plantaciones

Fuente:Plandetur 2020

Elaborado por:Tania Humala

1.2.13. Inventario de atractivos turísticos

Definición “Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turísticos” (Quijano, 2009).

“Los atractivos turísticos son aquellos elementos sin los cuales es imposible la realización de la actividad turística, los cuales pueden ser tanto de carácter. Natural como cultural” (MINTUR, 2004).

Atractivos naturales Son propios de la naturaleza se les da la categoría de Sitios Naturales y se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambiente lacustre, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Fenómenos geológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, sistema de Aéreas Protegidas, etc.

Atractivos Culturales Tienen que ver con participación humana. Su categoría es de Manifestaciones Culturales y se reconoce los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones técnicas, científicas y artísticas, Acontecimientos Programados, Folklor, Arquitectura, vestimenta, gastronomía, música y danzas, tradiciones, ceremonias, festividades, formas de vida, etc. Los atractivos turísticos de acuerdo a su grado pueden clasificarse en tres categorías básicas.

Facilidades turísticas Básicamente, es el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Refiriéndose a cada una de las diferentes instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo Etapas para la elaboración del inventario de atractivos.

1. Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.
2. Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.
3. Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos.

Trabajo de campo Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales,

Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo.

4. Evaluación y jerarquización consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente. Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción. (MINTUR, 2004).

Jerarquía IV.- Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Jerarquía III.- Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía II.- Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Jerarquía I.- Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como 20 elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento.

1.3. Términos y definiciones

1.3.1. Atractivos turísticos

Son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro. Constituye la materia prima de la organización.

1.3.2. Actividad turística

Son aquellas ocupaciones que van encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre de ocio y vacacional, con una serie de productos y servicios, la misma que atrae desarrollo y crecimiento socioeconómico para quien lo proporciona.

1.3.3. Accesos

Son indispensables para que el turista llegue a destino.

1.3.4. Diagnóstico.

Análisis organizado de una realidad a los efectos de identificar y priorizar los problemas que se nos plantean, sus causas y consecuencias.

1.3.5. Desarrollo turístico.

Es la evolución del turismo debido a la creación de estrategias, políticas y programas orientados a mejorar los servicios básicos, la infraestructura, para garantizar el bienestar y proteger la integridad física de los turistas.

1.3.6. Facilidades

Se trata de un importante complemento del producto turístico. Por si solos no generan flujos turísticos, pero su falta puede determinar la ausencia de turistas.

1.3.7. Paquetes turísticos

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados para atraer mercados potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino.

1.3.8. Oferta turística

Es imprescindible determinar los componentes del producto turístico para identificar el conjunto de elementos que se ofrecerán al visitante de un destino.

1.3.9. Aculturización

Proceso en el cual un determinado grupo humano de forma voluntaria o involuntaria adopta las costumbres, formas o tradiciones de vida de otro grupo humano para adaptarlo a los suyos y hacerle parte del diario vivir y heredarlo a sus futuras generaciones.

CAPÍTULO II

II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de estudio

Inductivo: El método inductivo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se logra postular una hipótesis que brinda una solución al problema planteado. Una forma de llevar a cabo el método inductivo es proponer, mediante diversas observaciones de los sucesos u objetos en estado natural, una conclusión que resulte general para todos los eventos de la misma.

Investigación de Campo.- Se realizó varias salidas de campo para priorizar los atractivos mediante fichas de observación en el mes de junio, llenando las nuevas fichas de los inventarios turísticos por parte del ministerio de turismo.

Investigación documental.- Básicamente permite la compilación del suficiente material bibliográfico valiéndose del manejo adecuado de libros, textos, guías, revistas, resultados de otras investigaciones relacionadas con el tema.

Investigación Descriptiva.- Se realizó una propuesta para diversificar la oferta turística para el cantón Chunchi, con la finalidad del cantón tenga un mejor atractivo turístico y así incrementar la economía del sector

2.2. Diseño de la investigación

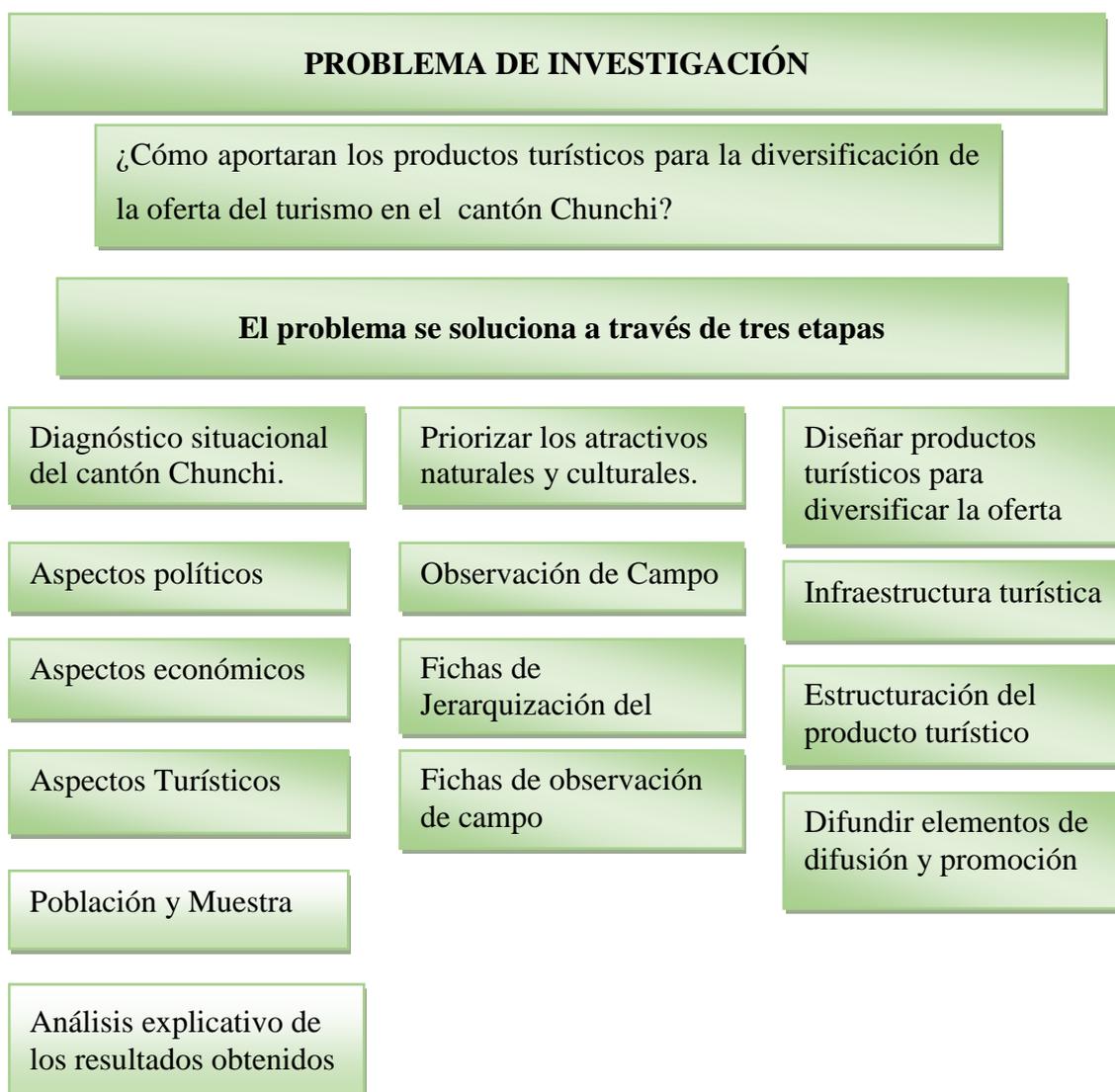


Figura N° 2 Diseño de la Investigación.

Elaborado por: Tania Humala

2.3. Población y muestra

Para conocer el tamaño de encuestas aplicarse se utilizó la fórmula de camavol se consideró el total de la población económicamente activa (PEA), del cantón Chunchi del último censo realizado en el 2010 de 3.841 personas, y el número de turistas que han visitado el cantón Chunchi según los datos de la Unidad de turismos del GAD Municipal del cantón Chunchi de 2.000 turistas.

$$n = \frac{Z^2 \cdot pq \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot pq} \quad (1)$$

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza (1.96)

p= probabilidad a favor (0.50)

q= probabilidad en contra (0.50)

e= margen de error de estimación (0.05)

N= Universo proyectado = 5000 personas

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(5841)}{(0,05)^2(5841 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 360$$

2.3.1. Estratificación

Tabla N° 2 Estratificación

ESTRATO	POBLACIÓN	PORCENTAJE	MUESTRA
Turistas	2.000	34%	122
Población (PEA)	3.841	66%	238
TOTAL	5.841	100%	360

Fuente: Unidad de Turismo

Elaborado por: Tania Humala

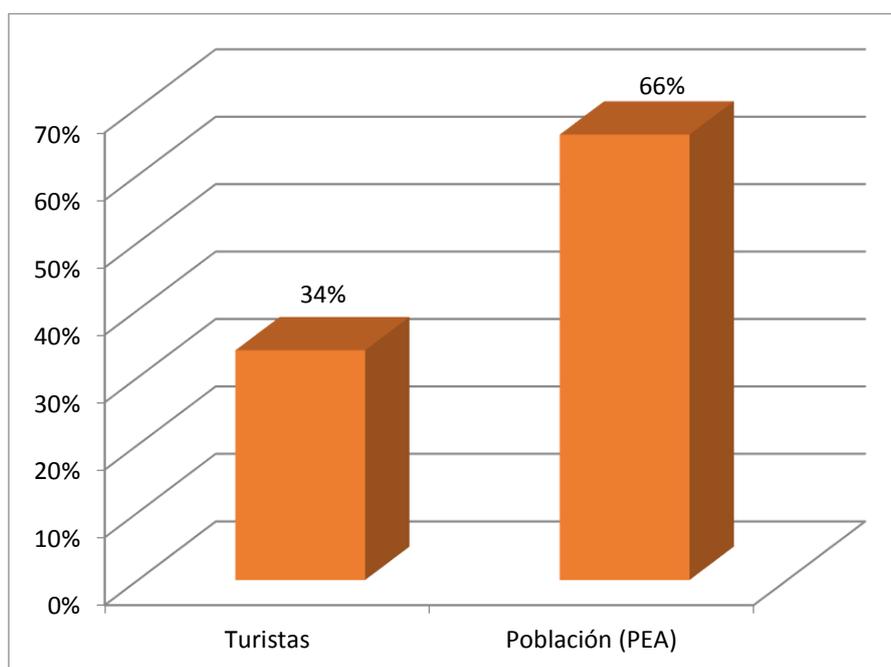


Gráfico N° 1 Estratificación

2.4. Operacionalización de variables

Cuadro N° 1 Operacionalización de variables

VARIABLE INDEPENDIENTE: PRODUCTO TURISTICO					
VARIABLE	CONCEPTO	CATEORIA	INDICADORES	INSTRUMENTOS	PREGUNTAS
Producto Turístico	El conjunto de bienes servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores	Bienes y Servicios	➤ Número y tipos de actividades	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuestas ➤ Entrevistas ➤ Fichas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Genero? <ol style="list-style-type: none"> a. ¿Edad? b. ¿Lugar de procedencia? c. ¿Instrucción? 2. ¿Cuál es el motivo por el que realiza su viaje? 3. ¿Con quién viaja usualmente? 4. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en el cantón Chunchi?
		Consumos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estadísticas ➤ Registros 		
		Consumidor	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Local ➤ Regional ➤ Nacional ➤ Internacional 		
VARIABLE DEPENDIENTE: OFERTA TURISTICA					
Oferta Turística	La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. Bibliografía: Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.	Recursos e infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atractivos turísticos ➤ Infraestructura turística ➤ Servicios turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fichas de inventarios turísticos ➤ Encuestas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿A través de que medio usted se informa de nuevos sitios turísticos? 2. ¿Qué actividades le gustaría realizar dentro del cantón Chunchi? 3. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a pernoctar en el cantón Chunchi? 4. ¿Conoce usted cuantos productos turísticos existen en el cantón Chunchi? 5. ¿Cuál de los siguientes productos consumió durante su visita en la localidad? 6. ¿Considera necesario diseñar otros productos turísticos aparte de los que existes? 7. ¿Cuál de estos productos turísticos le preferiría en el cantón Chunchi? 8. ¿Hasta Cuanto pagaría usted por un paquete turístico?
		Mercado	➤ Tipos de mercados		
		Consumidores	➤ Tipos de segmentos		

2.5. Procedimientos

Mediante los métodos, las técnicas y el tipo de estudio se obtuvo los datos necesarios, para los cuales se emplearán de manera cuidadosa, exhaustiva y exacta al igual que las encuestas utilizando cuestionarios correctamente estructurados, las preguntas que se llevaron a cabo serán cerradas y abiertas, las cuales fueron dirigidas para; turistas nacionales, extranjeros y para la población económicamente activa de Chunchi.

Mediante el programa de Excel, se procedió a la tabulación y presentación de los resultados que se obtuvo en la investigación, permitiendo identificar los resultados.

2.5.1. Técnica

- **La Encuesta.**-Es una de las técnicas que se utilizó para recolectar datos de los turistas reales y potenciales; nacionales y extranjeros que visitan el cantón, con preguntas relacionadas a nuestra investigación, el cual permitirá identificar la oferta, la demanda, así como también las necesidades insatisfechas de los visitantes, las mismas que se dio alternativas de solución, para convertir al cantón en un destino turístico nacional e internacional.
- **La Observación:** Permite observar al objetivo de estudio con el fin de extraer información y registrarla para posteriormente proceder analizarlas.

2.6. Procesamiento y análisis

El procesamiento de la información se efectuará de la siguiente manera:

- ✓ En lo referente a la formulación de las encuestas se realizó la respectiva tabulación mediante la ilustración gráfica, sea esta en barras, este método me permito tener una información ordenada y clara del trabajo realizado.

- ✓ Recopilada la información y realizada la tabulación se efectuó un estudio estadístico, y un análisis e interpretación de los resultados de una manera objetiva, también se realizó la verificación de las hipótesis planteadas en el trabajo investigativo.

- ✓ Una vez realizado el plan de procesamiento de la información se planteó las conclusiones y recomendaciones que surgieron de la investigación.

CAPÍTULO III

III. RESULTADOS

3.1. Diagnóstico situacional turístico del Cantón Chunchi.

3.1.1. Datos Generales

Fundación.- 4 de Julio 1944

Extensión.- 279 Km²

Rango Latitudinal: su altitud oscila desde los 1.500 hasta los 4.300 m.s.n.m. y su clima varía de frío a subtropical, su temperatura promedio va de 14 a 21°C,

3.1.2. Ubicación geográfica

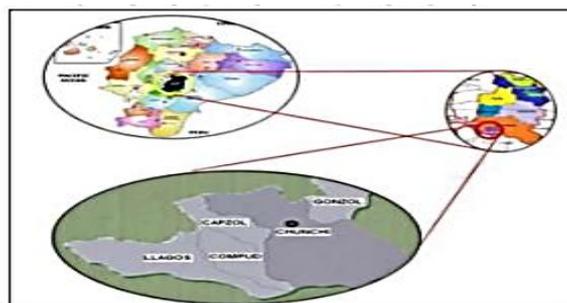


Figura N° 3 Ubicación geográfica

Fuente: Unidad de Turismo
Elaborado por: Equipo Técnico GAD Municipal de Chunchi.

3.1.3. Límites

Norte: Cantón Alausí

Sur: Provincia del Cañar

Este: Cantón Alausí

Oeste: Cantón Alausí

Chunchi cuenta con 52 asentamientos poblaciones, 5 cabeceras parroquiales, 20 comunidades no jurídicas y 27 comunas jurídicas las mismas que se detallan a continuación:

a) Parroquia matriz Chunchi

En la matriz están las siguientes comunidades: Magna, Patococha, Launag Grande, Toctezinin, Tagshana, Chirvo, Saguan, Los Laureles, Chimbaunag, San 46 Francisco, Chaguarpata, Launag Chico, Bacún, Callanga, Bailanapamba, Chaseo, Chaullabamba, Tapay, Cochapamba, Charron, Lluquillay, Ramosloma, Llarucun, Lluquillay, Chanchán. (Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Chunchi)

b) Parroquia Gonzol

“En la parroquia Gonzol están ubicadas las comunidades de: Cochapamba, San Martín, Zunag, Iltus.”(Gonzol, 2012)

c) Parroquia Capsol

“La parroquia Capsol tiene en su territorio las comunidades de: Piñancay, Pasaloma, Pacucansha, Yaute, Siltur”(Capsol, 2012).

d) Parroquia Compud

“Las comunidades que están en la jurisdicción de la Parroquia Compud son: Saguin, Cullun, Tauri, Verde Pamba, Compud Viejo”(Compud, 2012).

e) Parroquia Llagos

“Dentro del territorio de la parroquia Llagos están las comunidades de: Paccha, Pacchala, Santa Rosa, Joyagshí, San Cristóbal, Tablón, Saguin Alto, Pabellón, Llashipa, Saguin, Angas”(Llagos, 2012)

3.1.4. Reseña histórica

El cantón Chunchi se encuentra en la provincia de Chimborazo en el Ecuador. Está ubicado en el extremo sur de la provincia. Chunchi es conocido como el Sillón Andino del Ecuador.

La zona empezó a ser habitada por tribus de procedencia Cañari. Y probablemente su nombre original habría sido Chunchi, fue evacuada por la alarma que ocasionó la conquista Incásicas dirigidas por Tupac Yupanqui. “La máxima jerarquía de estos grupos humanos estaba representada por el hombre más anciano y diestro en el arte de la guerra, debido a que fue pueblo que vivía en constantes conflictos guerreros con sus vecinos. La mujer estaba dedicada al cuidado del hogar, cultivo de la tierra y crianza de animales domésticos, siendo sus principales productos; maíz, patatas, zapallos, ocas, mellocos, habas, mashuas y ají”(Bonilla, 2013).

Algunos restos arqueológicos en cerámica como: cerros, serpientes, piedras jaspeadas y otros objetos llamativos testimonios la dinámica sociocultural del cantón. En su

cosmovisión de religiosidad adoraban a la laguna de culebrillas, cerca de Zigzig, y al monte Huacayñan “camino llano”. Los incas expanden su territorio y como huella de su paso por la historia del Cantón Chunchi, reposa en la jurisdicción cantonal el tramo mejor conservado del Qhapac Ñan o Camino del Inca, obra arquitectónica ancestral.

El 4 de julio de 1944 bajo la presidencia del Dr. José María Velasco Ibarra el pueblo de Chunchi se catonizó. Se conmemoran esta fecha con varias actividades tradicionales como toros, desfiles, ferias gastronómicas, campeonatos deportivos, conciertos, etc.

“Haciendo referencia a los vocablos pertenecientes al Cañari, en la Relación de Martin Cavarria se aprecia que el cantón Chunchi, que en su lengua quiere decir “QUEMA” se llamó así porque en verano cuando la paja estaba ya seca, venia de las partes cálidas langostas y para destruir o ahuyentarías prendían fuego a los pajonales. Por otro lado Chunchi es conocido también atardecer rojo debido a los rayos del sol la época de verano al ocultarse forja una luz roja que en conjunto con el entorno simulan el ocaso del sol en el mar. Las parroquias Capsol y Compud se crean mediante ordenanzas discutidas los días 6, 9 y 25 de agosto de 1944”(Chunchi, 2012).

“El 1 de febrero de 1945 llegaba a Chunchi un telegrama de la Secretaría de la Honorable Asamblea Nacional haciendo conocer que la Comisión de Emergencia ha resuelto someter a plebiscito la nueva anexión de las parroquias de Gonzol, Sevilla y Pistishí al cantón Alausí y al de Chunchi las zonas de Joyagshí, Santa Rosa y Llagos”(Chunchi, 2012).

“La elección se realizó en junio de 1945. Chunchi resolvió, en aras de la paz y concordia provincial, aceptar la delimitación sancionada por la Asamblea Constituyente con decreto del 10 de marzo de 1945 y artículo 2 del decreto del 15 de noviembre de 1946, con los que se fijan los linderos definitivos anexando a Chunchi las zonas colindantes con Cañar, en recompensa de Sevilla y Pistishí”(Correa, 2012).

3.1.5. Servicios básicos

✓ Educación

Antes de la autodenominada revolución ciudadana había un sistema educativo, dentro de un marco constitucional, legal y reglamentario. Y hubo programas exitosos, proyectos pedagógicos y reformas focalizadas, y también problemas estructurales que dejaron huellas en las generaciones que, para bien o para mal, se formaron dentro de ese esquema que se pretende cambiar. La política pública en la educación, y en especial la creación de la nueva institucionalidad, mediante la rectoría del sistema reestructura integral y desconcentración, en zonas, distritos y circuitos.

✓ Salud

La información proporcionada por el Ministerio de Salud Pública Zonal 3 mantiene unidades operativas de tipo hospital general, subcentro de salud y puesta de salud dispersos en todo su territorio cubriendo la mayor parte de necesidades de sus usuarios en el cantón Chunchi.

✓ Energía eléctrica

La mayoría de la población del Ecuador la forma de abastecimiento del suministro eléctrico se da de distintas maneras debido a la ubicación geográfica accesibilidad e inversión de sus respectivas encargos en el cantón Chunchi.

✓ Recolección de basura

En cada centro de cada población este servicio se vuelve más común pero en sus alrededores en donde presenta dificultades para las autoridades y que sus pobladores

adoptan distintas formas de deshacerse de los desechos generados, por lo cual el servicio de recolección de la basura se divide por dos partes con un recolector brinda su servicio en las comunidades con días programados, y el otro recolector en el pueblo.

✓ **Agua potable**

Al igual que los demás servicios básicos la distribución de este servicio depende de varios factores geográficos para sus pobladores, pero siendo de mayor facilidad para acceder en los centros poblados.

✓ **Servicio telefónico**

En la actualidad se considera como un servicio básico este servicio, con el avance de la tecnología ya no se lo considera un lujo si no una prioridad la comunicación en todo el país, las principales operadoras que funciona en el cantón Chunchi.

- Claro
- Movistar
- CNT

✓ **Servicio de transporte**

En el siguiente cuadro se detalla cada una de las cooperativas de transporte que se encuentran dentro del cantón Chunchi con sus respectivas rutas, horarios y costos:

Tabla N° 3 Servicio de transportes

COOPERATIVA	RUTA	HORARIOS		COSTO
		Día	Retorno	
Cooperativa de transporte Chunchi	Chunchi- Riobamba	04H15 am	04H00 am	\$ 3,50
		05H00 am	06H15 am	
		06H10 am	07H00 am	
		07H15 am	10H00 am	
		08H00 am	12H15 pm	
		09H00 am	13H45 pm	
		10H00 am	14H45 pm	
		14H00 pm	16H15 pm	
		15H00 pm	16H45 pm	
		16H00 pm	17H45 pm	
		17H00	18H20 pm	
		Chunchi – Cuenca	05H45 am	
Chunchi – Guayaquil	04H00am	12:30 pm	\$ 6,00	
	05H00 am	13:30 pm		
Cooperativa San Nicolás	Recorridos parroquiales y comunidades	24 horas	-	\$ 5,00 a \$ 20,00
Cooperativa de taxis Rodríguez Piña	Recorridos parroquiales y comunidades	24 horas	-	\$ 1,00 a \$ 12,00

Fuente:Unidad de Turismo

Elaborado por:Tania Humala

✓ **Vías de acceso**

La principal vía de acceso hacia el cantón es la Panamericana Sur, la misma que conecta hacia el norte con las ciudades de: Riobamba (124 Km), Quito (315 Km) y hacia al sur a las ciudades de Cuenca (124 Km) y Guayaquil (180 Km), además Chunchi cuenta con una vía alternativa denominada Chanchan la cual se dirige hacia la provincia del Guayas y de Chimborazo.

3.2. Aspectos socio económicos

Dentro del cantón Chunchi las actividades económicas es mayoritariamente la agricultura por la diversidad de sus climas con gran variedad de productos alimenticios como; maíz, pepinos, tomate, zanahoria, col, papas, alverja, habas, frejol, trigo, cebada, lechuga, pimienta, cebolla, ocas, mashuas, frutilla, babaco, mora, durazno. La segunda fuente de ingreso es la ganadería se calcula que se produce de 10-12 mil litros de leche por día por lo que se ha forjado microempresas de derivados de leche como: queso, yogurt, manjar, mantequilla. Otras fuentes de ingresos económicos es la construcción, el comercio y en escaso el turismo.

✓ Migración

La población del cantón Chunchi tiende a migrar con la finalidad de mejorar la situación económica de sus familiares, los países que han sido destino de preferencia, son: Estados Unidos y España se debe a que las oportunidades de trabajo son mejores, lo que permite enviar remesas a sus familiares, la periodicidad de estos envíos es trimestral.

3.3. Aspectos políticos

La municipalidad del cantón Chunchi está conformada por cuatro niveles orgánicos funcionales.

1. NIVEL DIRECTIVO: conformado por el Consejo y el Alcalde
2. NIVEL ASESOR: conformado por el sindicato y la auditoría interna
3. NIVEL DE APOYO: conformado por la secretaria general
4. NIVEL OPERATIVO: conformado por la

Jefatura financiera.-dentro de la cual cuenta con el departamento de; Contabilidad, tesorería, Recaudación, Rentas, y Proveeduría.

Dirección de obras públicas.- Conformado por los departamentos de; Fiscalización, Planificación, Avalúos y Catastros, Gestión de Riesgos, y Gestión Ambiental,.

Jefatura Administrativa y de Talento Humano.- Conformado por los Departamentos de; Desarrollo Comunitario, Educación, cultura y Deporte, Escuela para niños con capacidades diferentes, Biblioteca y Unidad de turismo.

Comisaria.- Cuenta con; Justicia, política y vigilancia a su vez Servicios Generales.

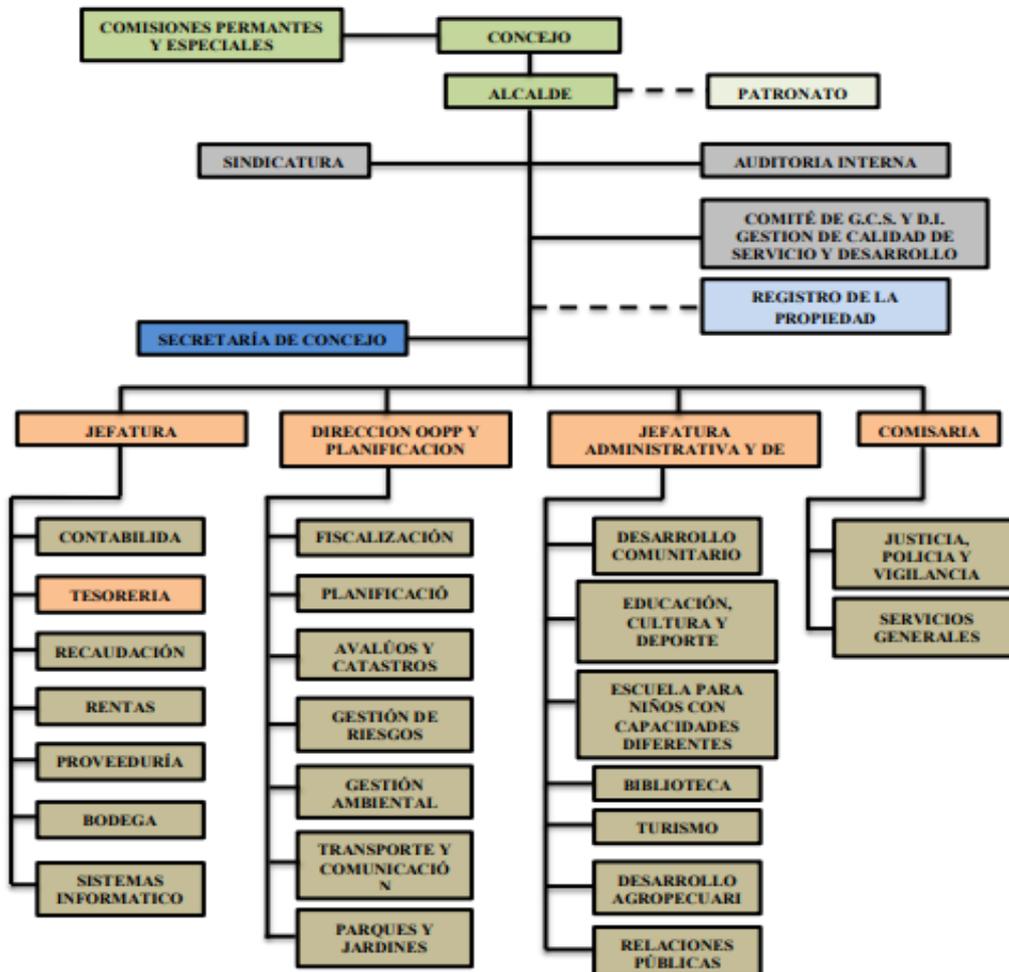


Figura N° 4 Estructura orgánica del gobierno autónomo descentralizado Municipal del Cantón Chunchi

Fuente:GAD Municipal de Chunchi 2013

3.4. Aspectos Turísticos

El cantón Chunchi a pesar de que cuenta con veinte y cinco recursos turísticos potenciales, tanto naturales como culturales aún no se ha podido desarrollar de una manera eficiente, sin embargo dentro del territorio se maneja tres líneas de turismo: arqueológico, cultural y ecoturismo, los mismos que se han desarrollado gracias a los atractivos potenciales de la localidad que son: el Templo Andino Puñay, el Camino del Inca (turismo arqueológico y cultural) y el bosque nativo Bacún (ecoturismo).

3.4.1. Resultado de la encuesta de los turistas

1. ¿Género?

Tabla N° 4 Género de los turistas.

GÉNERO	NÚMERO	PORCENTAJE
Masculino	58	47,5%
Femenino	64	52,5%
TOTAL	122	100,0%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

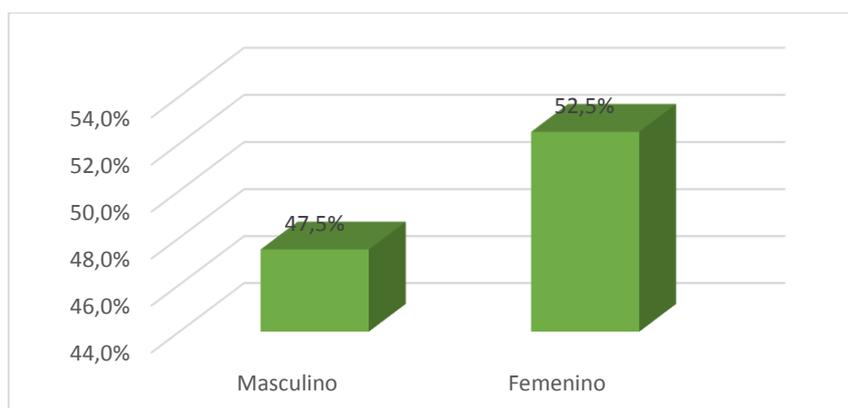


Gráfico N° 2 Género de los Turistas.

Del total de 122 turistas encuestados en el cantón Chunchi, tenemos que género femenino representa el 53% frente a un 47% del género masculino.

2. Edad

Tabla N° 5 Edad de los turistas

EDAD DE TURISTAS		
EDAD	TURISTAS	PORCENTANJE
13-23	58	48%
24- 33	52	43%
34- 43	9	8%
44-53	3	3%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

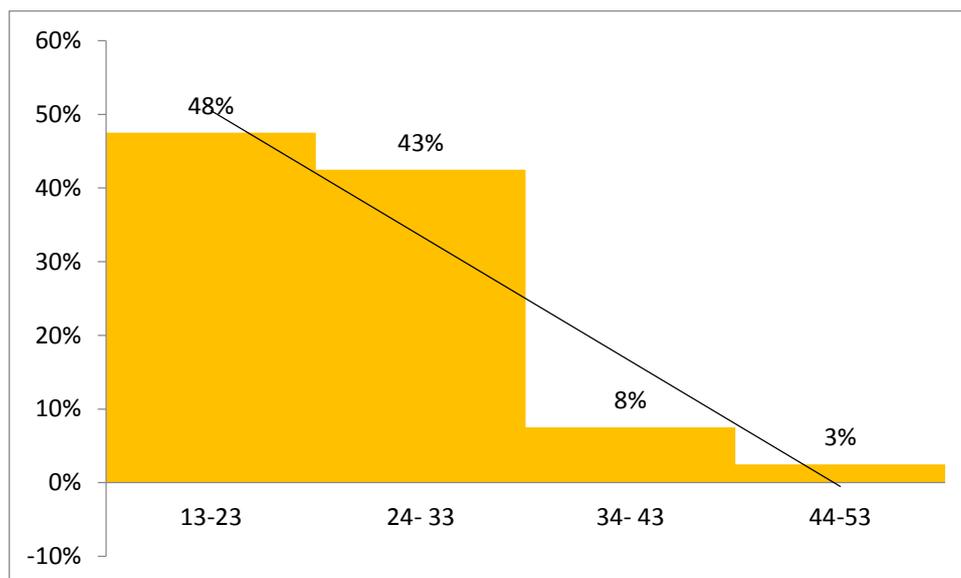


Gráfico N° 3 Edad de los turistas

De las 122 encuestas aplicadas se obtuvo distintas esferas de edades siendo los más representativos los rangos de 13-23 años de edad con el 47%, 24-33 años con el 42%, el 8% al rango de 34-43 años y el 3% al rango de 44-53 años de edad.

3. Lugar de procedencia

Tabla N° 6Procedencia de los turistas.

PROCEDENCIA DE TURISTAS		
PROCEDENCIA	TURISTAS	PORCENTAJE
Nacional	65	53%
Internacional	57	47%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

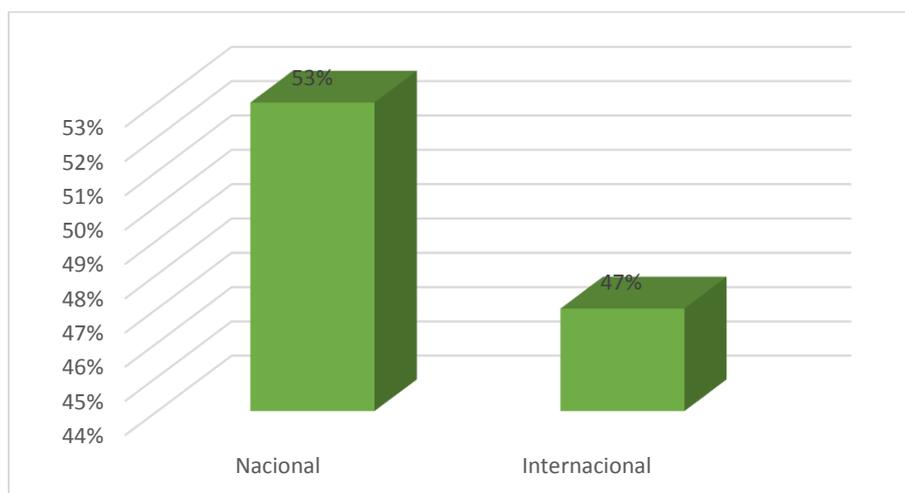


Gráfico N° 4 Procedencia de los turistas.

La procedencia de los turistas de las 122 encuestas elaboradas nos da como resultado que el 53% es de turistas Nacionales y el 47% son turistas internacionales.

4. Instrucción

Tabla N° 7 Instrucción de los turistas

INSTRUCCIÓN DE TURISTAS		
INTRUCCION	NÚMERO	PORCENTAJE
Primaria	10	8%
Secundaria	77	63%
Superior	32	26%
Posgrado	3	3%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

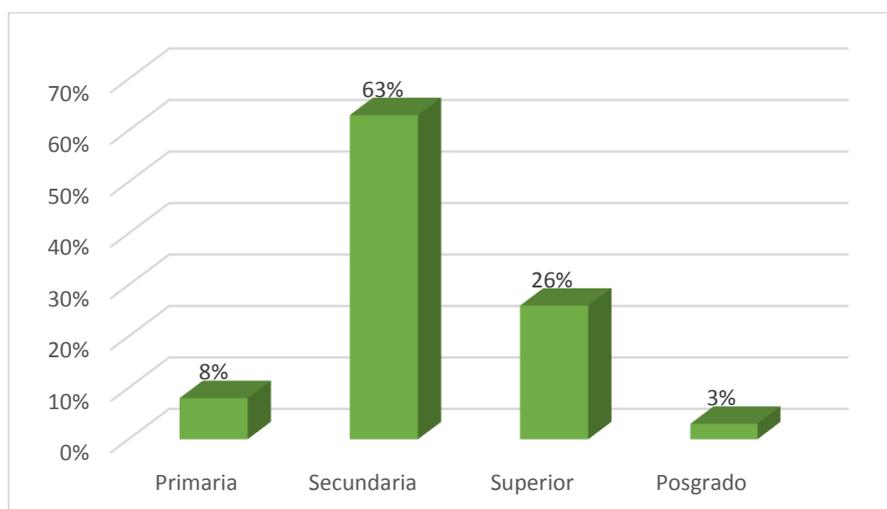


Gráfico N° 5 Instrucción de los turistas

El tipo de instrucción la cual tiene los turistas encuestados existe un 63% con instrucción secundaria, un 26% con instrucción Superior, un 8% con instrucción primaria, y un 3% con instrucción de posgrado.

5. ¿Cuál es el motivo por el que realiza su viaje?

Tabla N° 8 Motivación de viaje de los turistas

MOTIVACION DEL VIAJE TURISTAS		
MOTIVO	NUMERO	PORCENTAJE
Turismo	54	42,5%
Negocio	18	15%
Investigación	38	32,5%
Vacaciones familia	12	10%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

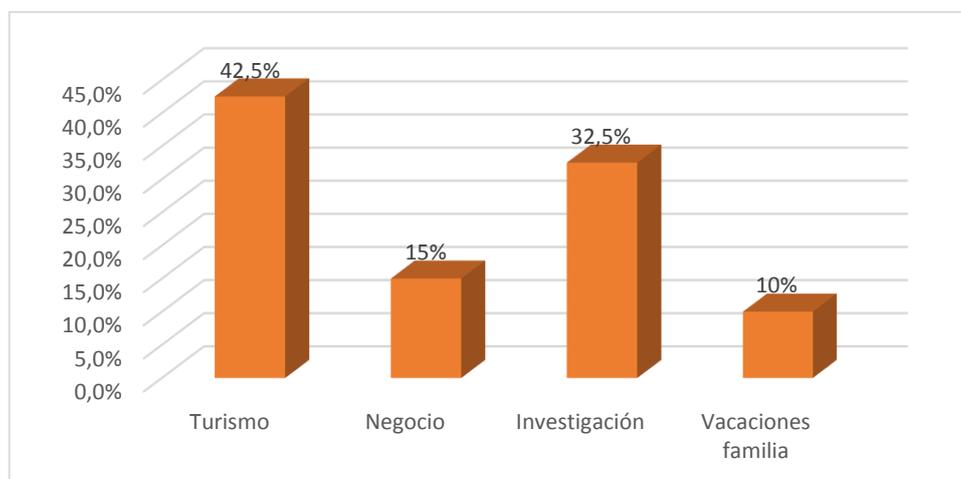


Gráfico N° 6 Motivación de viaje de los turistas

De acuerdo con la preferencia de los turistas encuestados la motivación mayoritaria es el turismo con el 42,5%, investigación con el 32,5%, de negocios con el 15%, y el 10% con el motivo de las vacaciones con la familia.

6. ¿Con quién viaja usualmente?

Tabla N° 9 Con quién viaja usualmente

CON QUIÉN VIAJA USUALMENTE		
CON QUIÉN VIAJA	NÚMERO	PORCENTAJE
Solo	21	17,5%
Amigos	6	5%
Familia	18	15%
Pareja	15	12,5%
Amigos/pareja	62	50%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

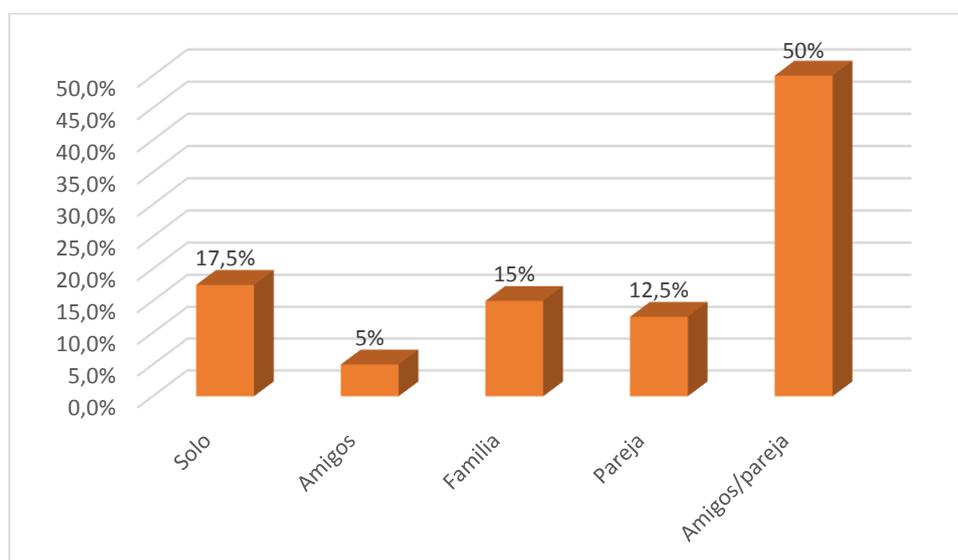


Gráfico N° 7 Con quién viaja usualmente

Los encuestados afirman en un 50% que prefieren viajar con amigos y la pareja, un 17,5% prefieren viajar solos, un 15% viajan con toda la familia, un 12,5% viaja con la pareja y el 5% viajan solo entre amigos.

7. ¿Qué servicios turísticos le gustaría encontrar en el cantón Chunchi?

Tabla N° 10 Servicios consumidos por los turistas

SERVICIOS CONSUMIDOS TURISTAS		
SERVICIOS	NÚMERO	PORCENTAJE
Alimentación	9	7,5%
Alojamiento	6	5%
Trasporte	9	7,5%
Guianza	3	2,5%
Alimentación/ transporte	6	5%
Alimentación/guianza	27	22,5%
Guianza/Alojamiento	43	35%
Trasporte/alojamiento	19	15%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

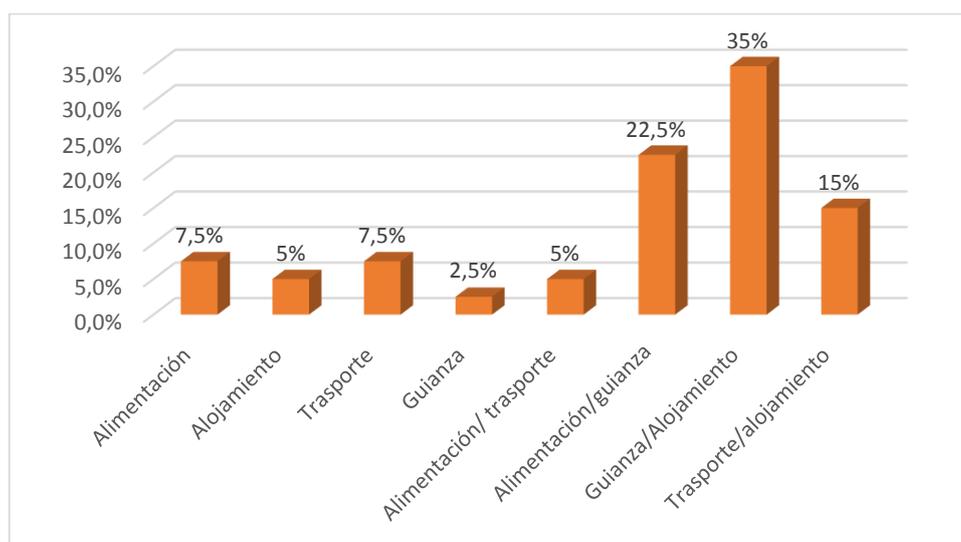


Gráfico N° 8 Servicios consumidos por los turistas

Dentro de la preferencia de servicios que tienen los turistas esta la combinación de guía y alojamiento con el porcentaje más alto del 35%, seguida por alimentación y guía el 22,5%, transporte y alojamiento con el 15%, a continuación la alimentación con el 7,5%, transporte con el 7,5%, posterioridad con el alojamiento del 5%, la alimentación y el transporte con el 5% y finalmente la guía con el 2,5% de los encuestados.

8. ¿Qué medios de comunicación utiliza normalmente para informarse?

Tabla N° 11 Medios de información

MEDIOS DE INFORMACIÓN		
MEDIOS	NÚMERO	PORCENTAJE
Radio	18	15%
Televisión	15	12,5%
Internet	40	32,5%
Revistas	6	5%
Guías de Turismo	6	5%
Redes Sociales	37	30%
Centros de información	0	0%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

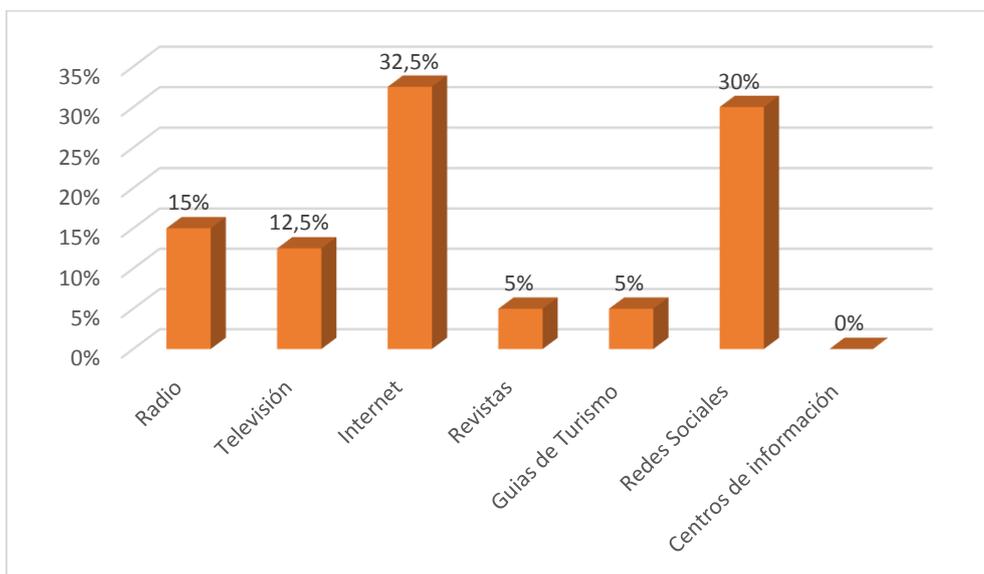


Gráfico N° 9 Medios de información

La manera de acceder a la información de los turistas está bien marcada ya que el 32,5% lo hace mediante el internet, el 30% se informa por las redes sociales, 15% a través de la radio, 12,5% mediante la herramienta de la televisión, el 5% por las revistas y el otro 5% a través de las guías de información turística.

9. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto usted a pernoctar en el cantón Chunchi?

Tabla N° 12 Tiempo de pernoctar

TIEMPO DE PERNOCTAR		
TIEMPO	NÚMERO	PORCENTAJE
De 1 a 3 días	33	27,5%
De 3 a 4 días	31	25%
De 5 a 6 días	27	22,5%
Mas a 6 días	31	25%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

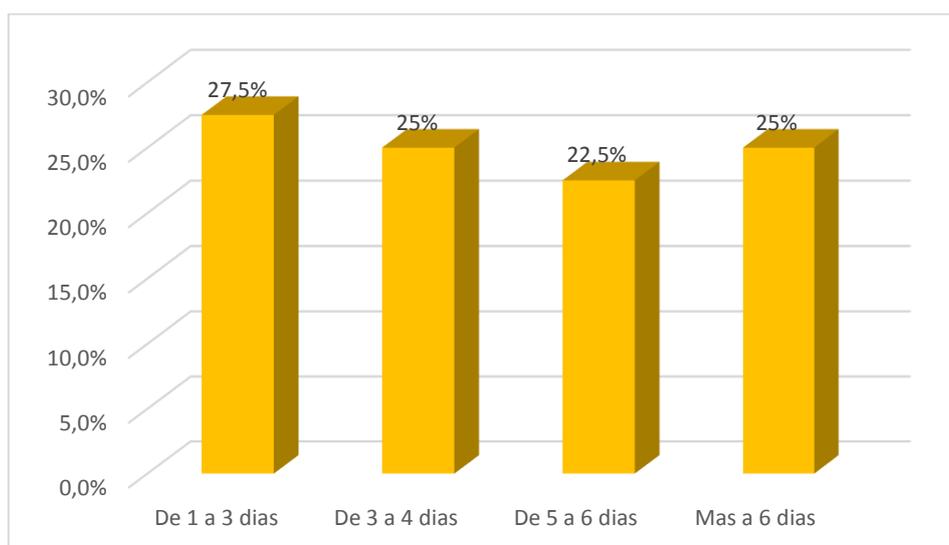


Gráfico N° 10 Tiempo de pernoctar

De acuerdo a las encuestas realizadas el tiempo de pernoctar de los turistas el 27% se alojan de 1 a 3 días, el 25% se hospedan de 3 a 4 días o más de 6 días y el 22,5% dice alojarse en un promedio de 5 a 6 días.

10. ¿Qué tipo de actividades desea realizar usted durante su permanencia?

Tabla N° 13 Actividades realizadas turistas.

ACTIVIDADE REALIZADAS TURISTAS		
ACTIVIDADES	NÚMERO	PORCENTAJE
Cabalgatas	66	55%
Caminata	18	14%
Ciclismo	1	1%
Pesca deportiva	33	27,0%
Observación de Aves	4	3,0%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

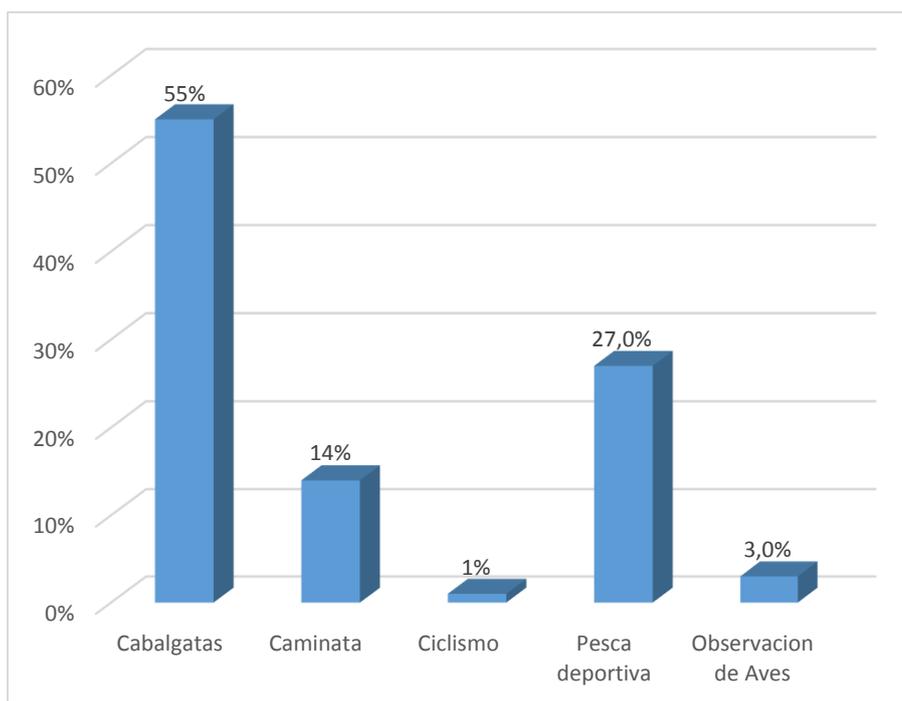


Gráfico N° 11 Actividades realizadas turistas

Dentro de las actividades que desean realizar es el 55% es desean las cabalgatas, el 27% desea realizar pesca deportiva, 14% caminatas, 3% la observación de aves, 1% desean realizar ciclismo.

11. ¿Cuál de los siguientes productos turísticos consumió en la localidad?

Tabla N° 14 Productos Turísticos que consumió

Productos que consumió usted		
Producto	NÚMERO	PORCENTAJE
Ruta de los cerros	12	10%
Ruta de la Fe	31	25%
Ruta Histórica del Sur	35	29%
Ruta de Lagunas	44	36%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

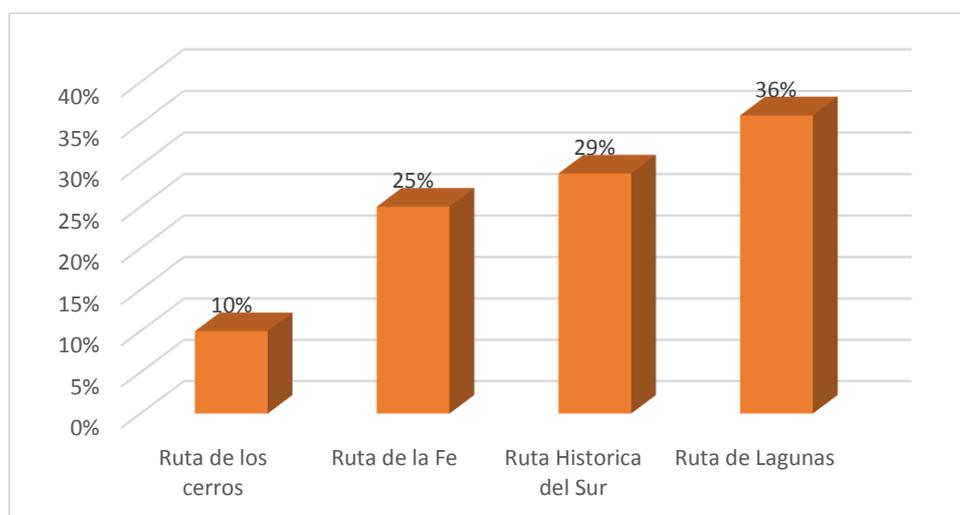


Gráfico N° 12 Productos turísticos para competitividad.

Según el resultado de la encuesta los turistas han consumido el producto de lagunas con el 36%, la ruta Histórica del sur con el 29%, la ruta de la Fe con el 25% y la ruta de los cerros con el 10%

12. ¿Considera necesario diseñar productos turísticos para la competitividad con las zonas turísticas de la provincia de Chimborazo?

Tabla N° 15 Productos turísticos para competitividad.

DISEÑO DE PRODUCTO TURISTICO PARA COMPETITIVIDAD		
DISEÑO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	117	95,8%
No	5	4,2%
TOTAL	122	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

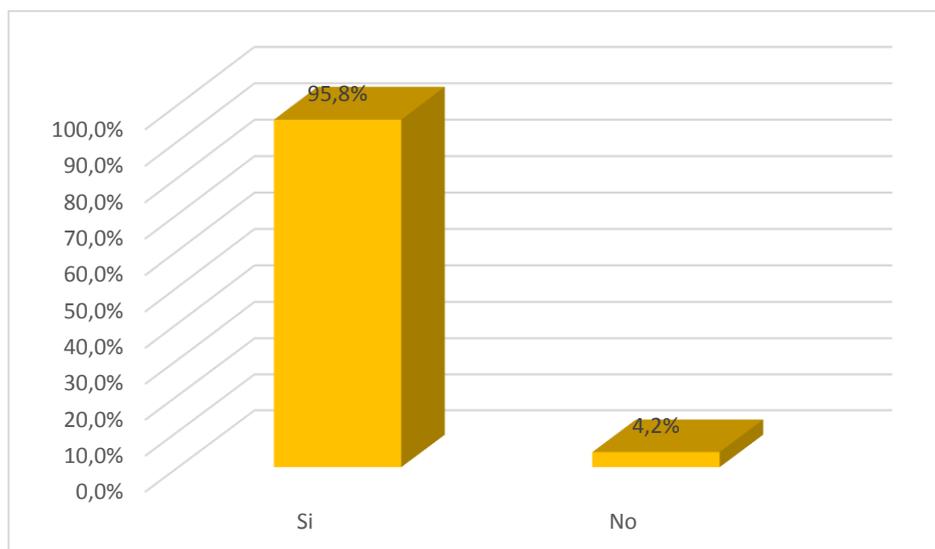


Gráfico N° 13 Productos turísticos para competitividad.

Mediante la encuesta realizada los turistas responde en el 95,8% si diseñar productos turísticos para diversificar la oferta y competir con los demás productos turísticos de la zona del Chimborazo y el 4,2% no está de acuerdo.

3.4.2. Resultado de la encuesta de la población económicamente activa (PEA)

1. ¿Género?

Tabla N° 16 Género de la población (PEA)

GENERO TURISTAS		
GENERO	NÚMERO	PORCENTAJE
Masculino	113	47,5%
Femenino	125	52,5%
TOTAL	238	100,0%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

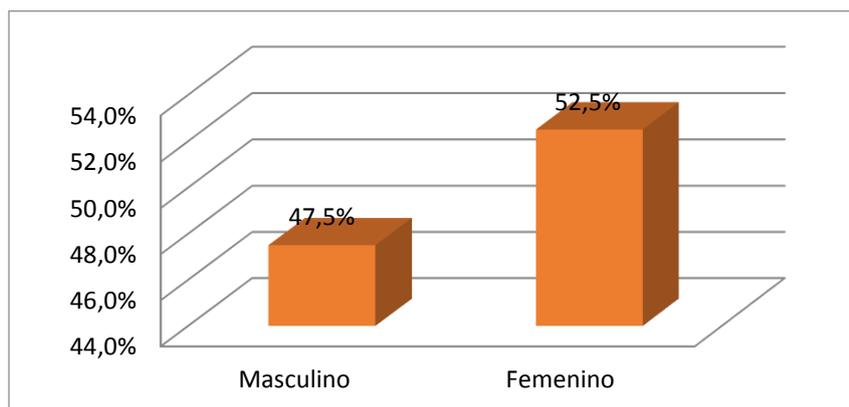


Gráfico N° 14 Género de la población (PEA)

Del total de la población económicamente activa del cantón Chunchi, tenemos que género femenino representa el 53% frente a un 47% del género masculino.

2. Edad

Tabla N° 17 Edad de la población (PEA)

EDAD DE TURISTAS		
EDAD	TURISTAS	PORCENTANJE
13-23	114	48%
24- 33	101	43%
34- 43	17	8%
44-53	6	3%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

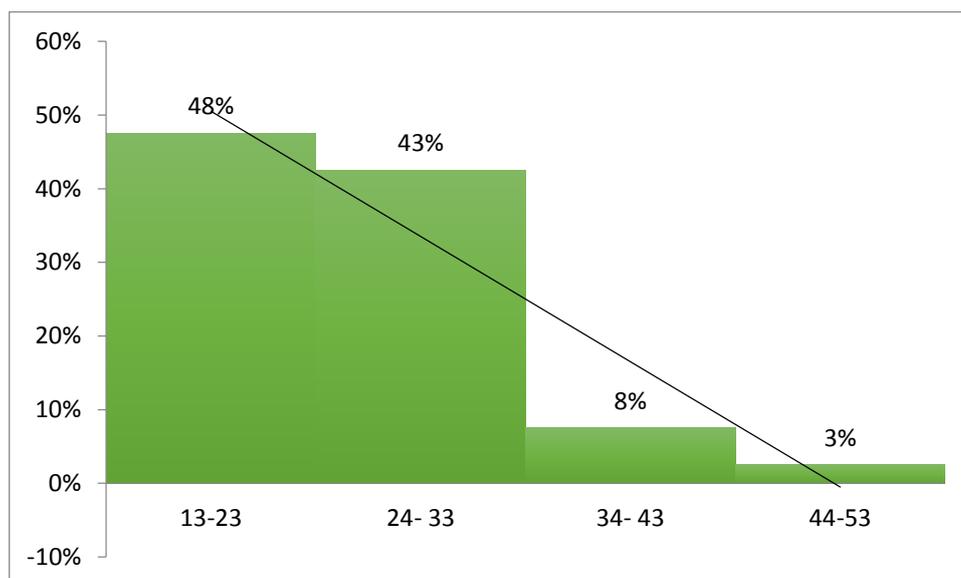


Gráfico N° 15 Edad de la población (PEA)

De las 238 encuestas aplicadas se obtuvo distintos esferas de edades siendo los más representativos los rangos de 13-23 años de edad con el 48%, 24-33 años con el 43%, el 8% al rango de 34-43 años y el 3% al rango de 44-53 años de edad.

3. Lugar de procedencia

Tabla N° 18 Procedencia de la población (PEA)

PROCEDENCIA DE TURISTAS		
PROCEDENCIA	TURISTAS	PORCENTAJE
Nacional	213	89%
Internacional	25	11%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

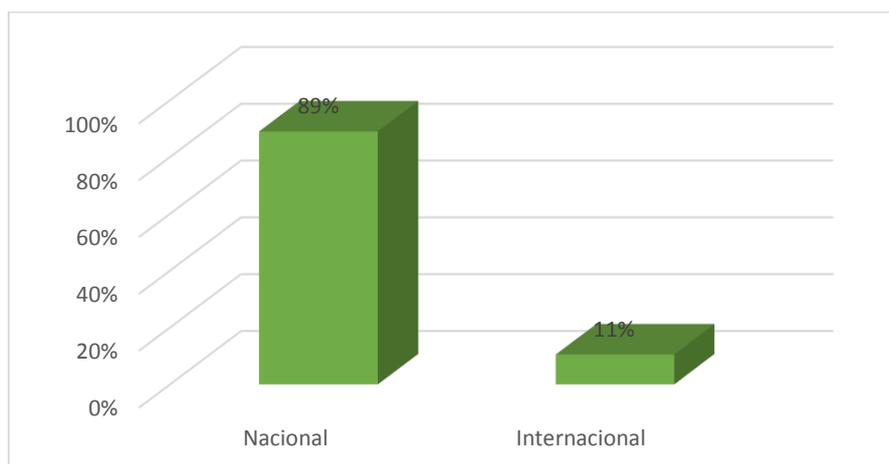


Gráfico N° 16 Procedencia de la población (PEA).

La procedencia de la población (PEA) de las 238 encuestas elaboradas nos da como resultado que el 89% es de turistas Nacionales y el 11% son turistas internacionales.

4. Instrucción

Tabla N° 19 Instrucción de la población (PEA)

INSTRUCCIÓN DE TURISTAS		
INTRUCCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Primaria	20	8%
Secundaria	150	63%
Superior	61	26%
Posgrado	7	3%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

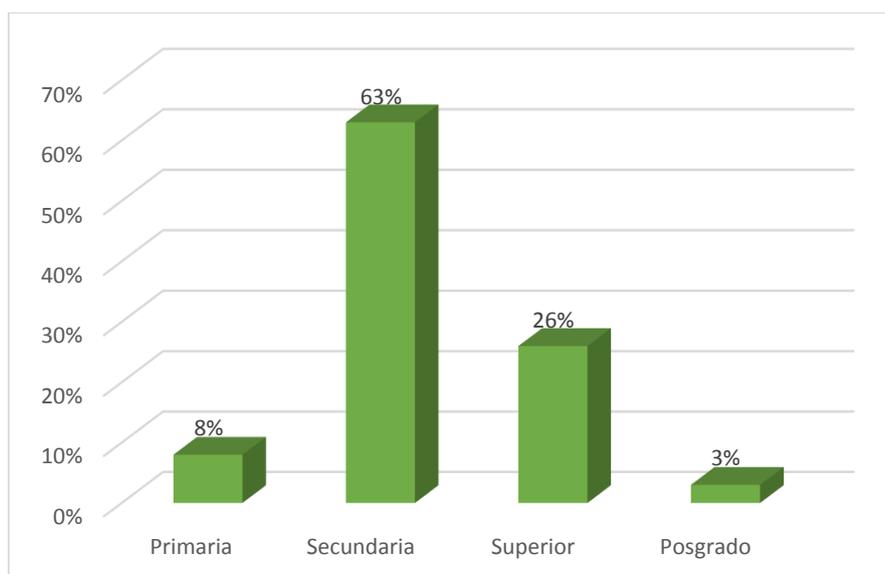


Gráfico N° 17 Instrucción de la población (PEA)

El tipo de instrucción la cual tiene la población (PEA) existe un 63% con instrucción secundaria, un 26% con instrucción Superior, un 8% con instrucción primaria, y un 3% con instrucción de posgrado.

5. ¿Cuál es el motivo por el que realiza su viaje?

Tabla N° 20 Motivación de viaje de la población (PEA)

MOTIVACION DEL VIAJE TURISTAS		
MOTIVO	NUMERO	PORCENTAJE
Turismo	101	42,5%
Negocio	36	15%
Investigación	77	32,5%
Vacaciones familia	24	10%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

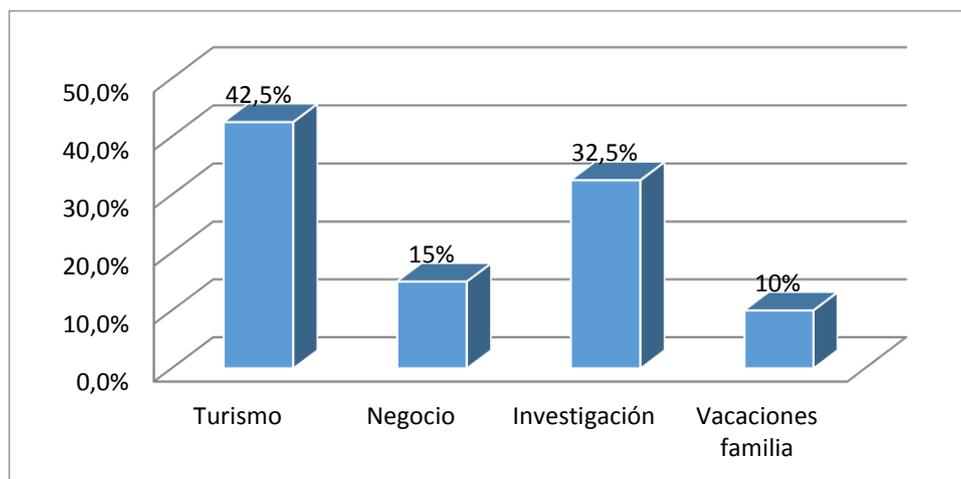


Gráfico N° 18 Motivación de la población (PEA)

De acuerdo con la preferencia de la población (PEA) la motivación mayoritaria es el turismo con el 42,5%, investigación con el 32,5%, de negocios con el 15%, y el 10% con el motivo de las vacaciones con la familia.

6. ¿Con quién viaja usualmente?

Tabla N° 21 Con quién viaja usualmente

CON QUIÉN VIAJA USUALMENTE		
CON QUIÉN VIAJA	NÚMERO	PORCENTAJE
Solo	42	17,5%
Amigos	12	5%
Familia	118	50%
Pareja	30	12,5%
Amigos/pareja	36	15%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

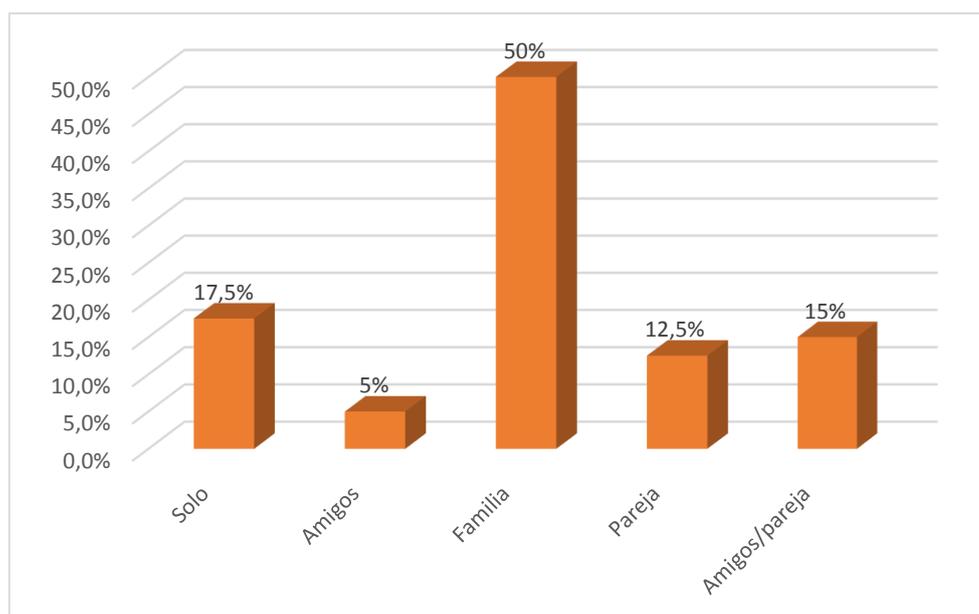


Gráfico N° 19 Con quién viaja usualmente

Los encuestados afirman en un 50% que prefieren viajar con amigos y la pareja, un 17% prefieren viajar solos, un 15% viajan con toda la familia, un 13% viaja con la pareja y el 5% viajan solo entre amigos.

7. ¿Qué servicios turísticos le gustaría encontrar en el cantón Chunchi?

Tabla N° 22 Servicios consumidos de la población (PEA)

SERVICIOS CONSUMIDOS TURISTAS		
SERVICIOS	NÚMERO	PORCENTAJE
Alimentación	18	7,5%
Alojamiento	0	0%
Trasporte	18	7,5%
Guianza	6	2,5%
Alimentación/ transporte	12	5%
Alimentación/guianza	54	22,5%
Guianza/Alojamiento	83	35%
Trasporte/alojamiento	47	20%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

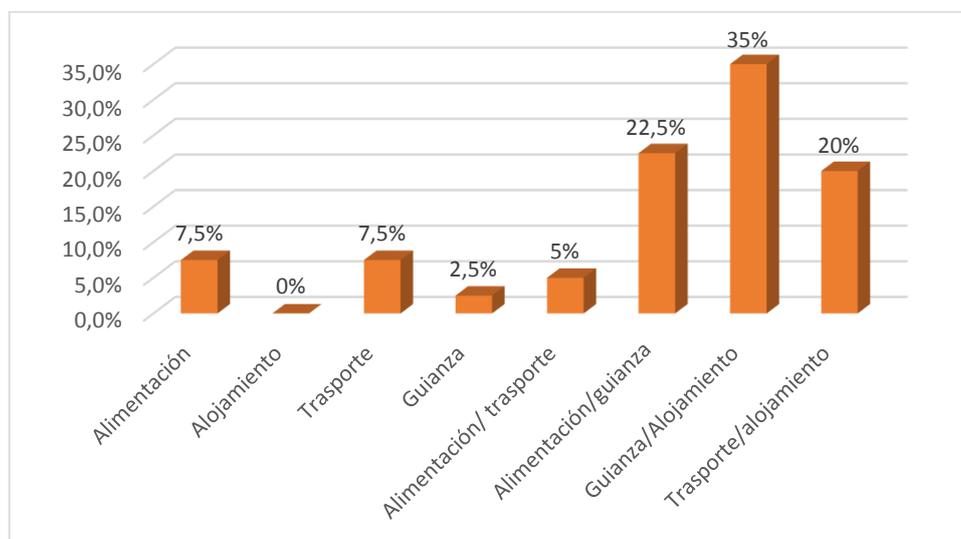


Gráfico N° 20 Servicios consumidos de la población (PEA)

Dentro de la preferencia de servicios que tienen la población (PEA) está la combinación de Guianza y alojamiento con el porcentaje más alto del 35%, seguida por alimentación y guíaanza el 22,5%, transporte y alojamiento con el 20%, a continuación la alimentación con el 7,5%, transporte con el 7,5%, posterioridad con el alojamiento del 0%, la alimentación y el transporte con el 5% y finalmente la guíaanza con el 2,5% de los encuestados.

8. ¿Qué medios de comunicación utiliza normalmente para informarse?

Tabla N° 23 Medios de información

MEDIOS DE INFORMACIÓN		
MEDIOS	NÚMERO	PORCENTAJE
Radio	48	20%
Televisión	30	12,5%
Internet	77	32,5%
Revistas	0	0%
Guías de Turismo	12	5%
Redes Sociales	71	30%
Centros de información	0	0%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

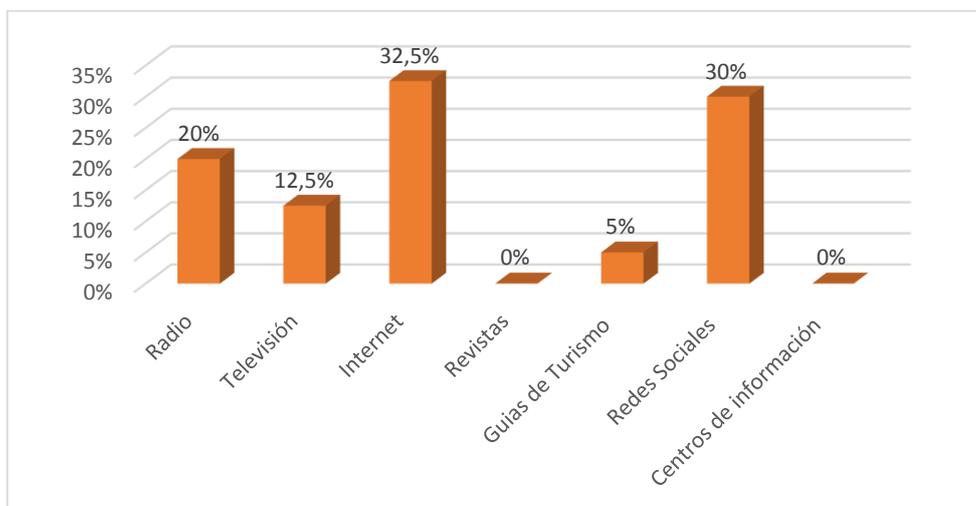


Gráfico N° 21 Medios de información

La manera de acceder a la información la población (PEA) está bien marcada ya que el 32,5% lo hace mediante el internet, el 30% se informa por las redes sociales, 20% a través de la radio, 12,5% mediante la herramienta de la televisión, el 0% por las revistas y el otro 5% a través de las guías de información turística.

9. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto usted a pernoctar en el cantón Chunchi?

Tabla N° 24 Tiempo de pernoctar

TIEMPO DE PERNOCTAR		
TIEMPO	NÚMERO	PORCENTAJE
De 1 a 3 días	65	27,5%
De 3 a 4 días	60	25%
De 5 a 6 días	53	22,5%
Mas a 6 días	60	25%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

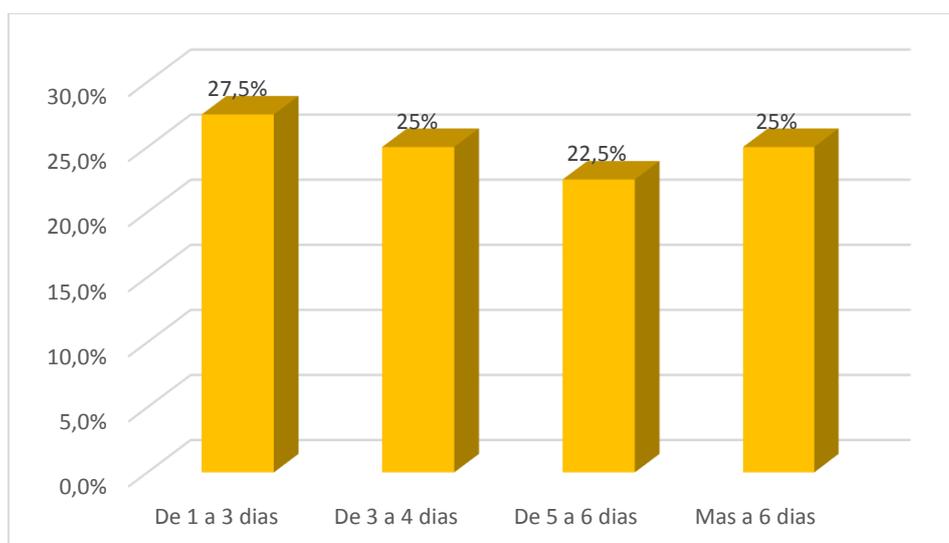


Gráfico N° 22 Tiempo de pernoctar

De acuerdo a las encuestas realizadas el tiempo de pernoctar de los turistas el 27,5% se alojan de 1 a 3 días, el 25% se hospedan de 3 a 4 días o más de 6 días y el 22,5% dice alojarse en un promedio de 5 a 6 días.

10. ¿Qué tipo de actividades desea realizar usted durante su permanencia?

Tabla N° 25 Actividades realizadas de la población (PEA).

ACTIVIDADE REALIZADAS TURISTAS		
ACTIVIDADES	NÚMERO	PORCENTAJE
Cabalgatas	129	30%
Caminata	3	25%
Ciclismo	34	20%
Pesca deportiva	44	22,5%
Observación de Aves	28	2,5%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

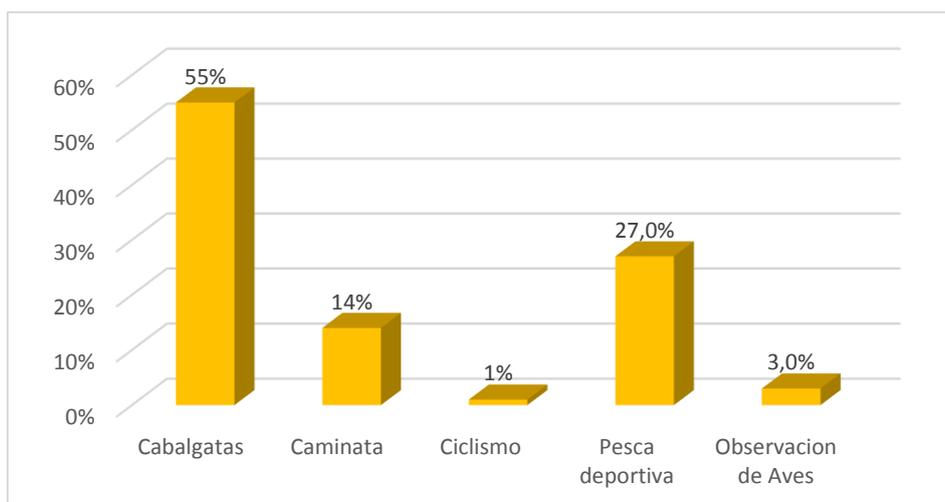


Gráfico N° 23 Actividades realizadas de la población (PEA)

Dentro de las actividades que desean realizar el 30% es cabalgatas, el 25% realizaban caminatas, 22,5% pesca deportiva, 20% ciclismo, el 2,5% observación de aves.

11. ¿Cuál de los siguientes productos turísticos consumió en la localidad?

Tabla N° 26 Productos turísticos que consumió

Productos que consumió usted		
Producto	NÚMERO	PORCENTAJE
Ruta de los cerros	24	10%
Ruta de la Fe	60	25%
Ruta Histórica del Sur	69	29%
Ruta de Lagunas	85	36%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

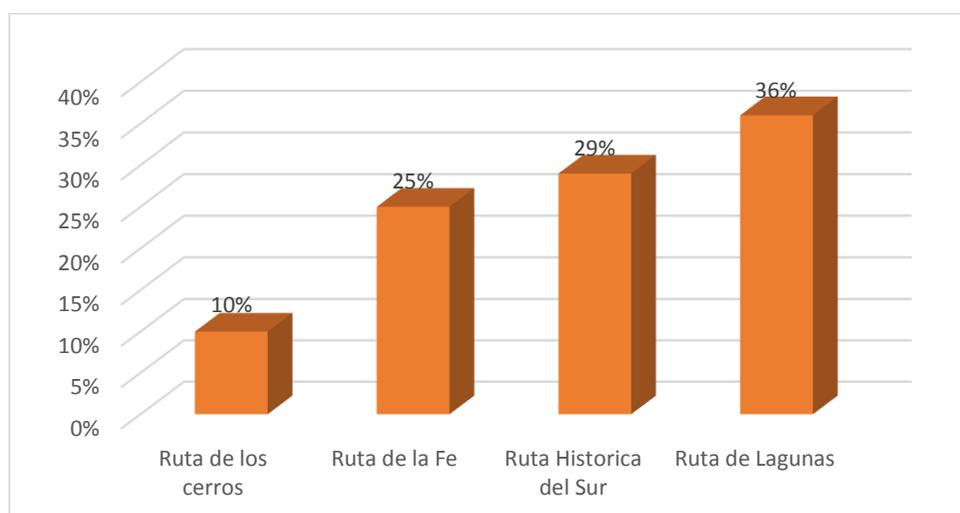


Gráfico N° 24 Productos turísticos para competitividad.

Según el resultado de la encuesta los turistas han consumido el producto de lagunas con el 36%, la ruta Histórica del sur con el 29%, la ruta de la Fe con el 25% y la ruta de los cerros con el 10%

12. ¿Considera necesario diseñar productos turísticos para la competitividad con las zonas turísticas de la provincia de Chimborazo?

Tabla N° 27 Productos turísticos para competitividad.

DISEÑO DE PRODUCTO TURISTICO PARA COMPETITIVIDAD		
DISEÑO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	228	95,8%
No	10	4,2%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

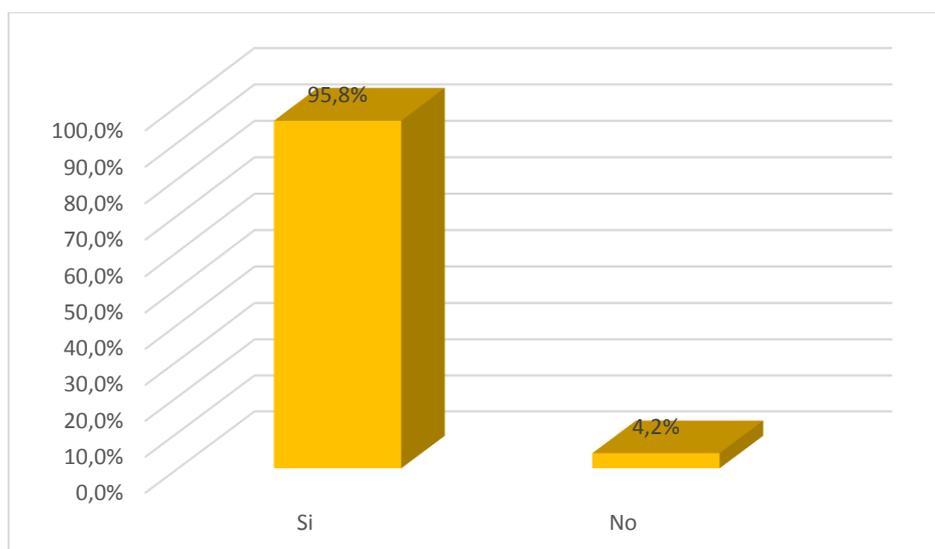


Gráfico N° 25 Productos turísticos para competitividad.

Mediante la encuesta realizada los turistas responde en el 95,8% si diseñar productos turísticos para diversificar la oferta y competir con los demás productos turísticos de la zona del Chimborazo y el 4,2% no está de acuerdo.

13. ¿Cuál de estos productos turísticos realizar en el cantón Chunchi?

Tabla N° 28 Atractivos que desean visitar

ATRATIVOS DESEA VISITAR		
ATRATIVOS	NÚMERO	PORCENTAJE
Camino del Inca	69	29%
Cerro Puñay	48	20,3%
Cascada Pailahuayco	45	18,8%
Cascada san Pablo	17	7,24%
Gruta de agua Santa	32	13%
Bosque Nativo Bacún	27	11,5%
TOTAL	238	100%

Fuente: Encuestas aplicada Julio 2017

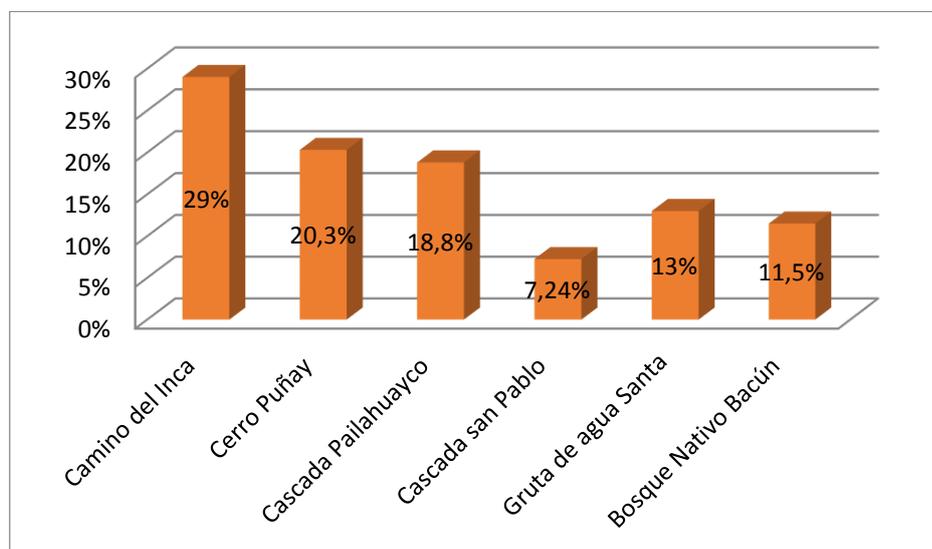


Gráfico N° 26 Atractivos que desean visitar.

Según las encuestas elaboradas la información proporcionada brindan que 29% de turistas viajan al camino del Inca, 20,3% visita el cerro Puñay, 18,8% la cascada Pailahuayco, 13% se dirige a la gruta de agua santa, 11,5% visita el Bosque Nativo de Bacún y el 7,24% visita la cascada de San Pablo.

3.5. Priorizar el inventario turístico de los Atractivos Naturales y Culturales del Cantón.

➤ Atractivos Naturales

Son todos los elementos que pertenecen a la naturaleza los mismos que deben ser deleitables, para el ser humano, determinados para la utilización y el aprovechamiento de su belleza para fortalecer al turismo natural. La variedad de atractivos que se pueden encontrar en el cantón Chunchi son: páramo húmedo, vegetación arbustiva, agua transparentes y frías de las lagunas naturales, especies de flora y fauna correspondiente a bosque montaña alta de los andes occidentales

De los cuales tenemos 1 tipo de montañas, 1 bosque nativo, dentro de la cantón podemos también encontrar 2 ambientes lacustres y 3 ríos todos estos se encuentran en buen estado de conservación. Obteniendo los atractivos turísticos que se pueden encontrar en el cantón Chunchi se describen de la siguiente manera: tres atractivos naturales con jerarquización II, tres con jerarquización III y uno con jerarquización IV los cuales están compendiados de la siguiente tabla resumen.

Cuadro N° 2 Resumen de Jerarquización Atractivos Naturales

ATRACTIVO	TIPO	JERARQUIZACIÓN	SUBTIPO	LOCALIZACIÓN	ANEXO
Cerro Puñay	Montaña	IV	Alta Montaña	Comunidad de Santa Rosa perteneciente a la parroquia de Llagos	Anexo N° 3
Bosque Nativo Bacún	Bosque	II	Montaña Baja	Comunidad de Bacún perteneciente a la cabecera cantonal.	Anexo N° 6
Cascada Pailahuayco	Ríos	II	Cascada	Parroquia Compud	Anexo N° 7
Cascada Saguan	Ríos	II	Cascada	Comunidad de Patococha	Anexo N° 8
Laguna de Yahuarcocha	Ambiente Lacustres	III	Laguna	Comunidad de Launa Grande (páramo)	Anexo N° 10
Cascada Espíndola	Ríos	III	Laguna	Comunidad de Launa Grande (páramo)	Anexo N° 11
Laguna de Culebrillas	Ambientes Lacustres	III	Laguna	Comunidad de Launa Grande (páramo)	Anexo N° 13

Fuente: Salidas de Campo
Elaborado por: Tania Humala

➤ **Atractivos Culturales**

La cultura es el conjunto de todas las formas de vida y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye costumbres, practicas, código, normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista podríamos decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano.

Los atractivos culturales que se describe del cantón Chunchi se determina: en manifestaciones religiosas y manifestaciones culturales las mismas que son de un tipo, histórico y etnográfico.

Los atractivos se describen de la siguiente manera tres atractivos con jerarquización III y dos atractivos con jerarquización IV.

Cuadro N° 3 Resumen de Jerarquización Atractivos Culturales

ATRATIVIVOS	TIPO	JERARQUIZACIÓN	SUBTIPO	LOCALIZACIÓN	ANEXO
Iglesia Santo Domingo de Guzmán	Arquitectura	III	Religiosa	Matriz Chunchi	Anexo N° 4
Gruta de Agua Santa	Arquitectura	IV	Religiosa	Matriz Chunchi	Anexo N° 5
Padre Urcu	Arquitectura	III	Histórica Religiosa	Comunidad de Launa Grande (páramo)	Anexo N° 9
Camino del Inca	Arquitectura	IV	Área Patrimonial	Comunidad de Launa Grande (páramo)	Anexo N° 12
Ruinias de Paredones	Arquitectura	III	Histórica	Comunidad de Launa Grande (páramo)	Anexo N° 14

Fuente: Salidas de Campo
Elaborado por: Tania Humala

3.6. Diseñar componentes turísticos para el desarrollo de la propuesta.

3.6.1. Servicio Turístico

En el cantón Chunchi se registra 31 establecimiento 5 prestan el servicio de alojamiento; 23 prestan el servicio de alimentación de los cuales 4 están registrados dentro del catastro y los 19 no se encuentran registrados en el catastro turístico del cantón y 3 el servicio de distracción.

▪ Alojamiento

En el cantón Chunchi existen 5 establecimientos que prestan el servicio de alojamiento establecido en el año 2015, 3 hoteles, 1 residencia y 1 refugio; de los cuales el 100% de los establecimientos se encuentran registrados en el Ministerio de Turismo. Los establecimientos de tercera y segunda categoría.

▪ Restauración

El cantón Chunchi existe 23 establecimientos de alimentación registrados de los cuales 4 como lugares registrados en el catastro turístico y 19 como restaurantes.

▪ Recreación

En el cantón Chunchi existe registrados 3 establecimientos que prestan servicios de esparcimiento de los cuales los 2 están denominados como bar-discoteca y 1 complejo turístico La Familia.

3.6.2. Prestadores de servicio alojamiento

Tabla N° 29 Prestadores de servicio alojamiento

N°	RAZON SOCIAL	UBICACIÓN	DIRECCIÓN	PRECIO	PLAZA
1	Hotel La Estación del Sabor	Parroquia matriz Chunchi	Av. 4 de Julio y Capitán Ricaurte.	\$8,00	30
2	Hotel Chunchi Imperial	Parroquia matriz Chunchi	Simón Bolívar y Manuel Reyes.	\$ 15,00	70
3	Hotel Deidan	Parroquia matriz Chunchi	Montufar y Av. Calderón	\$ 10,00	32
4	Residencia Patricia	Parroquia matriz Chunchi	Simón Bolívar y Capitán Ricaurte	\$ 8,00	30
5	Refugio Parada del Inca	Comunidad Launag Grande	Comunidad de Launag Grande	\$ 8,00	8

Fuente:Trabajo de Campo

Elaborado:Tania Humala

Tabla N° 30 Prestadores de servicio de alimentación

N°	NOMBRE DEL PRESTADOR DE SERVICIO	DIRECION	PLAZAS
1	Restaurante el Codorazo	Av. 4 de julio	30
2	Restaurante el Dolarazo	Av. 4 de julio	28
3	Restaurante las Gaviotas	Av. 4 de julio	60
4	Restaurant Fabiancito	Av. 4 de julio y M. Reyes	40
5	Restaurante Súper Pollo	Av. 4 de julio	20
6	Restaurante Mayely	Av. 4 de julio	20
7	Restaurante Don Xavi	Av. 4 de julio	20
8	Restaurante la Estancia del Sabor	Av. 4 de julio y Cap. Ricaurte	60
9	Restaurante Paola	Av. 4 de julio	30
10	Restaurante Sabrosón	Av. 4 de julio y Gnral. Morales	36
11	Restaurante Carmita	Av. 4 de julio	13
12	Restaurante Márquez	Calle Quito y Cap. Ricaurte	22
13	Restaurante Chunchi Imperial	Simón Bolívar y M. Reyes	34

Fuente:Trabajo de Campo

Elaborado:Tania Humala

Tabla N° 31 Prestadores de servicio de alimentación (comida rápida)

N°	NOMBRE DEL PRESTADOR DE SERVICIO	DIRECCION
1	Pinchos	Montufar
2	Donys Fast Food	Montufar
3	Pizzería Italians	Av. 4 de julio
4	Picantería Tropical	Montufar
5	Picantería el Ídolo	Av. 4 de julio
6	Chifa Hao Zai Lai	Av. 4 de julio y Calderón
7	Pizzería el imperio	Av. 4 de julio
8	Tortillas Lulu	General Morales
9	Tortillas Doña Fabiola	Calle Quito. Gral. Morales

Fuente: Trabajo de Campo**Elaborado:** Tania Humala**Tabla N° 32 Prestadores de servicio lugares de esparcimiento**

N°	PRESTADORES DE SERVICIO	DIRECCIÓN
1	Cabaña Bar	Bermeo Vallejo
2	Bar Karaoke Barú Urbano	Bermeo Vallejo y Av. 4 de julio
3	Complejo La Familia	Av. Chimborazo entre Gonzales Suarez y Arturo Ordoñez

Fuente: Trabajo de Campo**Elaborado:** Tania Humala

3.6.3. Festividades y expresiones culturales

En las diferentes parroquias y comunidades de este cantón se llevan a cabo celebraciones de tipo cultural involucrando también a lo religioso de acuerdo a creencias y tradiciones. La fiesta más grande es el aniversario cantonal celebrado el 4 de Julio de cada año; en el que la programación es extensa y encierra actividades como desfiles, la elección de la reina, jornadas populares, shows artísticos, bailes, ferias

gastronómicas, presentación de atractivos turísticos al pueblo y visitantes, toros de pueblo, etc.

Enero 6 de cada año se celebra el niño Rey de reyes realizando varias actividades religiosas y juegos tradicionales como; el palo encebado, las ollas encantadas, el salto de los sacos, el baile de los trompos entre otros.

Febrero se celebra el Carnaval Chunchño al igual se realiza actividades tradicionales como es; el concurso de coplas carnavaleras, desfiles con trajes típicos de la temporada, noche de polvo, en la actualidad se incluyó dos días de toros de puebla.

Abril se celebra la semana santa como en el resto del país el cantón Chunchi también realiza actividades como; misas, las 12 palabras rosarios, convivencias, ferias gastronómicas, demostración en vivo del recorrido del Vía Crucis.

Mayo mes de Rosario de la Aurora se conmemora a nuestra señora protectora haciendo rosarios, pases religiosos en honor a la virgen etc.

En Agosto - Festividades en honor a Santo Domingo de Guzmán, Patrono del Cantón.

Noviembre se celebra el día de los difuntos realizando actividades como; feria de la colada morada más grande del cantón etc.

Diciembre se celebra los diferentes pases del niño de cada barrio y el general, la noche de luces, el concurso de mejores nacimientos del cantón.

Fin de año se realiza el concurso de los mejores viejos bailes populares en los barrios y los mejores testamentos de cada barrio.

Las fiestas religiosas o denominadas patronales en honor a cada patrono del lugar de celebración tienen una celebración diferente en cada parroquia de acuerdo a su patrono, así las fiestas más relevantes en las parroquias en el cantón Chunchi son:

Compud: 16 de Julio - Virgen del Carmen y 26 de Septiembre en conmemoración a la parroquialización aprobada mediante decreto ejecutivo.

Llagos: 17 de Julio en conmemoración al acto inaugural de parroquialización.

Capsol: 8 de Diciembre - Virgen de la Inmaculada.

Gonzol: 28 de Octubre - San Judas Tadeo y 29 de Mayo en conmemoración a la parroquialización.

✓ **Artesanías**

Las artesanías que encontramos en el pueblo son elaboradas en paja del páramo, con hojas secas del maíz por la comunidad de Launag Grande, y algunos tejidos de lana de borrego, para obtener una de estas artesanías se las puede encontrar en la unidad de turismo del GAD del cantón Chunchi.

3.6.4. Especies de Flora y Fauna

a. Flora

Por las características geográficas en la zona se puede incendiar vegetación de zonas altas y bajas. En la zona alta, se encuentra vegetación características de páramo, especialmente especies de las familias asteráceas, poaceae y epífitas.

En la zona baja la vegetación es casi inexistente ya que ha sido deforestada y reemplazada por plantaciones de tomate de árbol y pampa para el pastoreo del ganado, además de algunas plantaciones con fines de subsistencia.

Tabla N° 33 Principales especies de flora

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Zapato de rey	Calceolaria elcoides
Tambusus	Azorella sp.
Licopodio	Huperzia crassia
Huaicundo	Tillandia sp.
Helecho	Blechnum sp.
Chuquiragua	Chuquiragua jussaiei
Sigse	Cortaderia sp.
Quishuar	Buddleja incana
Mortño	Vassinium floriabundum
Valeriana	Valeriana rigida
Achupallas	Puya sp.
Romerillo	Hypericum laricifolium
Trébol blanco	Trifolium repens
Trébol rojo	Trifolium pratense
Lirio	Werneacia nubigena
Lliglig	Gentiana sedifolia
Achicoria Amarilla	Hypochoeris sessiliflora
Orejas de conejo	Culcitum
Pajonal	Festucas

Fuente: Inventario de atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo 2014

b. Fauna

La fauna silvestre ha sido disminuida debido a que gran parte en la zona baja ha sido deforestada y el páramo es utilizado para el pastoreo de ganado bovino, caballar y ovino.

Tabla N° 34 Principales especies de mamíferos

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO
Raposa de monte	Didelphiomys
Cuy de monte	Cuniculus sp.
Conejo silvestre	Sylvilagus brasiliensis
Venado	Odocoileus virginianus
Ratón de campo	Mus musculus

Fuente: inventario de atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo, 2004

Tabla N° 35 Principales especies de aves

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO
Gorrión	Zonotrichia capensis
Vencejo	Streptoprocne zonaris
Pato silvestre	Anas flavirostris
Gaviota andina	Larus serranus
Glígale	Vanelius resplendens
Quilico	Flaco sparverius
Curiquingue	Phalacrocorax carunculatus
Golondrina	Notiocheidon murina
Golondrina	Colibri coruscans
Tórtola	Zenaidura macroura
Mirlo	Turdus fuscater
Cóndor	Vultur gryphus

Fuente: Inventario de atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo, 2000

CAPITULO IV

IV. DISCUSIÓN

- Del total de las 360 turistas que visitan el cantón Chunchi y los pobladores económicamente activas lo cual representa el 100%; el 49% son de género masculino y el 51% corresponden al género femenino.
- Al haber realizado las encuestas vemos que el 50% de los turistas deciden viajar amigos o parejas, el 17,5% de turistas desea viajar solos, mientras que el 15% viaja con su familia y el 12,5% de los turistas viaja con las parejas, 5% de los turistas viajan con amigas.
- Podemos ver que en la mayoría y con un 95,8% los turistas desean la implementación de productos turísticos en el cantón Chunchi mientras que el 4,5% no lo desea.
- Podemos observar que la mayoría desea cabalgatas con un 55%, pesca deportiva con el 27%, caminatas con el 14%, observación de aves con 3% y ciclismo con el 1%.
- Podemos ver que el atractivo más deseado es el Camino del Inca con el 29%, luego le sigue el cerro Puñay con el 20,3% después la cascada de Pailahuayco con el 18% y con el 3% la gruta de agua santa, el 11,5 el bosque nativo de Bacún y el 7,24% la cascada de Saguan.

- La mayoría de turistas con un 35% desea guianza y alojamiento, mientras que el 22,5% desea alimentación y guianza, el 15% desea transporte y alojamiento, el 7,5% transporte, alimentación, y el 5% otros.
- Vemos que el 27,5% desea quedarse de un a tres días, el 25% desea quedarse 3 a más de 6 días, y el 22,5% desea quedarse de 5 a 6 días.

CAPITULO V

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- ✓ De acuerdo a la actualización del diagnóstico situacional se pudo identificar que existe dos productos turísticos que no son visitados por falta de promoción turística.

- ✓ El cantón, es un sector no desarrollado turísticamente, su potencial se refleja en los atractivos naturales y culturales los cuales alcanzan jerarquía II y III, estas características nos indica, que son atractivos que pueden motivar la visita hacia la zona, en total suman 12 atractivos que se encuentran divididos en atractivos naturales (7) y culturales (5): manifestaciones culturales y sitios naturales siendo los atractivos más importante el camino del Inca y el Puñay.

- ✓ Dentro de los turistas que llegan al cantón existe una gran expectativa por conocer y disfrutar del turismo de aventura, pero al no existir productos turísticos que permitan realizar este tipo de turismo se convierte en el eje fundamental del desarrollo del cantón.

5.2. Recomendaciones

- Es recomendable que las autoridades actuales destinen un presupuesto participativo, en el cual se designen fondos para la elaboración y ejecución de proyectos turísticos en el cantón Chunchi.

- Para el diseño de los productos turísticos se debe tomar en cuenta las épocas de vacaciones de los turistas esto son: entre los meses de Enero a Junio que es la mayor afluencia turística en la zona.

- Destinar por medio del Municipio fondos para la educación en el ámbito turístico y ambiental en coordinación con otros organismos como el MINTUR, empezando por los habitantes de la zona y así formar líderes emprendedores con una amplia concientización, siendo necesaria la capacitación periódica a los prestadores de servicios turísticos para que siempre mantengan buenos niveles de aceptación por parte de los turistas.

CAPITULO VI

VI. PROPUESTA

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA DEL TURISMO EN EL CANTÓN CHUNCHI PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

6.1. Introducción

La industria turística es una de las actividades más lucrativas en todo el mundo, y es el principal motor económico en algunos países, ya que comprende un sinnúmero de organizaciones conectadas directa o indirectamente, generando gran cantidad de beneficios económicos como empleo, divisas y mejoramiento en calidad de vida.

El Ministerio de Turismo del Ecuador en los últimos años ha desarrollado procesos de modernización en lo referente a las políticas de la actividad turística como aporte y contribución al mejoramiento de la competitividad del sector. El progreso desarrollo que el turismo ha experimentado en la actualidad no solo involucra la eficiencia en los servicios turísticos de alojamiento, alimentación, transporte, recreación, información, etc. Sino que en la actualidad implica la responsabilidad directa que mantienen los beneficiarios, la comunidad, los sectores públicos y privados para promover y desarrollar los procesos y herramientas que ayuden al desarrollo de las actividades turísticas.

La provincia de Chimborazo como tal posee en cada uno de sus cantones posiciones sin igual, en sus ciudades históricas escondidas, y en sus cantones y parroquias las tradiciones que a través del tiempo enriquece a nuestra cultura y es el componente fundamental de nuestra identidad.

Sabemos que los destinos turísticos en la actualidad son cada día más competitivos y están utilizando los medios más modernos y populares de comunicación con el fin de darse a conocer al mundo: lo que ofrecen, donde están ubicados y como pueden contactarse para adquirir sus productos. La factibilidad para el diseño de productos turísticos en el cantón Chunchi.

6.2. Objetivos

6.2.1. General

Diseñar dos productos turísticos para diversificar la oferta del turismo en el cantón Chunchi provincia de Chimborazo.

6.2.2. Específicos

- Diseñar productos turísticos para el cantón Chunchi provincia de Chimborazo.

- Estructurar el paquete turístico.

- Definir los elementos de difusión y promoción para dar a conocer los productos turísticos.

6.3. Fundamentación Científico –Técnica

6.3.1. Producto turístico

Es el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados d consumidores.

6.3.2. El precio

Es el resultado de un proceso que se inicia con el diseño de un programa de actividades que realizara el turista en el destino, las cuales se valoran con cada uno de los prestadores de servicios, con este conocimiento se estructura el costo y sobre esta cifra se calcula el porcentaje de utilidad que permite forma el precio. El precio se expresa en relación con el paquete.

6.3.3. Los Costos

El precio se estructura incorporando todos los costos de producción. La regla de oro de la comercializaciones no vender ningún producto por debajo de la línea de costo.

6.3.4. Los Consumidores

Es vital en la actividad del turismo. Se estima el precio del producto en función del valor percibido por el consumidor final. Para tomar esta determinación es necesario examinar el mercado investigando cual es la percepción del consumidor y que precio estaría dispuesto a pagar por el producto.

6.3.5. Publicidad

La publicidad es pues, una comunicación masiva y persuasiva dada por un emisor cuya finalidad es transmitir información mensaje o incidir sobre las actitudes creándolas, modificándolas o reforzándolas para impulsar a los destinatarios de la misma un comportamiento o respuesta. Esta transmisión del mensaje se produce a través de unos medios de comunicación directos o indirectos.

6.3.6. Medio o canal publicitario

Es el medio o canal a través del cual se envía el mensaje publicitario al receptor.

6.3.7. Mensaje Publicitario

Comunicación e información, propaganda que quiere dar el emisor al receptor, previamente codificada y decodificada para que el receptor la entienda, a través de un mismo lenguaje comunicativo. El mensaje deberá estar diseñado para mostrar a la audiencia los aspectos del producto y del negocio que puedan interesarle.

6.3.8. Emisor

Es la persona, organización, empresa o institución turísticas que quieren lanzar un mensaje publicitario turístico, definiendo los objetivos publicitarios y los medios publicitarios.

6.3.9. Receptor

Es la persona, organización, empresa o institución que recibe el mensaje. Aquí mencionaremos algunos tipos de publicidad que utilizaremos para la difusión de la presente investigación.

6.3.10. Logotipo

Es un componente gráfico, verbo visual aditivo que sirve a una persona, empresa, institución o producto como presentación y presencia en el mercado. El logotipo puede estar compuesto por una tipografía representativa de los valores y características de la empresa o zona, es un símbolo visual grafico que debe transmitir un mensaje fuerte y claro sin la necesidad de un mensaje escrito o apoyo de una tipografía.

6.3.11. Red Social

La red social es una distribución social compuesta por un conjunto de actores como individuos u organizaciones que están conectados por diadas mencionadas, lazos interpersonales que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco entre otros.

6.3.12. Trípticos

Un tríptico es un folleto informativo doblado en tres partes, por lo regular es de tamaño de una hoja de papel tamaño carta, por lo general esta variedad de trípticos puede ser visualizada de manera interactiva, son muy usados en el mundo de la publicidad.

6.4. Descripción de la propuesta

La presente propuesta tiene como finalidad diseñar productos turísticos para el cantón Chunchi, los mismos que estarán dirigidos a turistas del mercado nacional e internacional. Esta investigación permitirá un mejor desarrollo turístico para en cantón, por lo que es vital tener esa confianza hacia una cultura turística agrupando atractivos, infraestructura, servicios básicos e imagen del cantón Chunchi.

6.4.2. Micro Localización

Altitud.- oscila desde los 1.500 hasta los 4.300 m.s.n.m.

Temperatura.-Varia de frio a subtropical, su temperatura promedio va de 14 a 21°C.

Cuadro N° 4Producto Turístico I

PRODUCTO TURÍSTICO I	
NOMBRE	Ruta Arqueológica del Nacimiento
UBICACIÓN	Cantón Chunchi
SLOGAN	Un Camino al Nacimiento
HORARIOS DE VISITA	Desde 07:00 am hasta 17:00
INFRAESTRUCTURA Y FACILIDADES	<p>La ruta cuenta con un sistema vial de primer orden asfaltado señalética horizontal y vertical, para acceder al cantón Chunchi sus calles son adoquinadas y de piedra tratada.</p> <p>Para acceder al Puñay la vía es asfaltado panamericana hasta Santa Rosa , de ahí un camino lastrado hasta la comunidad el centro de la comunidad de Santa Rosa</p> <p>Para hospedarse en el cantón se cuenta con establecimientos de segunda y tercera categoría con valores que van desde \$8,00 hasta los \$25,00.</p> <p>En lo referente a la alimentación podemos encontrar platos típicos y la carta tipo de menú, desayunos, almuerzos y cenas que van desde \$2,00 hasta \$16,00.</p>
DESCRIPCIÓN	<p style="text-align: center;">Cerro Puñay</p> <p>El cerro Puñay ubicado los valles de la parroquia Llago, una majestuosa montaña que se levanta sola en medio del valle, cuenta la historia que en este sitio se originó la raza de los Cañarís, en la cima encontramos una pirámide única en su forma construida en la cima de la montaña en forma de una ave conocida como la Guacamaya. En la actualidad es considerado como uno de los hallazgos arqueológicos más importantes del país pues se sustenta cada vez más que Cero</p> <p style="text-align: center;">Iglesia Matriz del cantón Chunchi</p>

<p>DESCRIPCIÓN</p>	<p>La iglesia de santo Domingo es conocida como, una de las iglesias más grande de la provincia de Chimborazo, fue construida con la ayuda de la madre Sor Carmelina Arias</p> <p style="text-align: center;">Gruta de Agua Santa</p> <p>La Gruta de Agua Santa, es una construcción al estilo barroco, en donde está la imagen de la virgen María Auxiliadora con el niño bendito en sus brazos, en las paredes de la gruta se encuentran las placas de agradecimiento por parte de los devotos, cuenta la historia que en la roca en donde está construida actualmente la Gruta, donde apareció la imagen de la virgen María Auxiliadora, el nombre de Gruta de Agua Santa se le dio por la gran roca brotada agua curativa.</p> <p style="text-align: center;">Bosque Nativo Bacún</p> <p>Alejado del centro urbano, entre recónditas montañas encontramos a este asombroso paraje verde, un lugar que guarda celosamente el gran regalo ofertado por la naturaleza.</p> <p>Un destino que cuenta con encantadoras y diversas especies de flora y fauna, y panorámicas naturales impresionantes. Sin lugar a dudas, se trata de un atractivo natural inigualable colmado de pureza, magia y aventura.</p> <p style="text-align: center;">Cascada de Pailahuayco</p> <p>Se encuentra al sur este y a 20 minutos de la parroquia Compud. Esta cascada se forma por la unión de los ríos Saguín y Compud tiene una caída aproximada de 10 m. terminado en un pailón que ha sido formada por las constantes y fuertes caídas de agua, se encuentra rodeada por una espesa flora, como arbustos nativos, carrizales, etc. en el mismo recorrido se puede observar otra cascada que lleva el mismo nombre de la primera la diferencia es que esta última tiene una caída más grande que la primera de 15 metros.</p> <p style="text-align: center;">Cascada Saguan</p>
---------------------------	---

	<p>Se encuentra ubicada al Nor- oeste de la comunidad Patococha perteneciente a la cabecera cantonal, esta cascada desciende de lo más alto de los páramos de la comunidad del mismo nombre atravesando una inmensa roca que le da el toque perfecto para que sea un lugar ideal para gozar de las frescuras de sus aguas. La cascada Saguan desciende desde lo más alto del páramo de la comunidad, atravesando una inmensa roca que le da el toque perfecto para que sea un lugar ideal para gozar de la frescura de sus aguas. En la época de invierno está en su máximo esplendor.</p>
RECOMENDACIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar ropa cómoda y abrigada • Calzado cómodo • Ropa de agua • Box Lunch • Cámara fotográfica o de video
ACTIVADES	<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Senderismo • Camping • Observación de flora y fauna
LOGOTIPO	 <p>The logo is a shield-shaped emblem. At the top, there's a sunset or sunrise over mountains. Below that, a waterfall flows into a pool of water. On the right side, a silhouette of a person carrying a large pack is walking. The text 'Ruta Arqueológica del Nacimiento' is written in a stylized, cursive font at the bottom of the shield.</p>

Itinerario

DÍA 1

04:H00 Concentración de turistas en la ciudad de Riobamba (Parque Sucre)
04:H30 Transfer al Cantón Chunchi
06:H15 Desayuno en el Restaurante el Codorazo
06:H30 Entrega de Box Lunch
06:H45 Transfer a la Comunidad de Bacún
07:H45 Llegada a la comunidad
08:H00 Recorrido del Bosque Nativo de Bacún
10:H00 Transfer al Cantón Chunchi
12:H00 Almuerzo Típico en el restaurante el Imperial
13:H00 Visita a la Iglesia Santo Domingo de Guzmán
13:H30 Visita de la Gruta de Agua Santa
14:H00 Transfer a la comunidad de Santa Rosa
14:H30 Ascenso cima del Cerro Puñay
17:H00 Recorrido por los lugares arqueológicos del Cerro Puñay
18:H00 Observación del tradicional atardecer Chuncheño
19:H00 Cena
20:H00 Coctel de Bienvenida
21:H00 Charla de leyendas del Cerro Puñay y vista panorámica de diferentes ciudades
“Guayaquil” “Duran” “Cañar” y el cantón Chunchi y pueblos cercanos

DÍA 2

08:H00 Desayuno
08:H30 Entrega de Box Lunch
09:H00 Descenso del Cerro Puñay
11:H00 Transfer a la Cascada de Pailahuayco
11:H30 Recorrido a la cascada
12:H30 Transfer al Cantón Chunchi
13:H30 Almuerzo típico (arroz con tortillas, jugo de carne y huevo frito)
14:H30 Transfer a la comunidad de Patococha
15:H30 visita de la cascada de Saguan
17:H30 Transfer al Cantón Chunchi

18:H30 Llegada al Cantón Chunchi.

19:H00 Transfer a la ciudad de Riobamba

Tabla N° 36 Costo del Paquete N°2

Detalle		1 Pax		2 Pax +	
		C.T	C.U	C.T	C.U
Cant	Costo Fijo	70,00	70,00	80,00	40,00
1	Trasporte	30,00	30,00	40,00	20,00
1	Guía	40,00	40,00	40,00	20,00
	Costo variable	39,00	29,00	64,00	32,00
2	Desayunos	7,00	3,50	14,00	7,00
2	Almuerzos	7,00	3,50	14,00	7,00
1	Cena	3,00	3,00	6,00	3,00
2	Box Lunch	6,00	3,00	12,00	6,00
1	Alojamiento	16,00	16,00	18,00	9 /2
	Sub total	109,00	99,00	144,00	72,00
12%	Impuestos	10,90	9,90	14,40	7,20
	Costos Totales	129,90	108,90	158,4	79,20
25%	Utilidad	32,00	27,00	39,60	19,80
	Precio de Venta	161,90	135,90	198,00	99,00

Elaborado por: Tania Humala

Cuadro N° 5 Producto Turístico II

PRODUCTO TURÍSTICO II	
NOMBRE	Ruta de los Ancestros
UBICACIÓN	Cantón Chunchi
SLOGAN	Un Camino hacia los Ancestros
HORARIOS DE VISITA	Desde 07:00 am hasta 16:00
INFRAESTRUCTURA Y FACILIDADES	<p>La ruta cuenta con un sistema vial de primer orden asfaltado señalética horizontal y vertical, para acceder al cantón Chunchi sus calles son adoquinadas y de piedra tratada.</p> <p>Para acceder al Tramo mejor conservado “el camino del Inca” asfaltado hasta la panamericana hasta Callanga, de ahí un camino lastrado hasta la comunidad de Launag</p>

	<p>Grande, luego el traslado es a caballo hasta acceder al atractivo turístico mencionado.</p> <p>Para hospedarse en el cantón se cuenta con establecimientos de segunda y tercera categoría con valores que van desde \$8,00 hasta los \$25,00.</p> <p>En lo referente a la alimentación podemos encontrar platos típicos y la carta tipo de menú, desayunos, almuerzos y cenas que van desde \$2,00 hasta \$16,00.</p>
<p>DESCRIPCIÓN</p>	<p style="text-align: center;">Cantón Chunchi</p> <p>El cantón Chunchi se encuentra en la provincia de Chimborazo en el Ecuador. Está ubicado en el extremo sur de la provincia. Chunchi es conocido como el Sillón Andino del Ecuador.</p> <p>La zona empezó a ser habitada por tribus de procedencia Cañari. Y probablemente su nombre original habría sido Chunchi, fue evacuada por la alarma que ocasionó la conquista Incásicas dirigidas por Tupac Yupanqui. La máxima jerarquía de estos grupos humanos estaba representada por el hombre más anciano y diestro en el arte de la guerra, debido a que fue pueblo que vivía en constantes conflictos guerreros con sus vecinos.</p> <p style="text-align: center;">Tramo Mejor conservado del Camino del Inca</p> <p>Qhapac Ñan. Camino Principal Andino o Camino Real es el nombre con el que se conoce al sistema vial más antiguo de los territorios que formaron parte del Cusco. Atravesando la cima de la Cordillera Andina constituye un atractivo de gran importancia cultural y natural pues a más de conceder una mirada hacia el pasado, esta travesía permite disfrutar de paisajes deslumbrantes y formaciones rocosas inigualables.</p> <p>Chunchi es un cantón privilegiado pues en su jurisdicción se encuentra el tramo mejor conservado de esta, monumental obra de arte ancestral ya que todavía se aprecia las huellas del empedrado con el que fue construido hace cientos de años. Gracias a esta red vial y a sus eficaz sistema de comunicación, el Tahuantinsuyo llegó a ser el imperio más grande del planeta en el siglo XVI duración se aproxima a las 6 horas a caballo, se encuentran atractivos complementarios que otorgan la esencia paisajística que encantan a quienes lo visitan, entre ellos constan el Padre Urcu.</p> <p style="text-align: center;">Padre Urcu</p> <p>Es una formación rocosa de estado natural y tiene la forma de un sacerdote con una biblia en sus manos. La leyenda que cuentan en este sitio es que antes muchas personas de varios lugares del país utilizaba la vía Launag Ingapirca, y que un sacerdote franciscano pasaba y se quedó encantado</p>

<p>DESCRIPCIÓN</p>	<p>convirtiéndose en piedra.</p> <p>Otros dicen que el cura vivía en pecado con una monja y reciben un castigo divino convirtiéndose en piedra ya que también existe una roca en forma de una monja ubicada al frente del Padre Urcu.</p> <p style="text-align: center;">Laguna de Yahuarcocha</p> <p>Es una laguna que tomo el nombre de Yahuarcocha que significa “lago de sangre” debido a que Atahualpa mando arrojar en la misma a soldados cañarís que lo habían traicionado en la guerra con su hermano Huáscar.</p> <p>La historia que cuentan es que Túpac Yupanqui tuvo 2 hijos, Huáscar y Atahualpa cuando este muere los dos hermanos pelean por territorios y diferencias al momento de gobernar se dividen.</p> <p>Atahualpa queda a cargo de la parte norte del Tahuantinsuyo mientras que Huáscar gobierna toda la parte sur. Las diferencias no finalizaban y continuaban hasta que cada quien forma un ejército con el fin de dar muerte al enemigo. Dándose así un gran enfrentamiento entre ambos hermanos.</p> <p style="text-align: center;">Cascada Espíndola</p> <p>Está conformado por tres caídas consecutivas de agua cristalina y tremendamente fría. Se dice que atrás de la cascadas se encuentra una cueva misteriosa que esconde un gran tesoro pues cuenta la leyenda que un grupo de comerciantes que cotidianamente transitaba por el lugar para realizar sus transacciones comerciales con las poblaciones cercanas, decidieron descansar por un momento a orillas de la Laguna de Culebrillas, una de las mujeres del grupo se encontraba muy cansada y resolvió permanecer en aquel lugar hasta que sus compañeros regresen. Trascurrido cierto tiempo la señora da a luz a su primogénito, lo denomino Manuel Espíndola y pronto este muchacho se convirtió en un forajido, lo conocían hombres sanguinarios que atracaba sin piedad a los comerciantes que transitaban por el sector y escondía sus riquezas en el interior de las cascadas.</p> <p style="text-align: center;">Laguna de Culebrillas</p> <p>Se cree que en el interior de ésta laguna existen Ruinas Cañarís. Luego de que el Instituto Militar realizara una inspección de la zona al creerse que aquí se encontraba uno de los aviones de SAETA accidentados hace algún tiempo atrás,</p>
---------------------------	---

<p>DESCRIPCIÓN</p>	<p>se pudo constatar que los antiguos Cañarís mantenían un sistema de desagües y drenajes que no permitan que la laguna suba su nivel original.</p> <p>Al ser los Cañarís conquistados por los Incas, no se percataron de dar el mantenimiento correspondiente razón por lo cual la laguna subió de nivel y tapó las construcciones que existían a sus alrededores.</p> <p style="text-align: center;">Ruinas de Paredones</p> <p>Es una construcción Inca sobre Ruinas Cañarís, fue utilizada como tambo y pertenecer a la provincia de Cañar. En el trayecto Hacia el Tramo Mejor Conservado del Camino del Inca se aprecian también otras formaciones rocosas como la monja, la cara y castillo del inca, entre otros. En ciertas temporadas los cerros del sector se llenan de nieve.</p> <p>Estos lugares sirven de refugio para el ganado de lidia y potros salvajes de las haciendas aledañas, los que se encuentran reunidos en mandas y bajo estas condiciones no representan peligro para los turistas. De vez en cuando y si las condiciones lo ameritan se observan venados, puercos salvajes, tigrillos, águilas, curiangués, colibríes.</p>
<p>RECOMENDACIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar ropa cómoda y abrigada • Calzado cómodo • Ropa de agua • Box Lunch • Cámara fotográfica o de video

<p style="text-align: center;">ACTIVADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Cabalgata • Senderismo • Camping • Pesca deportiva • Observación de flora y fauna
<p style="text-align: center;">LOGOTIPO</p>	

Itinerario

DÍA 1

04:H00 Concentración de turistas en la ciudad de Riobamba (Parque Sucre)

04:H30 Transfer al Cantón Chunchi

06:H15 Desayuno en el Restaurante el Imperial

06:H30 Entrega de Box Lunch

06:H45 Transfer a la Comunidad de Launag Grande

07:H45 Llegada a la comunidad de Launag (casa del Inca)

08:H00 Salida el Padre Urcu “cabalgata”

09:H30 Llegada al atractivo y vista panorámica del Chimborazo, Sangay etc.
 10:H30 Visita de la Laguna de Yaguar cocha
 10:H45 Pesca Deportiva
 12:H00 Almuerzo Típico del Lugar
 14:H00 Visita del Tramo Mejor Conservado del Camino del Inca
 15:H00 Visita de la Laguna Negra
 17:H00 Recorrido del páramo Andino
 18:H00 Tarde de Leyendas
 19:H00 Degustación de la Cena
 20:H00 Coctel de Bienvenida

DÍA 2

08:H00 Desayuno
 08:H30 Entrega de Box Lunch
 09:H00 Transfer a la Cascada Espíndola
 10:H30 Visita de Laguna de Culebrillas
 10:H45 Recorrido por la Laguna de Culebrillas con sus respectivas explicaciones
 14:H00 Almuerzo
 15:H00 Visita de Paredones
 16:H00 Transfer al Cantón Chunchi
 18:H30 Llegada al Cantón Chunchi.

Tabla N° 37 Costo del Paquete N°1

Detalle		1 Pax		2 Pax +	
		C.T	C.U	C.T	C.U
Cant	Costo Fijo	60,00	60,00	70,00	70,00
1	Trasporte	30,00	30,00	30,00	30,00
1	Guía	30,00	30,00	40,00	40,00
	Costo variable	34,00	24,50	65,00	32,5
2	Desayunos	5,00	2,50	10,00	5,00
2	Almuerzos	8,00	4,00	16,00	8,00
1	Cena	3,00	3,00	12,00	6,00

2	Box Lunch	6,00	3,00	12,00	6,00
1	Alojamiento	12,00	12,00	15,00	7,5 /2
	Sub total	94,00	84,50	135,00	102,50
12%	Impuestos	9,40	8,45	13,50	10,25
	Costos Totales	103,40	92,95	148,5	112,75
25%	Utilidad	25,85	23,00	37,00	28,00
	Precio de Venta	129,25	115,95	185,5	140,75

Elaborado por: Tania Humala

6.4.3. Canal de Distribución

A través de la identificación de medios de publicidad se puede denotar que los medios de comunicación que se implementarán para la publicidad de los productos turísticos culturales del Cantón Chunchi deberán ser impactantes y a la vez identificativos ya que con ellos se mostrará una imagen de caracterización e identidad propia del sector; por ello se ha tomado en cuenta la realización de su marca promocional para imprimirla juntamente con, trípticos; y porque no también se puede utilizar su marca en la elaboración de una página web para difundirlo por el medio de la internet.

6.4.3.1. Nombre y Logotipo

Figura N° 6 Logotipo Ruta de los Ancestros



El logotipo de la Ruta de los Ancestros tiene el siguiente significado:

El tramo mejor conservado del camino del inca, atrayendo a los turistas por ser un camino de los ancestros de los territorios que formaron parte del Cusco. Atravesando la cima de la Cordillera Andina constituye un atractivo de gran importancia cultural y natural pues a más de conceder una mirada hacia el pasado.

Laguna de Yahuarcocha: Es una laguna que tomo el nombre de Yahuarcocha que significa “lago de sangre” debido a que Atahualpa mando arrojar en la misma a soldados cañarís que lo habían traicionado en la guerra con su hermano Huáscar.

Cascada Espíndola: Se dice que atrás de la cascada se encuentra una cueva misteriosa que esconde un gran tesoro pues cuenta la leyenda que un grupo de comerciantes que cotidianamente transitaba por el lugar para realizar sus transacciones comerciales con las poblaciones cercanas, conjunto con los páramos andinos de la provincia de Chimborazo.

Figura N° 7 Logotipo Ruta Arqueológica del Nacimiento



El logotipo de la Ruta Arqueológica del Nacimiento tiene el siguiente significado:

Cerro Puñay: principal elevación del cantón Chunchi, atrayendo a los turistas por la magnífica ubicación y diseño en forma de pirámide, rodeada de magníficos paisajes de flora, fauna siendo en un gran mirador natural, el cantón Chunchi es conocido como el Sillón Andino del Ecuador por atardecer rojizo y demostrando una gran atardecer cautivando al turista por su gran belleza.

Cascada de Pailahuayco: Esta cascada se forma por la unión de los ríos Saguín y Compuá tiene una caída aproximada de 10 m. terminado en un pailón que ha sido formada por las constantes y fuertes caídas de agua, en el mismo recorrido se puede observar otra cascada que lleva el mismo nombre de la primera la diferencia es que esta última tiene una caída más grande que la primera de 15 metros.

6.4.3.2. Postales Turísticas

Se las distribuirá en las oficina de información turística de cada cantón, ferias de promoción y difusión turística en el ingreso y cada uno de los atractivos turísticos de la Ruta mediante pobladores de los mismos lugares, las características serán: impresas en cartulina offset de 250gr., a full color de 15cm*10,5cm.

Figura N° 8 Postal Ruta de los ancestros



Figura N° 9 Postal Ruta Arqueológica del Nacimiento



6.4.3.3. Redes Sociales

Red Social (Cuenta de Facebook) Se la difundirá con la mayor parte de los usuarios de Facebook, ferias de promoción y difusión turística se permitirá la publicación de experiencias, videos, fotos nuevas y posibles adecuaciones, de turistas que hayan visitado las rutas, las características será: información, fotos y videos del área de intervención representados con cada uno de sus logotipos y nombres.

PRODUCTO I

RUTA DE LOS ANCESTROS

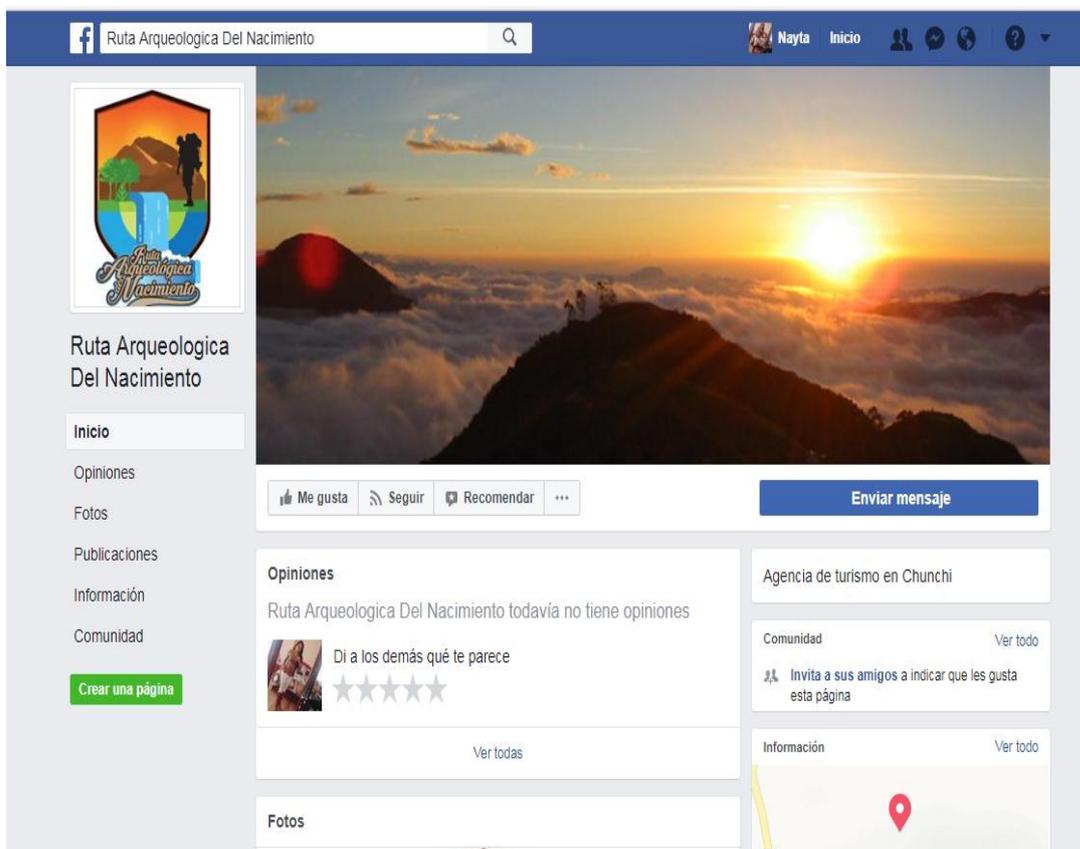
Figura N° 10 Red social ruta de los ancestros

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Un Camino Hacia Los Ancestros'. The browser address bar shows the URL: <https://www.facebook.com/Un-Camino-Hacia-Los-Ancestros-297552973981540/>. The page header includes the name 'Un Camino Hacia Los Ancestros' and navigation links for 'Inicio', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a large landscape photograph of a valley with a blue lake and a river, with hikers in the foreground. Below the photo are interaction buttons: 'Me gusta', 'Seguir', 'Compartir', and '+ Añadir un botón'. On the left sidebar, there is a profile picture of a mountain landscape with the text 'Ruta de los Ancestros' and a list of menu items: 'Inicio', 'Servicios', 'Opiniones', 'Tienda', 'Ofertas', 'Fotos', 'Videos', and 'Publicaciones'. Two promotional pop-ups are visible: one for 'Te damos la bienvenida a tu nueva página' and another for '¿Tienes amigos a los que les puede gustar tu página?' with a search bar and an 'Invitar' button.

PRODUCTO II

RUTA ARQUEOLÓGICA DEL NACIMIENTO

Figura N° 11 Red social ruta arqueológica del nacimiento



6.4.3.4. Tríptico

Se las distribuirá en las oficinas de información turística de cada cantón, ferias de promoción y difusión turística en el ingreso de cada uno de los atractivos turísticos de la ruta mediante los pobladores de los mismos lugares, las características serán: impresas en papel couched de 135gr. a full color de formato A4.

Ruta de los Ancestros

Figura N° 12 Tríptico ruta de los ancestros lado anverso

 <p>RUTA ARQUEOLÓGICA DEL</p> <p>La riqueza del Camino del Inca va más allá de sus componentes históricos y arqueológicos. En el trayecto, recientemente declarado como Patrimonio de la Humanidad, también existe una amplia biodiversidad de flora y fauna que dan a la ruta un valor agregado.</p>		<p>Un camino hacia lo ancestral</p>
	<p>Es una formación rocosa de estado natural y tiene la forma de un sacerdote con una biblia en sus manos. La gente antiguamente solía ir a dejar velas a sus pies pidiendo un favor o en agradecimiento por algún beneficio que ha recibido.</p>	
<p>Padre Urcu</p>		

Figura N° 13 Tríptico ruta de los ancestros lado reverso

<p>NUESTROS SERVICIOS</p>	<p>DÍA 1</p>	
<p>Un Camino hacia los Ancestros</p>  <p>Se cree que en el interior de ésta laguna existen Ruinas Cañaris. Luego de que el Instituto Militar realizaran una inspección de la zona al creerse que aquí se encontraba uno de los aviones de SAETA accidentados hace algún tiempo atrás, se pudo constatar que los antiguos Cañaris mantenían un sistema de desagües y drenajes que no permitan que la laguna suba su nivel original; Al ser los Cañaris conquistados por los Incas, no se percataron de dar el mantenimiento correspondiente, razón por lo cual la laguna subió de nivel y tapó las construcciones que existían a sus alrededores.</p>	<p>04:H00 Concentración de turistas en la ciudad de Riobamba (Parque Sacre) 04:H30 Transfer al Cantón Chuchochi 06:H15 Desayuno en el Restaurante el Imperial 06:H30 Entrega de Box Lunch 06:H45 Transfer a la Comunidad de Launag Grande 07:H45 Llegada a la comunidad de Launag (casa del Inca) 08:H00 Salida el Padre Urcu "cabalgata" 09:H30 Llegada al atractivo y vista panorámica del Chimborazo, Sangay etc. 10:H30 Visita de la Laguna de Yaguar cocha</p> <p>10:H45 Pesca Deportiva 12:H00 Almuerzo Típico del Lugar 14:H00 Visita del Tramo Mejor Conservado del Camino del Inca 15:H00 Visita de la Laguna Negra 17:H00 Recorrido del paramo Andino 18:H00 Tarde de Leyendas 19:H00 Degustación de la Cena 20:H00 Coctel de Bienvenida</p>	<p>DÍA 2</p> <p>08:H00 Desayuno 08:H30 Entrega de Box Lunch 09:H00 Transfer a la Cascada Espinola 10:H30 Visita de Laguna de Culebrillas 10:H45 Recorrido por la Laguna de Culebrillas con sus respectivas explicaciones 14:H00 Almuerzo 15:H00 Visita de Paredones 16:H00 Transfer al Cantón Chuchochi 18:H30 Llegada al Cantón Chuchochi.</p> 

Ruta Arqueológica del Nacimiento

Figura N° 14 Tríptico Ruta Arqueológica del Nacimiento lado anverso

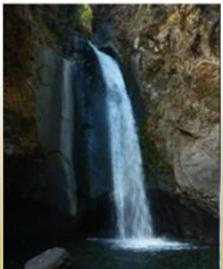
<p>RUTA ARQUEOLÓGICA DE NACIMIENTO</p> <p>Cascada Pailahuayco</p> <p>La cascada de Pailahuayco - Se encuentra al sur este y a 20 minutos de la parroquia Compad. Esta cascada se forma por la unión de los ríos Saguin y Compad tiene una caída aproximada de 10 m. terminado en un paillón que ha sido formada por las constantes y fuertes caídas de agua, se encuentra rodeada por una espesa flora, como arbustos nativos, carrizales, etc. en el mismo recorrido se puede observar otra cascada que lleva el mismo nombre de la primera la diferencia es que esta última tiene una caída más grande que la primera de 15 m.</p> 	 <p>Cerro Puñay</p> <p>El Cerro Puñay es el monte que se levanta solitario en medio del gran valle de Piñancay. Presenta atardeceres brillantes, acompañados con los rayos que traspasan la gran llanura del litoral. Los habitantes de Chunchi aseguran que en las noches despejadas pueden observar desde la cima de esta montaña, el resplandecer de las luces de Guayaquil y otros poblaciones de la Costa.</p>	<p>Gruta</p> <p>La Gruta a mas de ser un atractivo con el que cuenta el Cantón es un lugar de paz y oración que se encuentra ubicado en la bajada que dirige hasta Píca. Acá asisten los Chunchenos a profesar su fe, principalmente los devotos de la Virgen de Agua Santa dejan cirios y rezando oraciones.</p> 
--	---	---

Figura N° 15 Tríptico Ruta Arqueológica del Nacimiento lado reverso

<p>Cascada Saguan</p> <p>Cascada Saguan - Se encuentra ubicada al nor- oeste de la comunidad Patococha perteneciente a la cabecera cantonal, esta cascada desciende de lo más alto de los páramos de la comunidad del mismo nombre atravesando una inmensa roca que le da el toque perfecto para que sea un lugar ideal para gozar de las frescuras de sus aguas.</p> 	 <p>Iglesia Santo Domingo De Guzman</p> <p>La iglesia de Santo Domingo es conocida como, una de las capillas más grande de la provincia de Chimborazo</p>	<p>Bosque Nativo Bacún</p> <p>Alejado del centro urbano, entre recónditas montañas encontramos a este asombroso paraje verde, un lugar que guarda celosamente el gran regalo ofrecido por la naturaleza. Un destino que cuenta con encantadoras y diversas especies de flora y fauna, y panorámicas naturales impresionantes. Sin lugar a dudas, se trata de un atractivo natural inigualable colmado de pureza, magia y aventura.</p> 
--	---	--

6.5. Conclusiones y Recomendaciones

6.5.1. Conclusiones

- En la actualidad un mercado ofertante es nulo lo que implica que este proyecto marcará la pauta para el mejoramiento y desarrollo de un polo económico basado en la actividad turística transformando a las poblaciones involucradas.
- El diseño de productos turísticos diversifica nuevas opciones de desarrollo, atracción, distracción y aprendizaje para quienes los visitan, pero estos deben estar desarrollados esencialmente a la conservación y desarrollo.
- La publicidad es una herramienta muy confiable y segura para la promoción de un determinado sitio, convirtiéndose en un mensaje visual codificado entre imágenes, colores y letras el cual es parte importante pero no más que la promoción generada por el turista que visitó el lugar y lo promocionó mediante la promoción del boca a boca.

6.5.2. Recomendaciones

- Todas las instituciones públicas y privadas que están involucradas con la actividad turística deben ser quienes fomenten la explotación y nuevas creaciones para sí mejorar el desarrollo de la actividad turística basada en la conciencia sobre la conservación, protección y un manejo adecuado de los recursos turísticos en los cuales se desenvuelven las actividades.
- Al momento de prestar cualquier tipo de productos turísticos se debe tener en cuenta las consecuencias positivas y negativas que esto acarreará posteriormente es por tal motivo que la prestación de servicios turísticos con calidad debe convertirse en una política para que todos los que intervienen en esta actividad global.

CAPÍTULO VII

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Bonilla, L. (2013). *file:///D:/UNACH* . Obtenido de *file:///D:/UNACH* : *file:///D:/UNACH-EC-IG.TUR-2013-0016.pdf*
- Capsol, J. P. (2012). *Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia Capsol* . Capsol.
- CHUNCHI, G. (2012). PDOT., (pág. 104). Chunchi.
- Compud, J. P. (2012). *Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia Compud*. Compud.
- Correa, N. (2012). *Repositorio ESPOCH*. Obtenido de Repositorio ESPOCH: *www.repositorioespoch.com*
- Eductiva, I. N. (Diciembre de 2013). *elyex.com*. Obtenido de *elyex.com*: *http://elyex.com/ineval-evaluacion-docente-ministerio-educacion-maestro/*
- Gonzol, J. P. (2012). *Plan de Ordenamiento Territorial* . Gonzol.
- Iglesias, J. (2007). *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos*. Madrid: Síntesis, S. A.
- J, D. I. (2007). *Marketing Turístico* . Madrid: 2007.
- Llagos, J. P. (2012). *Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia Llagos* . Llagos.
- MINTUR. (2004). *MINTUR*. Obtenido de MINTUR: *http://www.turismo.gob.ec/*
- Molina. (1987). *munivaldivia*. Obtenido de *munivaldivia*.: *https://www.munivaldivia.cl/doctos/plan_regulador/pladetur_valdivia1.pdf*
- Morales. (Octubre de 2011). *munivaldivia*. Obtenido de *munivaldivia*: *https://www.munivaldivia.cl/doctos/plan_regulador/pladetur_valdivia1.pdf*
- Novo, M. &. (2006). *desarrollo sostenible* . Obtenido de desarrollo sostenible : *http://130.206.160.21/rid=1NQMTQMVF-JDC9WG-R9/Desarrollo%20sostenible.pdf*

- OMT. (2010). *OMT Organizacion Mundia de turismo*. Obtenido de OMT Organizacion Mundia de turismo: <http://www2.unwto.org/es>
- Perez, S. (martes de Septiembre de 2015). *slideshare.net*. Obtenido de slideshare.net: <https://es.slideshare.net/alojamientos/oferta-turstica-13288726>
- Quijano, R. (2009). <http://www.dspace.espol.edu.ec/>. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/>: <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/8300>
- Rivera, M. &. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. L.
- Secretaria de estado de Turismo . (s.f.). *segittur*. Obtenido de segittur: <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- TOUR, P. D. (s.f.). *turismo.gob.ec*. Obtenido de turismo.gob.ec: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Turismo, T. U. (22 de 06 de 2017). Diseño de Productos Turisticos Chunchi . (T. Humala, Entrevistador)
- Turismo, u. d. (2017). *Plan Operatiivo Anual 2017*. Chunchi.
- Valdivia, M. d. (Octubre de 2011). *www.munivaldivia.cl*. Obtenido de www.munivaldivia.cl: https://www.munivaldivia.cl/doctos/plan_regulador/pladetur_valdivia1.pdf

CAPÍTULO VIII

VIII. ANEXOS

8.1. Ante proyecto



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INGENIERÍA
CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA DEL
TURISMO EN EL CANTÓN CHUNCHI PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

Autor: Tania Mariela Humala Ojeda

Director (a): José Álvarez

Riobamba – Ecuador

2017

1.- Título del proyecto

PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA DEL TURISMO EN EL CANTÓN CHUNCHI PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

2.- Problematicación

Los recursos turísticos de la provincia de Chimborazo pueden ser estos naturales y culturales no han gozado de un correcto manejo y aprovechamiento por parte de gobiernos encargados de su administración y de igual manera de las comunidades, siendo que la provincia de Chimborazo donde existe un gran potencial turístico por ser aprovechado.

El cantón Chunchi tiene diferentes actividades que impulsan el desarrollo económico entre las que puedan destacar la agricultura, la ganadería y el comercio. En el aspecto turístico existe poco interés de parte de la población y de las autoridades, sin reconocer que es una fuente de ingresos de gran importancia que va optimizar el desarrollo social en el cantón y sus alrededores.

2.1.- Identificación y descripción del problema

La actividad turística se ha transformado en uno de los potenciales económicos que el país cuenta, digno a que cuenta con recursos turísticos naturales y culturales adecuadas para desempeñar con las necesidades y expectativas de los turistas que lo visitan ya sean estos nacionales o extranjeros, es así que durante años anteriores se ha desarrollado esta actividad debido a que los turistas visitan con mayor frecuencia al Ecuador.

Ecuador gracias a su privilegiada posición, posee una gran variedad de recursos naturales y culturales, que los posicionan en un impresionante destino turístico. Por tal

razón la creación y gestión de nuevos productos turísticos nos obliga a explotar estos recursos en beneficio del cantón y de las futuras generaciones.

La carencia de productos turísticos y el desconocimiento de los atractivos por parte de los turistas que llegan en el cantón Chunchi están ocasionando la falta de ingresos económicos de sus habitantes.

Es transcendental que se diseñen productos turísticos en esta zona de la provincia de Chimborazo para diversificar la oferta turística con un buen servicio para los visitantes y turísticas que desean disponer de la información correspondiente de los atractivos turísticos en el cantón Chunchi.

2.2.- Análisis crítico

La carencia de la oferta turística del cantón, hace que existan efectos negativos los cuales son: el aislamiento turístico e mismo se ve reflejado en los recursos económicos en la desatención de las autoridades es un síntoma para que los proyectos, emprendimientos se haya visto truncados o simplemente se quedan en papeles, que dan lugar al enorme desaprovechamiento turístico, cultural, natural y social.

2.3.- Prognosis

El diseño de productos turísticos ayudara a diversificar la oferta turística, promoción dl cantón los mismo que sirven de apoyo para enlazar atractivo turístico con servicio turístico y que será vendido como promoción turística en distintos lugares

2.4.- Delimitación

El cantón Chunchi debido a su ubicación territorial es considerado tierras agrícolas y ganaderas, el presente documento ayudara para el diseño de productos turísticos con el fin de promover las actividades turísticas en el área y así, satisfacer necesidades de quienes visitan la zona.

2.5.- Formulación del problema

¿Cómo aportaran los productos turísticos para la diversificación de la oferta del turismo en el cantón Chunchi?

2.6.- Objetivos

2.6.1.- General

Diseñar Productos Turísticos para el Cantón Chunchi Provincia de Chimborazo para diversificar la oferta turística.

2.6.2.- Específicos

Actualizar el diagnóstico situacional de la potencialidad turística del cantón Chunchi.

Priorizar el inventario turístico de los Atractivos Naturales y Culturales del Cantón.

Diseñar componentes turísticos para el desarrollo de la propuesta

2.7.- Justificación

La presente investigación pretende mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón Chunchi, mediante la diversificación de la oferta de productos turísticos, en mercados específicos y a precios competitivos, de tal forma que ayude a transformar a

este lugar en un destino turístico nacional e internacional, y a la vez tratará de nivelar la demanda durante todo el año, para que este lugar ya no sea considerado de paso. Con la comercialización de productos turísticos se estima obtener una demanda aceptable de visitantes, en un periodo a largo plazo, de tal manera que exista motivación para que haya emprendimientos en la creación de microempresas relacionadas directa o indirectamente al sector turístico y así poder generar fuentes de trabajo para que sus habitantes obtengan otra fuente de ingresos, de tal manera que exista motivación para que haya emprendimiento a más de la agricultura y ganadería, de esta manera evitar que los habitantes de este lugar emigren a otras ciudades a buscar empleo.

3.- Marco Teórico

3.1.- Antecedentes del Tema

La actividad turística cuyas intenciones es conseguir el desarrollo turístico ordenado, coordinado, participativo, e integral, porque la proyección integral de un destino debe contar con la información necesaria del sistema turístico, información que constituye la base para evaluarla situación del territorio, además para que la planificación sea efectiva debe contemplar con la participación de la comunidad local, de lo contrario sería imposible hablar de un desarrollo turístico sostenido. Plan de desarrollo es el instrumento del Gobierno Ecuatoriano para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública, se ha venido operando en los últimos años por algunas provincias y cantones. Chunchi está ubicado en el extremo sur de la provincia y es conocido también como el “Sillón Andino del Ecuador”, fue catonizado el 4 de julio de 1944 bajo la presidencia del Dr. José María Velasco Ibarra. Limita al norte este y oeste con el Cantón Alausí, y al sur con la Provincia del Cañar.

El Cantón Chunchi tiene variedad de atractivos turísticos, que por la falta de promoción no se han dado a conocer, así tenemos lugares como el mejor tramo del Camino del Inca en Ecuador ubicado en la comunidad de Launag, el cerro Puñay centro adoratorio de los Cañarís, y muchos más.

El cantón no cuenta con un producto turístico como para ofertar al turista nacional o extranjero cuenta con proyectos de turismo para el camino del Inca. Proyecto para la implementación de un parque arqueológico en el centro ceremonial Puñay. Que se ha venido realizando en un 40% del proyecto que está establecido en un periodo de 5 años y se ha investigado la parte científica pero falta un 60% del proyecto un plan estratégico de desarrollo para la comunidad de Launag. Que solo está realizado en papeles ya que por falta de interés de la comunidad y del GAD Municipal del cantón Chunchi no se lo ha ejecutado. Diseño de circuito de cabalgata para la ruta arqueológica Launag grande de Chunchi. Este proyecto es el que por pocas ocasiones se ofrece al turista con dos familias de la comunidad.

3.2.- Enfoque Teórico

3.2.1 Producto Turístico

“Un producto es cualquier cosa que se ofrece en el mercado para su adquisición, uso y consumo para satisfacer una necesidad o deseo del cliente; “sin embargo” el concepto de producto no está limitado a objetivos físicos, tangibles e intangibles que el consumidor percibe en el mismo para satisfacer deseos o necesidades” (J.Ramòn Iglesias, 2007)

3.2.2 Producto Turístico

“El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores” (OMT, 2010).

“El producto turístico es una propuesta de viaje estructurada desde los recursos, a esta se incorporan servicios como: transporte, alojamiento, guías de viajes entre otros” (CHIAS, 2003).

Se denomina producto turístico a un conjunto de bienes y servicio los cuales se integran de unos con otros con el único objetivo de satisfacer las necesidades, deseos o perspectivas de uno o varios mercado a los cuales e desea captar como potenciales consumidores.

3.2.3 Componentes de un Producto Turístico

El producto turístico se compone de do partes individuales

La parte tangible la constituye el producto en sí mismo, tal como es ofrecido en el mercado por la empresa correspondiente.

La parte intangible que es la percepción y expectativas que los consumidores tienen del producto. (J.Ramòn Iglesias, 2007)

Se puede decir que un producto turístico e conforma en resumen en:

Recursos turísticos.

Infraestructura.

Empresas y servicios turísticos.

A su vez el producto turístico se logra relacionarse con:

La naturaleza

La historia

La cultura

Las facilidades de los servicios.

3.2.4 Aspectos Únicos del Producto Turístico

Al definir al producto turístico como tal, encontramos que podemos aplicarle varias definiciones concretas; algunas parecen estar en contradicción total con la actividad comercial.

Recursos turísticos del destino.

“Éstos son los elementos que en su mayoría determinan la motivación de desplazarse al lugar. Estos recursos pueden ser naturales, culturales, sociales, artificiales, entre otros”.
(Rivera, 2012)

Atractivos Naturales

Lugar que se relaciona con la naturaleza, donde se pretende su conservación y aumento, pudiendo existir cosas sin arte, pulimento o variación.

Atractivos Culturales

“Lugar que guarda historia, así como también, lugar que ofrece en formas variables la estructura colectiva de un lugar. Cultura significa el conjunto de elementos materiales o inmateriales lengua, ciencia, técnicas, normas tradicionales, valores y símbolos, modelos de comportamiento socialmente transmitidos y asociados; que caracteriza a un pueblo que se ha esforzado por dotarse de una personalidad específica” (MINTUR, 2004)

Servicios y equipamientos del destino.

Se refiere a la oferta de alojamientos, servicios de alimentación, transporte, lugares de entretenimiento, oficinas de información turística, otros servicios e instalaciones.

Paquete Turístico

Conjunto de dos o más servicios turísticos, que puede ser adquirido por n cliente individual o grupal sin importar el número de personas. Normalmente incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, (Alliance).

Accesos

Carreteras, aeropuertos, trenes, transporte disponible.

Precio de venta

“Percepción de destino: Imagen positiva y/o negativa del lugar. Este punto es importante ya que hay que desarrollar una imagen que pueda influenciar positivamente las expectativas de los potenciales clientes y su comportamiento en la compra” (Valdivia, 2011)

Para la elaboración de un producto turístico se debe tomar en cuenta la rentabilidad económica, social y ambiental además de la posible satisfacción de la demanda. Y estar sujeto con los siguientes componentes (Ara, 2007).

3.2.4.1 Tour

Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimentaria. (Morales, 2011)

Demanda de Mercado Análisis de Competencia Inventario Generación de Ideas
Conceptos y atributos Despliegue de Clientes Diseño de Productos Cotizaciones
Fijación de Precio Posición Canal de Distribución.

3.2.4.2 Ruta

Es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

3.2.4.3 Circuito Turístico

“Algunos turistas viajan a un destino y en lugar de tomar una sede central, deciden ver diversos lugares desplazándose de un lugar a otro, en vez de volver siempre al mismo centro.” (TOUR, s.f.)

3.2.5 Estrategia para el producto Turístico

Habrá que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias turísticas:

Estrategia de penetración: Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

Estrategia de desarrollo del producto turístico: Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existente. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

Estrategia de extensión del mercado turístico: Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta regiones poco explotadas o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

3.2.6 Estrategia de diversificación turística

Horizontal: Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.

Vertical: Los nuevos productos actualmente desarrollados por las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.

Concéntricas: Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas.

Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística. (J, 2007)

3.2.7 Características del producto turístico

Se ha visto una relación con los servicios, existen varias características que los diferencian de los bienes, se trata de a intangibilidad, la esencia, la variedad y el carácter perecedero. Middleton y Clarke (2001) señalan otras características de los servicios turísticos, junto a las mencionadas instaurarían una forma de diferenciar esto sobre el conjunto de servicios de otros sectores de actividad. Es la estacionalidad, los elevados costes fijos de las operaciones y la interdependencia de los distintos productos turísticos.

La estacionalidad es una característica inherente al turismo y que determina en gran medida las estrategias empresariales de las compañías que operan en el sector.

Otra característica son los elevados costes fijos que acarrea poner en marcha las infraestructuras necesarias.

Otro aspecto mecanismo del producto turístico es la interdependencia de los distintos productos turísticos.

3.2.8 Oferta Turística

“La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.” (Secretaría de estado de Turismo , s.f.)

3.2.9 Oferta Turística

“Es la cantidad de bienes que clientes o empresas producen y ponen a disposición en el mercado para ser usados por los consumidores.” (Perez, 2015)

3.3.-Definición de Términos Básicos

Actor Involucrado.- Personas, grupos u organizaciones que intervienen de manera activa en los procesos políticos, culturales y de desarrollo de una comunidad o país.

Actividad Turística.- Son aquellas ocupaciones que van encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre de ocio y vacacional, con una serie de productos y servicios, la misma que atrae desarrollo y crecimiento socioeconómico para quien lo proporciona.

Diagnóstico.- Análisis organizado de una realidad a los efectos de identificar y priorizar los problemas que se nos plantean, sus causas y consecuencias.

Desarrollo Turístico.- Es la evolución del turismo debido a la creación de estrategias, políticas y programas orientados a mejorar los servicios básicos, la infraestructura, para garantizar el bienestar y proteger la integridad física de los turistas

Turista.- Persona que visita y permanece por lo menos un día y una noche en un lugar de alojamiento ya sea colectivo o privado.

3.4.-Hipótesis

El diseño de productos turísticos contribuirá en la diversificación de la oferta turística en el cantón Chunchi, provincia de Chimborazo

3.5.-Identificación de Variables

VARIABLE INDEPENDIENTE: PRODUCTO TURÍSTICO

VARIABLE DEPENDIENTE: OFERTA TURISTICA

4.-Metodología

Método Científico

El método científico es uno de los más útil o adecuado, capaz de proporcionarnos respuesta a nuestras interrogantes. Respuestas que no se obtienen de inmediato de forma verdadera, pura y completa, sin antes haber pasado por el error. Esto significa que el método científico llega a nosotros como un proceso, no como un acto donde se pasa de inmediato de la ignorancia a la verdad.

Este es el método más útil o adecuado, por lo que se poseerá información actual para elaborar el diagnostico turístico del cantón Chunchi.

Método Cuantitativo

Se aplicaran encuestas para determinar las necesidades, tendencias de los posibles turistas que llegaran y estos datos a su vez serán procesados estadísticamente donde tomaremos datos estadísticos de apoyo del Ministerio Turismo, cámaras de turismo, municipio y otras instituciones que forman parte de las actividades turísticas.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Observación.- A través de la observación identificar los puntos fuertes y débiles que posee el cantón Chunchi.

La Encuesta.- Sirve para la obtención de datos que se utilizara en un listado de preguntas; para los turistas nacionales extranjeros y la población.

Fichas de observación.- Se registran los datos obtenidos en las fichas debidamente elaboradas y ordenadas, recopiladas mediante la investigación.

4.1.- Tipo de Estudio

Investigación de campo.-se adoptara esta línea de investigación por lo que la información será recolectada en los lugares por los cuales esta destinada la investigación de estas manera podre estar actualizada de la realidad y de lo que se necesita crear para el dinamismo de la actividad turística.

Investigación documental.-Se obtendrá la información de documentos, revistas, informes, internet que me facilitara para guiarnos en el tema relacionado

4.2.- Población y Muestra

Esta técnica es necesaria para obtener el número exacto en encuestas que serán aplicadas al universo seleccionado. Para la aplicación de la muestra se tomará en cuenta la siguiente fórmula que permite medir universos finitos:

$$n = \frac{Z^2 \cdot pq \cdot N}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot pq}$$

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza (1.96) 2

p= probabilidad a favor (0.50)

q= probabilidad en contra (0.50)

e= margen de error de estimación (0.05)

N= Universo proyectado = 5000 personas

4.4.- Procedimientos

Mediante los métodos, las técnicas y el tipo de estudio se obtendrá los datos necesarios, para los cuales se emplearán de manera cuidadosa, exhaustiva y exacta al igual que las encuestas utilizando cuestionarios correctamente estructurados, las preguntas que se llevarán a cabo serán cerradas y abiertas, las cuales serán dirigidas para dos segmentos; turistas nacionales, extranjeros y para la población de Chunchi.

Mediante el programa Excel, se procederá a la tabulación y presentación de los resultados que se obtendrá en la investigación, permitiendo identificar los resultados.

4.5.- Procesamiento y análisis

En esta fase los datos recolectados con las diferentes técnicas e instrumentos serán procesados de esta manera:

Clasificación

Registro de datos

Tabulación

Compilación de un informe

5. Marco administrativo

5.1 Recursos

5.1.1 Recursos humanos

Investigador

Tutor de Tesis

5.1.2 Recursos materiales

Copias

Anillados

Marcadores

Audiovisuales

Borradores

5.1.3 Recursos tecnológicos

Flash Memory

CDS

5.2 Presupuesto

Detalles	Valor
Impresiones	\$20,00
Anillados	\$10,00
Empastados	\$30,00
Flash memory	\$15,00
Borrador	\$0,50
Marcadores	\$3,00
Trasporte	\$50,00
Total	\$128,50

5.3 Cronograma del 2017

Actividades	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Tema												
Marco teórico												
Perfil de la Tesis												
Entrega de perfil y entrega de oficios												
Tutorías y revisiones												
Revisión de perfil del proyecto de investigación												
Revisión de la encuesta												
Revisión del proyecto de investigación												

8.2. Catastro turístico del cantón Chunchi

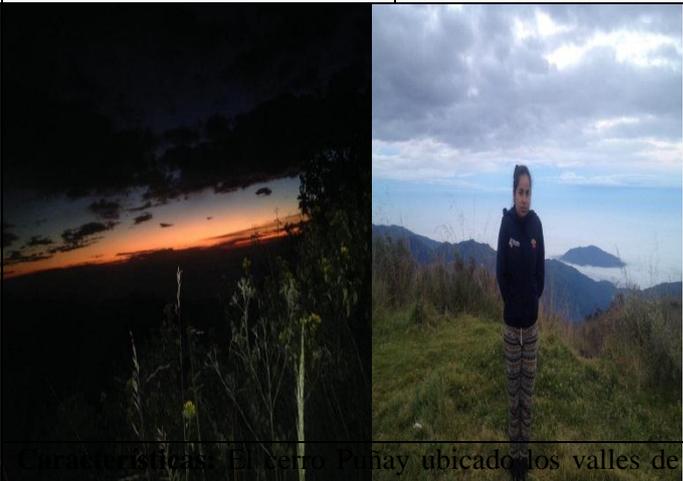
Tabla N° 38 Catastro turístico del cantón Chunchi

NOMBRE INSTITUCIÓN	PARROQUIA	PROFESORES UNIDOCENTES		HOMBRES	MUJERES	TOTAL MATRICULADOS
		NOMBRAMIENTO	CONTRATO			
ESTABLECIMIENTOS DEL 1ER. AÑO DE E.B.						
Adelina Coronara Dellpi	Matriz	2	0	33	20	53
Dr. Severo Espinoza Valdivieso	Capsol	1	0	3	3	6
José Tomas Barzallo Medina	Compud	1	0	3	3	6
Targelia Torres Torres	Gonzol	0	1	5	5	10
Joyagshi	Llagos	0	0	0	0	0

ESTABLECIMIENTOS DEL 1ERO AL 7MO. AÑO DE E.B.						
Fernando Pons	Matriz	9	3	181	151	332
San Juan Bosco	Matriz	7	1	112	96	208
Bernardo O' Higgins	Capsol	2	0	20	16	36
Ciudad de Tena	Capsol	2	1	18	22	40
Honorato Vásquez	Capsol	2	0	11	16	27
Ciudad del Puyo	Compud	1	0	9	3	12
Rio Cenepa	Compud	2	0	33	20	53
Rio Curaray (red)	Compud	5	0	25	12	37
Manuelita Sáenz	Gonzol	3	0	13	19	32
Miguel Ángel Costales Salvador	Gonzol	3	1	45	33	78
Pedro Fermín Cevallos	Gonzol	6	0	47	50	97
Napoleón López Zambrano	Llagos	0	1	5	4	9
Ciudad de Babahoyo	Llagos	1	0	3	4	7
Ciudad de Esmeraldas	Llagos	1	1	12	8	20
Francisco Calderón	Llagos	6	0	76	81	157

8.3. Fichas de jerarquización

Tabla N° 39 Ficha del Cerro Puñay

Nombre del Atractivo : Cerro Puñay		Jerarquía: IV
Categoría: Atractivo Natural	Tipo: Montaña	Subtipo: Alta Montaña
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Santa Rosa
		<p>Ubicación: Comunidad de Santa Rosa, a 26Km de la cabecera cantonal de Chunchi.</p> <p>Foto N° 1 Cerro Puñay</p> <p>Fuente: Tania Humala Elaboración: Tania Humala</p>
<p>El cerro Puñay ubicado los valles de la parroquia Llagos, una majestuosa montaña que se levanta sola en medio del valle, cuenta la historia que en este sitio existió Cañarís, en la cima encontramos una pirámide única en su forma construida en la cima de la montaña en forma de una ave conocida como la Guacamaya.</p> <p>En la actualidad es considerado como uno de los hallazgos arqueológicos más importantes del país pues se sustenta cada vez más que Cero Puñay es un eslabón perdido del génesis de la cultura andina.</p> <p>El cerro es la última elevación de la cordillera occidental hacia la costa Ecuatoriana, desde la cima se puede apreciar varias ciudades del litoral, incluyendo Guayaquil, en las noches despejadas sin mencionar el atardecer rojizo característico del atardecer Chuncheño.</p>		
<p>Recomendaciones.- Para las personas que visitan este sitio llevar ropa abrigada y cómoda, calzado adecuado para caminar, bloqueador solar, cámaras de fotos, carpa de acampar, snacks.</p> <p>Recomendaciones para el sitio.- Implementar nueva señalización dentro del atractivo turístico, incluir tachos de recolección de residuos según su clasificación.</p>		
<p>Actividades Turísticas.- Para los turistas que visitan el</p>		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	6	0	5	5	4	A	N	0	1	0	1	0	4	0	0	0
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo									
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Cerro Puñay																	
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo											
ATRACTIVOS_NATURALES			MONTAÑAS			ALTA MONTAÑA											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia											
CHIMBORAZO			CHUNCHI			LLAGOS											
2.4 Calle Principal			2.5 Número			2.6 Transversal											
2.7 Barrio, Sector o Comuna			2.8 Sitio poblado más cercano														
Santa Rosa			Chunchi														
2.9 Latitud (grados decimales)			2.10 Longitud (grados decimales)			2.11 Altura (msnm)											
725386			9742269			3.200											
2.12 Inmerso en Espacio Turístico			SI <input checked="" type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>			S/I <input type="checkbox"/>								
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>			S/I <input type="checkbox"/>											
3.1 Clima Frio			3.2 Temperatura(°C) 8°-14° C			3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)											
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>			S/I <input type="checkbox"/>											
4.1 Tipo de Ingreso (U)			SI <input checked="" type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>			S/I <input type="checkbox"/>								
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3			4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) 0			4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0											
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):			a. Desde \$ 0			b. Hasta \$ 0											
4.1.3.2 Forma de Pago (M):			a. Efectivo <input type="checkbox"/>			b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>											
			c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>			d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>											
			e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>			f. Cheque <input type="checkbox"/>											
4.1.4 Horario:			a. Hora de Ingreso: 7:00			b. Hora de Salida: 17:00											
4.1.5 Atención (U):			a. Todos los días 3			c. Fines de Semana y Feriados 0											
			b. Sólo días hábiles 0			d. Otro. 0 Especifique:											
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M)			SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>			S/I <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Alta (meses) <input type="checkbox"/>			Especifique:														
b. Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>			Especifique:														

Tabla N° 40 Ficha Iglesia Matriz del cantón Chunchi

Nombre del atractivo: Iglesia Santo Domingo de Guzmán		Jerarquía: III
Categoría: Manifestaciones culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Religiosa
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Matriz Chunchi
		<p>Ubicación: Esta ubicada en el centro del cantón</p> <p>Foto N° 2 Iglesia Santo Domingo de Guzmán</p> <p>Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala</p>
<p>Características.- La iglesia de santo Domingo es conocida como, una de las iglesias más grande de la provincia de Chimborazo, fue construida con la ayuda de la madre Sor Carmelina Arias</p>		
<p>Recomendaciones.- Incluir un libro de comentarios, tachos de recolección de desechos según el color de la recolección.</p>		
<p>Actividades Turísticas.- fotografía</p>		

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	6	0	5	5	0	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	0
	Provincia			Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo	
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Iglesia Santo Domingo																	
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo					
MANIFESTACIONES CULTURALES						ARQUITECTURA						HISTÓRICA (CIVIL, RELIGIOSA, MILITAR, VERNÁCULA)					
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia					
CHIMBORAZO						CHUNCHI						CHUNCHI (CAB. CANTONAL)					
2.4 Calle Principal						2.5 Número						2.6 Transversal					
2.7 Barrio, Sector o Comuna						2.8 Sitio poblado más cercano											
2.9 Latitud (grados decimales)						2.10 Longitud (grados decimales) Click						2.11 Altura (msnm)					
731623						9748349						2.290					
2.12 Inmerso en Espacio Turístico						SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>											
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
3.1. Clima Frio 14 Temperatura(°C) 8-24°																	
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
4.1 Tipo de Ingreso (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 0						4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) 0						4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0					
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):						a. Desde \$ 0						b. Hasta \$ 0					
						a. Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>						b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>					
4.1.3.2 Forma de Pago (M):						c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>					
						e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>						f. Cheque <input type="checkbox"/>					
4.1.4 Horario:						a. Hora de Ingreso: 7:00						b. Hora de Salida: 17:00					
4.1.5 Atención (U):						a. Todos los días 3						c. Fines de Semana y Feriados 2					
						b. Sólo días hábiles 0						d. Otro. 0 Especifique:					
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																	
a. Alta (meses) <input type="checkbox"/>						Especifique:											
b. Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>						Especifique:											

Tabla N° 41 Ficha Gruta de Agua Santa

Nombre del atractivo: Gruta de Agua Santa		Jerarquía: IV
Categoría: Manifestaciones culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Religiosa
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Matriz Chunchi
	Ubicación: Esta ubicado tras el UPC del cantón Chunchi Foto N° 3 Gruta de Agua Santa Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala	
	Características.- Se encuentra ubicado al sur de la cabecera cantonal, para llegar al atractivo se lo puede hacer en vehículo hasta la entrada de la gruta el resto del trayecto se lo hace a pie, el recorrido dura alrededor de 10 minutos hasta el atractivo. Se puede realizar una combinación de paseos religiosos en una mezcla de naturaleza y espiritualidad. La Gruta de Agua Santa, es una construcción al estilo barroco, en donde está la imagen de la virgen María Auxiliadora con el niño bendito en sus brazos, en las paredes de la gruta se encuentran las placas de agradecimiento por parte de los devotos, cuenta la historia que en la roca en donde está construida actualmente la Gruta, apareció la imagen de la virgen María Auxiliadora, el nombre de Gruta de Agua Santa se le dio por la gran roca brotaba agua curativa.	
Recomendaciones.- Tomar acciones para que no se deteriore más la arquitectura de la Gruta		
Actividades Turísticas.- Recorrido, fotografías		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Código del atractivo:	0	6	0	5	5	0	M	C	0	1	0	1	0	4	0	0	0												
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo														
1. DATOS GENERALES																													
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																													
Gruta de Agua Santa																													
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo																	
MANIFESTACIONES_CULTURALES						ARQUITECTURA						HSITÓRICA (CIVIL, RELIGIOSA, MILITAR, VERNÁCULA)																	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																													
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia																	
CHIMBORAZO						CHUNCHI						CHUNCHI (CAB. CANTONAL)																	
2.4 Calle Principal						2.5 Número						2.6 Transversal																	
2.7 Barrio, Sector o Comuna						2.8 Sitio poblado más cercano																							
2.9 Latitud (grados decimales)						2.10 Longitud (grados decimales) Click						2.11 Altura (msnm)																	
731566						9746440						2.240																	
2.12 Inmerso en Espacio Turístico						SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>																			
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																													
Observaciones:																													
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																													
SI <input checked="" type="checkbox"/>						-						S/I <input type="checkbox"/>																	
3.1. Clima Frio						14 Temperatura(°C)						8 - 24°																	
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																													
SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>																	
4.1 Tipo de Ingreso (U)						SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)						3						4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)						0											
4.1.1.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):						a. Desde \$						0						b. Hasta \$						0					
						a. Efectivo						<input type="checkbox"/>						b. Dinero Electrónico						<input type="checkbox"/>					
4.1.3.2 Forma de Pago (M):						c. Tarjeta de Débito						<input type="checkbox"/>						d. Tarjeta de Crédito						<input type="checkbox"/>					
						e. Transferencia Bancaria						<input type="checkbox"/>						f. Cheque						<input type="checkbox"/>					
4.1.4 Horario:						a. Hora de ingreso:						7:00						b. Hora de Salida:						18:00					
4.1.5 Atención (U):						a. Todos los días						3						c. Fines de Semana y Feriados						2					
						b. Sólo días hábiles						0						d. Otro.						0 Especifique:					
Observaciones:																													
4.2 Temporalidad (M)						SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>											
a. Alta (meses)						<input type="checkbox"/>						Especifique:																	
b. Baja (meses)						<input checked="" type="checkbox"/>						Especifique:																	

Tabla N° 42 Ficha Bosque Nativo Bacún

Nombre del atractivo: Bosque nativo		Jerarquía: II
Categoría: Atractivo Natural	Tipo: Bosque	Subtipo: Montaña Baja
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Chunchi
		<p>Ubicación: Esta alejado del centro urbano vía Tagshana a la comunidad de Bacún a una hora del cantón Chunchi.</p> <p>Foto N° 4 Bosque Bacún</p> <p>Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala</p>
<p>Características.- Alejado del centro urbano, entre recónditas montañas encontramos a este asombroso paraje verde, un lugar que guarda celosamente el gran regalo ofertado por la naturaleza.</p> <p>Un destino que cuenta con encantadoras y diversas especies de flora y fauna, y panorámicas naturales impresionantes. Sin lugar a dudas, se trata de un atractivo natural inigualable colmado de pureza, magia y aventura.</p>		
<p>Recomendaciones.- Reestructurar la señalética del lugar, implementar centros de descanso, implementar servicios turísticos.</p>		
<p>Actividades Turísticas.- Recorrido, fotografías</p>		

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																							
Código del atractivo:	0	6	0	5	5	0	A	N	0	6	0	2	0	2	0	0	3						
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo								
1. DATOS GENERALES																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																							
Bosque Nativo Bacún																							
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo											
ATRATIVOS_NATURALES						BOSQUES						MONTANO BAJO											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																							
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia											
CHIMBÓRAZO						CHUNCHI						CHUNCHI (CAB. CANTONAL)											
2.4 Calle Principal						2.5 Número						2.6 Transversal											
2.7 Barrio, Sector o Comuna						2.8 Sitio poblado más cercano																	
						Chunchi																	
2.9 Latitud (grados decimales)						2.10 Longitud (grados decimales) Click						2.11 Altura (msnm)											
735922						97452018						3.253											
2.12 Inmerso en Espacio Turístico						SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>					
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:						Bosque Nativo Bacún																	
Observaciones:																							
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																							
SI <input type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>											
3.1 Clima Frio						3.2 Temperatura(°C) 14°						3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)											
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																							
SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>											
4.1 Tipo de Ingreso (U)						SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>					
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3						4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) 0						4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0											
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):						a. Desde \$ 0						b. Hasta \$ 0											
						a. Efectivo <input type="checkbox"/>						b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>											
4.1.3.2 Forma de Pago (M):						c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>											
						e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>						f. Cheque <input type="checkbox"/>											
4.1.4 Horario:						a. Hora de Ingreso: 7:00						b. Hora de Salida: 17:00											
4.1.5 Atención (U):						a. Todos los días 3						c. Fines de Semana y Feriados 0											
						b. Sólo días hábiles 0						d. Otro. 0 Especifique:											
Observaciones:																							
4.2 Temporalidad (M)						SI <input type="checkbox"/>						NO <input checked="" type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>					
a. Alta (meses) <input type="checkbox"/>						Especifique:																	
b. Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>						Especifique:																	
Observaciones:																							

Tabla N° 43 Ficha Cascada de Pailahuayco

Nombre del atractivo: Cascada de Pailahuayco		Jerarquía: II
Categoría: Atractivo Natural	Tipo: Ríos	Subtipo: Cascadas
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Compud
		<p>Ubicación: Esta ubicado a 18km, de la matriz del cantón Chunchi, ingresando a una vía de segunda orden hasta llegar a la casa de don José Ortiz.</p> <p>Foto N° 5Cascada Pailahuayco</p> <p>Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala</p>
<p>Características.- Se encuentra al sur este y a 20 minutos de la parroquia Compud. Esta cascada se forma por la unión de los ríos Saguín y Compud tiene una caída aproximada de 10 m. terminado en un pailón que ha sido formada por las constantes y fuertes caídas de agua, se encuentra rodeada por una espesa flora, como arbustos nativos, carrizales, etc. en el mismo recorrido se puede observar otra cascada que lleva el mismo nombre de la primera la diferencia es que esta última tiene una caída más grande que la primera de 15 metros.</p>		
<p>Recomendaciones.-Implementación de la señalética de información, señalética turística, centro de descanso, facilidades turísticas.</p>		
<p>Actividades Turísticas.- Recorrido, fotografías</p>		

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	6	0	5	5	2	A	N	0	5	0	4	0	2	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Cascada Pailahuayco																	
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo					
ATRATIVOS_NATURALES						RÍOS						CASCADA					
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia					
CHIMBORAZO						CHUNCHI						COMPUD					
2.4 Calle Principal						2.5 Número						2.6 Transversal					
2.7 Barrio, Sector o Comuna						2.8 Sitio poblado más cercano											
2.9 Latitud (grados decimales)						2.10 Longitud (grados decimales) Click						2.11 Altura (msnm)					
728281						9741489						2.174					
2.12 Inmerso en Espacio Turístico						SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>							
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>					
3.1. Clima Frio						14 Temperatura(°C)						8-14°					
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>					
4.1 Tipo de Ingreso (U)																	
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3						4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) 0						4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0					
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):						a. Desde \$ 0						b. Hasta \$ 0					
4.1.3.2 Forma de Pago (M):						a. Efectivo <input type="checkbox"/>						b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>					
						c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>						d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>					
						e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>						f. Cheque <input type="checkbox"/>					
4.1.4 Horario:						a. Hora de Ingreso: 7:00						b. Hora de Salida: 17:00					
4.1.5 Atención (U):						a. Todos los días 3						c. Fines de Semana y Feriados 2					
						b. Sólo días hábiles 0						d. Otro. 0 Especifique:					
Observaciones:																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>						NO <input type="checkbox"/>						S/I <input type="checkbox"/>					
4.2 Temporalidad (M)																	
a. Alta (meses) <input type="checkbox"/>						Especifique:											
b. Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>						Especifique:											
Observaciones:																	

Tabla N° 44 Ficha Cascada Saguan

Nombre del atractivo: Cascada de Saguan		Jerarquía: II
Categoría: Atractivo Natural	Tipo: Ríos	Subtipo: Cascadas
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Chunchi
	Ubicación: Esta ubicado al Nor- este de la comunidad de Patococha perteneciente a la cabecera cantonal, para llegar al atractivo se toma un desvío por Callanga ubicado a 20km vía a Cuenca.	
	Foto N° 6 Cascada Saguan Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala	
Características.- Se encuentra ubicada al nor- oeste de la comunidad Patococha perteneciente a la cabecera cantonal, esta cascada desciende de lo más alto de los páramos de la comunidad del mismo nombre atravesando una inmensa roca que le da el toque perfecto para que sea un lugar ideal para gozar de las frescuras de sus aguas.		
<p>La cascada Saguan desciende desde lo más alto del páramo de la comunidad, atravesando una inmensa roca que le da el toque perfecto para que sea un lugar ideal para gozar de la frescura de sus aguas. En la época de invierno está en su máximo esplendor.</p>		
Recomendaciones.- Implementación de la señalética de información, señalética turística, centro de descanso, facilidades turísticas.		
Actividades Turísticas.- Recorrido, fotografías		

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	6	0	5	5	0	A	N	0	5	0	4	0	2	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Cascada Saguan																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				CASCADA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
CHIMBORAZO				CHUNCHI				CHUNCHI (CAB. CANTONAL)									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
Chunchi																	
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click				2.11 Altura (msnm)									
9739204				737337													
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>		NO <input checked="" type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
3.1 Clima Templado				3.2 Temperatura(°C) 8°-14°				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>									
4.1 Tipo de Ingreso (U)				SI <input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>				S/I <input type="checkbox"/>					
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3				4.1.2 Restringido (Continua observaciones) 0				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0									
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$ 0				b. Hasta \$ 0									
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo <input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		f. Cheque <input type="checkbox"/>			
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 8:00				b. Hora de Salida: 17:00									
4.1.5 Atención (U):				a. Todos los días 3				c. Fines de Semana y Feriados 0									
				b. Sólo días hábiles 0				d. Otro. 0 Especifique:									
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M)				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Alta (meses) <input type="checkbox"/>				Especifique:													
b. Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>				Especifique:													
Observaciones:																	

Tabla N° 45 Ficha Padre Urcu

Nombre del atractivo: Padre Urcu		Jerarquía: III
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Histórica Religiosa
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Comunidad de Launag
		<p>Ubicación: se localiza en Launag Grande por la vía Callanga- Tembladera- Launag para llegar se demora entre 35 a 40 minutos aproximadamente. En caballo desde la comunidad para ir al atractivo toma entre 1 hora 30 minutos aproximadamente.</p> <p>Foto N° 7 Padre Urcu</p> <p>Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala</p>
<p>Características.- Es una formación rocosa de estado natural y tiene la forma de un sacerdote con una biblia en sus manos. La gente antiguamente solía ir a dejar velas a sus pies pidiendo un favor o en agradecimiento por algún beneficio que ha recibido.</p> <p>La leyenda que cuentan en este sitio es que antes muchas personas de varios lugares del país utilizaba la vía Launag – Inga pirca, y que un sacerdote franciscano pasaba y se quedó encantado convirtiéndose en piedra.</p> <p>Otros dicen que el cura vivía en pecado con una monja y reciben un castigo divino convirtiéndose en piedra ya que también existe una roca en forma de una monja ubicada al frente del Padre Urcu.</p> <p>Se dice que el Padre Urcu es quien permite que el páramo se halle en buenas condiciones para la visita del camino del inca.</p>		
<p>Recomendaciones.- Implementación de la señalética de información, señalética turística, centro de descanso, facilidades turísticas.</p>		
<p>Actividades Turísticas.- Recorrido, fotografías</p>		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo:	0	6	0	5	5	0	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	0	
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo			
DATOS GENERALES																		
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																		
Padre Urcu																		
1.2 Categoría			1.3 Tipo						1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES			ARQUITECTURA						HSITÓRICA (CIVIL, RELIGIOSA, MILITAR, VERNÁCULA)									
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																		
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia										
CHIMBORAZO				CHUNCHI				CHUNCHI (CAB. CANTONAL)										
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal										
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano														
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click						2.11 Altura (msnm)								
740686				9738010						3.849								
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>										
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																		
Observaciones:																		
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
3.1. Clima Frio 14 Temperatura(°C) 12-14°																		
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
4.1 Tipo de Ingreso (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>																		
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 0				4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) 0				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0										
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima): a. Desde \$ 0 b. Hasta \$ 0																		
4.1.3.2 Forma de Pago (M): a. Efectivo <input type="checkbox"/> b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/> d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> f. Cheque <input type="checkbox"/>																		
4.1.4 Horario: a. Hora de Ingreso: 7:00 b. Hora de Salida: 16:00																		
4.1.5 Atención (U): a. Todos los días 3 c. Fines de Semana y Feriados 2 b. Sólo días hábiles 0 d. Otro. 2 Especifique: Pedidos del servicio																		
Observaciones:																		
4.2 Temporalidad (M) SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input checked="" type="checkbox"/>																		
a. Alta (meses) <input type="checkbox"/> Especifique:																		
b. Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/> Especifique:																		

Tabla N° 46 Ficha Laguna de Yahuarcocha

Nombre del atractivo: Laguna Yahuarcocha		Jerarquía: III
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ambientes Lacustres	Subtipo: Laguna
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Comunidad de Launag
	Ubicación: se localiza en Launag Grande por la vía Callanga- Tembladera- Launag para llegar se demora entre 35 a 40 minutos aproximadamente. En caballo desde la comunidad para ir al atractivo toma entre 1 hora 45 minutos aproximadamente.	
	Foto N° 8 Laguna Yahuarcocha Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala	
Características.- <p>Es una laguna que tomo el nombre de Yahuarcocha que significa “lago de sangre” debido a que Atahualpa mando arrojar en la misma a soldados cañarís que lo habían traicionado en la guerra con su hermano Huáscar.</p> <p>La historia que cuentan es que Túpac Yupanqui tuvo 2 hijos, Huáscar y Atahualpa cuando este muere los dos hermanos pelean por territorios y diferencias al momento de gobernar se dividen.</p> <p>Atahualpa queda a cargo de la parte norte del Tahuantinsuyo mientras que Huáscar gobierna toda la parte sur. Las diferencias no finalizaban y continuaban hasta que cada quien forma un ejército con el fin de dar muerte al enemigo. Dándose así un gran enfrentamiento entre ambos hermanos. A medida que pasaban los días las tropas avanzan.</p> <p>Hallándose así la tropa de Atahualpa en el sector Cuchicorral por Achupallas mientras que por su parte Huáscar hace un campamento en paredones. Seguían avanzando y se encuentran cerca de un estero que crece en invierno y es ahí donde se da el enfrentamiento.</p> <p>Dando como resultado muchas muertes de soldados de ambos bandos y toman la decisión de arrojarlos en este lago y de tanta sangre derramada se forma la laguna de Yahuarcocha.</p> <p>Además esta laguna es el habitat de algunas aves como la gaviota andina</p>		
Recomendaciones.- Implementación de la señalética de información, señalética turística, centro de descanso, facilidades turísticas.		
Actividades Turísticas.- Recorrido, fotografías, camping, cabalgatas		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Código del atractivo:	0	6	0	5	5	0	A	N	0	4	0	2	0	3	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		

DATOS GENERALES
1.1 Nombre del Atractivo Turístico

Laguna de Yahuarcocha

1.2 Categoría	1.3 Tipo	1.4 Subtipo
ATRATIVOS_NATURALES	AMBIENTES_LACUSTRES	LAGUNA

UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO

2.1 Provincia	2.2 Cantón	2.3 Parroquia
CHIMBORAZO	CHUNCHI	CHUNCHI (CAB. CANTONAL)
2.4 Calle Principal	2.5 Número	2.6 Transversal
2.7 Barrio, Sector o Comuna	2.8 Sitio poblado más cercano	
2.9 Latitud (grados decimales)	2.10 Longitud (grados decimales) Click	2.11 Altura (msnm)
741335	9736606	4.327
2.12 Inmerso en Espacio Turístico	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
	S/I <input type="checkbox"/>	

2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:

Observaciones:

CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
---------------------------------------	--	-----------------------------	------------------------------

1. Clima Frio 14 Temperatura(°C) 12-14°

ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
---	--	-----------------------------	------------------------------

1 Tipo de Ingreso (U)	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
------------------------------	--	-----------------------------	------------------------------

1.1 Libre (Continuar 4.1.4)	3	4.1.2 Restringido (Continúa observaciones)	0	4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)	0
-----------------------------	---	--	---	------------------------------------	---

1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):	a. Desde \$	0	b. Hasta \$	0
--	-------------	---	-------------	---

	a. Efectivo	<input type="checkbox"/>	b. Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>
--	-------------	--------------------------	-----------------------	--------------------------

1.3.2 Forma de Pago (M):	c. Tarjeta de Débito	<input type="checkbox"/>	d. Tarjeta de Crédito	<input type="checkbox"/>
--------------------------	----------------------	--------------------------	-----------------------	--------------------------

	e. Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>	f. Cheque	<input type="checkbox"/>
--	---------------------------	--------------------------	-----------	--------------------------

1.4 Horario:	a. Hora de Ingreso:	7:00	b. Hora de Salida:	16:00
--------------	---------------------	------	--------------------	-------

1.5 Atención (U):	a. Todos los días	0	c. Fines de Semana y Feriados	2
-------------------	-------------------	---	-------------------------------	---

	b. Sólo días hábiles	0	d. Otro.	2
--	----------------------	---	----------	---

	Especifique:	vacaciones
--	--------------	------------

2 Temporalidad (M)	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	S/I <input type="checkbox"/>
---------------------------	--	-----------------------------	------------------------------

Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique:
--------------	--------------------------	--------------

Baja (meses)	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:
--------------	-------------------------------------	--------------

Tabla N° 47 Ficha Cascada Espínola

Nombre del atractivo: Cascada Espínola		Jerarquía: III
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos	Subtipo: Cascada
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Comunidad de Launag
		<p>Ubicación: se localiza en Launag Grande por la vía Callanga- Tembladera- Launag para llegar se demora entre 35 a 40 minutos aproximadamente. En caballo desde la comunidad para ir al atractivo toma entre 1 hora 45 minutos aproximadamente.</p> <p>Foto N° 9 Cascada Espínola</p> <p>Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala</p>
<p>Características.- Esta conformado por tres caídas consecutivas de agua cristalina y muy fría. Se dice que atrás de la cascadas se encuentra una cueva misteriosa que esconde un gran tesoro pues cuenta la leyenda que un grupo de comerciantes que cotidianamente transitaba por el lugar para realizar sus transacciones comerciales con las poblaciones cercanas, decidieron descansar por un momento a orillas de la Laguna de Culebrillas, una de las mujeres del grupo se encontraba muy cansada y resolvió permanecer en aquel lugar hasta que sus compañeros regresen. Cuando el grupo retornó se encontraron con la increíble sorpresa de que la serpiente que habitaba el interior de la laguna posaba su cabeza de la serpiente que se encontraba dormida y la asentaron en uno de los sacos de granos que adquirieron, de manera sigilosa continuaron su camino hasta llegar a casa. Trascurrido cierto tiempo la señora da a luz a su primogénito, lo denomino Manuel Espínola y pronto este muchacho se convirtió en un forajido, lo conocían hombres sanguinarios que atracaba sin piedad a los comerciantes que transitaban por el sector y escondía sus riquezas en el interior de las cascadas.</p>		
<p>Recomendaciones.- Implementación de la señalética de información, señalética turística, centro de descanso, facilidades turísticas.</p>		
<p>Actividades Turísticas.- Recorrido, fotografías, camping, cabalgatas</p>		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	6	0	5	5	0	A	N	0	5	0	4	0	3	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Cascada Espíndola																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				RÍOS				CASCADA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
CHIMBORAZO				CHUNCHI				CHUNCHI (CAB. CANTONAL)									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales)				2.11 Altura (msnm)									
743286				9736642				3.153									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
3.1 Clima Frio				14 Temperatura(°C)				30°									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
4.1 Tipo de Ingreso (U)				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)				4.1.2 Restringido (Continúa observaciones)				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)									
0				0				0									
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$				b. Hasta \$									
				0				0									
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo <input checked="" type="checkbox"/>				b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>									
				c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>				d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>									
				e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>				f. Cheque <input type="checkbox"/>									
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 7:00				b. Hora de Salida: 16:00									
4.1.5 Atención (U):				a. Todos los días 0				c. Fines de Semana y Feriados 2									
				b. Sólo días hábiles 0				d. Otro. 0 Especifique:									
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M)																	
				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
a. Alta (meses)				Especifique:													
b. Baja (meses)				Especifique:													
Observaciones:																	

Tabla N° 48 Ficha Tramo Mejor conservado del Camino del Inca

Nombre del atractivo: Camino del Inca		Jerarquía: IV
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Área Patrimonial
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Comunidad de Launag
		<p>Ubicación: se localiza en Launag Grande por la vía Callanga- Tembladera- Launag para llegar se demora entre 35 a 40 minutos aproximadamente. En caballo desde la comunidad para ir al atractivo toma 6 horas aproximadamente.</p> <p>Foto N° 10Camino del Inca</p> <p>Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala</p>
<p>Características.- Qhapac Ñan. Camino Principal Andino o Camino Real es el nombre con el que se conoce al sistema vial más antiguo de los territorios que formaron parte del Cusco. Atravesando la cima de la Cordillera Andina constituye un atractivo de gran importancia cultural y natural pues a más de conceder una mirada hacia el pasado, esta travesía permite disfrutar de paisajes deslumbrantes y formaciones rocosas inigualables. Chunchi es un cantón privilegiado pues en su jurisdicción se encuentra el tramo mejor conservado de esta, monumental obra de arte ancestral ya que todavía se aprecia las huellas del empedrado con el que fue construido hace cientos de años. Gracias a esta red vial y a sus eficaz sistema de comunicación, el Tahuantinsuyo llegó a ser el imperio más grande del planeta en el siglo XVI duración se aproxima a las 6 horas a caballo, se encuentran atractivos complementarios que otorgan la esencia paisajística que encantan a quienes lo visitan, entre ellos constan el Padre Urcu</p>		
<p>Recomendaciones.- Implementación de la señalética de información, señalética turística, centro de descanso, facilidades turísticas.</p>		
<p>Actividades Turísticas.- Recorrido, fotografías, camping, cabalgatas</p>		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	6	0	5	5	0	M	C	0	1	0	5	0	4	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Camino del Inca																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo							
MANIFESTACIONES_CULTURALES					ARQUITECTURA					ÁREA PATRIMONIAL/ARQUEOLÓGICA							
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia							
CHIMBORAZO					CHUNCHI					CHUNCHI (CAB. CANTONAL)							
2.4 Calle Principal					2.5 Número					2.6 Transversal							
2.7 Barrio, Sector o Comuna					2.8 Sitio poblado más cercano												
2.9 Latitud (grados decimales)					2.10 Longitud (grados decimales) Click					2.11 Altura (msnm)							
748227					9747429					2.290							
2.12 Inmerso en Espacio Turístico					SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
3.1. Clima Frio					14 Temperatura(°C)					14°							
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
4.1 Tipo de Ingreso (U)					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)			3		4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)			0		4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)			0				
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):					a. Desde \$		60		b. Hasta \$		70						
					a. Efectivo		<input checked="" type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico		<input type="checkbox"/>						
4.1.3.2 Forma de Pago (M):					c. Tarjeta de Débito		<input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito		<input type="checkbox"/>						
					e. Transferencia Bancaria		<input type="checkbox"/>		f. Cheque		<input type="checkbox"/>						
4.1.4 Horario:					a. Hora de Ingreso:			7:00		b. Hora de Salida:			16:00				
4.1.5 Atención (U):					a. Todos los días			3		c. Fines de Semana y Feriados			2				
					b. Sólo días hábiles			0		d. Otro.		0		Especifique:			
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M)					SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>								
a. Alta (meses)			<input type="checkbox"/>		Especifique:												
b. Baja (meses)			<input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:												

Tabla N° 49 Ficha Laguna de Culebrillas

Nombre del atractivo: Laguna de Culebrillas		Jerarquía: III
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ambientes Lacustres	Subtipo: Laguna
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Comunidad de Launag
		<p>Ubicación: se localiza en Launag Grande por la vía Callanga- Tembladera- Launag para llegar se demora entre 35 a 40 minutos aproximadamente. En caballo desde la comunidad para ir al atractivo toma 6 horas aproximadamente.</p> <p>Foto N° 11 Laguna Culebrillas</p> <p>Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala</p>
<p>Características.- Se cree que en el interior de ésta laguna existen Ruinas Cañarís. Luego de que el Instituto Militar realizaron una inspección de la zona al creerse que aquí se encontraba uno de los aviones de SAETA accidentados hace algún tiempo atrás, se pudo constatar que los antiguos Cañarís mantenían un sistema de desagües y drenajes que no permitan que la laguna suba su nivel original; Al ser los Cañarís conquistados por los Incas, no se percataron de dar el mantenimiento correspondiente, razón por lo cual la laguna subió de nivel y tapó las construcciones que existían a sus alrededores.</p>		
<p>Recomendaciones.- cambiar la señalética turística “por el deterioro” Implementar cabañas para alimentación.</p>		
<p>Actividades Turísticas.- Recorrido, fotografías, camping, cabalgatas</p>		

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	0	6	0	5	5	0	A	N	0	4	0	2	0	3	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
Laguna de Culebrillas																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
ATRATIVOS_NATURALES				AMBIENTES_LACUSTRES				LAGUNA									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
CHIMBORAZO				CHUNCHI				CHUNCHI (CAB. CANTONAL)									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click				2.11 Altura (msnm)									
9739204				737337				3.153									
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:																	
Observaciones:																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI <input type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>							
3.1. Clima Frio				14 Temperatura(°C)				12-14°									
4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
SI <input type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>							
4.1 Tipo de Ingreso (U)				SI <input checked="" type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>									
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 0				4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) 0				4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0									
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):				a. Desde \$ 0				b. Hasta \$ 0									
4.1.3.2 Forma de Pago (M):				a. Efectivo <input type="checkbox"/>		b. Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		c. Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>		d. Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>		e. Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		f. Cheque <input type="checkbox"/>			
4.1.4 Horario:				a. Hora de Ingreso: 7:00				b. Hora de Salida: 16:00									
4.1.5 Atención (U):				a. Todos los días 0				c. Fines de Semana y Feriados 2									
				b. Sólo días hábiles 0				d. Otro. 0 Especifique:									
Observaciones:																	
4.2 Temporalidad (M)																	
SI <input type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>				NO <input type="checkbox"/>		S/I <input type="checkbox"/>							
a. Alta (meses) <input type="checkbox"/>				Especifique:													
b. Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/>				Especifique:													
Observaciones:																	

Tabla N° 50 Ficha Ruinas de Paredones

Nombre del atractivo: Ruinas de Paredones		Jerarquía: III
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Histórica
Provincia: Chimborazo	Cantón: Chunchi	Localidad: Comunidad de Launag
		<p>Ubicación: se localiza en Launag Grande por la vía Callanga- Tembladera- Launag para llegar se demora 45 minutos aproximadamente. En caballo desde la comunidad para ir al atractivo toma 6 horas aproximadamente.</p> <p>Foto N° 12 Ruinas de Paredones</p> <p>Fuente: Observación directa Elaboración: Tania Humala</p>
<p>Características.- Es una construcción Inca sobre Ruinas Cañarís, fue utilizada como tambo y pertenece a la provincia de Cañar. En el trayecto hacia el tramo mejor conservado del Camino del Inca se aprecian también otras formaciones rocosas como la monja, la cara y castillo del inca, entre otros. En ciertas temporadas los cerros del sector se llenan de nieve. Estos lugares sirven de refugio para el ganado de lidia y potros salvajes de las haciendas aledañas, los que se encuentran en mandas y bajo estas condiciones no representan peligro para los turistas. De vez en cuando y si las condiciones lo ameritan se observan venados, tigrillos, águilas, curianguines, colibríes, etc.</p>		
<p>Recomendaciones.- Implementación de la señalética de información, señalética turística, usar ropa abrigada y utilizar poncho de agua, zamarro, sombrero, guantes y llevar un box lunch.</p>		
<p>Actividades Turísticas.- Recorrido, fotografías, camping, cabalgatas</p>		

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Tania Humala

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Código del atractivo:	0	6	0	5	5	0	M	C	0	1	0	1	0	3	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		

1. DATOS GENERALES
1.1 Nombre del Atractivo Turístico

Ruinas de Paredones

1.2 Categoría	1.3 Tipo	1.4 Subtipo
MANIFESTACIONES_CULTURALES	ARQUITECTURA	HSITÓRICA (CIVIL, RELIGIOSA, MILITAR, VERNÁCULA)

2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO

2.1 Provincia	2.2 Cantón	2.3 Parroquia
CHIMBORAZO	CHUNCHI	CHUNCHI (CAB. CANTONAL)
2.4 Calle Principal	2.5 Número	2.6 Transversal
2.7 Barrio, Sector o Comuna	2.8 Sitio poblado más cercano	
2.9 Latitud (grados decimales)	2.10 Longitud (grados decimales) Click	2.11 Altura (msnm)
9739204	74736	3.200
2.12 Inmerso en Espacio Turístico	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
	S/I <input type="checkbox"/>	

2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:

Observaciones:

3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS

 SI NO S/I

3.1. Clima Frio 14 Temperatura(°C) 12-14°

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO

 SI NO S/I
4.1 Tipo de Ingreso (U) SI NO S/I

4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4) 3 4.1.2 Restringido (Continuar observaciones) 0 4.1.3 Pagado (Continuar siguiente) 0

4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima): a. Desde \$ 0 b. Hasta \$ 0

 a. Efectivo b. Dinero Electrónico

 4.1.3.2 Forma de Pago (M): c. Tarjeta de Débito d. Tarjeta de Crédito

 e. Transferencia Bancaria f. Cheque

4.1.4 Horario: a. Hora de Ingreso: 7:00 b. Hora de Salida: 16:00

4.1.5 Atención (U): a. Todos los días 0 c. Fines de Semana y Feriados 2

b. Sólo días hábiles 0 d. Otro. 0 Especifique:

Observaciones:

4.2 Temporalidad (M)

 SI NO S/I

 a. Alta (meses) Especifique:

 b. Baja (meses) Especifique:

8.4. Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO FACULTAD DE INGENIERÍA

CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERÍA

ENCUESTA PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA
DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA EN EL CANTÓN CHUNCHI
PROVINCIA DE CHIMBORAZO

ENCUESTADOR: _____ FORMULARIO:
CIUDAD: _____ FECHA DE LA ENCUESTA: __/__/__/

La presente tiene como finalidad realizar productos turísticos para diversificar la oferta turística en el cantón Chunchi, provincia de Chimborazo.

INSTRUCCIONES GENERALES

- ❖ La información proporcionada será estrictamente confidencial, el investigador se compromete a mantener la reserva del caso.
- ❖ Marque con una (x) en el espacio que muestre su respuesta.
- ❖ Procure responder todas las preguntas.
- ❖ Su criterio es muy importante para el desarrollo de esta investigación, por lo cual pedimos se sirva a contestar con la mayor sinceridad posible pues su información será de gran ayuda.

1. INFORMACIÓN GENERAL

a) ¿Genero?

1. Masculino ()
2. Femenino ()

b) ¿Edad?

1. 13 – 23 ()
2. 24 – 34 ()
3. 35 – 45 ()
4. 46 -56 ()

c) ¿Lugar de procedencia?

1. Nacional _____
2. Internacional _____

d) ¿Instrucción?

1. Primaria ()
2. Superior ()
3. Secundaria ()
4. Post grado ()

2. ¿Cuál es el motivo por el que realiza su viaje?

1. Turismo ()
2. Negocio ()
3. Investigación ()
4. Vacaciones ()

3. ¿Con quién viaja usualmente?

1. Solo ()
2. Familia ()
3. Amigos ()
4. Pareja ()
5. Pareja/amigos ()

4. ¿Qué servicios turísticos le gustaría encontrar en el cantón Chunchi?

1. Alimentación ()
2. Transporte ()
3. Guianza ()
4. Alojamiento ()
5. Alimentación/ transporte ()
6. Alimentación/guianza ()
7. Guianza/Alojamiento ()
8. Transporte/alojamiento ()

5. ¿Qué medios de comunicación utiliza normalmente para informarse?

1. Radio ()
2. Televisión ()
3. Internet ()
4. Revistas ()
5. Guías de turismo ()
6. Redes Sociales ()
7. Centros de información ()

6. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto usted a pernoctar en el cantón Chunchi?

1. De 1 a 2 días ()

2. De 3 a 4 días ()
3. De 5 a 6 días ()
4. Más de 6 días ()

7. ¿Qué tipo de actividades desea realizar usted durante su permanencia?

1. Caminatas ()
2. Cabalgatas ()
3. Pesca deportiva ()
4. Observación de Aves ()
5. Ciclismo()

8. Conoce usted cuantos productos turísticos existen en el cantón Chunchi?

- Si ()
No ()

9. ¿Cuál de los siguientes productos consumió durante su visita en la localidad?

1. Ruta de los Cerros ()
2. Ruta de la Fe ()
3. Ruta Histórica cultural del sur ()

10. ¿Considera necesario diseñar otros productos turísticos aparte de los que existes?

1. Si ()
2. No ()

11. ¿Cuál de estos productos turísticos preferiría realizar en el cantón Chunchi?

1. Camino del Inca ()
2. Cerro Puñay ()
3. Cascada Pailahuayco ()
4. Cascada San Pablo ()
5. Gruta de Agua Santa ()
6. Bosque Nativo Bacún()

12. ¿Hasta Cuanto pagaría usted por un paquete turístico?

1. \$50-70()
2. \$80-100()
3. \$100-150 ()